

1. **EVALUASI PENCALONAN PENGANGKATAN PERANGKAT DESA DENGAN MODEL CONTEXT INPUT PROCESS PRODUCT (Setiawan & Suharto)**
2. **PENGARUH BUDAYA ORGANISASI, LINGKUNGAN KERJADAN MOTIVASI TERHADAP KINERJA KARYAWANPALANG MERAH INDONESIA KABUPATEN KLATEN (Sarwono)**
3. **IMPLEMENTASI PROGRAM KARTU INDONESIA SEHATDI PUSAT KESEHATAN MASYARAKAT NGAWEN II KABUPATEN GUNUNGKIDUL (Nur Hidayah)**
4. **IMPLEMENTASI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI BADAN USAHA MILIK DESA NERANG JAYADESA NGERANGAN (Sinta, dkk)**
5. **PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE, LIKUIDITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP KETEPATAN WAKTU PENYAMPAIAN LAPORAN KEUANGAN (Suci, dkk)**
6. **STRATEGI PEMASARAN SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN DI RELASI JAYA PHOTO KECAMATAN PEDAN KABUPATEN KLATEN (Angga, dkk)**

EVALUASI PENCALONAN PENGANGKATAN PERANGKAT DESA DENGAN MODEL CONTEXT INPUT PROCESS PRODUCT

Andi Setiawan¹, Nur Tjahjono Suharto²

Program Studi Ilmu Administrasi Negara
Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Madani Klaten,
E-mail : andi.andiesetyawan@gmail.com

Abstrak

Pencalonan dan pengangkatan perangkat desa di Desa Bandungan pada tahun 2018 diikuti sepuluh peserta dari empat formasi yang dibutuhkan atau prosentase terendah dibandingkan desa lain di wilayah Kecamatan Jatinom Kabupaten Klaten. Selain itu juga ada tahapan yang mundur dari jadwal sebelumnya, yaitu pelantikan, sehingga membuat penulis tertarik untuk menelitinya. Penelitian dilakukan agar mengetahui bagaimana model CIPP digunakan dalam mengevaluasi pencalonan dan pengangkatan perangkat Desa Bandungan pada tahun 2018, baik itu kesesuaian aturan, kemampuan pelaksana, proses dan kualitas perangkat Desa terlantik. Penelitian dilakukan secara kualitatif dengan metode CIPP (Context, Input, Process dan Product). Teknik pengumpulan data dengan wawancara langsung, dokumentasi dan observasi. Dengan memperhatikan hal hal tersebut diharapkan dapat mengetahui dan menilai kegiatan dimaksud.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari context (konteks) sudah baik, sudah menaati aturan. Input (masukan) sudah baik, TP3D sebagai pelaksana berperan dengan baik, bekerja secara profesional dan menaati peraturan perundangan yang berlaku, begitu juga process (proses), secara keseluruhan cukup baik, meskipun ada satu tahapan yang mundur dari jadwal yang direncanakan yaitu pelantikan. Product (produk) baik, perangkat desa terpilih selain telah memenuhi persyaratan administratif juga memenuhi persyaratan umum dan khusus serta mempunyai tanggung jawab yang bagus, serta mendapatkan kepercayaan dari masyarakat. Sehingga proses pencalonan pengangkatan perangkat desa dapat berjalan dengan lancar dan tidak menimbulkan gejolak di masyarakat. Saran penulis yaitu agar lebih ditingkatkan sosialisasi kepada masyarakat, anggota TP3D tidak boleh ada ikatan keturunan dengan peserta, harus menaati tahapan yang dijadwalkan, bila berubah harus dimusyawarahkan, perangkat desa perlu berlatih untuk berbicara di depan orang banyak.

Kata Kunci: Evaluasi, CIPP, Perangkat Desa

Abstract

The nomination and appointment of village officials in Bandungan Village in 2018 was attended by ten participants from the four required formations or the lowest percentage compared to other villages in the Jatinom District, Klaten Regency. Apart from that, there is also a stage that is behind the previous schedule, namely the inauguration, which makes the writer interested in researching it. The research was conducted to find out how the CIPP model was used in evaluating the nomination and appointment of Bandungan Village officials in 2018, including compliance with regulations, implementing abilities, process and quality of appointed Village officials.

The research was conducted qualitatively using the CIPP method (Context, Input, Process and Product). Data collection techniques using direct interviews, documentation and observation. By paying attention to these things, it is hoped that we will be able to understand and assess the activities in question. The research results show that the context is good, they comply with the rules. The input is good, TP3D as the executor plays a good role, works professionally and complies with applicable laws and regulations, as well as the process, overall it is quite good, although there is one stage that is behind the planned schedule, namely the inauguration. The product is good, the selected village officials not only fulfill administrative requirements but also meet general and special requirements and have good responsibilities and have the trust of the

community. So that the nomination process for appointing village officer can run smoothly and not cause turmoil in the community.

The author's suggestion is that in order to further improve socialization to the community, TP3D members must not have any blood ties with participants, they must adhere to the scheduled stages, if changes must be discussed, village officials need to practice speaking in front of a large number of people.

Keywords : evaluation, CIPP, Village Officer

PENDAHULUAN

Pencalonan pengangkatan perangkat desa di Desa Bandungan Kecamatan Jatinom Kabupaten Klaten tahun 2018 berpedoman pada Peraturan Bupati Klaten nomor 6 tahun 2018 tentang Pedoman Pelaksanaan Peraturan Daerah Kabupaten Klaten Nomor 14 tahun 2017 tentang tatacara pengangkatan dan pemberhentian perangkat desa. Dalam rangka kegiatan tersebut di Desa Bandungan membuka lowongan untuk 4 (empat) jabatan yaitu sekretaris desa, kepala urusan umum dan perencanaan, kepala urusan keuangan dan kepala seksi pemerintahan. Dalam proses penjangkaran hanya mendapatkan 10 (sepuluh) orang pelamar untuk 4 (empat) jabatan tersebut. Dari sepuluh orang itu yang melamar jabatan sekretaris desa sebanyak 2 (dua) orang, jabatan kepala urusan umum dan perencanaan sebanyak 3 (tiga) orang, untuk jabatan kepala urusan keuangan 3 (tiga) orang dan yang melamar sebagai kasi pemerintahan 2 (dua) orang. Di wilayah Kecamatan Jatinom terdapat 50 formasi dengan jumlah pelamar 409 orang. Namun untuk Desa Bandungan minat pesertanya rendah, Jadwal kegiatan berjalan cukup lancar baik itu dari pembentukan panitia, penjangkaran, dan penyaringan calon,

namun ada tahapan yang mundur dari yang dijadwalkan yaitu tahap pelantikan. Hal hal tersebut yang menarik perhatian penulis untuk mengadakan penelitian ini. Karena penulis berpendapat bahwa dalam sebuah kegiatan pengisian jabatan, jadwal atau tahapan yang sudah direncanakan atau dibuat harus dipatuhi agar tidak menimbulkan kecurigaan dari masyarakat, selain itu penulis juga beranggapan bahwa semakin banyak pelamar atau peserta maka akan semakin selektif, sehingga maksud dan tujuan untuk mendapatkan perangkat desa yang berkualitas serta mewujudkan kepastian hukum dalam tatacara pencalonan pengangkatan perangkat desa dapat terwujud dan tidak ada dugaan kecurangan sehingga bisa memuaskan masyarakat.

Untuk mengevaluasi kegiatan tersebut di atas penulis menggunakan model CIPP. CIPP merupakan singkatan dari, *context evaluation* (evaluasi terhadap konteks), *input evaluation* (evaluasi terhadap masukan), *process evaluation* (evaluasi terhadap proses) dan *product evaluation* (evaluasi terhadap hasil). keempat komponen tersebut yang merupakan sasaran evaluasi ini. Evaluasi kegiatan dilakukan di Desa Bandungan Kecamatan

Jatinom Kabupaten Klaten. Tempat tersebut dipilih agar penulis bisa lebih maksimal dalam melakukan evaluasi ini sehingga tingkat kepercayaan lebih tinggi dan data yang diperoleh lebih akurat, selain itu lokasi juga mudah dijangkau, karena penulis bertempat tinggal di tempat tersebut.

KAJIAN PUSTAKA

1. Evaluasi

Evaluasi menurut KBBI adalah suatu penilaian. Kata evaluasi adalah suatu istilah Ilmu kajian tentang pelaksanaan suatu kegiatan atau proses tertentu. *Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English* (AS Hornby, 1986) dalam buku Suharsini Arikunto (2009:1) evaluasi adalah *to find out, decide the amount or value* yaitu usaha untuk menentukan nilai. Nurkencana (1983) menyatakan kalau evaluasi itu kegiatan terkait dengan metode untuk memberi nilai suatu hal. Sedangkan Eko Putro Widoyoko (2009) menyatakan kalau evaluasi cara cara secara berkelanjutan untuk menghimpun, menyajikan, menguraikan dan memberi informasi untuk menentukan langkah selanjutnya.

Dengan memperhatikan keterangan para ahli tentang evaluasi tersebut, dapat disimpulkan kalau evaluasi itu suatu cara untuk menilai kegiatan berdasarkan sajian data guna tindak lanjut kegiatan tersebut.

2. Pencalonan pengangkatan perangkat desa.

a. Pencalonan

Pengertian pencalonan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah proses atau perbuatan mencalonkan, kalau mencalonkan yaitu menjadikan sebagai calon, sedangkan calon yaitu orang yang akan menjadi. Sehingga kalau kata ini di terapkan dalam proses Pencalonan, Pengangkatan Perangkat Desa Bandungan ini bisa diartikan bahwa pencalonan ini adalah proses untuk menjadikan calon Perangkat Desa yaitu menjaring dan menyaring pendaftar. Menjaring pendaftar dengan mengumumkan pengisian lowongan perangkat desa, sedangkan menyaring adalah memilih atau menyeleksi pendaftar yang memenuhi persyaratan.

b. Pengangkatan

Pengangkatan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah proses, cara, perbuatan mengangkat. Kata kerja yang berasal dari kata angkat yaitu membuat naik, sehingga bisa dikatakan bahwa pengangkatan berarti membuat naik atau terangkat. Sehingga kalau kata ini di terapkan dalam proses Pencalonan, Pengangkatan Perangkat Desa Bandungan ini bisa diartikan bahwa pengangkatan adalah proses untuk mengangkat perangkat

desa dengan berpedoman pada hasil penyaringan.

c. Perangkat desa

Perangkat desa adalah orang yang membantu kepala desa untuk penyusunan kebijakan, berkoordinasi dan pelaksanaan kegiatan baik secara teknis maupun kewilayahan.

METODE PENELITIAN

Untuk penelitian kualitatif ini penulis menerapkan model CIPP, suatu model evaluasi yang dikembangkan oleh Stufflebeam dan kawan kawan (1967) di *Ohio State University* yang pada awalnya mereka menerapkannya dalam melakukan evaluasi terhadap ESEA (*the Elementary and Secondary Education Act*). Menurut pendapatnya tujuan evaluasi itu untuk memperbaiki dan bukan sekedar membuktikan. Sukardi (2011: 62) menyatakan, model CIPP tidak menitikberatkan terhadap tujuan suatu kegiatan. Stufflebeam menggolongkan evaluasi ini menjadi empat golongan yaitu:

a. Evaluasi konteks (*context Evaluation*) yaitu evaluasi terhadap konteks

Menurut Stufflebeam dalam Hamid Hasan (1983 :128) disebutkan bahwa tujuan utama evaluasi konteks yaitu untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan evaluasi, dengan demikian dapat memberi arah perbaikan yang dibutuhkan. Jimly Asshiddiqie (2006: 151) menyatakan jika

dasar hukum merupakan landasan yang sah dari tindakan hukum agar yang dilakukan sah berdasarkan hukum. Penyelenggaraan program Pencalonan, Pengangkatan, Perangkat Desa Bandungan juga didasarkan pada aturan yang sah yang

dikeluarkan Bupati Klaten yaitu Peraturan Bupati Klaten Nomer 6 Tahun 2018.

b. Evaluasi masukan (*input evaluation*) yaitu evaluasi terhadap masukan

Sugiyono (2002: 70) Mengemukakan bahwa kemampuan manusia yang kompeten itu kemampuan yang mempunyai pemahaman ilmu yang sesuai dengan tugasnya dan dapat bekerja cepat, benar dan memuaskan masyarakat. Sedangkan Eko Putro (2009) menyatakan bahwa evaluasi input berguna untuk mengatur keputusan, sumber yang ada dan alternative yang diputuskan serta strategi pencapaian tujuan.

Tabel 1 : Indikator Evaluasi CIPP

Konteks	Input	Proses	Output
✓ Latar belakang program	✓ Peserta seleksi/masyarakat	✓ Motivasi masyarakat	✓ Terpilihnya Perangkat desa
✓ Lingkungan geografis, budaya, dan sosial ekonomi masyarakat Desa Bandungan	at pelamar perangkat desa ✓ TP3D ✓ Pemerintah Desa Bandungan	✓ Sosialisasi Pencilonan Perangkat desa ✓ Proses pencilonan dan pengangkatan	Bandungan

hasil dan utk merencanakan kegiatan berikutnya.

Berikut ini table indikator atau variable untuk mempermudah evaluasi ini.

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan:

1. Wawancara langsung (*interview*).

Wawancara yaitu merupakan cara mengumpulkan informasi dengan melakukan tanya jawab secara tatap muka terhadap orang yang mengerti akan hal yang diteliti, untuk mendapatkan informasi. (Iqbal Hasan, 2002). Dalam penelitian ini, penulis melakukan wawancara dengan TP3D (Tim Pencalonan, Pengangkatan Perangkat Desa) selaku pelaksana, kepala desa selaku penyelenggara, dan tokoh masyarakat Desa Bandungan.

2. Dokumentasi

Pengertian dokumentasi yang tertulis Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah pemberian atau pengumpulan bukti dan keterangan (seperti gambar, kutipan, guntingan koran, dan bahan referensi lain). Dalam penelitian ini metode dokumentasi diperlukan dalam rangka mencari data tentang hal hal terkait dengan penelitian.

3. Observasi

Kamus Besar Bahasa Indonesia menyebutkan observasi adalah peninjauan secara cermat. Menurut Patton (1990)

c. Evaluasi proses (*process evaluation*) yaitu mengevaluasi alur/proses

Seperti dinyatakan Farida Yusuf Tayibnapi (2008: 14) Evaluasi proses berguna mengevaluasi penerapan suatu program. Evaluasi ini mengevaluasi alur/proses, kesesuaian rencana dengan pelaksanaannya.

d. Evaluasi produk atau hasil (*product evaluation*) yaitu mengevaluasi hasil/produk.

Farida Yusuf Tayibnapi (2008: 14) menyampaikan bahwa evaluasi produk mempengaruhi keputusan berikutnya yaitu

pengamatan langsung ini mempunyai manfaat sebagai berikut:

- 1) Lebih mampu memahami konteks data dalam segala situasi sehingga memperoleh gambaran secara menyeluruh.
- 2) Tidak dipengaruhi pandangan sebelumnya, dapat melihat sesuatu lebih cermat, menemukan hal yang bersifat sensitive atau rahasia.
- 3) Mendapatkan gambaran lebih komprehensif.
- 4) Dapat merasakan suasana sosial di lapangan.

Analisis Data

Setelah data dan bukti pendukung terkumpul selanjutnya dilakukan analisis data, seperti yang dikemukakan Miles dan Hubermen (1984), analisis data kualitatif dilakukan dengan dialog atau interaktif berkelanjutan sampai tuntas, sampai datanya jenuh. Data dikatakan jenuh apabila tidak diperoleh lagi informasi baru.

Berikut langkah atau alur analisis data yang dipergunakan untuk menganalisa data.

Tabel 2 : Jenis data dan Teknik Pengumpulan Data

Tabel di atas memperlihatkan aspek-aspek yang akan dievaluasi yang menjadi



Gambar 2 : Langkah Analisis Data Model Interaktif Miles dan Huberman (1984)

Untuk mengumpulkan data penelitian ini, penulis melaksanakan beberapa instrument penelitian yaitu, wawancara, observasi dan analisis dokumentasi.

Model Evaluasi	Aspek yang dievaluasi	Sumber Data	Teknik Pengumpulan Data
Evaluasi Konteks	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Latar belakang ➢ Peraturan yang digunakan 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Kepala Desa ➢ Ketua BPD ➢ Ketua TP3D ➢ Tokoh Masyarakat 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Wawancara ➢ Analisis Dokumentasi
Evaluasi Input	TP3D	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Kepala Desa ➢ Ketua BPD ➢ Tokoh Masyarakat 	Wawancara
Evaluasi Proses	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Sosialisasi Kegiatan ➢ Proses Kegiatan 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Kepala Desa ➢ Ketua BPD ➢ Ketua TP3D ➢ Tokoh Masyarakat 	Wawancara
Evaluasi Produk	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Perangkat Desa terpilih ➢ Kepuasan masyarakat 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Kepala Desa ➢ Ketua BPD ➢ Ketua TP3D ➢ Tokoh Masyarakat 	Wawancara

narasumber, juga teknik pengumpulan data yang dipergunakan penulis

Sedangkan penyajian data merupakan sajian informasi yang disusun secara sistematis untuk mempermudah pemahaman. Biasanya disajikan dalam bentuk narasi agar mudah dibaca dan dipahami, dengan demikian analisis dapat dilakukan dengan mudah sehingga mudah dalam menarik kesimpulan.

Seperti diungkapkan Miles and Huberman (1984) "*the most frequent form of display data for qualitative research data in the post has been narrative text*". Yang paling banyak dipakai penyajian data penelitian kualitatif dengan menggunakan teks narasi Tahap berikutnya yaitu penarikan kesimpulan, yaitu tindakan untuk menyatakan secara singkat, jelas dan sistematis dari semua analisis, dan pembahasan. Kesimpulan merupakan hasil akhir dari sebuah penelitian sehingga dibuat dengan bahasa yang mudah dipahami.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam melaksanakan penelitian ini evaluator mencari dan menghimpun informasi dengan berkomunikasi dan mewawancarai pihak terkait seperti Ketua BPD, Kepala Desa, Tim Pencalonan Pengangkatan Perangkat Desa Bandungan dan juga sebagian Tokoh Masyarakat Desa Bandungan (ketua Rw dan Ketua RT). Dengan temuan-temuan penelitian sebagai berikut:

1. *Context evaluation* (evaluasi terhadap konteks)

Secara umum Peraturan Bupati Klaten Nomor 6 tahun 2018 tentang Pedoman Pelaksanaan Peraturan Daerah Kabupaten Klaten Nomor 14 tahun 2017 tentang Tatacara Pengangkatan dan Pemberhentian Perangkat Desa sudah bagus, baik itu dari Pembentukan panitia, sampai dengan tahap ujian penyaringan dan penetapan serta pelantikan.

a). Pembentukan Panitia (TP3D)

Pembentukan panitia atau Tim Pencalonan Pengangkatan Perangkat Desa diambilkan dari unsur masyarakat, sehingga pemberdayaan masyarakat yang merupakan bagian penting dalam pembangunan masyarakat dan juga sudah sesuai dengan UU RI Nomor 06 tahun 2014 tentang Desa *pasal 1 huruf 12 yang berbunyi Pemberdayaan masyarakat desa adalah upaya mengembangkan kemandirian dan kesejahteraan masyarakat dengan meningkatkan pengetahuan sikap, ketrampilan, perilaku kemampuan, kesadaran serta memanfaatkan sumber daya melalui penetapan kebijakan, program, kegiatan dan pendampingan yang sesuai dengan esensi masalah dan prioritas kebutuhan masyarakat Desa.*

b). Pencalonan atau penjaringan calon

Menurut penulis perlu diadakannya peninjauan kembali tentang Persyaratan pencalonan perangkat Desa pada pasal 15 ayat 1, Peraturan Bupati Klaten no 6 tahun 2018

yang berbunyi Perangkat Desa diangkat oleh Kepala Desa dari warga Negara Republik Indonesia yang memenuhi persyaratan umum dan khusus. Hal tersebut sebenarnya bertentangan dengan ketentuan umum UU RI Nomor 06 tahun 2014 *pasal 1 huruf 12 yang berbunyi PEMBERDAYAAN masyarakat desa adalah upaya mengembangkan kemandirian dan kesejahteraan masyarakat dengan meningkatkan pengetahuan sikap, ketrampilan, perilaku kemampuan, kesadaran serta memanfaatkan sumber daya melalui penetapan kebijakan, program, kegiatan dan pendampingan yang sesuai dengan esensi masalah dan prioritas kebutuhan masyarakat Desa*. Selain itu juga bersinggungan dengan pasal 2 yang berbunyi *Penyelenggaraan Pemerintahan desa, Pelaksanaan Pembangunan desa, pembinaan kemasyarakatan Desa, dan pemberdayaan masyarakat desa berdasarkan Pancasila, Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, Negara kesatuan Republik Indonesia dan Bhineka tunggal ika*. Hal tersebut juga diperkuat pada Bab V Penyelenggaraan Pemerintahan Desa pasal 24 huruf i yang berbunyi, Penyelenggaraan Pemerintah desa berdasarkan asas , kearifan lokal, sehingga menurut evaluasi saya persyaratan tersebut perlu dirubah dengan Perangkat Desa diangkat oleh Kepala Desa dari warga Negara Republik Indonesia yang

tinggal di wilayah Desa setempat dengan memenuhi persyaratan umum dan khusus.

Dalam proses penjaringan ini panitia melakukan hal hal sebagai berikut:

- 1) Mengirimkan surat kepada Ketua Rw dan Ketua RT di wilayah Desa Bandungan untuk mengumumkan lowongan perangkat desa kepada warganya masing-masing.
- 2) Memasang pengumuman ditempat tempat strategis
- 3) Mengumumkan lowongan tersebut di dalam forum-forum rapat atau pertemuan warga.

Sampai batas waktu penutupan pendaftaran perangkat desa, terjaring 10 orang pelamar, dimana 2 (dua) orang perempuan dan 8 (delapan) orang laki-laki yang kesemuanya warga Desa Bandungan.

c). Penyaringan

Sistem penyaringan pencalonan perangkat Desa sudah bagus, dimana panitia menyeleksi berkas administrasi atau persyaratan pendaftaran bakal calon atau pelamar dalam suatu rapat panitia dan dituangkan dalam suatu berita acara untuk kemudian ditetapkan sebagai calon bagi yang memenuhi persyaratan setelah sebelumnya diberikan waktu 3 (tiga) hari untuk melengkapi berkas bagi yang belum lengkap sejak diadakan penelitian berkas. Bakal calon yang dinyatakan lulus sebagai calon selanjutnya mengikuti ujian tertulis dan ujian praktek

komputer. Dalam tahapan ini panitia mengajukan dan menjalin kerjasama dengan perguruan tinggi yang dinyatakan dalam perjanjian kerjasama.

Untuk Ujian Tertulis dengan materi:

- 1) Pancasila dan UUD 1945
- 2) Pengetahuan tentang pemerintahan desa.
- 3) Kepemimpinan
- 4) Bahasa Indonesia
- 5) Bahasa Jawa
- 6) Pengetahuan Umum dan Kemasyarakatan

Untuk ujian praktek komputer dengan materi:

- 1) MS-words
- 2) MS Excel
- 3) MS Powerpoint

Namun untuk pelaksanaannya perlu dipertegas lagi tentang tugas dan kewenangan serta hak dari perguruan tinggi, panitia dan calon. Agar asas transparansi dapat lebih terwujud, karena dengan kondisi seperti kemarin dimana peserta hanya menerima nilai dari penguji, sehingga tidak bisa mengetahui lembar jawab masing-masing karena hasil ujian tidak diberikan kepada calon.

Seperti saat ujian komputer dimana seorang peserta yang lulusan dari perguruan tinggi negeri ternama dan setiap harinya bekerja dengan computer, tapi sewaktu ujian kemarin nilainya lebih jelek daripada peserta yang sebelumnya kurang bisa mengoperasikan

computer. Dari situ timbul dugaan terjadi kecurangan, karena pada saat menilai ujian komputer, semua peserta diminta keluar meninggalkan pekerjaan mereka di laptop masing masing.

2. *Input evaluation* (evaluasi terhadap masukan)

Dari sisi ini kita dapat mengevaluasi seberapa mampu penyelenggara atau pelaksana program Pencalonan Pengangkatan Perangkat desa ini menjalankan tugas dan kewajibannya. Dalam hal ini banyak Sumber Daya Manusia yang mampu dalam melaksanakan aturan ini. Hanya saja perlunya independensi dan netralitas dari Pihak terkait baik itu Camat, Kepala Desa maupun TP3D agar dalam melaksanakan tugas dan kewajiban mereka senantiasa tetap independen dan netral.

Namun dalam hal pelaksanaannya di desa Bandungan secara umum sudah berjalan dengan bagus dikarenakan semua pihak telah bekerja secara profesional dan memang pelaksana kegiatan dalam hal ini TP3D merupakan orang-orang yang mempunyai kredibilitas dan kemampuan yang diatas rata rata di wilayah Desa Bandungan, baik itu dalam memahami aturan juga untuk mengimplementasikannya dalam kegiatan.

3. *Process evaluation* (evaluasi terhadap proses)

Dalam pelaksanaan kegiatan ini ada satu proses atau tahapan yang tidak sesuai jadwal yaitu pelantikan. Pelantikan yang semula dijadwalkan tanggal 4 Mei atau 5 Mei, baru dapat dilaksanakan pada tanggal 10 Mei 2018. Hal ini juga membuat banyak pihak bertanya tanya dan menimbulkan kecurigaan akan terjadinya kecurangan untuk menggagalkan rekomendasi camat bagi calon yang mendapatkan nilai tertinggi digantikan calon lain yang tidak menempati peringkat pertama, sehingga bunyi pasal 31 Perbup Klaten No. 6 tahun 2018 “Kepala desa mengkonsultasikan secara tertulis dan memintakan rekomendasi untuk calon dengan peringkat tertinggi agar ditetapkan menjadi perangkat desa” terkesan diabaikan hanya untuk sekedar memenuhi keinginan pihak atau oknum tertentu. Namun pada akhirnya hal tersebut tidak terjadi sehingga meskipun mundur dari waktu yang dijadwalkan pelantikan dapat dilaksanakan sesuai dengan rekomendasi.

4. *Product evaluation* (evaluasi terhadap hasil)

Dalam kegiatan ini terpilihlah 4 (empat) orang calon yang menempati peringkat pertama dalam ujian yang diadakan oleh tim penguji. Selanjutnya empat calon tersebut diusulkan penetapannya kepada kepala desa untuk selanjutnya dimintakan rekomendasi camat oleh kepala desa. Perangkat desa terpilih memang layak dan patut untuk memenangkan kontestasi pencalonan perangkat desa Bandungan ini. Karena dari empat formasi yang ada dapat ditetapkan empat perangkat desa yang secara pengalaman dan secara lulusan mereka lebih tinggi dari calon lain yang gagal tersebut, sehingga kepuasan dan kepercayaan masyarakat terhadap perangkat desa terpilih dapat terpenuhi.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Evaluasi *context* (konteks) baik, sebab pelaksanaannya ada dasar hukumnya yaitu Peraturan Bupati Klaten No. 6 tahun 2018 yang merupakan penjabaran perda no 14 tahun 2017 tentang tata cara pengangkatan dan pemberhentian perangkat desa
- 2) Evaluasi *input* (masukan) sudah baik, dikarenakan TP3D sebagai pelaksana atau penyelenggara dan pihak pihak terkait seperti peserta/pelamar perangkat desa,

Kepala desa dan Camat berperan dengan baik, bekerja secara profesional dan menaati peraturan perundangan yang berlaku.

- 3) Evaluasi *process* (proses) secara keseluruhan cukup baik, meskipun ada satu tahapan yang mundur dari jadwal atau tahapan yang direncanakan yaitu tahapan pelantikan namun tidak sampai menimbulkan kegaduhan masyarakat sehingga bisa dikatakan cukup baik.
- 4) Evaluasi *product* (produk) baik, dikarenakan perangkat desa terpilih selain telah memenuhi persyaratan administratif juga memenuhi persyaratan umum dan khusus serta mempunyai tanggung jawab yang bagus dan dan mendapatkan kepercayaan masyarakat.

Untuk meningkatkan pelaksanaan pelaksanaan seleksi perangkat desa, maka diperlukan beberapa saran sebagai berikut:

- 1). Evaluasi *Context* (Konteks)

Untuk lebih meningkatkan peran serta dan kepercayaan masyarakat, maka perlu kiranya ditingkatkan sosialisasi yang lebih komprehensif kepada seluruh masyarakat.
- 2). Evaluasi *Input* (Masukan)

Untuk lebih menjamin kepercayaan masyarakat sebaiknya TP3D sebagai pelaksana tidak boleh ada ikatan keturunan dengan peserta, apabila ada yang bersangkutan sebaiknya diganti.

- 3). Evaluasi *Process* (Proses)

Untuk lebih menaati jadwal kegiatan yang dibuat dan direncanakan sebelumnya, apabila ada perubahan jadwal harus dimusyawarahkan bersama antara semua panitia dan pemerintah desa.

- 4). Evaluasi *Product* (Produk)

Untuk melayani masyarakat lebih maksimal sebaiknya perangkat desa yang diangkat belajar untuk berkomunikasi dengan baik dan benar serta bicara di depan orang banyak, karena hal tersebut sangat dibutuhkan masyarakat ketika mereka membutuhkan dalam keperluan di masyarakat, meskipun hal tersebut tidak tercantum dalam persyaratan pada saat pencalonan.

REFERENSI

- Ali Muhammad, Memahami Riset Prilaku Dan Sosial, Bandung : Pustaka Cendekia Utama
- Anas Sudijono, Pengantar Evaluasi Pendidikan, Jakarta : Raja Grafindo Persada, 1996
- Eko Putro Widoyoko, Evaluasi Program Pembelajaran, Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2009
- Farida Yusuf Tayibnapi, Evaluasi Program dan Instrumen Evaluasi, Jakarta : Rinekacipta, 2008
- Hasan M Iqbal, Pokok Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya, Bogor : Ghalia, 2002
- Jimly Asshiddiqie, Pengantar Ilmu Hukum Tata Negara, Jakarta : Sekretariat Jenderal dan Kepaniteraan Mahkamah Konstitusi Republik Indonesia

Nurkencana, Evaluasi Pendidikan, Surabaya :
Usaha Nasioanal, 1983

Peraturan Bupati Klaten nomor 6 tahun 2018
tentang Pedoman Pelaksanaan Peraturan
Daerah Kabupaten Klaten Nomor 14 tahun
2017 tentang tatacara pengangkatan dan
pemberhentian perangkat desa,

Sugiyono. Manajemen Diklat, Bandung :
Alfabeta, 2002

Sukardi, Evaluasi Pendidikan : Prinsip dan
Operasionalnya, Jakarta : Bumi Aksara,
2011

Sukardi, Metodologi Penelitian Pendidikan
Kompetensi Dan Praktiknya, Jakarta : Bumi
Aksara, 2014

**PENGARUH BUDAYA ORGANISASI, LINGKUNGAN KERJA
DAN MOTIVASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN
PALANG MERAH INDONESIA KABUPATEN KLATEN**

Sarwono

Program Studi Ilmu Administrasi Negara
Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Madani

Email:

wono.klaten@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi Pengaruh Budaya Organisasi, Lingkungan Kerja dan Motivasi terhadap Kinerja karyawan PMI Kabupaten Klaten baik secara parsial maupun simultan. Sampel penelitian sebanyak 30 responden dari 96 total populasi Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data adalah metode kuesioner dan data dianalisis secara kuantitatif dengan menggunakan program pengolahan data SPSS versi 20 untuk Windows.

Tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui berapa besar pengaruh budaya organisasi yang terdapat pada Kantor Palang Merah Indonesia Kabupaten Klaten. (2) Untuk mengetahui berapa besar pengaruh kinerja karyawan pada Kantor Palang Merah Indonesia Kabupaten Klaten. (3) Untuk menguji berapa besar pengaruh budaya organisasi, lingkungan kerja dan motivasi terhadap kinerja karyawan pada Palang Merah Indonesia Kabupaten Klaten .

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa : (1) Budaya Organisasi berpengaruh negatif terhadap Kinerja Karyawan PMI Kabupaten Klaten. (2) Lingkungan Kerja berpengaruh Positif secara signifikan terhadap kinerja karyawan. (3) Motivasi berpengaruh Positif secara signifikan terhadap kinerja karyawan. (4) Ada pengaruh positif dan signifikan variabel Budaya Organisasi, Lingkungan Kerja dan Motivasi terhadap kinerja karyawan di PMI Kabupaten Klaten. Hasil analisis koefisien determinasi diperoleh 0,85 atau 85 % yang artinya kinerja karyawan dipengaruhi oleh Budaya Organisasi, Lingkungan Kerja dan Motivasi sebesar 85%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel yang diteliti.

Kata kunci: Budaya Organisasi, Lingkungan Kerja, Motivasi dan Kinerja Karyawan.

ABSTRACT

This study aims to identify the influence of organizational culture, work environment and motivation on the performance of PMI employees in Klaten Regency, either partially or simultaneously.

The research sample consisted of 30 respondents from 96 total population. The technique used in data collection was a questionnaire method and the data were analyzed quantitatively using the SPSS version 20 data processing program for Windows.

The aims of this study are (1) to find out how much influence the organizational culture has on the Indonesian Red Cross Office, Klaten Regency. (2) To find out how much influence the

performance of employees at the Indonesian Red Cross Office Klaten Regency. (3) To test how much influence organizational culture, work environment and motivation have on employee performance at the Indonesian Red Cross, Klaten Regency.

The results showed that: (1) Organizational Culture had a negative effect on the Employee Performance of PMI Klaten Regency. (2) Work environment has a significant positive effect on employee performance. (3) Motivation has a significant positive effect on employee performance. (4) There is a positive and significant influence on the variables of Organizational Culture, Work Environment and Motivation on employee performance at PMI Klaten Regency. The results of the analysis of the coefficient of determination obtained 0.85 or 85%, which means that employee performance is influenced by Organizational Culture, Work Environment and Motivation by 85%, while the rest is influenced by other factors outside the variables studied.

Keywords: *Organizational Culture, Work Environment, Employee Motivation and Performance*

PENDAHULUAN

Elemen kunci dari sebuah organisasi adalah sumber daya manusia (SDM) yang unggul yang dapat mewujudkan tujuan organisasi. Untuk mencapai tujuan tersebut perlu mengelola Keberlangsungan organisasi dengan baik. Pengembangan SDM yang terpola dan berkesinambungan menjadi kebutuhan yang utama untuk masa depan organisasi. Perusahaan diharapkan memiliki produktivitas yang baik untuk memenuhi target perusahaan yang sudah ditetapkan. Kinerja karyawan yang baik dengan etos kerja yang tinggi akan membantu perusahaan untuk dapat memenuhi target perusahaan tersebut dan membantu perusahaan memperoleh keuntungan, sedangkan bila kinerja karyawan menurun dan buruk maka akan merugikan perusahaan tersebut. Robert L. Mathis dan John H. Jackson (2001 : 82) bahwa kinerja individu pegawai dipengaruhi oleh faktor-faktor : 1. Kemampuan, 2. Motivasi, 3. Dukungan yang diterima, 4. Keberadaan pekerjaan yang mereka lakukan, 5. Hubungan pegawai dengan organisasi.

Budaya memberikan identitas bagi anggota organisasi serta dapat membangkitkan komitmen terhadap

keyakinan serta nilai yang lebih besar dari dirinya sendiri. Seperti yang didefinisikan oleh Djoko Santoso (2003:21) bahwa budaya organisasi sebagai aturan yang dianut oleh seluruh anggota organisasi, secara terus menerus diteliti, diterapkan, dikembangkan, dioperasikan secara keseluruhan, dan dapat dijadikan sebagai tolak ukur untuk membentuk perilaku suatu organisasi.

Lingkungan kerja merupakan salah satu faktor yang dapat menjadi pengaruh dalam pelaksanaan pekerjaan dalam suatu perusahaan/lembaga untuk mendukung kinerja karyawan. Lingkungan kerja yang baik (sarana dan prasarana yang baik) atau buruk (tidak tersedianya sarana dan prasarana penunjang) dalam suatu organisasi suatu Lembaga secara langsung atau tidak langsung dapat mempengaruhi kinerja pegawai. Lingkungan kerja merupakan faktor-faktor diluar manusia baik fisik maupun non fisik pada suatu organisasi. Faktor fisik ini meliputi alat-alat kerja, suhu tempat bekerja, kepadatan, kebisingan serta luar tempat kerja. Sedangkan non fisik adalah hubungan kerja yang terbentuk dalam instansi antara atasan dan bawahan serta antara sesama karyawan Sihombing

(2004:134).

Motivasi berasal dari bahasa latin *move* yang berarti mendorong atau menggerakkan. Motivasi dalam manajemen hanya menargetkan kepada sumber daya manusia pada umumnya dan bawahan pada khususnya. Hasibuan (2010: 141) mendefinisikan “motivasi ialah pemberian daya penggerak yang membentuk kegairahan kerja seseorang, supaya mereka mau bekerja sama secara produktif berhasil mencapai dan mewujudkan tujuan yang telah ditentukan.”. Model Teori Motivasi Abraham Maslow berpendapat bahwa seseorang berperilaku/berbuat, karena adanya dorongan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Kebutuhan didefinisikan sebagai kesenjangan atau kontradiksi yang jelas antara fenomena dan motivasi yang ada di dalam dirinya sendiri. Jika kebutuhan karyawan tidak terpenuhi, karyawan akan menunjukkan sikap frustrasi. Di sisi lain, jika kebutuhannya terpenuhi, karyawan akan berperilaku riang sebagai ekspresi kepuasan. Menurut Maslow Lima (5) kebutuhan insan, antara lain: kebutuhan fisik, kebutuhan keselamatan, kebutuhan sosial, kebutuhan akan penghargaan martabat, serta aktualisasi diri (Maslow pada Brantas, 2009:105).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian kausal yaitu penelitian untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih dengan menggunakan metode pendekatan kuantitatif dimana pemecahan masalahnya berdasarkan pada angka-angka dalam mengambil kesimpulan dan memberikan saran-saran. Tujuan penelitian ini untuk menguji Pengaruh Budaya organisasi, Lingkungan kerja, Motivasi terhadap kinerja karyawan PMI kabupaten Klaten. Teknik yang digunakan dalam pengambilan data yaitu menggunakan kuesioner sebanyak 69 pertanyaan yang diberikan kepada responden yang diisi sesuai keadaan yang sesungguhnya. Dengan responden

sebanyak 30 orang dari total mpopulasi 96 orang. Berdasarkan Teori Kerlinger dan Lee (2000) menyarankan sebanyak 30 sampel sebagai jumlah minimal sampel dalam penelitian kuantitatif. Sebagai uji coba instrumen, maka data yang digunakan dalam uji validitas sebanyak 30 responden yang merupakan sampel dari populasi penelitian. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* maka pengambilan sampel responden berdasarkan: (1) Jabatan yang ada di PMI Kabupaten Klaten. (2) Tingkat Pendidikan. (3) Masa kerja seorang pegawai/karyawan.

Penelitian ini dilakukan di PMI Kabupaten Klaten yang berlokasi di Jalan Veteran 80 Klaten Utara. Bareng Lor, Klaten Utara. Metode analisis data yang digunakan yaitu metode kuantitatif dengan analisis regresi berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Deskriptif

Dari Analisis ini diperoleh karakteristik responden berdasarkan :

- a. Karakteristik responden berdasarkan Pendidikan diperoleh hasil untuk responden Pendidikan SLTA sebanyak 8 orang (27%), Pendidikan D3 sebanyak 15 orang (50%), Pendidikan S1 sebanyak 7 orang (10%) dan Pendidikan S2 sebanyak 1 (3%)
- b. Karakteristik responden berdasarkan Jabatan diperoleh hasil untuk responden Jabatan Staf 11 orang (37%), Kepala Sub Bidang 10 orang (33 %), Kepala Bidang 6 orang (20%), dan Kepala Unit 3 (10%).
- c. Karakteristik responden berdasarkan Masa Kerja diperoleh hasil untuk responden dengan masa kerja ≤ 5 tahun sebanyak 10 orang (33%), masa kerja 6-10 sebanyak 7 orang (24%), 11-15 tahun sebanyak 4

orang (13%), > 15 tahun sebanyak 9 orang (30%).

2. Uji Validitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah alat uji berupa kuesioner tersebut layak atau tidak digunakan dalam keperluan penelitian. Berikut hasil pengujian Instrumen:

Tabel Hasil Uji Validitas

No	variabel	No Item	R hitung	R tabel	Ke
1	Budaya Organisasi (X 1)	1	0.745	0.349	valid
		2	0.574	0.349	valid
		3	0.679	0.349	valid
		4	0.566	0.349	valid
		5	0.545	0.349	valid
		6	0.616	0.349	valid
		7	0.421	0.349	valid
		8	0.596	0.349	valid
		9	0.568	0.349	valid
		10	0.722	0.349	valid
		11	0.57	0.349	valid
		12	0.753	0.349	valid
		13	0.733	0.349	valid
		14	0.863	0.349	valid
		15	0.633	0.349	valid
		16	0.781	0.349	valid
		17	0.824	0.349	valid
		18	0.751	0.349	valid
		19	0.659	0.349	valid
		20	0.72	0.349	valid
		21	0.688	0.349	valid
2	Lingkungan Kerja (X2)	1	0.580	0.349	valid
		2	0.528	0.349	valid
		3	0.811	0.349	valid
		4	0.699	0.349	valid
		5	0.630	0.349	valid
		6	0.459	0.349	valid
		7	0.758	0.349	valid
		8	0.598	0.349	valid
		9	0.519	0.349	valid
		10	0.711	0.349	valid
		11	0.708	0.349	valid
		12	0.593	0.349	valid
		13	0.698	0.349	valid
		14	0.545	0.349	valid
		15	0.642	0.349	valid
		16	0.539	0.349	valid
		17	0.522	0.349	valid
		18	0.580	0.349	valid
3	Motivasi	1	0.826	0.349	valid

(X3)	2	0.833	0.349	valid	
	3	0.482	0.349	valid	
	4	0.417	0.349	valid	
	5	0.772	0.349	valid	
	6	0.833	0.349	valid	
	7	0.813	0.349	valid	
	8	0.558	0.349	valid	
	9	0.63	0.349	valid	
	10	0.368	0.349	valid	
	11	0.81	0.349	valid	
	12	0.364	0.349	valid	
	13	0.846	0.349	valid	
	14	0.891	0.349	valid	
	15	0.81	0.349	valid	
	4	Kinerja (Y)	1	0.807	0.349
2			0.492	0.349	valid
3			0.885	0.349	valid
4			0.599	0.349	valid
5			0.641	0.349	valid
6		0.487	0.349	valid	
7		0.719	0.349	valid	
8		0.6	0.349	valid	
9		0.641	0.349	valid	
10		0.719	0.349	valid	
11		0.83	0.349	valid	
12		0.373	0.349	valid	
13		0.488	0.349	valid	
14		0.599	0.349	valid	
15		0.807	0.349	valid	

Sumber : Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel diatas, bahwa seluruh variabel penelitian valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

3. Uji Realibilitas

Tabel Hasil Uji Realibilitas

No	variabel	(α)	Ket
1	Budaya Organisasi (X1)	0.938	Realibel
2	Lingkungan Kerja (X2)	0.902	Realibel
3	Motivasi (3)	0.929	Realibel
4	Kinerja Karyawan (Y)	0.902	Realibel

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan hasil perhitungan uji realibilitas nilai Cronbach's Alpha untuk keempat variabel

penelitian nilainya lebih besar dari 0,6 sehingga kuesioner dinyatakan reliabel

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients (Beta)	t hitung	t tabel
		B	Std. Error			
1	(Constant)	14,941	4,633		3,225	2,0555
	BUDAYA ORGANISASI X1	-,038	,054	-,064	-0,708	2,0555
	LINGKUNGAN KERJA X2	,180	,079	,233	2,280	2,0555
	MOTIVASI X2	,602	,072	,793	8,335	2,0555

a. Dependent Variable: KINERJA Y

Sumber data Primer diolah di SPSS Versi 20.0

Berdasarkan hasil perhitungan analisis Regresi Berganda pada table diatas diperoleh persamaan sebagai berikut:

- A. Uji pengaruh variabel Budaya Organisasi (X1) terhadap Kinerja karyawan memperoleh hasil $t_{hitung} -0,708$ lebih kecil dari $t_{tabel} 2.0555$ ($t_{hitung} < t_{tabel}$) Maka Budaya Organisasi tidak berpengaruh secara parsial terhadap kinerja karyawan. Sehingga H1 Budaya Organisasi berpengaruh terhadap kinerja karyawan PMI Kabupaten Klaten ditolak.
- B. Uji pengaruh variabel Lingkungan Kerja (X2) terhadap Kinerja karyawan memperoleh hasil nilai $t_{hitung} 2.280 > t_{tabel} 2.055$ ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dengan nilai signifikansi sebesar $0,031 < 0,05$, maka secara parsial Lingkungan kerja

berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Sehingga H2 yang menyatakan Lingkungan Kerja berpengaruh terhadap kinerja karyawan PMI Kabupaten Klaten diterima.

- C. Uji pengaruh variabel Motivasi (X3) terhadap Kinerja karyawan memperoleh hasil nilai $t_{hitung} 8.335 > t_{tabel} 2.0555$ ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Maka secara parsial Motivasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Sehingga H3 hipotesa Ketiga Motivasi berpengaruh terhadap kinerja karyawan PMI Kabupaten Klaten diterima.

5. Uji F
Tabel Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	820,980	3	273,660	49,233	.000 ^b
Residual	144,520	26	5,558		
Total	965,500	29			

a. Dependent Variable: KINERJA Y
b. Predictors: (Constant), MOTIVASI X2, BUDAYA ORGANISASI X1, LINGKUNGAN KERJA X2

Sumber: Data Primer diolah di SPSS versi 20.0

Berdasarkan tabel Uji F dapat diperoleh nilai $F_{hitung} 49.233$ dan $F_{tabel} 2.98$ ($F_{hitung} > F_{tabel}$) dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, maka Variabel Budaya Organisasi, Lingkungan Kerja dan Motivasi memiliki dampak kolektif terhadap kinerja karyawan. Berarti H4: Budaya Organisasi, Lingkungan kerja dan Motivasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja Karyawan PMI Kabupaten Klaten diterima.

6. Uji Koefisien Determinasi

Tabel Hasil Uji Koefisiensi Determinasi

Model Sumi

Model	R	R Square
1	.922 ^a	.850

a. Predictors: (Constant), MOTIVASI ORGANISASI X1, LINGKUNGAN

Sumber: Data Primer diolah di SPSS Versi 20

Berdasarkan uji koefisiensi determinasi pada Adjusted R Square diatas diperoleh hasil 0,850 atau (85%) dan besarnya presentase pengaruh variabel independen. Hal ini secara bersama-sama variabel Budaya Organisasi, Lingkungan Kerja dan Motivasi berpengaruh terhadap Kinerja karyawan sebesar 85% dan sisanya sebesar 15%, dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel penelitian yang digunakan.

PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh budaya organisasi, lingkungan kerja dan motivasi terhadap kinerja karyawan, dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Pengaruh Budaya Organisasi terhadap Kinerja Karyawan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Budaya Organisasi tidak berpengaruh terhadap kinerja karyawan. Pengaruh yang ditimbulkan negatif dan tidak signifikan, artinya Budaya Organisasi yang selama ini diterapkan oleh organisasi menimbulkan hasil kerja yang menurun. Menurut Phiti Sithi Amnuai dalam Prabundu Tika (2014:5) budaya organisasi sebagai sebuah pemikiran dasar dan keyakinan yang dipercayai oleh anggota suatu organisasi, yang kemudian dikembangkan dan dikomunikasikan untuk mengatasi masalah eksternal dan masalah integrasi internal. Budaya organisasi yang diterapkan di PMI Kabupaten Klaten selama ini belum dapat mempengaruhi kinerja karyawan secara signifikan. Berdasarkan hasil kuosioner kekurangan dapat dilihat pada : (1) Komunikasi dan koordinasi antar bagian. (2) Pengawasan oleh karyawan oleh atasan langsung.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Velly Angelia M. (2011) yang meneliti “Pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja karyawan PT. Telekomunikasi Indonesia Regional VII Makassar”

2. Pengaruh Lingkungan Kerja terhadap Kinerja karyawan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Lingkungan kerja berpengaruh terhadap Kinerja Karyawan. Sehingga dapat diartikan jika Lingkungan kerja semakin baik,

maka akan membuat kinerja karyawan di PMI Kabupaten Klaten semakin baik. Sebaliknya, apabila Lingkungan kerja rendah, maka akan membuat kinerja karyawan menurun. Lingkungan kerja ialah semua alat kerja dan bahan yang mereka hadapi, lingkungan disekitarnya dimana seseorang bekerja, metode kerjanya dan pengaturan kerjanya baik sebagai perseorangan maupun kelompok (Sedarmayanti, 2009:21). Lingkungan kerja dapat mempengaruhi kinerja karyawan maka perlu adanya Pemenuhan peralatan operasional sesuai standart Operasional dan Ruang tempat bekerja dibuat nyaman dan tidak teganggu oleh kebisingan dari lingkungan luar.

Pengurus PMI Kabupaten Klaten selama ini telah memberikan fasilitas sesuai dengan standart operasional dalam menjalankan program kerja sehingga karyawan merasa nyaman dengan kondisi lingkungan kerja. Hal tersebut berpengaruh terhadap kinerja karyawan yang ada jika kondisi lingkungan kerja sesuai dengan dirinya dan tidak terganggu saat mengerjakan pekerjaannya maka pekerja/pegawai bersemangat dalam bekerja serta memberikan efek pekerjaan dapat dikerjakan dengan baik dengan kinerja yang baik. Pengertian kinerja yaitu dimana hasil pekerjaan dari seorang karyawan selama dia bekerja dalam menjalankan tugas-tugas pokok dan fungsi jabatannya dapat dijadikan sebagai landasan apakah karyawan tersebut memiliki kinerja yang baik atau sebaliknya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yohanes Bosco Ian Purwa Aditya, Prayekti dan Jujuk Herawati (2006) yang meneliti “Pengaruh Motivasi Kerja, Disiplin Kerja Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan” mengungkapkan bahwa Motivasi kerja, Disiplin dan Lingkungan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan.

3. Pengaruh Motivasi terhadap Kinerja karyawan

Hasil penelitian ini adalah motivasi berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan. Dapat juga diartikan apabila motivasi semakin baik, akan membuat kinerja karyawan semakin baik. Sebaliknya, apabila motivasi kerja semakin rendah maka akan membuat kinerja karyawan semakin menurun. Menurut Hasibuan (2010: 141) “Motivasi ialah pemberian daya penggerak yang membentuk kegairahan kerja seseorang, supaya mereka mau bekerja sama secara produktif berhasil mencapai dan mewujudkan tujuan yang telah ditentukan.”

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Eric Inando (2021) yang memeliti tentang “Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai” menunjukkan hasil bahwa motivasi kerja memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kinerja pegawai.

PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang diperoleh maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- a. Uji Validitas dapat diambil kesimpulan bahwa semua pertanyaan dari kuesioner variable penelitian dinyatakan valid rhitung $>$ rtabel yaitu lebih besar dari 0,349.
- b. Uji realibilitas bahwa setiap pertanyaan dari kuesioner penelitian dinyatakan realibel dengan hasil uji realibilitas nilai *Cronbach's Alpha* untuk keempat variabel penelitian nilainya lebih besar dari 0,6.
- c. Hasil Analisis regresi linier berganda diperoleh persamaan regresi berganda yaitu $Y = 14.941 - 0,038 X_1 + 0.180X_2 + 0,602 X_3 + e$. Persamaan tersebut menunjukkan nilai konstanta penelitian sebesar 14.941 maka apabila semua variable X_1 (Budaya Organisasi), X_2 (Lingkungan kerja) dan X_3 (Motivasi) tidak ada perubahan atau konstan, maka kinerja karyawan meningkat sebesar 14.941 poin.
- d. Uji t untuk variabel Budaya Organisasi (X_1) terdapat pengaruh negatif dan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kinerja Karyawan (Y). Sehingga dalam penelitian ini H_1 yang berbunyi ada pengaruh Budaya Organisasi terhadap kinerja karyawan ditolak.
- e. Uji t untuk variable Lingkungan Kerja (X_2) terdapat pengaruh positif dan berpengaruh secara signifikan terhadap Kinerja Karyawan (Y). Sehingga dalam penelitian ini H_2 Lingkungan

Kerja berpengaruh terhadap kinerja karyawan diterima.

- f. Uji t untuk variable Motivasi (X_3) terdapat pengaruh positif dan berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Karyawan (Y). Sehingga dalam penelitian ini H_3 Motivasi berpengaruh terhadap kinerja karyawan diterima.
- g. Uji F diperoleh Variabel Budaya Organisasi, Lingkungan Kerja dan Motivasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja karyawan dan H_4 yang diajukan dalam penelitian ini diterima.
- h. Hasil koefisien determinasi Adjusted (R^2) bahwa pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen secara bersama-sama berpengaruh t sebesar 85% dan sisanya sebesar 15% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel penelitian yang digunakan.

Berdasarkan hasil penelitian maka saran yang diberikan adalah :

- a. Berdasarkan variabel budaya organisasi masih terdapat kelemahan dalam penerapan terhadap karyawannya sehingga belum mampu meningkatkan kinerja karyawan sehingga perlu adanya perbaikan terhadap budaya Organisasi yang berjalan saat ini. Disarankan kepada Pengurus PMI Kabupaten Klaten untuk memberikan pengarahan lebih intensif lagi mengenai tahap-tahap dan kegiatan yang dijalankan oleh organisasi sehingga karyawan lebih memahami tujuan organisasi. Diharapkan Pengurus PMI Kabupaten Klaten mampu menciptakan budaya organisasi

- yang dapat meningkatkan kinerja karyawan dan mampu menghadapi perkembangan teknologi yang lebih modern.
- b. Berdasarkan hasil kuosioner hendaknya PMI Kabupaten Klaten meningkatkan komunikasi dan koordinasi antar unit kerja yang mampu menciptakan budaya organisasi yang dapat meningkatkan kinerja karyawan PMI Kabupaten Klaten sehingga mampu membangun hubungan yang baik dan produktif..
 - c. Memaksimalkan pengawasan pada tingkat bawah guna memberikan koreksi terhadap hasil kerja karyawan sehingga karyawan lebih maksimal dalam melaksanakan tugas dan tanggungjawab mereka.
 - d. Hendaknya PMI Kabupaten Klaten meningkatkan suasana kerja yang nyaman sehingga mampu memotivasi karyawan untuk meningkatkan kinerja karyawan yang dapat disesuaikan dengan SOP dan anggaran yang dimiliki. .
 - e. Untuk memajukan PMI Kabupaten Klaten hendaknya karyawan memberikan saran, ide atau kritik yang mampu menciptakan suasana yang mengangkat kreativitas guna meningkatkan kinerja perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Andreas, Lako. 2004. Kepemimpinan dan Kinerja Organisasi Isu Teori dan Solusi, Yogyakarta, Amara Books
- Alvin Syaiful Hidayat, 2016. Pengaruh Motivasi Kerja, Kepuasan Kerja, Stress Kerja Dan Self Efficacy Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Pada RSUD Saras Husada Purworejo). Skripsi. Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Ghazali, (2005). Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS, BP Universitas Diponegoro, Semarang.
- Eric Inando (2021). Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai. Skripsi Malang: Program Studi Psikologi. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Fatimah, Siti. 2020. Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Pelatihan Sebagai Variabel Intervening Pada PT. Bank Pengkreditan Rakyat (BPR)Artha Kanjuruhan Pemerintahan Kabupaten Malang. Skripsi Malang, Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Fembriani Fembriani, Melan Gewahi (2021). "Pengaruh Model Probing-Prompting Terhadap Hasil Belajar IPA Peserta Didik Kelas V", Jurnal Ilmiah KONTEKSTUAL.
- Ginda Sumardhika Siregar, 2018. Pengaruh Budaya Organisasi dan Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Pegawai Dinas Pendidikan Kabupaten Tapanuli Tengah. Skripsi. Medan. Universitas Sumatera Utara.
- Hasibuan, H. Malayu S.P. (2005).

- Manajemen Sumber Daya Manusia. Yogyakarta : BPF-UGM.
- Hendri Dunan, Desi Rahmawati, Appin Purisky Redaputri (2020). "Pengaruh Budaya Organisasi Dan Kompetensi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Angkasa Pura I (Persero)", *Jurnal Perilaku dan Strategi Bisnis*, Vol 8 No 2 119-128.
- Hutabarat, L., Anggen, K. ., & Murniati, M. (2020). Pengaruh Motivasi Kerja dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT. Suryamas Cipta Perkasa II Desa Paduran Sebangau Kecamatan Sebangau Kuala. *Jurnal Manajemen Sains Dan Organisasi*, 1(3), 214–230.
- Kerlinger, F. N., & Lee, H. B. (2000). *Foundation of behavioral research* (Fourth Edi). Reinnar & Winston, Inc
- Laras Dwi Hartini, Noor Indah Rahmawati (2020). "Pengaruh Standarisasi ISO 9001: 2008 dan Budaya Organisasi terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Sumberdaya Dian Mandiri", *Jurnal Ekonomi Bisnis & Manajemen*, Vol 8 No1:40-54.
- Mangkunegara, Anwar. (2005). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Jakarta : Salemba Empat.
- Ndraha (1997 : 21). Dalam PT. Bumi Aksara (2006). *Budaya Organisasi dan Peningkatan Kinerja* Perusahaan. Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Noto Atmodjo. (2019), Soekidjo. *Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Reneka Cipta.
- Nurchayani, N., Aminah, S., & Suryana, A. (2021). Peranan Orangtua Dalam Mengantisipasi Dekadensi Akhlak Pada Anak Remaja. *Tarbiatuna: Journal of Islamic Education Studies*, 1(1), 54-80. <https://doi.org/10.47467/tarbiatuna.v1i1.249>
- Nia Trisniati, Budiman Abdulah (2021). "Pengaruh Motivasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pt Asuransi Jiwa Bca (BCA LIFE) Mangga Besar, Jakarta Pusat", *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 12(2): 15-32
- PMI.(2019). *Pokok-pokok Kebijakan Rencana Strategis Palang Merah Indonesia 2019-2024*. Jakarta. Pengurus Pusat Palang Merah Indonesia.
- Robbins, Stephen P . 2006. *Perilaku Organisasi*. Jakarta . PT Indeks
- Rodi Ahmad Ginanjar. (2013). *Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Dinas Pendidikan Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Sleman*. Skripsi. Yogyakarta: Program Studi Manajemen Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta.
- Riska Pratiwi, 2012. *Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor*

- Pelayanan Kekayaan Negara Dan Lelang Makassar. Skripsi. Makasar. Universitas Hasanudin Makasar.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sedarmayanti. (2009). *Tata Kerja dan Produktifitas Kerja*. Bandung: CV.Mandar Maju.
- Velly Angelia M, 2011. *Pengaruh Budaya Organisasi terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Telekomunikasi Indonesia Regional VII Makassar*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin Makassar. Tidak dipublikasikan.
- Vosva Sari Elsa, 2013. *Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Taspen (Persero) Cabang Yogyakarta, Tugas Akhir Yogyakarta*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Agustina Setyo Utami & Handoyo Djoko Waluyo. 2017. *Pengaruh Budaya Organisasi, Motivasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada KSP*. Jurnal Lohjinawe, Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, vol. 6, no. 3, pp. 465-473, Jun. 2017.
- Ary Sutrischastini & Agus Riyanto. 2015. *Pengaruh Motivasi kerja terhadap kinerja pegawai Kantor Sekretariat Daerah Kabupaten Gunung Kidul*, Jurnal Kajian Bisnis Vol. 23, NO. 2, 2015, 121 - 137
- Arbi Leo Baskoro, Sri Yuni Widowati, Aprih Santoso (2019). "Menakar Determinan Kinerja karyawan", Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi, Vol 6 No 1.
- Anjur Perkasa Alam, Asmawarna Sinaga, Ayu Liviana, Dewi Indriani (2020), [Pengaruh Budaya Organisasi terhadap Lingkungan Kerja pada PT BRI Syariah Kantor Cabang S. Parman Medan](#), [El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam: Vol 1 No 1](#).
- Anwar Ikhsan. 2016. *Analisis Pengaruh Budaya Organisasi dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Non Dosen Pada Universitas Mercu Buana Jakarta*, Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis Volume 2, Nomor 1, Maret 2016, Hal. 17-35.
- Bernard, Chester I. 1999. *The Function of Executive (Edition 6th)*. Dryden: Dryden Press. Enrico maramis. 2013. *Kepemimpinan Budaya Organisasi Dan Motivasi Pengaruhnya Terhadap Kinerja Karywan Pada PT Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Menado*. Jurnal EMBA. Vol.1 no.4 desember. Hal.955-963.
- Budi Santoso, Karuniawati Hasanah (2018). "Pengaruh Budaya Oraganisasi Dan Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus Pada PT. SNS Cabang Madiun)", Capital: Jurnal

Ekonomi dan Manajemen, Vol
1 no1 28-37.

D C Purba, Victor P.K Lengkong & S
Loindong .2019. Analisis
Pengaruh Kepuasan Kerja,
Motivasi Kerja Dan Disiplin
Kerja Terhadap Kinerja
Karyawan Pada Perusahaan
Umum Percetakan Negara
Republik Indonesia Cabang
Manado. Jurnal EMBA Vol.07
No. 1 Januari 2019, Hal 841-
850.

Wahyuniardi, R., Nurjaman, S., &
Ramadhan, M. R. (2018).
Pengaruh budaya organisasi
dan lingkungan kerja terhadap
kepuasan kerja dan kinerja
karyawan. *Jurnal Optimasi
Sistem Industri*, 17(2), 143-
151.

Yoeyong Rahsel.2016. Pengaruh
Motivasi Kerja Terhadap
Kinerja Pegawai Administrasi
Pusat Universitas Padjadjaran
Bandung (Studi Pada Bagian
Administrasi Umum UNPAD)
Jurnal Manajemen Magister,
Vol. 02. No.02, Juli 2016.

IMPLEMENTASI PROGRAM KARTU INDONESIA SEHAT DI PUSAT KESEHATAN MASYARAKAT NGAWEN II KABUPATEN GUNUNGKIDUL

Nur Hidayah

Program Studi S1 Administrasi Publik STIA Madani Klaten

e-mail : auliabintang715@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan jenis penelitian secara deskriptif dengan menggunakan metode kualitatif. Penelitian ini didasarkan pada adanya fenomena dimana masih ditemukan adanya beberapa kendala mekanisme dalam pelaksanaan KIS. Penelitian ini dilaksanakan di Puskesmas Ngawen II, dimana Puskesmas Ngawen II merupakan Puskesmas unggulan karena merupakan salah satu Puskesmas dengan fasilitas yang cukup lengkap yaitu: rawat inap, kamar bersalin, rawat jalan yang meliputi pengobatan umum, pengobatan gigi, pengobatan ibu dan anak, laboratorium, dan pelayanan obat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana implementasi program KIS dalam layanan masyarakat di Puskesmas Ngawen II.

Metode penelitian yang digunakan untuk mengetahui keberhasilan pelaksanaan Program KIS di Puskesmas Ngawen II dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Data primer dalam penelitian ini didapatkan dari hasil wawancara dengan responden. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi berupa foto. Sedangkan untuk teknik pengambilan sampel digunakan pengambilan sampel secara random sampling dengan populasinya adalah seluruh pegawai Puskesmas Ngawen II dan peserta KIS yang berkunjung ke Puskesmas Ngawen II.

Hasil dari penelitian ini, Implementasi Program Kartu Indonesia Sehat di Puskesmas Ngawen II sudah bisa dikatakan berhasil walaupun ada sedikit kendala, hal ini disebabkan karena variabel yang menjadi tolok ukur penelitian belum terpenuhi secara maksimal, yaitu sedikitnya kepentingan-kepentingan terkait KIS, manfaat sudah dirasakan oleh peserta KIS, perubahan yang belum tercapai, letak pengambilan keputusan sudah ditetapkan, pelaksana program sudah ditentukan secara rinci, sumber daya yang digunakan sudah cukup, strategi yang dibuat sudah baik, dan respon dari pelaksana sudah baik dalam melaksanakan program KIS.

Kata kunci: *implementasi, program KIS, kebijakan kesehatan*

ABSTRACT

This research is a type of descriptive research using qualitative methods. This research is based on a phenomenon where there are still some mechanism constraints in the implementation of KIS. This research was carried out at the Ngawen II Public Health Center, where the Ngawen II Public Health Center is a superior health center because it is one of the health centers with complete facilities, namely: inpatient, delivery room, outpatient which includes general treatment, dental treatment, mother and child treatment, laboratory, and drug services. The purpose of this study was to determine how the implementation of the KIS program in community services at the Ngawen II Public Health Center.

The research method used to determine the success of the implementation of the KIS Program at the Ngawen II Public Health Center in this study was a qualitative research method. The primary data in this study were obtained from interviews with respondents. Data collection techniques were carried out by interview, observation, and documentation in the form of photos. As for the sampling technique, random sampling was used with the population being all

employees of the Ngawen II Public Health Center and KIS participants who visited the Ngawen II Public Health Center.

The results of this study, the Implementation of the Healthy Indonesia Card Program at the Ngawen II Health Center can be said to be successful even though there are few obstacles, this is because the variables that are the benchmarks of the research have not been fulfilled optimally, namely the few interests related to KIS, the benefits have been felt by KIS participants. , changes that have not been achieved, the location of decision making has been determined, the program implementers have been determined in detail, the resources used are sufficient, the strategies made are good, and the response from the implementers is good in implementing the KIS program.

Keywords: implementation, KIS program, health policy

PENDAHULUAN

Salah satu bentuk nyata pelayanan publik adalah pelayanan dalam bidang kesehatan. Kesehatan termasuk investasi bagi negara, artinya hanya manusia sehat jasmani rohani yang tangguh, mandiri, dan berkualitaslah yang dapat melakukan pembangunan. Hal ini sangat diperlukan tidak hanya untuk menunjang keberhasilan program pembangunan, tetapi juga untuk meningkatkan produktivitas dan meningkatkan kesejahteraan. Maka dari itu pemerintah mengeluarkan beberapa program yang pro terhadap pembangunan manusia diantaranya yaitu program Kartu Indonesia Pintar, program Kartu Indonesia Sehat, dan program Kartu Keluarga Sejahtera dalam rangka mewujudkan Nawa Cita tersebut.

Presiden Indonesia memiliki visi dan misi yaitu terwujudnya Indonesia yang berdaulat, mandiri, dan berkepribadian berlandaskan gotong royong memiliki korelasi makna dengan poin ke-5 Nawa Cita yakni meningkatkan kualitas hidup manusia

Indonesia. Maka dari itu Pemerintah membentuk suatu program pelayanan kesehatan, dalam upaya memberikan layanan kesehatan yang mampu menjangkau semua lapisan masyarakatnya yaitu dengan dikeluarkannya Instruksi Presiden No. 07 Tahun 2014 Tentang Kartu Indonesia Sehat, Kartu Indonesia Pintar, dan Kartu Keluarga Sejahtera.

Usaha Pemerintah ini kemudian disampaikan dengan dibentuknya program Kartu Indonesia Sehat yang disingkat menjadi "KIS". Mengacu pada rencana strategis Kementerian Kesehatan 2015 - 2019 dan arah perencanaan Pembangunan Nasional (SPPN) terdapat dua program sebagai implementasinya yaitu program Kartu Indonesia Sehat (KIS) dan Kartu Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Kesehatan (BPJS). Kartu Indonesia Sehat (KIS) dikeluarkan untuk menjangkau seluruh masyarakat kurang mampu untuk mendapatkan

pelayanan kesehatan, sehingga diharapkan bagi masyarakat kurang mampu tidak ada lagi hambatan untuk mendapatkan pelayanan kesehatan.

Program Kartu Indonesia Sehat (KIS) didasarkan pada sistem rujukan, tentunya hal ini akan menjadi ancaman karena dengan keterbatasan alat kesehatan, kondisi Puskesmas yang tidak kondusif, bahkan minimnya penggunaan Teknologi Informatika dalam menunjang pelayanan kesehatan, akan berdampak pada kesuksesan penerapan program Kartu Indonesia Sehat (KIS) di Puskesmas.

Puskesmas menjadi fasilitas kesehatan yang memiliki peran penting, sehingga apabila puskesmas tidak mampu menangani pelayanan kesehatan secara maksimal atau penerapan Program Kartu Indonesia Sehat (KIS) di Puskesmas belum dibarengi dengan kesiapan fasilitas primernya, maka rujukan otomatis akan menumpuk di Rumah Sakit. Akhirnya bukan tidak mungkin akan menimbulkan kerugian dan diskriminasi pelayanan kesehatan pada masyarakat.

Implementasi program KIS masih mengalami beberapa kendala seperti belum semua penduduk tercakup menjadi peserta, bahkan masyarakat miskin yang seharusnya layak mendapatkan program KIS banyak

yang belum mempunyai kartu KIS tersebut, justru kebanyakan yang terjadi sekarang orang yang seharusnya mampu juga menjadi peserta KIS. Ada juga masyarakat peserta KIS yang datang ke Puskesmas tanpa membawa identitas diri masing-masing sehingga juga menghambat dalam memperoleh pelayanan kesehatan. Selain itu juga ada beberapa kasus kartu peserta KIS yang sudah tidak aktif lagi sehingga tidak bisa digunakan untuk memperoleh layanan kesehatan secara gratis.

Sebagai fasilitas kesehatan tingkat pertama, Puskesmas diharapkan dapat memperbaiki dan meningkatkan kualitas kesehatan masyarakat. Dimana penanganan masalah kesehatan masyarakat menjadi peran dan tanggung jawab penuh para petugas atau tenaga kesehatan di Puskesmas.

Dari observasi sebelum dilakukan penelitian ada beberapa masalah dalam penerapan Program Kartu Indonesia Sehat (KIS) diantaranya adalah antrian yang panjang dan lama untuk mendapatkan pelayanan kesehatan, terbatasnya pengetahuan tentang program Kartu

Indonesia Sehat (KIS) sehingga kurang memahami alur rujukan, jauhnya jarak rumah ke Puskesmas, serta kurang maksimalnya penggunaan fasilitas yang ada di Puskesmas.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian terkait penerapan program kartu Indonesia Sehat (KIS) di Puskesmas Ngawen II Kabupaten Gunungkidul. Adapun judul yang peneliti angkat ialah “Implementasi Program Kartu Indonesia Sehat di Pusat Kesehatan Masyarakat Ngawen II Kabupaten Gunungkidul”.

KAJIAN PUSTAKA

Kerlinger (dalam Harbani, 2007 : 9) mengemukakan bahwa teori adalah serangkaian konsep, batasan dan proposisi yang menyajikan suatu pandangan sistematis tentang fenomena dengan fokus hubungan dengan merinci hubungan-hubungan antar variabel dengan tujuan menjelaskan dan memprediksi gejala itu. Berkaitan dengan judul penelitian ini, yakni “Implementasi Program KIS di Pusat Kesehatan Masyarakat Ngawen II Kabupaten Gunungkidul, maka landasan yang dipakai oleh peneliti adalah teori implementasi kebijakan, teori model-model implementasi, teori kebijakan publik, program pelayanan

kesehatan gratis, program Kartu Indonesia Sehat.

Implementasi Kebijakan pada prinsipnya adalah cara agar suatu kebijakan dapat tercapai tujuannya. Ada beberapa definisi implementasi kebijakan publik menurut para ahli, definisi Jenkis (dalam Parsons, 2006 : 463) mengatakan Implementasi adalah studi perubahan, bagaimana perubahan terjadi, bagaimana kemungkinan perubahan bisa dimunculkan. Definisi lain diungkapkan oleh Maxmanian dan Sabatier (dalam Agustino, 2006 : 139), Implementasi kebijakan adalah pelaksanaan keputusan kebijakan dasar, biasanya dalam bentuk undang-undang namun dapat pula berbentuk perintah-perintah atau keputusan-keputusan eksekutif yang penting atau keputusan badan peradilan. Van Meter dan Van Horn (dalam Agustino, 2006 : 139), mendefinisikan Implementasi kebijakan publik sebagai tindakan-tindakan yang dilakukan baik oleh individu atau pejabat suatu kelompok pemerintah atau swasta yang diarahkan pada tercapainya tujuan-tujuan yang telah digariskan dalam keputusan kebijakan. Tindakan-tindakan yang dimaksud dalam hal ini mencakup

usaha-usaha untuk mengubah keputusan-keputusan menjadi tindakan-tindakan operasional dalam kurun waktu tertentu maupun dalam rangka melanjutkan usaha-usaha untuk mencapai perubahan-perubahan besar dan kecil yang ditetapkan oleh keputusan-keputusan. Grindle (dalam Agustino, 2006 : 154), dalam teorinya juga menyebutkan pengukuran keberhasilan suatu implementasi dapat dilihat dari prosesnya, yaitu dengan mempertanyakan apakah pelaksanaan program sesuai dengan yang telah ditentukan dan apakah tujuan program tersebut tercapai. Dari beberapa definisi implementasi diatas bisa diambil kesimpulan bahwa implementasi dapat diartikan sebagai proses pelaksanaan dari kebijakan yang telah diprogramkan sebelumnya dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Proses implementasi sebagian besar dipengaruhi oleh macam-macam tujuan yang ingin dicapai dan dipengaruhi oleh tujuan-tujuan yang dirumuskan. Dengan demikian, tingkat keberhasilan atau tidaknya pencapaian tujuan suatu kebijakan ditentukan dari keseluruhan tahap implementasinya. Ada beberapa model implementasi kebijakan publik yang lazim dipergunakan dalam literatur ilmu kebijakan. Pemilahan jenis model implementasi kebijakan pada

prinsipnya terdapat dua jenis model pemilahan, yaitu pemilahan implementasi yang berpola “dari atas ke bawah” (*top-bottom*) versus “dari bawah ke atas” (*bottom-topper*), dan pemilahan implementasi yang berpola paksa (*command-and-control*), dan mekanisme pasar (*economic incentive*) (Nugroho, 2003:165). Di antara keduanya ada interaksi pelaksanaan antara pemerintah dengan masyarakat (Nugroho, 2003: 167). a).Model Implementasi Merille S.Grindle. Grindle mengemukakan model implementasi kebijakan ditentukan oleh isi kebijakan dan konteks implementasinya. Ide pokoknya adalah setelah kebijakan ditransformasikan, barulah hasil implementasi kebijakan ditentukan oleh implementability (Nugroho, 2008 : 445). b).Model Implementasi George C. Edward III, Edward III mengemukakan model implementasi kebijakan disebut dengan Direct and Indirect Impact on Implementation. Menurut Edward III ada empat faktor yang mempengaruhi keberhasilan atau kegagalan implementasi suatu kebijakan, yaitu faktor sumber daya, birokrasi, komunikasi, dan disposisi, (Agustino,

2006:156). Faktor pertama yaitu faktor sumber daya. Yang kedua adalah Faktor Komunikasi. Ketiga adalah Faktor Disposisi (sikap). Keempat adalah Faktor Struktur Birokrasi. Menurut Mazmanian dan Sabatier model implementasi dikenal dengan Kerangka Analisis Implementasi (*A Framework for Implementation Analysis*).

Kebijakan publik adalah aturan-aturan dan merupakan bagian dari keputusan politik yang mengikat bagi orang banyak pada tataran strategis atau bersifat garis besar yang dibuat oleh pemegang otoritas publik. Otoritas publik harus membuat kebijakan publik sebagai keputusan yang mengikat publik, yaitu menerima mandat dari orang banyak setelah melalui proses pemilihan yang berlaku sesuai dengan amanat yang tercantum dalam konstitusi. Pengertian tentang kebijakan publik telah banyak didefinisikan oleh para ahli dan sumber. Seperti menurut Robert Eyestone (dalam Winarno, 2012 : 20) “bahwa secara luas kebijakan publik dapat didefinisikan sebagai hubungan suatu unit pemerintah dengan lingkungannya”. Sedangkan menurut Thomas R. Dye (dalam Winarno, 2012 : 20) mengatakan “bahwa kebijakan publik adalah apapun yang dipilih oleh pemerintah untuk dilakukan atau tidak dilakukan”. Kebijakan publik merupakan

kebijakan yang dibuat oleh institusi otoritatif yang ditujukan dan berdampak kepada publik serta ditujukan untuk mengatasi persoalan-persoalan publik (Lester dan Stewart, 2002). Berkaitan dengan hal tersebut, James Anderson (dalam Winarno, 2012 : 22), mendefinisikan kebijakan publik adalah arah tindakan yang mempunyai maksud yang ditetapkan oleh seorang aktor atau sejumlah aktor dalam mengatasi suatu masalah atau suatu persoalan.

Program Pelayanan Kesehatan Gratis secara umum dimaknai sebagai penjabaran dari suatu perencanaan, juga bisa diartikan sebagai suatu kerangka dasar dari pelaksanaan kegiatan. Pengertian program yang pertama menurut Sutomo Kayatomo (1985:162), adalah rangkaian aktivitas yang mempunyai awal yang harus dilaksanakan kemudian diselesaikan untuk mendapatkan suatu tujuan. Sedangkan menurut Manullang (1987:1), “program sebagai unsur dari suatu perencanaan, program dapat pula dikatakan sebagai gabungan dari politik, prosedur, dan anggaran yang dimaksudkan untuk menetapkan suatu tindakan untuk waktu yang akan

datang”. Dari definisi-definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa program dikembangkan adalah untuk mewujudkan tujuan-tujuan kebijakan yang kurang lebih sama. Agar program yang direncanakan dapat mencapai target yang diharapkan, maka sebelum mengimplementasikan suatu program, terlebih dahulu harus diketahui secara jelas uraian pekerjaan yang dilakukan secara sistematis, tata cara pelaksanaan, jumlah anggaran yang dibutuhkan dan kapan waktu pelaksanaannya. Pelayanan kesehatan selain sebagai suatu usaha untuk memperbaiki kesejahteraan masyarakat, juga dalam rangka usaha pembinaan dan pengembangan pemanfaatan sumber daya manusia. Maka pelayanan kesehatan adalah setiap upaya yang diselenggarakan secara sendiri atau secara bersama-sama dalam suatu organisasi untuk memelihara, meningkatkan kesehatan, mencegah dan menyembuhkan penyakit serta memulihkan kesehatan perorangan, keluarga, kelompok, dan ataupun masyarakat.

Program Kartu Indonesia Sehat adalah bentuk perwujudan dari Nawa Cita Presiden Joko Widodo. Kartu Indonesia Sehat (KIS) adalah kartu identitas peserta Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) yang dikelola oleh Badan Penyelenggara

Jaminan Sosial (BPJS) Kesehatan sebagai bentuk pelaksanaan dari program Indonesia Sehat. KIS merupakan pelaksanaan dari jaminan Kesehatan Nasional (JKN) yang diperuntukkan bagi masyarakat miskin yang belum masuk rekapan tanggungan Jaminan Kesehatan Nasional. Undang-Undang No.40 tentang Sistem Jaminan Sosial Nasional (SJSN). UU No. 40 Tahun 2004 ini mengamanatkan bahwa jaminan sosial wajib bagi seluruh penduduk membentuk asuransi kesehatan untuk tenaga kerja dikeluarkan untuk melatarbelakangi Kartu Indonesia Sehat.

Untuk mensukseskan pelaksanaan Jaminan Kesehatan Nasional, pemerintah kemudian membentuk Badan Penyelenggara Jaminan Sosial yang merupakan transformasi PT. Penyelenggaraan Jaminan Kesehatan Nasional dinaungi oleh Askes sebagai badan hukum publik. Harapan dibentuknya BPJS Kesehatan adalah seluruh masyarakat terutama masyarakat miskin yang selama ini mengalami kesulitan dalam mendapatkan pelayanan kesehatan yang layak dan bermutu karena

keterbatasan finansial bisa teratasi. Dalam menjalankan program layanan Jaminan Kesehatan Nasional tersebut BPJS Kesehatan bekerjasama dengan beberapa fasilitas kesehatan diantaranya Puskesmas,

METODE PENELITIAN

Ada beberapa jenis metode dalam sebuah penelitian, dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Menurut Bungin (2007 : 68), penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk menggambarkan, meringkaskan berbagai kondisi, situasi, atau fenomena realitas sosial yang ada di masyarakat yang menjadi objek penelitian dan berupaya menarik realitas itu ke permukaan sebagai suatu ciri, karakter, sifat, model, tanda, atau gambaran tentang kondisi, situasi, ataupun fenomena tertentu. Gambaran realitas dari masalah dalam penelitian ini akan dideskripsikan oleh penulis dengan menggunakan data-data

LOKASI DAN WAKTU PENELITIAN

Penelitian yang diambil adalah mengenai Implementasi Program Kartu Indonesia Sehat di Puskesmas Ngawen II Kabupaten Gunungkidul. Alasan penulis mengambil lokasi penelitian ini dikarenakan pelaksanaan program

Rumah Sakit, klinik, dan praktik dokter perorangan untuk membuka pintu pelayanan kesehatan bagi masyarakat khususnya mereka yang ekonominya rendah.

yang ada. Lebih jelasnya bentuk penelitian ini yaitu mengumpulkan informasi atau data yang berkaitan dengan variabel isi kebijakan dengan indikatornya kepentingan-kepentingan yang terkait, jenis manfaat yang diperoleh, derajat perubahan yang diharapkan, letak pengambilan keputusan, pelaksana program, dan sumber-sumber daya yang digunakan dan variabel konteks implementasi dengan indikatornya kekuasaan, kepentingan-kepentingan dan strategi dari aktor yang terlibat, karakteristik dari lembaga dan rezim yang berkuasa, tingkat kepatuhan dan adanya respon dari pelaksana.

kartu Indonesia Sehat di Puskesmas Ngawen II Kabupaten Gunungkidul tampaknya belum dapat dikatakan efektif dalam implementasinya seperti kurangnya sosialisasi tentang program KIS kepada masyarakat, kurangnya kesiapan fasilitas primer yang ada di Puskesmas Ngawen II Kabupaten

Gunungkidul, serta kurang maksimalnya penggunaan fasilitas yang ada di Puskesmas Ngawen II Kabupaten Gunungkidul.

Tujuan pemilihan lokasi ini untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dalam pemecahan rumusan masalah terkait isi kebijakan dan lingkungan kebijakan dengan menggunakan teori yang sudah ditentukan oleh peneliti sehingga dapat diperoleh kesimpulan yang jelas mengenai penelitian ini. Untuk memperoleh data dan informasi sebagai bahan dalam penulisan skripsi ini sekaligus untuk menjawab permasalahan yang telah dijelaskan, maka penelitian ini dilakukan di Puskesmas Ngawen II Kabupaten Gunungkidul yang beralamat di Kalurahan Tancep Rt 03 Rw 06 Kapanewon Ngawen Kabupaten Gunungkidul Provinsi DIY. Waktu penelitiannya adalah mulai tanggal 12 Juli 2021 sampai dengan 10 September 2021.

METODE PENGUMPULAN DATA

Langkah yang paling utama dalam penelitian adalah teknik pengumpulan data, karena bertujuan untuk

memperoleh data dan informasi. Jika belum mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang diharapkan (sugiyono, 2016: 101). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain: a. Wawancara Menurut Hasan (1963), mengartikan wawancara adalah sebagai interaksi bahasa yang berlangsung antara dua orang dalam satu situasi yang saling berhadapan. Melakukan wawancara yaitu meminta informasi atau ungkapan kepada orang yang diteliti. Pedoman wawancara disusun terlebih dahulu sebelum penulis terjun ke lapangan. b. Observasi adalah teknik dengan melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian kemudian hal-hal yang terjadi dilapangan dicatat untuk melengkapi data-data yang diperlukan, yang kemudian dijadikan sebagai pedoman yang berkaitan dengan permasalahan penelitian. Pedoman observasi disusun sebelum penulis turun ke lapangan. c. Studi Dokumentasi merupakan teknik dengan mengumpulkan catatan atau foto-foto dan rekaman yang ada di lokasi penelitian, serta sumber-sumber

lain yang relevan dengan objek penelitian. Penulis terlebih dahulu menyusun pedoman untuk dokumentasi di lokasi penelitian. Untuk teknik pengambilan sampelnya menggunakan random sampling dengan populasinya adalah pegawai Puskesmas Ngawen II dan peserta KIS yang berkunjung ke Puskesmas Ngawen II.

ANALISIS DATA

Setelah diperoleh data primer dan data sekunder, maka dilakukan analisis data dengan menelaah seluruh data yang sudah dikumpulkan, mempelajarinya, menelaah dan menyusunnya dalam satuan-satuan, yang kemudian dikategorikan pada tahap berikutnya dan memeriksa keabsahan serta menafsirkannya dengan analisis sesuai dengan kemampuan dan daya nalar peneliti untuk membuat kesimpulan penelitian (Moleong, 2006 : 274). Menurut Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2007 : 243), dalam melakukan analisis data terdapat beberapa langkah yang harus dilalui yaitu sebagai berikut : 1. Reduksi Data, artinya merangkum, memilih hal-hal yang pokok, fokus pada hal-hal penting,

mencari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan peneliti dimudahkan untuk melakukan pengumpulan dan pencarian data selanjutnya. 2. Penyajian Data, adalah menyajikan data dalam penelitian dengan teks yang bersifat naratif sehingga peneliti mudah memahami apa yang terjadi, dan merencanakan kerja selanjutnya 3. Penarikan Kesimpulan, jika kesimpulan yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah jika tidak ditemukan bukti-bukti pendukung yang kuat pada tahap pengumpulan data di lapangan. 4. Triangulasi / pemeriksaan keabsahan, perlu dilakukan untuk memperoleh data yang dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Untuk menganalisis dan memeriksa keabsahan data, teknik yang digunakan adalah teknik triangulasi data. Menurut Denzin (dalam Moleong 2005:330) ada beberapa macam triangulasi data antara lain yaitu : Triangulasi sumber data, dilakukan dengan membandingkan dan mengecek suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan cara yang berbeda dalam metode kualitatif yang

dilakukan. Hal ini dapat dicapai dengan cara membandingkan data hasil wawancara dengan data hasil observasi, membandingkan data hasil wawancara dengan isi suatu dokumen, dan lain sebagainya. Triangulasi metode, ini dilakukan dengan tujuan untuk mengecek penggunaan metode pengumpulan data, apakah informasi yang didapat dari metode wawancara sama dengan metode observasi, atau sebaliknya apakah hasil observasi sesuai dengan informasi yang didapat ketika wawancara. Teknik ini juga dilakukan untuk menguji sumber data, apakah sumber data ketika diwawancara dan diobservasi akan memberikan informasi yang sama atau berbeda.

Dua jenis triangulasi tersebut diatas digunakan penulis dalam penelitiannya. Teknik triangulasi data dilakukan dengan membandingkan data yang diperoleh melalui wawancara dari masing-masing subjek peneliti. Dapat dikatakan data absah apabila terdapat konsistensi dan kesesuaian antara informasi yang diberikan oleh masing-masing informan. Teknik triangulasi metode digunakan dengan cara membandingkan data yang diperoleh

dari hasil wawancara terhadap informan dengan hasil pengamatan peneliti terkait implementasi program KIS di Puskesmas Ngawen II Kabupaten Gunungkidul.

HASIL & PEMBAHASAN

Keterkaitan implementasi program KIS di Puskesmas Ngawen II dengan kepentingan-kepentingan yang mempengaruhi adalah tidak ada kepentingan lain yang diambil para pelaksana program KIS ini. Mereka hanya sebatas melaksanakan tugas masing-masing demi keberhasilan program yang dijalankan. Target dari program ini adalah memberikan pelayanan kesehatan secara gratis kepada masyarakat yang kurang mampu. Berkaitan dengan berbagai kepentingan yang mempengaruhi suatu implementasi kebijakan, teori Merille S. Grindle dalam Suharno (2010) menyebutkan “indikator ini berargumen bahwa suatu kebijakan dalam pelaksanaannya pasti melibatkan banyak kepentingan. Dan sejauhmana kepentingan-kepentingan tersebut membawa pengaruh terhadap implementasinya”. Jadi para pelaksana/ pegawai Puskesmas

Ngawen II hanya melaksanakan tugas masing-masing dan tidak mengambil kepentingan lain yang menghambat keberhasilan program yang dijalankan. Ini tentu sangat berpengaruh pada program KIS agar bisa terlaksana dengan baik dan target sarasannya bisa tercapai sesuai harapan.

Keterkaitan implementasi program Kartu Indonesia Sehat di Puskesmas Ngawen II dengan jenis manfaat yang diperoleh adalah implementor dari program ini tidak memperoleh manfaat apapun. Tetapi bagi peserta KIS, mereka dapat memperoleh pelayanan kesehatan secara gratis. Selain itu, mereka juga bisa menggunakan kartunya untuk konsultasi mengenai kesehatan sebagai bentuk pencegahan penyakit. Menurut teori Merille S. Grindle dalam Suharno (2010) “pada poin ini *Content of Policy* berupaya untuk menunjukkan atau menjelaskan bahwa dalam suatu kebijakan harus terdapat beberapa jenis manfaat. Yaitu manfaat yang menunjukkan dampak positif yang dihasilkan oleh pengimplementasian kebijakan yang hendak dilaksanakan”. Beberapa jenis manfaat yang menunjukkan dampak positif yaitu masyarakat/ target sasaran

dari program ini, dapat memperoleh pelayanan kesehatan secara gratis. Selain itu, KIS juga dapat digunakan untuk konsultasi mengenai kesehatan dalam rangka pencegahan selain digunakan untuk berobat.

Keterkaitan derajat perubahan yang ingin dicapai dengan pengimplementasian program yaitu pegawai Puskesmas berharap peserta KIS merasa puas dengan pelayanan yang kami berikan sehingga mereka lebih memahami tentang pola hidup bersih dan sehat agar tidak mudah terserang penyakit. Sedangkan peserta KIS berharap adanya perbaikan dalam memberikan pelayanan, baik dari tingkah laku pegawai, kelengkapan sarana dan prasarana, serta fasilitas yang sudah ada di Puskesmas dimaksimalkan penggunaannya. Teori Merille S. Grindle dalam Suharno (2010) mengatakan “setiap kebijakan mempunyai target yang hendak dan ingin dicapai. Adapun yang ingin dijelaskan pada poin ini adalah bahwa seberapa besar perubahan yang hendak atau ingin dicapai melalui suatu implementasi kebijakan harus mempunyai skala yang jelas” Jadi derajat perubahan yang diharapkan dari

adanya program KIS ini adalah peningkatan kesehatan masyarakat khususnya masyarakat kurang mampu. Mereka bisa mendapat pelayanan kesehatan secara gratis. Dan diharapkan pelayanan kesehatan yang diberikan mampu meningkatkan kesadaran menerapkan pola hidup sehat setiap diri masyarakat sehingga mampu mewujudkan kesejahteraan seluruh rakyat Indonesia.

Keterkaitan implementasi program KIS di Puskesmas Ngawen II dengan letak pengambilan keputusan adalah program ini di Puskesmas Ngawen II sudah tepat yang mana Puskesmas merupakan Fasilitas Kesehatan Tingkat Pertama. Dan Kartu Indonesia Sehat merupakan salah satu program kesehatan dengan sistem rujukan berjenjang. Merille S. Grindle dalam Suharno (2010), teorinya menyebutkan “pengambilan keputusan dalam suatu kebijakan mempunyai peranan penting dalam pelaksanaan suatu kebijakan. Maka pada bagian ini harus dijelaskan dimana letak pengambilan keputusan dari suatu kebijakan yang hendak diimplementasikan”. Jadi program KIS ini dikatakan layak dilaksanakan di Puskesmas Ngawen II alasannya yaitu

untuk membantu/memberi solusi masyarakat miskin/ kurang mampu dalam mendapatkan pelayanan kesehatan secara mudah dan gratis.

Program Kartu Indonesia Sehat di Puskesmas Ngawen II keterkaitan implementasinya dengan pelaksana program adalah pelaksana program KIS sangat penting. Pelaksana yang ada di Puskesmas Ngawen II sudah mencukupi dan memenuhi standart. Sehingga dapat dinyatakan bahwa keberadaan program Kartu Indonesia Sehat sudah didukung tenaga implementor yang memadai dan disebutkan dengan jelas. Menurut Merille S. Grindle dalam Suharno (2010), teorinya mengatakan “menjalankan suatu kebijakan atau program harus didukung dengan adanya pelaksana kebijakan yang kompeten dan kapabel demi keberhasilan suatu kebijakan. Hal ini harus terdata atau terpapar dengan baik pada bagian ini”. Jadi pelaksana program adalah suatu hal yang sangat penting dalam suatu kebijakan, karena pelaksana program adalah penggerak ataupun alat untuk mencapai suatu keberhasilan yang telah ditetapkan pada awal pembuatan kebijakan. Dapat

dikatakan pelaksana program di Puskesmas Ngawen II sudah memadai dan memenuhi standart sebagai penyedia dan pemberi pelayanan bagi masyarakat.

Di Puskesmas Ngawen II sudah ada implementor/sumber daya yang mempunyai *skill* di bidang kesehatan, pengelola masalah kesehatan, kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif, kemampuan manajemen yang berkaitan dengan kesehatan masyarakat, memiliki etika, moral dan profesionalisme ketugasannya. Kondisi ruang kerja para pegawai sudah baik, terjaga kebersihannya, dan di dalamnya sudah ada peralatan yang sesuai standart fasilitas kesehatan tingkat pertama yang tertata rapi. Berdasarkan teori Merille S. Grindle dalam Suharno (2010) dikatakan bahwa “pelaksanaan suatu kebijakan juga harus didukung oleh sumber-sumber daya yang mendukung agar pelaksanaannya berjalan dengan baik”. Jadi implementasi program KIS di Puskesmas Ngawen II sudah didukung oleh sumber-sumber daya yang kompeten di bidang layanan kesehatan sehingga program KIS bisa terlaksana dengan baik dan berhasil bermanfaat

bagi target sarasannya yaitu para peserta KIS.

Faktor/variabel kedua yang tidak kalah penting dari variabel pertama adalah konteks kebijakan. Yang mana konteks kebijakan merupakan variabel penting yang juga ikut andil dalam keberhasilan Implementasi sebuah kebijakan. Isi kebijakan seringkali disebut faktor krusial karena efek/dampak nyata maupun potensialnya akan terkait pada lingkungan sosial, ekonomi, dan politik tertentu. Maka dari itu konteks atau lingkungan dimana tindakan administratif dilakukan perlu dipertimbangkan di setiap kebijakan. Kekuasaan, kepentingan-kepentingan dan strategi dari aktor yang terlibat. Pegawai Puskesmas telah banyak melakukan strategi demi keberhasilan program KIS di Puskesmas Ngawen II. Program ini sangat didukung oleh para pegawai yaitu untuk membantu masyarakat kurang mampu dalam memperoleh pelayanan kesehatan secara mudah dan gratis. Strategi yang diambil antara lain mensosialisasikan program ini kepada masyarakat bekerjasama dengan Pemerintah Desa setempat, memberikan pelayanan yang maksimal

kepada para pasien peserta KIS dengan tidak adanya perbedaan dengan pasien yang berobat secara umum, peserta KIS juga bisa berkonsultasi seputar hidup sehat sebagai bentuk pencegahan dan sebagainya. Petugas dalam memberikan pelayanan kepada pasien, berdasarkan alur/prosedur yaitu sesuai dengan nomor antrian yang diperoleh pasien. Tetapi jika ada pasien yang keadaanya terlihat lebih parah daripada pasien antrian seharusnya, maka pegawai Puskesmas langsung mengambil kebijakan untuk mendahulukannya pasien tersebut. Grindle dalam Suharno (2010) mengatakan “suatu kebijakan perlu diperhitungkan pula kekuatan atau kekuasaan, kepentingan-kepentingan serta strategi yang digunakan oleh para aktor guna memperlancar jalannya pelaksanaan suatu implementasi kebijakan. Bila hal ini tidak diperhitungkan dengan matang, besar kemungkinan program yang hendak diimplementasikan akan jauh dari harapan”. Jadi peran aktor yang terlibat yang sudah dijelaskan diatas sudah cocok dengan teorinya yaitu pegawai puskesmas sudah melaksanakan tugasnya masing-masing dengan

sebaik mungkin, terlihat dari cara mereka melayani dengan ramah dan responsif. Para Pegawai selalu berusaha semaksimal mungkin melakukan yang terbaik demi tercapainya keberhasilan dari program yang mereka jalankan. Kelancaran/keberhasilan program ini sangat dipengaruhi oleh peran Kepala Puskesmas, beliau selalu komunikasi, koordinasi membangun hubungan emosional yang baik dengan para pegawai. Kedisiplinan beliau dikenal cukup baik. Beliau selalu memotivasi pegawai agar terus semangat dalam melaksanakan tugas dengan ikhlas penuh tanggung jawab. Menurut Merille S. Grindle dalam Suharno (2010), “lingkungan dimana suatu kebijakan dilaksanakan juga berpengaruh terhadap keberhasilannya, maka pada bagian ini ingin dijelaskan karakteristik dari lembaga yang akan turut mempengaruhi suatu kebijakan”. Karakteristik dari lembaga dan rezim yang berkuasa atau kepala Puskesmas Ngawen II tentu sangat berpengaruh besar terhadap kelancaran program KIS ini. Motivasi, semangat dan penjelasan yang baik dari pimpinan sangat diperlukan agar para pegawai/ bawahan

melaksanakan tugasnya masing-masing dengan baik dan penuh tanggung jawab demi tercapai keberhasilan dalam pelaksanaan program KIS.

Pegawai Puskesmas tingkat kepatuhannya dinilai sudah baik, walaupun masih ada ditemukan kelalaian, sangat dimaklumi secara manusia. Diharapkan ke depannya ada peningkatan kinerja dan tugas masing-masing dapat dilaksanakan secara maksimal demi mewujudkan keberhasilan program KIS ini, dan agar kesehatan masyarakat khususnya di wilayah Puskesmas Ngawen II dapat mengalami peningkatan. Teori Grindle dalam Suharno (2010) mengatakan “hal penting dalam proses pelaksanaan suatu kebijakan adalah kepatuhan dan respon dari para pelaksana. Artinya sejauhmana kepatuhan dan respon dari pelaksana dalam menanggapi suatu kebijakan yang sedang dilaksanakan”.Tingkat kepatuhan dan adanya respon dari para pelaksana kebijakan dalam hal ini adalah pegawai Puskesmas sudah baik, dan merupakan aksi nyata sebagai wujud pengimplementasian program KIS agar

dapat terlaksana dengan baik, optimal dan berdaya guna.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari hasil analisa data pada pembahasan diatas adalah Implementasi Program Kartu Indonesia Sehat di Puskesmas Ngawen II secara umum sudah berjalan dengan baik dan bisa dikatakan berhasil. Dengan bukti sebagai berikut: a. Pegawai Puskesmas Ngawen II melaksanakan tugas masing-masing dengan baik dan tidak mengambil kepentingan-kepentingan lain yang menghambat keberhasilan program yang dijalankan. Yang menjadi target sasaran program KIS ini adalah masyarakat kurang mampu. b. Dari program KIS ini pegawai Puskesmas tidak memperoleh manfaat yang signifikan. Sedangkan peserta KIS, dapat memperoleh pelayanan kesehatan dan konsultasi terkait kesehatan secara gratis. c. Derajat perubahan yang diharapkan pegawai Puskesmas yaitu adanya fasilitas komputer lengkap dengan sistem jaringan yang lebih bagus untuk kelancaran kinerja. Dan adanya pemerataan dalam penentuan sebagai peserta KIS oleh Pemerintah yang tepat

sasaran. d. Pengambilan keputusan Program KIS dilaksanakan di Puskesmas Ngawen II sudah layak karena Puskesmas merupakan program kesehatan dengan sistem berjenjang dan merupakan faskes tingkat pertama. e. Pelaksana program yaitu pegawai Puskesmas Ngawen II sudah memadai dan memenuhi standart sebagai penyedia layanan kesehatan. f. Puskesmas Ngawen II sudah didukung oleh sumber daya yang kompeten di bidangnya. Dan saling berkoordinasi untuk pelayanan yang maksimal. g. Dalam implementasi program KIS pegawai selalu mementingkan untuk

melayani pasien dengan telaten dan sesuai prosedur. Dan strategi dari aktor yang terlibat sudah baik yaitu akan mendahulukan layanan jika ada pasien yang keadaannya lebih parah. h. Karakteristik atau peran pegawai sebagai pelaksana program sudah baik walau kadang masih dijumpai ada pegawai yang datang terlambat sehingga membuat pasien menunggu lama. i. Tingkat kepatuhan para pelaksana program sudah dinilai baik dilihat dari pelayanan yang responsif kepada pengunjung.

REFERENSI

Abdullah 1988, Syukur 1988. Laporan Temu Kajian Posisi dan Peran Administrasi Negara dan Manajemen. Jakarta: Lembaga Administrasi Negara Republik Indonesia da Asia Foundation

Agustino, Leo. 2008. Dasar-Dasar Kebijakan Publik. Bandung: Alfabeta

Andika, Norman. 2010. "Implementasi Program Jaminan Kesehatan (JAMKESMAS) di Puskesmas

Jagir Surabaya" dalam Skripsi Program Studi Ilmu Administrasi Negara. Surabaya. Yayasan Kesejahteraan Pendidikan dan Perumahan UPN VETERAN Jawa Timur Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

Instruksi Presiden No.07 Tahun 2014 Tentang Kartu Indonesia Sehat, Kartu Indonesia Pintar, dan Kartu Kesejahteraan Keluarga

Manullang 1987. Dasar-Dasar Manajemen. Jakarta: Ghalia Indonesia

- Moniung, Rikal Eben. "Implementasi Program KIS di RSUD Noongan Kabupaten Minahasa". Mahasiswa Program Studi Ilmu Pemerintahan FISIP-Unsrat.
- Sianturi, Danawita. 2018 "Implementasi Program KIA pada Pelayanan Kesehatan di Puskesmas Kecamatan Dolok" dalam Skripsi Program Studi Ilmu Administrasi Publik. Medan: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara.
- Sugiyono. 2007. Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&B. Bandung: Alfabeta
- Suharno. (2010). Dasar-Dasar Kebijakan Publik. Kajian Proses dan Analisis Kebijakan. Yogyakarta: UNY Press
- Undang-Undang Dasar Tahun 1945 Pasal 28
- Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2004 Tentang Sistem Jaminan Sosial Nasional (SJSN)
- Wasiti. Adhiyana, Marita. Yanuardi. 2011 "Laporan Penelitian Implementasi Program JAMKESMAS di kabupaten Bantul". Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Yogyakarta.
- Winarno, Budi. 2021. Kebijakan Publik. Yogyakarta. CAPS

IMPLEMENTASI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI BADAN USAHA MILIK DESA NERANG JAYA DESA NGERANGAN

Sinta Rizkiana¹, Agus Hardaya², Catur Suwastanto³

Program Studi Ilmu Administrasi Publik
Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Madani Klaten

Email: catur.pts@gmail.com¹

Agus.hardaya@gmail.com²

rizqianasinta@gmail.com³

ABSTRAK

Pemberdayaan masyarakat melalui Badan Usaha Milik Desa merupakan upaya pengelola Badan Usaha Milik Desa untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Implementasi program pemberdayaan masyarakat melalui Badan Usaha Milik Desa Nerang Jaya Desa Ngerangan Kecamatan Bayat. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor komunikasi bisa tersampaikan dari BUMDes kepada pelaku usaha dengan baik dan jelas. Tetapi masih ada permasalahan kurangnya waktu untuk menyampaikan informasi. Faktor peningkatan kualitas SDM telah diberikan BUMDes kepada pelaku usaha berupa tambahan ilmu marketing, tempat penjualan, dan tambahan modal. Tetapi masih ada permasalahan pemasaran produk belum bisa menjangkau pelanggan lebih banyak dan permasalahan tarif parkir yang mahal. Faktor sikap pelaksana dapat dilaksanakan oleh BUMDes kepada pelaku usaha dengan menerapkan sikap yang baik, memiliki semangat yang tinggi, dan tidak membedakan dalam melayani konsultasi. Tetapi masih ada permasalahan mindset individual dari pelaku usaha dan waktu dari pelaku usaha semakin padat/repot karena banyaknya kegiatan PKK. Faktor struktur Organisasi telah dilaksanakan oleh BUMDes. Dengan membentuk struktur kepengurusan organisasi berdasarkan Permen Desa PDTT 3 tahun 2021 yang memiliki tugas dan kewajibannya masing-masing.

Kata Kunci: Pemberdayaan Masyarakat; BUMDes

ABSTRACT

Community empowerment through Village-Owned Enterprises is an effort by the management of Village-Owned Enterprises to improve community welfare. The aim of this research is to find out how the community empowerment program is implemented through the Nerang Jaya Village-Owned Enterprise, Ngerangan Village, Bayat District. The research method used in this research is a qualitative approach. The research results show that communication factors can be conveyed from BUMDes to business actors well and clearly. But there is still the problem of lack of time to convey information. BUMDes has provided factors to improve the quality of human resources to business actors in the form of additional marketing knowledge, sales locations and additional capital. But there are still problems with product marketing not being able to reach more customers and the problem of expensive parking fees. The implementing attitude factor can be implemented by BUMDes for business actors by implementing a good attitude, having high enthusiasm, and not discriminating in providing consultations. However, there are still problems with the individual mindset of business actors and the time of business actors is increasingly busy due to the large number of PKK activities. Organizational structure factors have been implemented by BUMDes. By forming an organizational management structure based on PDTT Village Ministerial Regulation 3 of 2021, each of which has its own duties and obligations.

Submitted: January 2022, **Accepted:** January 2022, **Published:** March 2022

ISSN: 2808-7267 (online), Website: <http://journal.stiamadani.ac.id>

Keywords : *community development, Bumdes*

PENDAHULUAN

Kabupaten adalah daerah yang memiliki segudang potensi dan sumberdaya alam yang melimpah, demikian pula ada salah satu Desa di Kabupaten Klaten yang sedang mengembangkan potensi terpendamnya khususnya Desa Ngerangan yang berada di Kecamatan Bayat. Desa Ngerangan merupakan Desa yang wilayahnya terletak berbatasan dengan Kabupaten Gunungkidul Jogjakarta. Berdasarkan dari data monografi desa pada tahun 2021 yang peneliti dapatkan dari Perangkat Desa, bahwa kebanyakan dari masyarakat Desa Ngerangan berprofesi sebagai buruh, ada sekitar 2.735 jiwa yang berprofesi sebagai buruh tani dan buruh kebun, dan disamping itu pula, mayoritas warga Desa Ngerangan, Kecamatan Bayat, Klaten, menekuni profesi sebagai pedagang angkringan secara turun menurun, ada lebih dari 600 keluarga di Desa Ngerangan yang berprofesi sebagai pedagang angkringan, dan jumlah sebagai karyawan swasta juga terhitung cukup besar.

Pada masa kini Desa Ngerangan sedang membangun desa, yakni sebagai desa wisata kuliner, Pemerintah Desa Ngerangan berharap dengan adanya pembangunan desa sebagai desa wisata dapat menjadikan perekonomian warga setempat meningkat. Pemerintah Desa Ngerangan bermitra dengan Badan Usaha Milik Desa dalam

mengelola desa sebagai desa wisata, dengan berusaha menggerakkan warga masyarakat supaya memiliki kesadaran untuk membangun desa menjadi lebih maju, yakni dengan adanya program memberdayakan warga masyarakat melalui pengembangan potensi dan keterampilan warga khususnya pemberdayaan bagi kelompok Ibu-ibu PKK tingkat RT se-Desa Ngerangan.

Menurut siagian (1983), Pembangunan adalah sebuah rangkaian usaha untuk menumbuhkan ataupun merubah yang dilaksanakan secara sadar oleh semua warga negara untuk menuju pada sesuatu yang modern di dalam membina bangsa (*national building*). Sedangkan menurut Sumodiningrat (1999), mengatakan bahwa Pembangunan adalah suatu inti yang memiliki sasaran untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara umum, bisa mengangkat derajat masyarakat dengan jumlah yang sebanyak banyaknya, dan bisa merubah kehidupan masyarakat menjadi lebih baik dan lebih layak dari sebelumnya (Kurniawati, 2013).

Pemberdayaan berasal dari kata esensial daya yang berarti mengandung arti “kekuatan” dan merupakan interpretasi istilah dari bahasa Inggris, untuk lebih spesifik “*empowerment*” sehingga sangat baik dapat dijelaskan bahwa penguatan berarti memberi kekuatan atau solidaritas kepada

perkumpulan lemah yang belum memiliki kekuatan atau solidaritas untuk hidup mandiri, terutama dalam memenuhi kebutuhan dasar/kebutuhan dasar kehidupan sehari-hari seperti makanan, pakaian atau sandang, penginapan atau tempat berlindung, pelatihan, kesejahteraan. Tugas otoritas publik memanglah untuk memberikan kekuatan atau “*power*” dan juga harus mendapatkan bantuan penuh dari berbagai kelompok, terutama dukungan dari daerah itu sendiri, untuk lebih spesifik dengan ikut berperan serta dalam pelaksanaan setiap program pemberdayaan. Mardikanto dan Soebiato (2012), berpendapat bahwa proses pemberdayaan adalah serangkaian kegiatan yang berarti untuk memperkuat dan memajukan keberdayaan masyarakat yang tidak berdaya, misalnya, individu yang mengalami masalah kebutuhan, atau berpotensi dapat diuraikan sebagai siklus yang diatur untuk membangun ukuran pembaruan utilitas dari objek yang diberdayakan. Sedangkan Gunawan (2009), mendinifisikan tentang

pemberdayaan masyarakat adalah serangkaian kegiatan sosial dimana penduduk berjalan sebagai sebuah kelompok organisme yang mengorganisasikan diri dalam membuat perencanaan dan tindakan secara bersama yang mempunyai tujuan untuk mengurus masalah sosial atau menangani masalah sosial sesuai dengan kemampuan dan sumber daya yang dimiliki (Dika Amir Pratama, 2016).

Mengingat latar belakang yang digambarkan diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: “Bagaimana Implementasi Program Pemberdayaan Masyarakat Melalui Badan Usaha Milik Desa Nerang Jaya Desa Ngerangan Kecamatan Bayat Kabupaten Klaten?”. Adapun tujuan dari peneliti ini adalah “Untuk mengetahui bagaimana implementasi program pemberdayaan masyarakat melalui Badan Usaha Milik Desa Nerang Jaya Desa Ngerangan Kecamatan Bayat Kabupaten Klaten”

KAJIAN PUSTAKA

Implementasi

Pengertian Implementasi

Kadir berpendapat tentang pengertian Implementasi yaitu sebuah kegiatan yang dilakukan untuk menguji data dan untuk mempraktikan sistem yang didapatkan dari kegiatan seleksi. Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa implementasi yaitu sebuah proses yang digunakan untuk menguji antara

konsep dengan konseptual atau antara tex dengan konteks. Sedangkan Fullan berpendapat mengenai pengertian Implementasi menurut yaitu suatu proses untuk melakukan ide, program ataupun seperangkat kegiatan baru dengan harapan agar orang lain dapat menerima atau mau melakukan perubahan. Berdasarkan pengertian implementasi yang telah dijelaskan diatas dapat disimpulkan bahwa implementasi merupakan suatu proses yang dilakukan untuk menilai, mengevaluasi dan

mengukur apakah suatu peraturan atau kebijakan dapat berjalan dengan baik ataukah tidak, dengan demikian maka akan ada nilai apakah harus ada evaluasi ataukah tidak terhadap program tersebut (Rahmat, 2017).

Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Implementasi

Menurut George Edwards III (1980), berpendapat bahwa: ada empat faktor yang dapat mempengaruhi keberhasilan implementasi suatu kebijakan meliputi: satu: Komunikasi, dua: Sumber Daya Manusia, tiga: Sikap pelaksana/attitud, empat: Struktur birokrasi/struktur organisasi. Dari ke-empat faktor tersebut diatas merupakan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keberhasilan implementasi suatu kebijakan, karena dari ke-empat faktor tersebut diatas memiliki hubungan yang saling berkaitan antara faktor satu dengan yang lainnya.

Pemberdayaan Masyarakat

Pengertian Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan berasal dari kata esensial daya yang berarti mengandung arti “kekuatan” dan merupakan interpretasi istilah dari bahasa Inggris, untuk lebih spesifik “*empowerment*” sehingga sangat baik dapat dijelaskan bahwa penguatan berarti memberi kekuatan atau solidaritas kepada perkumpulan lemah yang belum memiliki kekuatan atau solidaritas untuk hidup mandiri, terutama dalam memenuhi kebutuhan dasar/kebutuhan dasar

kehidupan sehari-hari seperti makanan, pakaian atau sandang, penginapan atau tempat berlindung, pelatihan, kesejahteraan. Tugas otoritas publik memanglah untuk memberikan kekuatan atau “*power*” dan juga harus mendapatkan bantuan penuh dari berbagai kelompok, terutama dukungan dari daerah itu sendiri, untuk lebih spesifik dengan ikut berperan serta dalam pelaksanaan setiap program pemberdayaan. Sedangkan Gunawan (2009), mendefinisikan tentang pemberdayaan masyarakat adalah serangkaian kegiatan atau aktivitas sosial dimana penduduk berjalan sebagai sebuah kelompok organisme yang mengorganisasikan diri dalam membuat perencanaan dan tindakan secara bersama yang mempunyai tujuan untuk mengurus masalah sosial atau menangani masalah sosial sesuai dengan kemampuan dan sumber daya yang dimiliki (Dika Amir Pratama, 2016).

Faktor Yang Mempengaruhi Pemberdayaan Masyarakat

George Edward III, G.C (2007), berpendapat bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi keberhasilan pemberdayaan masyarakat adalah sebagai berikut: **satu:** Komunikasi (*communication*). Keberhasilan komunikasi dapat dilihat dari bagaimana seorang pelaksana kebijakan bisa menerimaapa yang disampaikan oleh para pembuat kebijakan dengan jelas, ketika menyampaikan komunikasi harus jelas, mudah dipahami, dan tidak ambigu, sehingga

tidak terjadi miskomunikasi, dan tidak terjadi penyelewengan tujuan dari suatu kebijakan yang ditetapkan. Sepertihalnya para penyampaipada menyampaikan suatu kebijakan yang membingungkan dapat menjadikan pelaksana kebijakan kebingungan dalam menjalankan kebijakan dan akhirnya tujuan dari kebijakan tidak tercapai. **Dua** Sumber Daya Manusia (*resources*). Sumber Daya Manusia akan mempengaruhi keberhasilan pemberdayaan masyarakat, karena kualitas dan jasa pelayanan dari daya tersebut dapat memberikan daya saing suatu perusahaan ataupun organisasi, maka dari itu pentingnya untuk meningkatkan Sumber Daya Manusia agar pemberdayaan masyarakat dapat tercapai dengan baik. **Tiga:** Sikap Pelaksana. Dalam pelaksanaan pemberdayaan masyarakat dipengaruhi oleh sikap pelaksanaan kebijakan. Dari bagaimana sikap seorang pemimpin dalam memberdayakan bawahannya untuk meningkatkan potensi yang dimiliki. Atau sikap pelaku kebijakan terhadap pemimpinnya dalam menjalankan kebijakan yang telah ditetapkan. **Empat:** Struktur birokrasi/Organisasi. Struktur organisasi/birokrasi dapat mempengaruhi keberhasilan pemberdayaan. Dengan adanya perilaku struktur birokrasi yang baik maka dapat memperkuat roh atau jiwa kedinamisan sebuah struktur birokrasi. Atau bisa disebut juga bahwa struktur birokrasi merupakan jembatan dari perjalanan suatu pelaksanaan pemberdayaan masyarakat (Daraba, 2015).

Badan Usaha Milik Desa

Pengertian Badan Usaha Milik Desa

Badan Usaha Milik Desa merupakan sebuah lembaga usaha yang dikelola bersama oleh Pemerintah Desa dengan masyarakat bertujuan untuk memperkuat perekonomian desa dan lembaga ini dibentuk berdasarkan kebutuhan dan potensi yang ada di desa tersebut (Kholilatul Arifah, 2019). Menurut peraturan Menteri dalam Negeri Nomor 39 Tahun 2010. Badan Usaha Milik Desa merupakan suatu usaha desa yang didirikan atau dibentuk oleh Pemerintah Desa dan masyarakat (Prasetyo, 2017). Badan Usaha Milik Desa dibentuk mempunyai tujuan untuk mencari keuntungan dan keuntungan tersebut dimanfaatkan oleh desa dan masyarakat. Menurut pasal 107 ayat (1) huruf (a) Undang-Undang No. 22 Tahun 1999 dinyatakan bahwa sumber pendapatan desa salah satunya adalah pendapatan asli desa yang meliputi: Hasil Usaha Desa, Hasil kekayaan Desa, Hasil swadaya, Hasil partisipasi, hasil gotong royong dan lain-lain hasil pendapatan asli desa yang sah (Rizki, 2019).

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Badan Usaha Milik Desa

Ada beberapa faktor penyokong yang dapat mempengaruhi keberhasilan suatu Badan Usaha Milik Desa yaitu: **Satu:** Modal, merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keberhasilan Badan Usaha Milik Desa, karena dalam sebuah

dunia usaha modal sangat dibutuhkan. Semakin banyak modal yang dimiliki oleh Badan Usaha Milik Desa maka akan semakin besar pula pendapatan yang diperoleh/dihasilkan. **Dua:** Kebijakan Pemerintah Desa yang mengenai Badan Usaha Milik Desa, yaitu dengan mengeluarkan Peraturan Desa mengenai Badan Usaha Milik Desa, dimana peraturan Desa tersebut mendukung terhadap aktivitas/kegiatan yang dilakukan oleh Badan Usaha Milik Desa. **Tiga:** Sumber Daya Manusia, Pengurus, karyawan serta masyarakat atau petani yang memiliki Pengetahuan dan pemahaman tentang Badan Usaha Milik Desa dapat menyebabkan tercapai atau tidaknya tujuan dari Badan Usaha Milik Desa. **Empat:** Manajemen

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif analitik. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Subyek penelitian berjumlah delapan orang yang terdiri dari BUMDesa, Pemerintah Desa, Pelaku usaha, dan Masyarakat. Metode pengambilan sample dengan teknik purposive sampling yang merupakan teknik sampel betujuan yaitu sampel

sebuah organisasi akan berjalan dengan baik dan terarah jika memiliki manajemen yang baik, seperti halnya Badan Usaha Milik Desa, Badan Usaha Milik Desa akan berjalan dengan baik dan terarah jika memiliki manajemen yang baik. **Lima:** Fasilitas Dan Sarana Badan Usaha Milik Desa, merupakan suatu wadah yang digunakan oleh karyawan Badan Usaha Milik Desa dan pengurus dalam mencapai target Badan Usaha Milik Desa yang optimal, jika fasilitas dan sarana yang diberikan Badan Usaha Milik Desa belum memadai maka akan menyebabkan pelayanan administrasi Badan Usaha Milik Desa menjadi belum optimal (Kholilatul Arifah, 2019).

yang dipilih berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu, dalam teknik purposive sampling peneliti memilih informan yang dianggap mengetahui informasi yang mendalam dan dapat dipercaya menjadi sumber data yang valid. Peneliti menggunakan metode analisis data menurut Miles Dan Huberman. Penelitian berlangsung dari bulan Maret-Juli Tahun 2021 di Desa Ngerangan Kecamatan Bayat Kabupaten Klaten.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor komunikasi, Sumber Daya manusia, sikap

pelaksana, dan struktur organisasi dapat berjalan dengan baik. **Satu Komunikasi.** Berdasarkan dari hasil penelitian di lapangan bahwa Badan Usaha Milik Desa telah memenuhi kriteria keberhasilan komunikasi di dalam memberdayakan masyarakat menurut George Edward III (2007), Menurut George Edward III (2007), keberhasilan komunikasi dapat dilihat dari bagaimana seorang pelaksana kebijakan bisa menerima apa yang disampaikan oleh para pembuat kebijakan dengan baik dan jelas, ketika menyampaikan komunikasi harus jelas, mudah dipahami, dan tidak ambigu, sehingga tidak terjadi miskomunikasi antara

pembuat kebijakan dengan pelaksana kebijakan, dan tidak terjadi penyelewengan tujuan dari suatu kebijakan yang ditetapkan. Faktor komunikasi bisa tersampaikan dari BUMDes kepada pelaku usaha dengan baik dan jelas. Karena berdasarkan data bahwa pada saat BUMDes memberikan informasi kepada pelaku usaha melalui grup whatsapp dapat diterima langsung oleh pelaku usaha dengan waktu yang cepat atau bisa bertatap muka langsung datang ke kantor desa. Tetapi masih ada permasalahan kurangnya waktu untuk menyampaikan informasi pada saat BUMDes melayani konsultasi bagi pelaku usaha.

Gambar 1. Komunikasi BUMDes dengan Pelaku Usaha melalui grup whatsapp



Sumber: Data Primer Grup Whatsapp PKK RT Desa Ngerangan 2021

Dua Sumber Daya manusia

Berdasarkan dari hasil penelitian di lapangan bahwa Badan Usaha Milik Desa telah memenuhi kriteria keberhasilan sumber daya manusia di dalam memberdayakan masyarakat menurut

George Edward III (2007). Menurut George Edward III (2007), Sumber Daya Manusia akan mempengaruhi keberhasilan pemberdayaan masyarakat, karena kualitas dan jasa pelayanan dari daya tersebut dapat memberikan daya saing suatu perusahaan

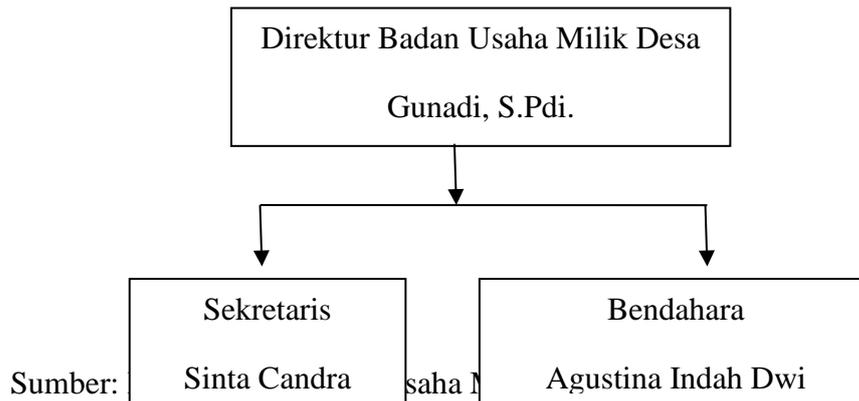
ataupun organisasi, maka dari itu pentingnya untuk meningkatkan Sumber Daya Manusia agar pemberdayaan masyarakat dapat tercapai dengan baik. Faktor peningkatan kualitas SDM telah diberikan BUMDes kepada pelaku usaha berupa tambahan ilmu marketing, tempat penjualan, dan tambahan modal. Karena berdasarkan data bahwa BUMDes bersama Pemerintah Desa telah berusaha meningkatkan kualitas SDM Ibu-ibu PKK melalui pemberian tambahan ilmu marketing yang dilaksanakan pada tanggal 31 Maret 2021 jam 13:30 bertempat di Balai Desa Ngerangan. Tetapi masih ada permasalahan pemasaran produk belum bisa menjangkau pelanggan lebih banyak dan permasalahan tarif parkir yang mahal. **Tiga Sikap Pelaksana.** Berdasarkan dari hasil penelitian di lapangan bahwa Badan Usaha Milik Desa telah memenuhi kriteria keberhasilan sikap pelaksana di dalam memberdayakan masyarakat menurut George Edward III (2007), Menurut George Edward III (2007), Dalam pelaksanaan pemberdayaan masyarakat dipengaruhi oleh sikap pelaksanaan kebijakan, dari bagaimana sikap seorang pemimpin dalam memberdayakan bawahannya untuk meningkatkan potensi yang dimiliki, ataupun sikap pelaku kebijakan terhadap pemimpinnya dalam menjalankan

kebijakan yang telah ditetapkan. Faktor sikap pelaksana dapat dilaksanakan oleh BUMDes kepada pelaku usaha dengan menerapkan sikap yang baik, memiliki semangat yang tinggi, dan tidak membedakan dalam melayani konsultasi. Karena berdasarkan data bahwa pelaku usaha ketika datang ke Kantor Desa pada tanggal 28 Maret 2021 jam 09:00 telah dilayani dengan baik. Tetapi masih ada permasalahan mindset individual dari pelaku usaha dan waktu dari pelaku usaha semakin padat/repot karena banyaknya kegiatan PKK. **Empat struktur organisasi.** Berdasarkan dari hasil penelitian di lapangan bahwa Badan Usaha Milik Desa telah memenuhi kriteria keberhasilan struktur organisasi di dalam memberdayakan masyarakat menurut George Edward III (2007). Menurut George Edward III (2007), Struktur birokrasi dapat mempengaruhi keberhasilan pemberdayaan, dengan adanya perilaku struktur birokrasi yang baik maka dapat memperkuat roh atau jiwa kedinamisan sebuah struktur birokrasi, atau bisa disebut juga bahwa struktur birokrasi merupakan jembatan dari perjalanan suatu pelaksanaan pemberdayaan masyarakat. Faktor struktur Organisasi telah dilaksanakan oleh BUMDes. Dengan membentuk struktur kepengurusan organisasi berdasarkan

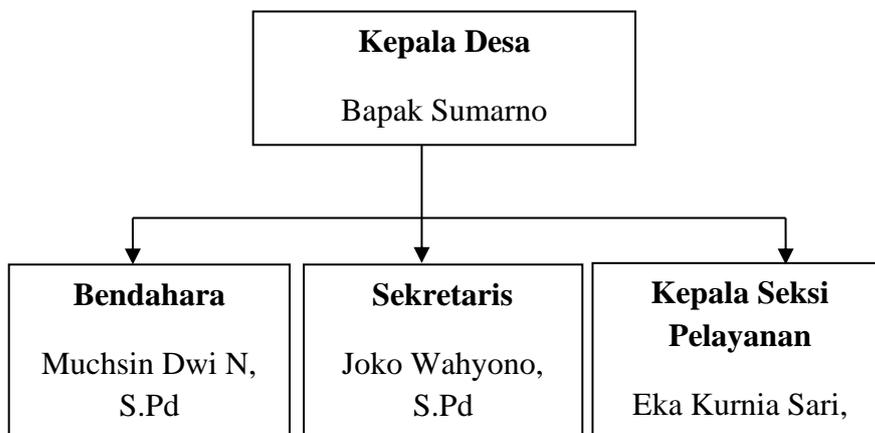
Permen Desa PDTT 3 tahun 2021 yang memiliki tugas dan kewajibannya masing-

masing. Bumdes dalam memberdayakan masyarakat dibantu oleh Pemerintah Desa.

Gambar 2. Struktur Organisasi Badan Usaha Milik Desa



Gambar 3. Struktur Organisasi Badan Usaha Milik Desa



Sumber: Data Primer Badan Usaha Milik Desa Ngerangan 2021

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan temuan-temuan di lapangan, maka dapat disimpulkan bahwa Badan Usaha Milik Desa Nerang Jaya telah mampu mengelola pemberdayaan masyarakat khususnya pemberdayaan Ibu-ibu PKK tingkat RT se-Desa

Ngerangan sudah berhasil menurut teori dari George Edward III (2007), yaitu berhasil di dalam berkomunikasi, Sumber Daya Manusianya, sikap pelaksanaannya, serta struktur orgaisasi/birokrasinya, Badan Usaha Milik Desa di bantu oleh Perangkat Desa dalam mengelola pemberdayaan tersebut,

keberhasilan pengelolaan Badan Usaha Milik Desa Nerang Jaya bersama dengan Pemerintah Desa dapat dilihat sebagai berikut: **Satu:** Badan Usaha Milik Desa telah memenuhi kriteria keberhasilan komunikasi di dalam memberdayakan masyarakat. Para pelaku usaha telah menerima informasi dengan baik dan jelas. Informasi melalui whatsapp yang disampaikan oleh Badan Usaha Milik Desa bersama Pemerintah Desa bagi para pelaku usaha, khususnya ketua dari masing-masing PKK RT dapat disampaikan informasi tersebut kepada seluruh anggotanya. Miskomunikasi ketika menjalankan suatu kebijakan yang telah ditetapkan tidak terjadi. **Dua:** Badan Usaha Milik Desa telah memenuhi kriteria keberhasilan Sumber Daya Manusia dimana Badan Usaha Milik Desa bersama Pemerintah Desa telah meningkatkan kualitas SDM Ibu-ibu PKK tingkat RT se-Desa Ngerangan. Dilakukan dengan memberikan tambahan ilmu berjualan berupa sosialisasi marketing, tambahan modal usaha, dan tempat penjualan. Upaya pengembangan tersebut agar para pelaku usaha lebih bersemangat di dalam mengembangkan potensi usahanya. **Tiga:** Badan Usaha Milik Desa bersama Pemerintah Desa telah memenuhi kriteria keberhasilan sikap pelaksana. Badan Usaha Milik Desa telah menerapkan sikap yang sabar, semangat yang tinggi, tidak membedakan antar pelaku usaha satu dengan yang lain. Pelayanan konsultasi bagi Ibu-ibu PKK yang berkaitan dengan usaha yang dijalankan, pemberian dukungan bagi para pelaku usaha dengan cara memberi tambahan

modal usaha, tempat penjualan dan menggerakkan warga masyarakat untuk mengikuti giat kerja bakti untuk menciptakan desa yang aman, tertib, dan indah. **Empat:** Badan Usaha Milik Desa bersama Pemerintah Desa telah memenuhi kriteria struktur Organisasi Birokrasi yang baik. Badan Usaha Milik Desa dan Pemerintah Desa telah membentuk struktur kepengurusan berdasarkan Permen Desa PDPT 3 tahun 2021 yang memiliki tugas dan kewajibannya masing-masing sebagai jembatan pelaksanaan pemberdayaan masyarakat. Struktur Organisasi Badan Usaha Milik Desa Nerang Jaya bersama Struktur Birokrasi yang ada di Desa Ngerangan memiliki jiwa dinamis yang kuat dalam memberdayakan masyarakat.

Berdasarkan hasil dari penelitian dan temuan-temuan di lapangan peneliti memberikan saran: **Satu:** BUMDes merasa bahwa waktunya yang padat dalam menyampaikan informasi, melayani konsultasi dan mendampingi bagi pelaku usaha. Peneliti memberi saran supaya menambah tenaga kerja baru agar BUMDes tidak kewalahan dalam melayani konsultasi bagi PKK RT se-Desa Ngerangan. **Dua:** Pelaku usaha belum bisa menjualkan produk usahanya melalui market place. Pelaku usaha baru bisa menitipkan ke warung, dan dijual sendiri melalui whatsapp. Peneliti memberi saran agar BUMDes mengadakan pelatihan usaha misal saja pelatihan usaha melalui market place dengan mentor yang ahli dibidangnya. Sehingga pelaku usaha dapat memulai menjual produknya melalui market place dan dapat menjangkau

pelanggan lebih banyak. **Tiga:** Masyarakat merasa tarif parkir yang mahal pada saat berkunjung di bazar *show case*. Peneliti memberi saran agar BUMDes dan Pemerintah Desa menambah tenaga kerja resmi yang bertugas sebagai tukang parkir dan tidak memberikan tarif parkir kepada pengunjung. Atau peneliti memberi saran agar tarif parkir ditetapkan oleh BUMDes dan Pemerintah Desa supaya tarif parkir dibawah 2000 rupiah. **Empat:** Mindset pelaku usaha yang individual dan enggan bersosial. Peneliti memberi saran kepada BUMDes supaya selalu memberikan dorongan semangat dan bimbingan kepada ketua PKK dari

masing-masing RT supaya bisa menggerakkan anggota kelompoknya agar anggota yang masih memiliki mindset individual dapat bersosial dengan baik dengan anggota yang lain dalam menjalankan usaha kelompoknya. **Lima:** Pelaku usaha merasa bahwa dengan banyaknya kegiatan Ibu-ibu PKK waktunya bertambah repot/atau padat. Peneliti memberi saran kepada pelaku usaha supaya mengurangi kegiatan-kegiatan yang mungkin kegiatan tersebut bisa dilakukan melalui meeting online misal saja meeting melalui zoom, atau skype dan lain sebagainya sehingga waktunya fleksibel dan tidak perlu keluar rumah.

DAFTAR PUSTAKA

Daraba, D. (2015). *Factors Affecting the Success Empowerment Program of the Poor*. *Sosiohumaniora*, 17 (2), 168-169.

Dika Amir Pratama, W. (2016). Evaluasi Manajemen Pemberdayaan Masyarakat. In *J+Plus Unesa* (Vol. 5, Issue 1).

Kholilatul Arifah, L. (2019). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Badan Usaha Milik Desa Di Pekon Cipta Waras Kecamatan Gedung Surian Kabupaten Lampung Barat. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol.

53, Issue 9).

Kurniawati, D. (2013). Pemberdayaan Masyarakat Di Bidang Usaha Ekonomi (Studi Pada Badan Pemberdayaan Masyarakat Kota MojokeRTo). *Jurnal Administrasi Publik Mahasiswa Universitas Brawijaya*, 1 (4), 9-14.

Rahmat, D. (2017). Implementasi Kebijakan Program Bantuan Hukum Bagi Masyarakat. 04, 35-42.

Rizki, F. F. (2019). Upaya Pengembangan Badan Usaha Milik Desa. Di Desa Rocek Kecamatan Cimanuk Kabupaten Pandeglang Oleh: Fery Fadli Rizki Program Studi Ilmu Pemerintahan STISIP Banten Raya Abstrak. 15 (September), 33-40.

PENGARUH PROFITABILITAS, *LEVERAGE*, LIKUIDITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP KETEPATAN WAKTU PENYAMPAIAN LAPORAN KEUANGAN

Suci Ferawati^{1*}, H. Sunarto², Suin Iestari³

¹Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis, STIA Madani, Klaten

²Dosen Program Studi Administrasi Bisnis, STIA Madani, Klaten

³Dosen Program Studi Administrasi Bisnis, STIA Madani, Klaten

suci.ferawati23@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, leverage, likuiditas, dan ketepatan waktu terhadap ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2018-2019. Peneliti dalam penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan. Variabel independen dalam penelitian ini adalah profitabilitas, leverage, likuiditas, dan ukuran perusahaan. Populasi dalam penelitian ini ialah semua perusahaan manufaktur bidang industri barang konsumsi yang ada di BEI, periode 2018-2019. Pada penelitian ini, teknik yang diterapkan dalam mengambil sampelnya ialah metode purposive sampling. Teknik pengumpulan data melalui dokumentasi dan studi pustaka. Teknik analisis data yang digunakan melalui statistik deskriptif, uji regresi logistik, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan, yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi 0,038; (2) leverage berpengaruh signifikan terhadap ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan, yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi 0,008; (3) likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan, yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi 0,144; (4) ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan, yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi 0,045; (5) secara simultan profitabilitas, leverage, likuiditas, dan ukuran perusahaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang ada di BEI periode 2018-2019, yang ditunjukkan dengan nilai asymptotic significance (sig) $0,000 < (\alpha) 0,05$.

Kata-kata Kunci: Ketepatan Waktu, Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Laporan Keuangan

ABSTRACT

This research aims to determine the effect of profitability, leverage, liquidity, and punctuality on the timely delivery of financial statements to consumer goods sector manufacturing companies listed on the IDX for 2018-2019. Researchers in this study applied a quantitative approach. The dependent variable used in this study is the timeliness of the delivery of financial statements. The independent variables in the study were profitability, leverage, liquidity, and company size. The population in this study is all manufacturing companies in the consumer goods industry in the IDX, period 2018-2019. In this study, the purposive sampling method is applied in taking samples—data collection techniques through documentation and library studies. Data analysis techniques are used through descriptive statistics, logistic regression, and hypothesis tests. The results showed that: (1) profitability has a significant effect on the timeliness of financial statements, which is indicated by a significance value of 0.038; (2) leverage has a significant effect on the timeliness of financial statements, which is indicated by a significance value of 0.008; (3) liquidity has no significant effect on the timeliness of financial statements, which is indicated by a significance value of 0.144; (4) company size has a significant effect on the timeliness of financial statements, which is indicated by a significance value of 0.045; (5) Simultaneously, profitability, leverage, liquidity, and company size together affect the timeliness of financial statements to manufacturing companies in the consumer goods industry sector on the IDX for the 2018-2019 period, which is indicated by the asymptotic significance (sig) value. $0.000 < (\alpha) 0.05$

Keywords: *Timeliness, Profitability, Leverage, Liquidity, Company Size, Financial Statements.*

PENDAHULUAN

Laporan keuangan menjadi komponen penting ketika pelaporan keuangan. Hal ini dikarenakan suatu laporan keuangan perusahaan memberikan kinerja dan posisi keuangan perusahaan tersebut sebagai pedoman bagi para pihak yang memiliki kepentingan dalam membuat keputusan perekonomian. Pada bursa efek, laporan keuangan mempunyai kedudukan yang begitu mendasar karena di dalam laporan tersebut memuat data yang bisa memberikan gambaran dan penilaian terhadap kinerja perusahaan, khususnya bagi perusahaan yang sahamnya diperjualbelikan dan tercatat di BEI.

Salah satu metode yang bisa diterapkan untuk mengukur keterbukaan, kejelasan dan kualitas dalam menyampaikan laporan keuangan merupakan efisiensi waktu. Tempo antara tanggal *financial statements* suatu perusahaan sampai dengan tanggal dipublikasikannya laporan keuangan perusahaan tersebut memiliki keterkaitan dengan kualitas informasi finansial yang telah dilaporkan.

Penyampaian laporan keuangan adalah instrumen untuk perusahaan terbuka dalam mengkomunikasikan sumber daya perusahaan yang mempunyai kepentingan berdasarkan informasi tersebut dari berbagai informasi dan pengukuran secara ekonomi.

Melaporkan keuangan secara tepat waktu dapat menjadi syarat supaya informasi yang diberikan signifikan. Dapat dikatakan signifikan jika informasi tersebut tepat waktu dalam mengambil keputusan sebelum menghilangnya peluang. Oleh karena itu, informasi dapat dikatakan signifikan jika informasi tersebut mempunyai nilai *feedback*, nilai prediksi, serta ketepatan waktu.

Peraturan yang ada di Indonesia menerangkan bahwa efisiensi waktu adalah keharusan ketika penyampaian laporan keuangan secara periodik untuk perusahaan yang tercatat pada BEI. Badan Pengawas Pasar Modal (BAPEPAM) merilis lampiran keputusan dari ketua BAPEPAM No.80/PM/1996 yang menerangkan bahwa untuk tiap-tiap perusahaan umum harus melaksanakan penyampaian sebuah laporan akuntan publik pribadinya dan laporan perusahaan setiap tahunnya kepada BAPEPAM maksimal 4 bulan sesudah tanggal laporan perusahaan tahunan. BAPEPAM kian memperkuat regulasinya dengan diterbitkannya sebuah Peraturan BAPEPAM No. X.K.2, Lampiran keputusan Ketua Bapepam Nomor: KEP-36/PM/2003 pada 30 September 2003 mengenai tugas dalam menyampaikan sebuah laporan keuangan secara teratur. Didalam peraturan tersebut dijelaskan bahwa laporan keuangan tahunan perusahaan harus ditambah dengan

adanya laporan auditor independent (laporan akuntan publik) dan wajib diberikan ke BAPEPAM maksimal 3 bulan terakhir pasca tanggal laporan keuangan tahunan perusahaan.

Tetapi sejak tahun 2013, Bapepam melakukan peleburan usaha dengan Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Maka, ihwal penyampaian laporan keuangan tidak lagi ke Bapepam, tetapi ke OJK. Hal tersebut telah termuat dalam UU No. 21 Tahun 2011 bahwa instansi yang diatur dan diawasi oleh OJK adalah bank, pasar modal, asuransi dana pension, perusahaan *multifinance*, lembaga jasa keuangan yang lainnya. Walaupun ada peralihan, Bapepam memberi kepastian mengenai regulasi yang diterapkan tidak sepenuhnya akan berubah.

Umumnya, para investor akan percaya bahwa adanya keterlambatan ketika penyampaian laporan keuangan dapat menjadi suatu sinyal buruk untuk kesehatan perusahaan. Dilihat dari data BEI, masih terdapat banyak perkara kecurangan aturan ketepatan waktu yang dibuat oleh Bapepam.

Keterlambatan perusahaan ketika penyampaian laporan keuangan perusahaannya menjadi bukti bahwa perusahaan tersebut tidak mematuhi *disclosure principle* pasar modal. Emiten yang terlambat tersebut akan dikenai sanksi berupa suspensi dan juga denda. Situasi ini bisa berdampak negatif untuk pihak perusahaan maupun pihak pemegang saham.

Oleh sebab itu, keadaan tersebut mengindikasikan betapa krusialnya ketepatan waktu pada saat menyampaikan laporan keuangan perusahaan. Sanksi suspensi dapat dikatakan berakhir apabila perusahaan tersebut sudah menyerahkan laporan keuangannya dan melengkapi persyaratan administratif yang harus ditanggung oleh perusahaan penerima sanksi.

Profitabilitas mengindikasikan kesuksesan suatu perusahaan untuk menciptakan laba dan juga menjadi parameter keberhasilan operasional perusahaan. Tingkat efektifitas operasional perusahaan yang dapat diraih oleh suatu perusahaan dapat dilihat dari profitabilitasnya. Sebuah perusahaan yang berhasil mendapatkan keuntungan pada umumnya akan lebih tepat waktu pada saat laporan keuangan disampaikan.

Penelitian ini sama seperti penelitian yang dilaksanakan oleh Hilmi dan Ali (2008), Nasution (2013), Samiun (2014), dan Sanjaya dan Wirawati (2016) yang menyebutkan bahwa tingkat profitabilitas memengaruhi ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan perusahaan. Namun, hasil berbeda diindikasikan menurut Septriana (2010) dalam penelitiannya menyebutkan profitabilitas tidak memberikan adanya pengaruh yang signifikan terhadap ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan.

Leverage mengindikasikan seberapa banyak utang perusahaan dalam mendanai

aset perusahaannya. *Leverage* diartikan sebagai rasio yang membagi antara nilai buku dari jumlah utang jangka panjang dengan jumlah aset. Rasio *leverage* menerangkan persentase penyediaan dana kepada pemberi pinjaman oleh pemegang saham.

Awalludin dan Sawitri (2012), dan Sanjaya dan Wirawati (2016 dalam penelitiannya menyebutkan bahwa *leverage* secara signifikan dapat mempengaruhi ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan. Sementara itu, hasil penelitian (Hilmi dan Ali, 2008), (Ifada, 2009), dan (Septiana, 2010) mengindikasikan *leverage* tidak memberi pengaruh signifikan pada ketepatan waktu pelaporan keuangan.

Likuiditas merupakan kekuatan perusahaan pada saat menyediakan uang kontan untuk membayar hutang dalam jangka pendek. Likuiditas mengindikasikan sejauh mana tersedianya modal kerja yang diperlukan untuk kegiatan operasi perusahaan. Perusahaan yang likuiditasnya tinggi merefleksikan adanya kapabilitas yang tinggi untuk melakukan pelunasan hutang jangka pendeknya. Kondisi tersebut termasuk *good news*, yang akhirnya perusahaan berkecondongan untuk menyampaikan laporan keuangannya tanpa keterlambatan.

Hilmi dan Ali (2008), dan Nasution (2013) di dalam penelitiannya menyebutkan bahwa likuiditas memengaruhi secara signifikan dalam ketepatan waktu pelaporan keuangan. Di sisi lain, penelitian Darmawan,

dkk (2014), dan Samiun (2014) mengindikasikan bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara likuiditas terhadap ketepatan waktu dalam melaporkan laporan keuangan perusahaan.

Beberapa bukti empiris dari sejumlah penelitian terdahulu yang sudah dijabarkan di atas memberi indikasi adanya ketidakkonsistenan pada semua hasil penelitian yang dilakukan sebelum-sebelumnya. Untuk itu, penulis tertarik untuk melakukan pengkajian ulang perihal sejumlah faktor yang memberikan pengaruh terhadap ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan. Perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu variabel independent yang dimasukkan ke dalam penelitian ini yaitu profitabilitas, *leverage*, likuiditas, dan ukuran perusahaan dengan objek pengamatan berupa sejumlah perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI selama 2 periode berturut-turut yakni periode 2018 dan 2019.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, *leverage*, likuiditas, dan ketepatan waktu terhadap ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2018-2019.

KAJIAN PUSTAKA

Laporan Keuangan

Laporan keuangan dijelaskan sebagai informasi keuangan yang berkenaan dengan kinerja perusahaan pada periode waktu tertentu. Laporan tersebut difungsikan sebagai alat pengujian dalam penentuan dan penilaian posisi keuangan perusahaan. Menurut Penyusunan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 Tahun 2015 Laporan keuangan merupakan penyampaian secara terstruktur dari posisi keuangan dan kinerja keuangan pada suatu entitas. Tujuan Laporan Keuangan yaitu menyediakan informasi yang menyangkut posisi keuangan, kinerja, serta perubahan posisi keuangan suatu entitas yang bermanfaat untuk pengguna laporan keuangan dalam pengambilan keputusan ekonomik.

Kasmir (2014) menjelaskan bahwa laporan keuangan merefleksikan keadaan keuangan perusahaan dalam periode tertentu. Laporan keuangan yang telah disediakan perusahaan teramat penting dan banyak pihak yang membutuhkan dan berkepentingan terhadap laporan keuangan yang disediakan oleh perusahaan tersebut, seperti kreditur, investor, dan pihak manajemen sendiri.

***Timeliness* (Ketepatan Waktu) Pelaporan Keuangan**

Ketepatan waktu menurut Suwardjono (2011) merupakan tersedianya informasi bagi pembuat keputusan pada saat dibutuhkan sebelum informasi tersebut kehilangan

kemampuan untuk mempengaruhi sebuah keputusan.

Menurut (Ikatan Akuntan Indonesia, 2012), ketepatan waktu menjadi bagian dari hambatan informasi yang relevan dan andal, serta jika laporan keuangan terlambat untuk disampaikan, maka relevansi dari informasi yang dirilis akan menghilang. Kendatipun demikian, ketepatan waktu pun bisa difungsikan sebagai metode yang dapat diterapkan untuk meninjau keterbukaan dan mutu pelaporan keuangan.

(Kadir, 2011) mengemukakan, ketepatan waktu pelaporan keuangan merujuk pada laporan keuangan harus disajikan pada kurun waktu yang teratur untuk memperlihatkan perubahan keadaan perusahaan yang pada gilirannya mungkin akan mempengaruhi prediksi dan keputusan pemakai.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ketepatan Waktu Penyampaian Laporan Keuangan

Profitabilitas

Sumantri (2012) memaparkan, kapabilitas perusahaan dalam memunculkan laba merupakan fokus yang dititikberatkan dalam menilai pencapaian perusahaan sebab di samping menjadi indikator kapabilitas perusahaan dalam hal pemenuhan kewajibannya bagi mereka yang menyanggah dana, laba juga difungsikan sebagai unsur dalam memunculkan nilai perusahaan yang

merefleksikan atau mengindikasikan prospeknya di masa depan.

Sutrisno (2012) mengemukakan, profitabilitas adalah hasil yang dari kebijakan yang dibuat manajemen. Rasio ini difungsikan untuk mengukur seberapa tinggi tingkat laba yang didapatkan perusahaan. Semakin tingginya tingkat laba yang didapatkan mengindikasikan semakin baiknya manajemen dalam memanajementi laba perusahaan. Rasio profitabilitas merefleksikan hasil terakhir dari seluruh keputusan operasional dan strategi keuangan perusahaan (Brigham dan Houston, 2018).

Leverage

Menurut Kasmir (2014) *leverage* dijelaskan sebagai rasio solvabilitas yang dipergunakan untuk mengukur seberapa jauh utang membiayai aktivitas perusahaan. Pengertian *leverage* ditegaskan kembali oleh (Fahmi, 2012) yang mengemukakan bahwa rasio *leverage* ditujukan untuk memperkirakan seberapa besar pembiayaan perusahaan disokong dengan pinjaman.

Pemanfaatan pinjaman yang terlampaui banyak dapat menggiring perusahaan dalam bahaya sebab perusahaan bisa saja berkategori *extreme leverage* yaitu perusahaan terperangkap ke dalam tingkat pinjaman yang terlampaui eksestif atau berlebih yang akhirnya sukar untuk terlepas dari utang yang membebaninya.

Pendefinisian yang berkenaan dengan *leverage* ini pun ditunjang dengan penjelasan yang dipaparkan (Brigham dan Houston, 2018), di mana rasio *leverage* difungsikan untuk mengidentifikasi seberapa jauh perusahaan memanfaatkan pendanaannya lewat utang (*financial leverage*) sehingga mampu melihat kapabilitas perusahaan dalam mengoptimalkan hutang.

Likuiditas

Likuiditas perusahaan juga menjadi bagian dari aspek krusial dalam penilaian dan pembuatan keputusan oleh para investor dan kreditur (William *et al.*, 2008 dalam Nasution, 2013).

Berkenaan dengan pengertian likuiditas, (Brigham dan Houston, 2018) memaparkan, aset likuid dimaknai sebagai aset yang diperjualbelikan di pasar aktif, yang akhirnya konversinya bisa dijalankan dalam waktu singkat menjadi kas pada harga yang berlaku. Sementara itu, status likuiditas suatu perusahaan bersangkutan dengan pertanyaan yang mempertanyakan apakah perusahaan berkemampuan dalam merealisasikan pelunasan utang yang ditanggungnya pada saat jatuh tempo di tahun berikutnya.

Kemudian, Fred Weston dalam (Kasmir, 2014) menuturkan, likuiditas ialah rasio yang melukiskan kapabilitas perusahaan dalam hal pemenuhan kewajibannya (utang jangka pendeknya).

Interpretasinya, jika dijumpai adanya penagihan terhadap perusahaan, maka perusahaan berkemampuan dalam pemenuhan utang yang ditanggungnya (sanggup membayarnya), terkhusus untuk utang yang sudah jatuh tempo.

Ukuran Perusahaan

Hartono (2013) menuturkan, ukuran perusahaan mengacu pada suatu skala di mana besar kecilnya perusahaan bisa dikategorikan dengan dilandaskan pada sejumlah cara, di antaranya yaitu melalui total asset, *log size*, nilai pasar saham, dan lain-lain.

Menurut (Riyanto, 2013) ukuran perusahaan melukiskan besar kecilnya perusahaan yang penentuannya dilandaskan pada total aktiva, nilai *equity* dan total penjualan perusahaan. Penggolongan perusahaan yang didasarkan pada skala operasinya memungkinkan investor untuk menggunakannya sebagai bagian dari variabel dalam penentuan keputusan.

Hipotesis

Dengan berdasar pada landasan teori dan kerangka pemikiran penelitian, maka hipotesis pada penelitian ini di antaranya yaitu:

H₁: Terdapat pengaruh signifikan profitabilitas terhadap ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan.

H₂ : Terdapat pengaruh signifikan *leverage* terhadap ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan.

H₃: Terdapat pengaruh signifikan likuiditas terhadap ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan.

H₄: Terdapat pengaruh signifikan ukuran perusahaan terhadap ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan.

H₅ : Terdapat pengaruh signifikan secara bersama-sama antara Profitabilitas, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan terhadap ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan.

METODE PENELITIAN

Peneliti dalam penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif. Lokasi penelitian ini dilaksanakan penulis di BEI, yaitu tertuju pada sejumlah perusahaan manufaktur bidang industri barang konsumsi yang menyampaikan laporan keuangan tahunan periode tahun 2018-2019, di mana aksesnya didapatkan via internet pada laman www.idx.co.id. Penelitian ini berlangsung pada bulan Maret sampai Agustus 2021. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan. Variabel independen dalam penelitian ini adalah profitabilitas, *leverage*, likuiditas, dan ukuran perusahaan.

Populasi dalam penelitian ini ialah semua perusahaan manufaktur bidang industri barang konsumsi yang ada di BEI, periode 2018-2019. Pada penelitian ini, teknik yang diterapkan dalam mengambil sampelnya ialah metode *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data melalui dokumentasi dan studi pustaka. Teknik analisis data yang digunakan melalui statistik deskriptif, uji regresi logistik, dan uji hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Hasil pengujiannya tersaji pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Uji Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ROA	88	-.08	.92	.0955	.14840
DAR	88	.07	2.90	.4446	.35508
CR	88	.15	10.07	2.5132	1.82483
SIZE	88	11.67	18.39	14.8019	1.63388
KW	88	.00	1.00	.7727	.42147
Valid N (listwise)	88				

Sumber: *Output* olah data SPSS (2021)

Uji Regresi Logistik

1. Menilai Kelayakan Model Regresi

Berikut adalah hasil perhitungan kelayakan model regresi:

Tabel 2. Hasil Uji Hosmer and Lemeshow Test

Hosmer and Lemeshow Test			
Step	Chi-square	Df	Sig.
1	10.700	8	.219

Sumber: *Output* olah data SPSS (2021)

Dari hasil tersebut mengindikasikan besarnya nilai statistik *Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test* adalah sebanyak 10,700 dengan probabilitas signifikansinya sebanyak 0,219, di mana $0,219 > 0,05$. Dikarenakan angka probabilitasnya melebihi 0.05, maka hal ini menandakan model regresi layak digunakan dalam analisa selanjutnya, sebab tidak dijumpai adanya perbedaan signifikan antara klasifikasi yang diperkirakan dan klasifikasi yang diamati.

2. Menilai Model Fit dan Keseluruhan

Model (*Overall Model Fit*)

Berikut adalah hasil perhitungan kelayakan model regresi:

Tabel 3. Hasil Uji Overall Model fit Block 0

Iteration History ^{a,b,c}		
Iteration	-2 Log likelihood	Coefficients
		Constant
Step 0	1	94.608
	2	94.329
	3	94.329
	4	94.329

a. Constant is included in the model.

b. Initial -2 Log Likelihood: 94,329

Sumber: *Output* olah data SPSS (2021)

Tabel 4. Hasil Uji Overall Model fit Block 1

Iteration History ^{a,b,c,d}							
Iteration	-2 Log likelihood	Coefficients					
		Constant	X1	X2	X3	X4	
Step 1	1	79.687	-1.887	2.141	-1.589	-.101	.252
	2	74.753	-2.884	4.588	-2.975	-.202	.383
	3	73.864	-2.803	6.704	-3.939	-.276	.416
	4	73.835	-2.764	7.200	-4.121	-.291	.421
	5	73.835	-2.762	7.217	-4.127	-.292	.422
	6	73.835	-2.762	7.217	-4.127	-.292	.422

a. Method: Enter

b. Constant is included in the model.

c. Initial -2 Log Likelihood: 94,329

Sumber: *Output* olah data SPSS (2021)

Tabel 4 mengindikasikan nilai $-2LL$ block number = 0 adalah sebanyak 94,329. Kemudian nilai $-2LL$ block number=1 pada tabel 7 bergeser turun menjadi 73,835. Menurunnya nilai tersebut memberi indikasi bahwa secara keseluruhan model regresi logistik yang dipakai sudah dikategorikan baik. Model yang dihipotesiskan adalah *fit* dengan data.

3. Menguji Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil pengujiannya disajikan di bawah ini.

Tabel 5. Hasil Uji Nagelkerke R Square

Model Summary			
Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	73.835 ^a	.208	.316

Sumber: *Output* olah data SPSS (2021)

Tabel 5 mengindikasikan nilai *Nagelkerke R Square* sebesar 0,316. Hal ini menandakan, semua variabel bebas pada penelitian ini memiliki kemampuan dalam menjelaskan variasi variabel dependennya (ketepatan waktu) sebanyak 31,6% dan sisanya 68,4% bisa diterangkan oleh variabel lain yaitu opini auditor, umur perusahaan, struktur modal, dan reputasi KAP.

4. Menguji Koefisien Regresi

Tabel ini memperlihatkan hasil pengujian pada penelitian ini menggunakan uji regresi logistik dengan tingkat signifikansi 5%.

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Regresi Logistik

Variables in the Equation						
	B	S.E.	Wald	Df	Sig.	Exp(B)
X1	7.217	3.486	4.288	1	.038	1362.951
X2	-4.127	1.546	7.130	1	.008	.016
Step 1 ^a X3	-.292	.200	2.136	1	.144	.747
X4	.422	.210	4.017	1	.045	1.524
Constant	-2.762	3.124	.782	1	.377	.063

Sumber: *Output* olah data SPSS (2021)

Dari pengujian, maka didapatkan model regresi logistik di bawah ini:

$$\ln \left(\frac{KW}{1-KW} \right) = -2,762 + 7,217ROA - 4,127DAR - 0,292CR + 0,422Size + e$$

Pengujian Hipotesis

1. Pengujian Secara Simultan

Hasil pengujiannya tersaji pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil Uji Omnibus Tests of Model Coefficients

Omnibus Tests of Model Coefficients			
		Chi-square	df Sig.
Step 1	Step	20.494	4 .000
	Block	20.494	4 .000
	Model	20.494	4 .000

Sumber: *Output* olah data SPSS (2021)

Dari tabel 7, tampak nilai *chi square* hitung = 20,494 > 7,815 (*chi square* tabel) di mana tingkat signifikansinya sebanyak 0,000 < 0,005. Kesimpulannya, H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menandakan profitabilitas, *leverage*, likuiditas dan ukuran perusahaan secara serempak berpengaruh signifikan terhadap ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan.

2. Pengujian Secara Parsial

Nilai pengujiannya tersaji pada Tabel 8.

Tabel 8. Hasil Uji Regresi Logistik secara Parsial

		Variables in the Equation			
		B	S.E.	Df	Exp(B)
Step 1 ^a	X1	7.217	3.486	1	1362.951
	X2	-4.127	1.546	1	.016
	X3	-.292	.200	1	.747
	X4	.422	.210	1	1.524
	Constant	-2.762	3.124	1	.063

Sumber: *Ouptut* olah data SPSS (2021)

Dari tabel 8, kesimpulan yang bisa dikemukakan yaitu:

a. Pengujian hipotesis 1

H_{01} : Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan.

H_{a1} : Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan

Hasil mengindikasikan variabel (X_1) mempunyai nilai *wald* sebanyak 4,288 dan nilai signifikansinya yaitu $0,038 < \alpha = 0,05$. Oleh karenanya, H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima. Hal ini menandakan profitabilitas secara signifikan memengaruhi ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan

Dengan berdasar pada hasil pengujian yang didapatkan dalam penelitian ini, diketahui bahwa variabel profitabilitas yang diprosikan dengan ROA secara parsial berpengaruh signifikan terhadap ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan suatu perusahaan.

Profitabilitas menjadi bagian dari indikator yang mengindikasikan kesuksesan perusahaan dalam memunculkan laba. Apabila profitabilitasnya semakin tinggi, hal ini menandakan kapabilitas perusahaan dalam mendapatkan laba pun tergolong tinggi. Pada perusahaan yang mengungkapkan rugi, atau tingkat profitabilitasnya rendah, hal ini dapat berimbas pada munculnya respons negatif dari pasar, dan tentunya kinerja perusahaan dinilai menurun. Sementara itu, pada perusahaan yang mengungkapkan dan menginformasikan laba yang dicapainya, hal ini tentunya dapat memunculkan respons positif terhadap pihak lain atas kinerja perusahaannya.

Dari hasil penelitian ini searah dengan penelitian Hilmi dan Ali (2008), Nasution (2013), Saimun (2014), Sanjaya dan Wirawati (2016), di mana mereka mendapati bukti empiris yang mengindikasikan profitabilitas secara signifikan memberi pengaruh pada ketepatan waktu pelaporan keuangan. Akhirnya, terdapat tendensi bahwa perusahaan dengan tingkat profitabilitasnya terbilang tinggi akan menyampaikan laporan keuangannya tanpa ditunda-tunda (tanpa keterlambatan) kepada sejumlah pihak yang mempunyai kepentingan.

b. Pengujian hipotesis 2

H_{02} : *Leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan.

H_{a2}: *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan.

Hasil memperlihatkan variabel *leverage* (X₂) mempunyai nilai *wald* sebanyak 7,130 dan nilai signifikansinya yaitu $0,008 < \alpha = 0,05$. Kesimpulannya, H₀₂ ditolak dan H_{a2} diterima. Hal ini menandakan, *leverage* secara signifikan memengaruhi ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan

Dalam penelitian ini memperlihatkan bahwa secara parsial variabel *leverage* yang diprosikan dengan DAR berpengaruh signifikan terhadap ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan.

Leverage keuangan dapat diinterpretasikan sebagai pemanfaatan harta dan sumber dana perusahaan yang mempunyai *fixed cost*, di mana hal tersebut ditujukan agar profit potensial pemegang saham dapat dioptimumkan. Terdapat pengaruh tingkat *leverage* perusahaan yang memberi indikasi bahwa utang bisa memunculkan pengaruh pada pelaporan keuangan. Kesimpulannya, perusahaan yang tingkat *leverage*-nya tinggi berkecondongan mengalami keterlambatan dalam pelaporan keuangannya.

Dari hasil penelitian ini searah dengan penelitian Awalludin dan Sawitri (2012), Sanjaya dan Wirawati (2016). Hasil penelitian mereka menyebutkan, *leverage*

secara signifikan memengaruhi ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan. Maka, perusahaan yang tingkat *leverage*-nya lebih rendah berkecenderungan mengalami keterlambatan dalam pelaporan keuangan.

c. Pengujian hipotesis 3

H₀₃: Likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan.

H_{a3}: Likuiditas berpengaruh signifikan terhadap ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan.

Hasil mengindikasikan variabel (X₃) mempunyai nilai *wald* sebanyak 2,136, di mana nilai signifikansinya sebanyak $0,144 > \alpha = 0,05$. Kesimpulannya, H₀₃ diterima dan H_{a3} ditolak. Hal ini menandakan likuiditas tidak memberi pengaruh signifikan terhadap ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan.

Dari hasil penelitian ini senada dengan penelitian Darmawan, dkk (2014) dan Samiun (2014) bahwa likuiditas tidak memberi pengaruh signifikan terhadap ketepatan waktu pelaporan keuangan.

Hasil ini mengindikasikan bahwa baik perusahaan yang tepat waktu maupun yang tidak dalam penyampaian laporan keuangannya bersikap abai pada informasi yang ada keterkaitannya dengan likuiditas.

d. Pengujian hipotesis 4

H₀₄: Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap

ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan.

H_{a4}: Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan.

Hasil mengindikasikan variabel (X₄) mempunyai nilai *wald* sebanyak 4,017, dan nilai signifikansinya yaitu $0,045 < \alpha = 0,05$. Singkat kata, H₀₄ ditolak dan H_{a4} diterima. Hal ini menandakan ukuran perusahaan secara signifikan memberi pengaruh terhadap ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan.

Hasil penelitian ini searah dengan penelitian yang dijalankan Ifada (2009) dan Septriana (2010), di mana mereka mendapati bukti yang mengindikasikan ukuran perusahaan secara signifikan memengaruhi ketepatan waktu pelaporan keuangan. Kendatipun demikian, hasil tersebut tidak searah dengan penelitian yang dijalankan Hilmi dan Ali (2008), Nasution (2013) yang mendapati bukti empiris yang mengindikasikan ukuran perusahaan tidak memunculkan pengaruh signifikan terhadap ketepatan waktu pelaporan keuangan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas, dapat disimpulkan bahwa, 1) profitabilitas yang diproksikan dengan ROA memberi pengaruh signifikan terhadap ketepatan waktu penyampaian laporan

keuangan, 2) *leverage* yang diproksi dengan DAR memunculkan pengaruh yang signifikan terhadap ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan, 3) likuiditas yang diproksi dengan CR tidak mempengaruhi ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan, dan 4) ukuran perusahaan yang diproksikan dengan Ln Total Aset memberi pengaruh signifikan terhadap ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan, 5) seluruh variabel bebas yaitu profitabilitas, *leverage*, likuiditas, dan ukuran perusahaan secara serempak memberi pengaruh terhadap ketepatan waktu penyampaian laporan keuangan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang ada di BEI periode 2018-2019.

SARAN

Rekomendasi yang diberikan yaitu, 1) manajemen perusahaan harus senantiasa mengerahkan upayanya dalam mengoptimalkan kinerja yang dimilikinya, 2) diharapkan hasil penelitian ini dapat memberi kemanfaatan dan menjadi acuan perusahaan dalam penyelesaian dan penyampaian laporan keuangannya secara tepat waktu, 3) bagi Peneliti Selanjutnya agar dapat memberikan variabel tambahan yang lain dan menambahkan tahun pengamatan supaya hasil yang didapatkan nantinya lebih berkemampuan untuk diaplikasikan

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Brigham, E. F dan Houston, J. F. 2018. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan, Edisi 14*. Jakarta: Salemba Empat.
- Fahmi, I. 2012. *Analisis Kinerja Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Hartono, Jogiyanto. 2013. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi, Edisi Kedelapan*. Yogyakarta: BPFE.
- Ikatan Akuntan Indonesia. 2012. *Standar Akuntansi Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kasmir. 2014. *Analisis Laporan Keuangan, Edisi Pertama, Cetakan Ketujuh*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Sutrisno. 2012. *Manajemen Keuangan Teori, Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta: EKONISIA

Jurnal Online

- Damayanti, K. dan Fitriani, D. 2016. *Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Ketepatan Waktu Penyampaian Laporan Keuangan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2014)*. Jurnal Fokus. Vol. 6. Nomor 2.
- Darmawan, Dkk. 2014. *Pengaruh Profitabilitas dan Likuiditas Terhadap Ketepatan Waktu Pelaporan Keuangan (Studi Empiris Pada Perusahaan LQ45 yang Terdaftar di BEI Periode 2008-2012)*. E-Jurnal S1 Akuntansi Vol 02 no.1. Universitas Perndidikan Ganesha.
- Hilmi, U dan Ali, S. 2008. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ketepatan Waktu Penyampaian Laporan Keuangan*. Simposium Nasional Akuntansi XI Ikatan Akuntan Indonesia, 1-22.
- Ifada, L. M. 2009. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ketepatan Waktu Pelaporan Keuangan (Studi Kasus Perusahaan Manufaktur di BEJ)*. Jurnal Akuntansi Indonesia Vol. 5.
- Kadir, Abdul. 2011. *Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Ketepatan Waktu Pelaporan Keuangan Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Jakarta*. Jurnal Manajemen Akuntansi Volume 12 Nomor 1. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Nasution, K. A. 2013. *Pengaruh Likuiditas, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Ketepatan Waktu dalam Pelaporan Keuangan*. Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang.
- Nurmiati. 2016. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ketepatan Waktu Pelaporan Keuangan*. Jurnal Ekonomi dan Manajemen. Vol. 13. ISSN-P 1907-3011.
- Samiun. 2014. *Pengaruh Profitabilitas dan Likuiditas Terhadap Ketepatan Waktu Penyampaian Laporan Keuangan Pada Perusahaan Food And Beverages Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2008-2012*. Jurnal. Universitas Muhammadiyah Sumatra Barat.
- Sawitri, V. M. 2012. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ketepatan Waktu Pelaporan Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI*. E-Jurnal Akuntansi Universitas Gunadarma.
- Septiana. 2010. *Analisis Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Ketepatan Waktu Pelaporan Keuangan Perusahaan BUMN Indonesia*. Jurnal Maksi, 10(1), 97-117.

Sumantri, A. D. 2012. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Profitabilitas Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2006-2010)*. Skripsi. Universitas Lampung.

Suwardjono. 2011. *Teori Akuntansi Perencanaan Pelaporan Keuangan, Edisi ke 3, Cetakan kelima*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta

Wirawati, S. d. 2016. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ketepatan Waktu Pelaporan Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI*. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana.

Website

www.idx.co.id

www.wartaekonomi.co.id

STRATEGI PEMASARAN SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN DI RELASI JAYA PHOTO KECAMATAN PEDAN KABUPATEN KLATEN

M. Angga Jaza Al-Husna*)

H. Sunarto**)

Dwi Rohmawati Khasanah**)

Fakultas Ekonomi, STIA Madani, Klaten – Indonesia

Email : anggajaza@gmail.com

ABSTRAK

Strategi Pemasaran Sebagai Upaya Meningkatkan Volume Penjualan di Relasi Jaya Photo Kecamatan Pedan Kabupaten Klaten, M. angga Jaza Al-Husna, I.18.150.0024, Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan yang dilakukan Relasi Jaya Photo di Kecamatan Pedan Kabupaten Klaten.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field Research*) yang dilakukan di Relasi Jaya Photo Kecamatan Pedan Kabupaten Klaten. Adapun sifat penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Sumber data dalam penelitian ini ada dua yaitu sumber data primer dan sekunder. Sumber data primer diperoleh secara langsung dari pemilik dan konsumen atau pelanggan relasi jaya photo sedangkan sumber data sekunder yang peneliti gunakan berupa buku-buku, serta jurnal sebagai literatur pokok atau penunjang. Untuk mendapatkan data yang valid, peneliti menggunakan metode pengumpulan data yaitu wawancara terhadap pemilik relasi jaya photo dan para pelanggan, dengan observasi secara langsung terhadap obyek tertentu yang menjadi fokus penelitian serta mencatat segala sesuatu yang berhubungan dengan Penyebaran Informasi Relasi Jaya Photo, dan dokumentasi yang berhubungan dengan penelitian ini. Pada akhirnya, pemeriksaan keabsahan data yang digunakan adalah triangulasi sumber data.

Berdasarkan hasil penelitian, didapatkan bahwa ada 4 faktor strategi pemasaran toko Relasi Jaya Photo yaitu *Product* (produk), *Price* (harga), *Promotion* (promosi), *Place* (tempat). Faktor-faktor tersebut selama ini di implementasikan langsung untuk meningkatkan penjualan toko Relasi Jaya Photo. Dengan tawaran barang jasa yang berkualitas dan diimbangi harga yang terjangkau mampu membuat pelanggan menjadi tertarik, serta lokasi yang strategis menjadikan toko Relasi Jaya Photo ramai dikunjungi orang, dan promosi yang dilakukan dengan cara personal selling, menyebarkan brosur dan membuat periklanan mampu menambah minat para konsumen. Implikasi dari penelitian ini yaitu dengan merujuk pada hasil penelitian ini, Relasi Jaya Photo sebaiknya menerapkan sistem perencanaan strategi yang maksimal dan melakukan pemanfaatan sistem teknologi dalam usaha.

Kata kunci : Strategi pemasaran, Volume penjualan.

PENDAHULUAN

Dunia bisnis akhir-akhir ini berkembang semakin cepat. Perputaran barang dan jasa menjadi kegiatan utama untuk menunjang perekonomian bangsa. Banyaknya kesamaan jenis bisnis yang dijalankan membuat para pebisnis harus melakukan berbagai upaya dalam menghadapi persaingan bisnis. Tingkat persaingan dalam dunia bisnis menuntut setiap tanaga pemasar (marketing) untuk mampu melaksanakan kegiatan pemasaran dengan lebih efektif dan efisien. Melihat kondisi seperti itu pemasaran mempunyai peranan yang sangat

penting dalam keberlangsungan dunia usaha. Pemasaran yang baik tentunya akan menunjang suksesnya sebuah usaha.

Pemasaran mengambil peranan yang sangat penting dalam hubungan antara produsen dan konsumen. Dalam meningkatkan volume penjualan perusahaan harus mempunyai strategi yang tepat. Strategi pemasaran tersebut diharapkan dapat membuat para konsumen membeli barang atau jasa yang diproduksi oleh Perusahaan. Masing-masing Perusahaan mempunyai strategi yang berbeda dalam meningkatkan volume penjualan. Strategi Pemasaran yang sering digunakan meliputi empat

factor diantaranya : Produk (*Product*), Harga (*Price*), Promosi (*Promotion*), Tempat/Lokasi (*Place*). Empat faktor tersebut merupakan factor yang mendasar dan tidak bisa terpisahkan.

Dengan demikian penerapan strategi pemasaran harus semaksimal mungkin agar lebih efektif menjaring konsumen untuk meningkatkan volume penjualan. Bagi sebuah perusahaan atau pelaku usaha yang sudah dikenal di kalangan konsumen, strategi pemasaran ini harus efektif untuk menarik para konsumen untuk selalu datang membeli ataupun menggunakan produk / jasa dari perusahaan atau pelaku usaha tersebut. Selain itu perkembangan dunia usaha yang semakin cepat menuntut setiap para pelaku usahanya untuk tetap bertahan bahkan menjadi pemenang dalam persaingan. Strategi persaingan yang tepat akan menunjukkan hasil yang baik sesuai dengan tujuan perusahaan yaitu mendapatkan keuntungan yang maksimal serta menjadi pemimpin pasar. Perusahaan dituntut untuk dapat meningkatkan efektifitas strategi pemasaran, kualitas pelayanan yang paling baik untuk tetap menjadi pemimpin pasar. Adapun beberapa hal yang dapat dilakukan perusahaan yaitu dengan melakukan inovasi terus menerus. Untuk tetap bertahan para pelaku usaha setidaknya harus selalu melakukan inovasi pada strategi pemasaran masing-masing.

Melihat dari kenyataan yang ada di Relasi Jaya Photo ini tidak lepas dari persaingan usaha sejenis, yang *notabene* usaha-usaha dibidang *photography* saat ini sudah sangat bervariasi. Teknologi yang digunakan juga sudah mengikuti perkembangan zaman. Desain produk dan inovasi produk juga sudah modern. Sehingga memunculkan banyak persaingan dalam usaha sejenis. Untuk itu Relasi Jaya Photo perlu mengembangkan strategi pemasaran yang selain bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan juga untuk bertahan dari persaingan usaha sejenis.

Relasi Jaya Photo ini didirikan sudah lama, namun seiring berjalannya waktu banyak pesaing toko lain yang menawarkan barang dan jasa yang serupa dengan relasi jaya photo, menyebabkan penjualan toko menjadi menurun belakangan ini

dan masih membutuhkan strategi untuk bersaing dengan toko lain agar penjualan mengalami kenaikan dan berkembang pesat.

Relasi Jaya Photo merupakan toko fotocopy dan perlengkapan alat tulis yang juga menawarkan berbagai jenis jasa lainnya, seperti jasa edit foto, cetak foto, print, dan juga mempunyai studio photo, serta baru-baru ini melayani jasa pembelian voucher listrik dan pembelian pulsa. Terletak di Jl. Pedan-Cawas, Polaharjo, Sobayan, Kec. Pedan, Kabupaten Klaten, Jawa Tengah, Relasi Jaya Photo memiliki cukup banyak pesaing toko yang menjual barang dan jasa yang sama. Ini merupakan tantangan tersendiri untuk Relasi Jaya Photo agar meningkatkan penjualan yang akhir-akhir ini mengalami penurunan.

Dalam persaingan usaha sejenis, Relasi Jaya Photo melihat situasi seperti ini tidaklah mudah tanpa ada usaha dan tindakan nyata yang dirumuskan dalam sebuah strategi pemasaran. Selain bergerak di dunia fotografi Relasi Jaya Photo juga membuka usaha fotocopy dan alat tulis. Inovasi produk merupakan salah satu strategi pemasaran yang dijalankan untuk tetap mempertahankan konsumen sebanyak mungkin. Dengan adanya fotokopi dan alat tulis sangat memudahkan konsumen dalam melakukan pembelian, Konsumen tidak perlu berpindah tempat untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan.

Dengan demikian strategi pemasaran tidak hanya diperlukan untuk bertahan pada persaingan tetapi juga bagaimana perusahaan atau pelaku usaha tetap bisa menjalankan bisnisnya ditengah-tengah persaingan yang semakin ketat dan berinovasi sebagai bentuk dari perkembangan bisnisnya dalam menjadi pemenang di dalam persaingan bisnis. Sehingga dengan semakin luasnya bisnis / usaha yang berkembang akan semakin banyak juga konsumennya dan diharapkan mereka dapat puas terhadap produk / jasa bahkan sampai menjadi konsumen yang loyal. Strategi pemasaran juga diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan perusahaan / pelaku usaha.

Berdasarkan pengamatan peneliti pada objek penelitian yaitu Relasi Jaya Photo, saat ini sesuai dengan kondisi yang ada maka diperlukan strategi yang tepat guna dalam pengembangan usahanya.

Dari uraian tersebut diatas tentang pentingnya strategi pemasaran maka penulis mengambil judul dalam penelitian ini “Strategi Pemasaran Sebagai Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Di Relasi Jaya Photo Kecamatan Pedan Kabupaten Klaten”

Rumusan Masalah yang dapat diambil dari latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas sebagai berikut : “ Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan dalam meningkatkan volume penjualan pada Relasi Jaya Photo di Kecamatan Pedan Kabupaten Klaten? “

Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan dalam meningkatkan volume penjualan pada Relasi Jaya Photo.

Manfaat penelitian ini adalah (1) Bagi penulis, penelitian ini sebagai informasi dan pengetahuan tentang strategi pemasaran dan volume penjualan. Selain itu penulis juga dapat mengaplikasikan ilmu yang didapat pada waktu kuliah. (2) Bagi pengusaha, sebagai bahan masukan dalam mengambil keputusan manajerial yang berkaitan dengan strategi pemasaran usahanya.

KAJIAN PUSTAKA

Pemasaran (*Marketing*)

Istilah Pemasaran (*marketing*) berasal dari kata market (pasar). Pasar bisa diartikan sebagai tempat penjual dan pembeli bertemu untuk melakukan transaksi tukar menukar barang. Selain itu Pasar juga sebagai tempat dimana konsumen memenuhi kebutuhan dan keinginannya dengan sistem pertukaran (*barter*).

Pemasaran merupakan sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, mendistribusikan barang-barang yang memuaskan keinginan dan jasa, baik pada konsumen saat ini maupun konsumen potensial (Priansa 2017:3).

Menurut Mullins dan Walker (2013 hal.5) Pemasaran adalah suatu proses sosial yang melibatkan kegiatan yang diperlukan mengaktifkan individuals dan organisasi untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui bertukar dengan lain dan mengembangkan hubungan bertukar dan berkelanjutan.

Pengertian lain menurut Rianto (2012:6) Pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain. Definisi ini berdasarkan pada konsep inti kebutuhan, keinginan, dan permintaan; produk, nilai, biaya dan kepuasan; pertukaran, transaksi, dan hubungan; pasar; pemasaran dan pemasar.

Definisi lain dikemukakan oleh Abdurrahman (2015:2) Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi, mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan.

Pendapat lain dari Assauri (2012:4-5) menyatakan bahwa pemasaran merupakan kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran. Dalam rangka memenuhi kebutuhan tersebut, kegiatan pemasaran yang dilakukan menekankan usaha pemuasan kepada konsumen.

Dari beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa pemasaran merupakan kegiatan bisnis yang berkaitan dengan perencanaan, penentuan harga, promosi, dan pendistribusian barang atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan dari pada konsumen melalui proses pertukaran.

Tujuan Pemasaran

Masing-masing perusahaan mempunyai tujuan utama, yaitu mencapai tingkat keuntungan yang setinggi-tingginya. Dalam konsep pemasaran,

tujuan perusahaan tersebut dapat dicapai melalui keputusan konsumen. Keputusan konsumen ini diperoleh setelah kebutuhan dan keinginan konsumen dapat terpenuhi melalui kegiatan pemasaran yang tepat. Terlepas dari hal tersebut pemasaran juga mempunyai tujuan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen, bukan komersial ataupun mendapatkan laba. (Saprijal, 2018:86).

Sehingga tujuan dari pemasaran beralih pada pemberian pelayanan yang baik terhadap konsumen agar terciptanya kepuasan konsumen yang terus menerus dan akhirnya akan menjadi tingkatan yang lebih tinggi yaitu loyalitas konsumen.

Strategi

Strategi merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan. Strategi merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan. Menurut Swastha dalam Hayani (2018:86) strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuan.

Menurut David (2011:18-19) Strategi adalah aksi potensial yang membutuhkan keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan dalam jumlah besar. Jadi strategi adalah sebuah tindakan aksi atau kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau perusahaan untuk mencapai sasaran atau tujuan yang telah ditetapkan.

Berbeda lagi dengan pendapat Atmoko (2018:85) Strategi adalah keseluruhan konsep bagaimana sebuah perusahaan mengatur dirinya sendiri dan semua kegiatan dengan tujuan agar bisnis yang dijalankan berhasil, melakukan persaingan, dan melakukan imbal hasil kepada pemegang saham.

Berdasarkan pengertian di atas, dapat dipahami bahwa strategi adalah suatu kesatuan konsep atau cara untuk mencapai tujuan yang hendak dicapai.

Macam-Macam Strategi

1) Strategi Manajemen.

adalah strategi yang dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara

makro. Misalnya strategi pengembangan produk, penetapan harga, pengembangan pasar, dan sebagainya.

2) Strategi Investasi.

adalah kegiatan yang terfokus pada investasi, misalnya apakah perusahaan ingin melakukan strategi pertumbuhan yang agresif dengan berusaha mengadakan pendekatan pasar, strategi bertahan, strategi pengembangan kembali suatu divisi baru dan sebagainya.

3) Strategi Bisnis.

Merupakan strategi yang menekankan pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen, misalnya strategi pemasaran, strategi produksi, strategi distribusi, serta strategi yang berkaitan dengan keuangan (Rangkuti 2018:10).

Mekanisme Strategi

1) Mendefinisikan misi perusahaan.

Langkah awal dalam mewujudkan misi perusahaan yaitu tujuan yang ingin diperoleh perusahaan dalam lingkungan yang lebih luas. Misi perusahaan harus dapat memuaskan kebutuhan pelanggan. Misi harus realitas dan spesifik serta sesuai dengan lingkungan pasar.

2) Menentukan tujuan dan sasaran perusahaan.

Tujuan perusahaan ini mencakup tujuan bisnis dan tujuan fungsional. Tujuan perusahaan adalah tujuan secara keseluruhan dari perusahaan, seperti membangun hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan. Tujuan bisnis adalah mengembangkan produk yang lebih baik sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

3) Merancang portofolio bisnis.

4) Mengembangkan strategi bisnis.

5) Menganalisis lingkungan eksternal.

Mekanisme strategi harus dijalankan dengan sistematis dan teratur untuk mendapatkan hasil yang maksimal, jika tidak sistematis dan teratur maka hasilnya tidak ada efektif.

Strategi Pemasaran

Ada beberapa definisi tentang strategi pemasaran diantaranya sebagai berikut :

1) Strategi pemasaran adalah pemasaran yang berusaha menanamkan perusahaan dan

produknya di benak pelanggan. Strategi ini bertujuan untuk mencapai *how to win the market* (Abdurrahman, 2018).

- 2) Strategi pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan usaha melalui perencanaan, penentuan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan dan memenuhi kebutuhan pembeli (Atmoko 2018:86).
- 3) Menurut Sofjan Assauri (2015:168) berpendapat bahwa, Strategi pemasaran adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan.
- 4) Strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak da ri berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu (Assauri, 2011 hal.5).

Strategi pemasaran terfokus pada mencari dan memberi kepada pelanggan, serta memiliki nilai yang berbeda untuk mengembangkan bisnis. Strategi pemasaran juga bertujuan untuk meningkatkan penjualan, karena penjualan merupakan ujung tombak dari strategi yang diterapkan di sebuah perusahaan (Sunny, Khoo, Hor, 2003 ;13.).

Uraian tersebut diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi pemasaran merupakan suatu konsep rencana yang sudah terarah untuk mendapatkan hasil yang optimal dibidang pemasaran, yang didalamnya meliputi promosi, penentuan harga, dan mendistribusikan barang, dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan, agar terciptanya royalitas pelanggan terhadap perusahaan dan kesetiaan mereka dalam membeli produk yang kita tawarkan.

Unsur-unsur strategi pemasaran menurut Fredy Ranguti (2006) adalah sebagai berikut :

- 1) Unsur strategi pemasaran.
 - a) Segmentasi pasar, yaitu suatu tindakan untuk identifikasi dan membentuk

kelompok pembeli atau konsumen secara terpisah. Masing-masing konsumen dibedakan menurut karakteristik kebutuhan produk dan bauran pemasaran tersendiri.

- b) Targeting, yaitu suatu tindakan untuk memilih satu atau lebih segmen yang akan dimasuki.
 - c) Positioning, yaitu penetapan posisi pasar, yang bertujuan untuk membangun atau mengkomunikasikan keunggulan produk yang ada di pasar kepada konsumen.
- 2) Unsur taktik persaingan.
 - a) Differensiasi, yaitu unsur pembeda antara produk sendiri dengan produk lain.
 - b) Bauran pemasaran, meliputi produk, harga, promosi, dan tempat.
 - 3) Unsur nilai pemasaran.

Merk (*brand*) adalah nama, cermin, tanda, *symbol*, *design* atau kombinasi dari semuanya yang ditujukan untuk mengidentifikasi produk sendiri dengan produk lainnya. Merek bagi konsumen mempunyai arti sebagai :

- a) Identifikasi untuk membedakan satu produk dengan produk yang lain.
- b) Garansi atas kualitas dan kinerja dari produk yang akan dibeli.

Dalam bukunya (Manap 2016) Ada 4 komponen yang tercakup dalam Unsur Strategi Pemasaran yang terkenal dengan 4P, yang akan dianalisis satu persatu.

- 1) Produk (*Product*).
Produk merupakan titik sentral dari kegiatan marketing. Produk ini dapat berupa barang dan dapat pula berupa jasa.
- 2) Harga (*Price*).
Penentuan harga merupakan tolak ukur keberhasilan pemasaran produk. Kebijakan harga dapat dilakukan pada setiap tingkatan distribusi, seperti oleh produsen, oleh grosir dan pedagang eceran (*retailer*).
- 3) Tempat (*Place/Distribution*).
Sebelum produsen memasarkan produknya, maka sudah ada perencanaan tentang pola distribusi yang akan dilakukan oleh

Perusahaan. Di sini penting sekali perantara dan pemilihan saluran distribusinya. Perantara ini sangat penting karena dalam setiap kegiatan mereka berhubungan dengan konsumen.

4) Promosi (*Promotion*).

Promosi merupakan senjata utama perusahaan dalam memasarkan produk. Promosi dengan “*selling concept*” dapat diartikan produsen sangat mengandalkan dan berharap akan meningkatnya penjualan dengan mempergunakan promosi.

Tujuan Strategi Pemasaran menurut (Abdul Manap, 2016) dapat diartikan untuk mencari keseimbangan pasar, mendistribusikan barang dan jasa dari daerah surplus ke daerah minus, dari produsen ke konsumen, dari pemilik barang dan jasa ke calon konsumen dan untuk memberi kepuasan kepada konsumen.

Assauri (dalam Irma, 2016:23) bahwa strategi pemasaran dapat dibedakan menjadi tiga jenis yaitu :

- 1) Strategi pemasaran yang tidak membedakan pasar (*Undifferentiated Marketing*).
- 2) Strategi Pemasaran yang membedakan pasar (*Differentiated Marketing*).
- 3) Strategi yang terkonsentrasi (*Consentrated Marketing*)

Untuk lebih jelasnya ketiga jenis strategi pemasaran diatas dapat diuraikan sebagai berikut :

- 1) Strategi pemasaran yang tidak membedakan pasar (*Undifferentiated Marketing*)

Strategi ini memperhatikan konsumen secara umum. Oleh karena itu perusahaan hanya menghasilkan dan memasarkan satu macam produk saja dan menarik semua pembeli dan calon pembeli dengan satu rencana pemasaran

- 2) Strategi Pemasaran yang membedakan pasar (*Differentiated Marketing*)

Strategi ini hanya melayani kebutuhan beberapa kelompok tertentu dengan jenis produk tertentu pula. Jadi perusahaan atau produsen menghasilkan dan memasarkan produknya yang berbeda-beda untuk tiap segmen pasar atau dengan program pemasaran

yang tersendiri diharapkan dapat mencapai tingkat penjualan yang tinggi dalam masing masing pasar tersebut.

- 3) Strategi yang terkonsentrasi (*Consentrated Marketing*)

Strategi ini mengkhususkan pemasaran produknya dalam beberapa segmen pasar. Dengan pertimbangan keterbatasan sumber daya perusahaan. Produsen memilih segmen pasar tertentu dan menawarkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan kelompok konsumen yang ada pada segmen pasar itu, yang tentunya lebih spesifik, strategi perusahaan ini mengutamakan seluruh usaha pada satu atau beberapa segmen pasar tertentu saja.

Volume Penjualan

Istilah penjualan seringkali disalah artikan dengan pemasaran, masih banyak yang menganggap bahwa arti dari penjualan sama dengan pemasaran. Pada hakekatnya kedua istilah tersebut memiliki arti dan lingkup yang berbeda. Penjualan adalah jumlah uang yang dibebankan dan dapat dilakukan secara tunai maupun kredit pada umumnya kepada pelanggan.

Volume penjualan dapat diartikan penjualan bersih dari laporan laba perusahaan. Penjualan bersih diperoleh melalui hasil keseluruhan penjualan produk selama jangka waktu tertentu dan hasil penjualan yang dicapai dari pangsa pasar yang merupakan penjualan potensial yang terdiri dari kelompok pembeli selama jangka waktu tertentu (Basu Swasta, 2012).

Menurut Horngren, Foster dan Datar yang dikutip oleh Basu Swasta (2012), volume penjualan merupakan ukuran aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan kapasitas dalam satuan uang atau unit produk dimana manajemen akan berusaha untuk mempertahankan volume yang menggunakan kapasitas yang ada dengan sebaik mungkin.

Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa volume penjualan merupakan hasil keseluruhan dari penjualan produk barang dalam kurun waktu tertentu.

Kemampuan perusahaan dalam menjual produknya dapat menentukan keberhasilan dalam memaksimalkan keuntungan. Hal ini dapat dilihat Ketika perusahaan tidak mampu menjual maka perusahaan akan mengalami kerugian. Menurut Basu Swasta (2012) tujuan umum penjualan dalam perusahaan yaitu :

- a) Mencapai volume penjualan.
- b) Mendapatkan laba tertentu
- c) Menunjang pertumbuhan perusahaan.

Volume penjualan merupakan faktor terpenting yang dapat mempengaruhi besar atau kecilnya modal kerja. Suatu perusahaan menanamkan sebagian dananya dalam bentuk modal kerja, maka dari itu hasil penjualan diperlukan untuk menunjang kegiatan penjualan. Volume penjualan yang diperoleh suatu perusahaan didasarkan pada realisasi hasil penjualan dan target penjualan yang setiap waktu akan cenderung mengalami perubahan sesuai dengan kondisi dari perusahaan itu sendiri. Setiap perusahaan dalam kegiatan penjualan akan dipengaruhi oleh beberapa faktor, menurut Basu Swasta (2012) beberapa faktor tersebut sebagai berikut :

1) Kondisi dan kemampuan penjual.

Untuk mencapai tujuan yang diharapkan, maka penjual harus memahami masalah-masalah penting yang berkaitan dengan penjualan, yaitu :

- a) Jenis barang dan karakteristik yang ditawarkan.
- b) Harga produk.
- c) Syarat penjualan.

2) Kondisi pasar.

Pasar sebagai tempat pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan, harus memperhatikan kondisi pasar seperti :

- a) Jenis pasar, meliputi pasar konsumen, pasar industri, pasar penjual, pasar pemerintah maupun pasar internasional.
- b) Kelompok pembeli atau segmen pasarnya.
- c) Daya beli masyarakat.
- d) Frekuensi pembelian.
- e) Keinginan dan kebutuhan.

3) Modal

Supaya kegiatan penjualan dalam suatu perusahaan dapat berjalan dengan lancar dan cepat, maka diperlukan sejumlah modal untuk membiayai kegiatan operasional perusahaan.

4) Kondisi organisasi perusahaan.

Untuk menangani permasalahan penjualan dalam suatu perusahaan dapat dilihat dari kondisi erusahaannya apakah termasuk jenis perusahaan besar atau kecil.

5) Faktor lain

Faktor-faktor lain yang sering mempengaruhi penjualan adalah iklan, peragaan, kampanye, pemberi hadiah, diskon dan lain-lain.

Menurut Efendi Pakpahan (2009) faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi volume penjualan adalah saluran distribusi yang bertujuan untuk melihat peluang pasar apakah dapat memberikan laba yang maksimum atau tidak.

Volume penjualan merupakan hasil yang dicapai perusahaan dari hasil penjualan tersebut. Volume penjualan tidak memisahkan transaksi secara tunai maupun kredit, tetapi dihitung dari total keseluruhan dari penjualan yang dicapai. Menurut Kotler (2012) volume penjualan merupakan barang yang terjual dalam bentuk uang untuk jangka waktu tertentu dan didalamnya mempunyai strategi pelayanan yang baik. Ada beberapa usaha untuk meningkatkan volume penjualan, diantaranya adalah :

- 1) Menjadikan produk/mengiklankan produk dengan sedemikian rupa agar konsumen dapat melihatnya.
- 2) Menempatkan dan pengaturan yang teratur sehingga menarik perhatian konsumen.
- 3) Menentukan calon pembeli atau konsumen yang potensial.
- 4) Mengadakan diskon/potongan harga.

Dalam beberapa hal, taktik penjualan harus digunakan agar pelayanan yang diberikan kepada orang lain dapat memberikan kepuasan. Dengan kepuasan ini diharapkan mereka dapat menjadi langganan atau sahabat yang baik. Klasifikasi transaksi penjualan barang dagangan dalam perusahaan dagang dapat dilakukan baik secara tunai, kredit. Setiap transaksi penjualan barang

dagang dicatat dalam perkiraan penjualan dan juga mempengaruhi harga pokok penjualan, laba, dan persediaan barang dagang. Berikut ini beberapa klasifikasi transaksi penjualan, sebagai berikut :

1) Penjualan tunai.

Menurut Mulyadi (2013:455) mengatakan bahwa penjualan tunai dilaksanakan oleh perusahaan dengan cara mewajibkan pembeli melakukan pembayaran harga barang terlebih dahulu sebelum barang diserahkan oleh perusahaan kepada pembeli. Sedangkan pengertian penjualan tunai menurut Lilis Pusitawati dan Sri Dewi Anggadini (2011:167) menyatakan penjualan tunai adalah penjualan yang dilakukan dengan cara menerima uang tunai pada saat barang diserahkan kepada pembeli. Dari beberapa teori tersebut dapat disimpulkan bahwa penjualan tunai adalah transaksi penjualan dengan secara langsung menerima uang tunai pada saat barang diserahkan pada pembeli.

2) Penjualan kredit.

Pengertian penjualan kredit menurut L.M. Samryn (2014:250) adalah penjualan kredit merupakan penjualan yang direalisasikan dengan timbulnya tagihan atau piutang kepada pihak pembeli. Penjualan kredit dilaksanakan oleh perusahaan dengan cara mengirimkan barang sesuai dengan pesanan yang diterima dari pembeli dan untuk jangka waktu tertentu perusahaan mempunyai tagihan kepada pembeli tersebut. Bisa disimpulkan bahwa penjualan kredit adalah transaksi penjualan yang dilakukan perusahaan mengirimkan barang sesuai pesanan dari pembeli dan sistem pembayaran dengan cara diangsur sesuai dengan waktu yang sudah ditentukan oleh kedua belah pihak.

Hubungan Strategi Pemasaran dengan Volume Penjualan

Strategi pemasaran bagi setiap perusahaan merupakan suatu rencana keseluruhan untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu memuaskan konsumen. Strategi pemasaran yang berhasil umumnya ditentukan oleh salah satu variabel

atribut pemasarannya yaitu bauran pemasaran (*marketing mix*). Menurut Kotler dan Amstrong (2012), bauran pemasaran adalah alat pemasaran yang baik yaitu terdiri dari 4P, *Product, Price, Promotion, Place*, lalu dikombinasikan untuk menghasilkan respon yang diinginkan dari target pasar. Keempat variabel tersebut sangat mempengaruhi pemasaran, sehingga semuanya penting sebagai satu kesatuan strategi acuan atau bauran. Untuk mencapai tujuan perusahaan dalam bidang pemasaran, pedoman yang mampu diandalkan pemimpin perusahaan itu penting. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang menggunakan unsur variabel keempat tersebut sangat diperlukan dalam kegiatan pemasaran (Assauri,2013).

Bauran pemasaran adalah variabel-variabel pemasaran yang dapat diatur sedemikian rupa sehingga dapat meningkatkan volume penjualan perusahaan. Dari beberapa definisi tersebut dapat diketahui bahwa bauran pemasaran merupakan serangkaian alat pemasaran yang saling terkait, terorganisir dengan tepat dan digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran yaitu meningkatkan volume penjualan dan sekaligus untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Berikut beberapa pengaruh strategi pemasaran terhadap volume penjualan :

1) Meningkatkan penjualan.

Apabila strategi pemasaran tepat sasaran, tentu produk/barang yang dijual akan mengalami peningkatan.

2) Memberikan produk yang berkualitas.

Seiring dengan meningkatnya penjualan, tentu aktivitas produksi semakin meningkat. Hal ini mendorong perusahaan untuk semakin meningkatkan kualitas produk, agar konsumen semakin puas.

3) Mendapat konsumen yang tepat.

Mendapatkan konsumen yang tepat dapat menjamin keberlangsungan bisnis perusahaan.

4) Menjalin hubungan baik dengan pelanggan.

Konsumen yang setia akan bertransaksi lebih dari 2 kali, hal ini dapat membangun kedekatan personal. Pengaruh strategi pemasaran ini tentu membuat konsumen

enggann berpaling ke perusahaan lain karena faktor kedekatan personal.

5) Menambah relasi.

Luasnya relasi tidak hanya memberi banyak teman atau kenalan, tetapi juga dapat meningkatkan volume penjualan.

Kerangka Pikir

Dalam Persaingan setiap perusahaan bertujuan untuk mendapatkan posisi terbaik dipasar selain hanya sekadar bertahan hidup. Dalam kondisi persaingan ini, konsumen dengan bebas dapat memilih produk yang diinginkannya sehingga pihak perusahaan harus secara aktif meningkatkan strategi pemasaran melalui bauran pemasaran. Sehingga perusahaan akan terus bertahan dalam persaingan, bahkan dapat menjadi pemimpin pasar. Perusahaan dalam usahanya untuk merangkul pelanggan harus bisa memenuhi dan memuaskan kebutuhan serta keinginan pasar sasaran, hal ini mendorong perusahaan harus mampu menjalankan suatu strategi yang dikenal dengan bauran pemasaran (*marketing mix*). Kotler dan Keller yang diterjemahkan oleh Karim (2014:423) mengklarifikasikan bauran pemasaran menjadi 4P (*Product, Price, Promotion, Place*).

Dalam penelitian ini, Peneliti meneliti tentang Strategi Pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan toko Relasi Jaya Photo. Penelitian ini akan membahas bagaimana strategi promosi dalam meningkatkan volume penjualan toko Relasi Jaya Photo. Untuk menjelaskan kerangka pikir yang di maksudkan dalam penelitian ini, penulis menggambarkannya dalam skema sebagai berikut:



Gambar 1.2 Kerangka Pikir
Sumber : Kotler (2012)

Strategi Pemasaran terdiri 4 faktor, yaitu : *Product* (Produk atau barang), *Place* (Lokasi Tempat), *Promotion* (Promosi), *Price* (Harga). Faktor-faktor tersebut diharapkan akan mempengaruhi permintaan konsumen akan suatu produk. Dengan adanya Strategi pemasaran tersebut, diharapkan semakin menarik daya minat konsumen untuk menggunakan jasa toko dan membeli barang yang ada di toko sehingga dapat meningkatkan volume penjualan pada toko Relasi Jaya Photo.

METODE PENELITIAN

Tipe dan Jenis Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang diarahkan untuk memberikan gejala-gejala, fakta-fakta, atau kejadian-kejadian secara sistematis dan akurat, mengenai sifat-sifat populasi atau daerah tertentu (Bumi Aksara 2011:47). Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau perhitungan lainnya. Penelitian kualitatif ini lebih menekankan pada makna, penalaran, definisi situasi tertentu (dalam konteks tertentu), dan lebih banyak meneliti hal-hal yang berkaitan dengan kehidupan sehari hari (Abdullah & Saebani 2014:49).

Dalam penelitian ini hasilnya akan dideskripsikan secara sistematis, dengan merangkai kalimat secara tepat untuk memperoleh kesimpulan yang tepat. Dari keterangan tersebut dapat dipahami bahwa penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk menjelaskan strategi pemasaran yang diterapkan Relasi Jaya Photo dalam meningkatkan penjualan.

Jenis dari penelitian ini adalah *field research* (penelitian lapangan). Dimana penelitian yang dilakukan dengan sasaran penelitiannya masyarakat, baik masyarakat secara umum maupun masyarakat secara khusus, yaitu hanya salah satu kelompok masyarakat yang menjadi sasaran penelitiannya (Nasehudin & Gozali 2012:55). Penelitian lapangan bermaksud

mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang, dan interaksi suatu sosial, individu, kelompok, lembaga, dan masyarakat (Suryabrata 2012:80).

Penelitian lapangan ini dilakukan dengan meneliti secara langsung permasalahan yang ada di lapangan agar mendapatkan hasil yang diinginkan secara maksimal. Lapangan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Relasi Jaya Photo, Kecamatan Pedan, Kabupaten Klaten.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini, di Toko Relasi Jaya Photo Jl. Pedan-Cawas, Polaharjo, Sobayan, Kec. Pedan, Kabupaten Klaten. Penelitian ini dilakukan pada Bulan Agustus s/d September 2021.

Alasan peneliti memilih lokasi ini karena toko Relasi Jaya Photo memiliki lokasi yang cukup strategis, toko ini juga memiliki ciri khasnya sendiri yaitu komplit menjual alat tulis dan perkantoran, menerima jasa cetak photo, print dan juga jasa fotocopy dengan harga yang relatif murah dan kualitas yang baik yang tidak dimiliki toko alat tulis lain. Toko Relasi Jaya Photo juga ramai dikunjungi konsumen walaupun banyak pesaing didaerahnya.

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain :

1) Observasi (pengamatan)

Observasi yaitu cara mengumpulkan data-data yang berkaitan dengan keterangan yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena yang sedang dijadikan sebagai sasaran. Observasi merupakan salah satu pengumpulan data yang tidak hanya mengukur sikap dan responden (Kuesioner atau angket) namun juga dapat digunakan untuk merekam berbagai fenomena yang terjadi (situasi dan kondisi). Teknik ini digunakan bila penelitian ditujukan untuk mempelajari perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan dilakukan pada responden yang tidak terlalu besar. Observasi yang dilakukan peneliti dengan cara langsung ke lapangan

untuk melihat kegiatan dan aktivitas Relasi Jaya Photo.

2) Wawancara (*Interview*)

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara peneliti terhadap nara sumber atau sumber data. Wawancara ini dilaksanakan dengan tanya jawab, lisan secara berhadapan, dan dengan pedoman wawancara yang sudah dibuat. Metode yang digunakan dengan wawancara terstruktur dan wawancara tidak terstruktur. Wawancara yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan cara melakukan tanya jawab kepada subjek penelitian yakni penanggung jawab, dan konsumen Relasi Jaya Photo.

3) Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengutip dan memahami dokumen-dokumen yang dilihat relevan dengan permasalahan yang diteliti pada data Relasi Jaya Photo.

Analisis Data

Analisis data merupakan proses menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data dalam kategori, menjabarkan dalam unit-unit, melakukan sintesis, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri ataupun orang lain (Nasution 2012:105).

Langkah selanjutnya peneliti mengadakan perbandingan antara teori yang ada dengan kenyataan yang terjadi di lapangan untuk mengambil kesimpulan dari penelitian ini terhadap pelaksanaan teori dan praktik di lapangan sesuai atau tidak dengan teori yang ada.

Analisis data yang digunakan dalam dalam penelitian ini adalah metode analisa kualitatif karena data yang diperoleh berupa keterangan-keterangan dalam bentuk uraian. Berdasarkan keterangan di atas maka dalam menganalisa data penulis menggunakan data yang diperoleh dari data primer dan data sekunder.

Struktur Organisasi Relasi Jaya Photo

Data tersebut kemudian di analisis dengan menggunakan metode berfikir induktif yaitu metode yang dimulai dari fakta empiris. Peneliti terjun ke lapangan, mempelajari, menganalisis, menafsirkan, dan menarik kesimpulan dari fenomena yang ada di lapangan (Nurul Zuriah 2012:49).

Jadi metode berfikir induktif yaitu metode berfikir yang berangkat dari fakta-fakta yang ada dilapangan terkait strategi pemasaran yang digunakan dalam meningkatkan penjualan pada Relasi Jaya Photo Kecamatan Pedan, Kabupaten Klaten, kemudian di analisis dan ditarik kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Barang Relasi Jaya Photo

Seperti yang diketahui bahwa Relasi Jaya Photo ini adalah toko fotocopy yang menjual barang keperluan alat tulis dan juga menawarkan berbagai jasa seperti fotocopy, print, cetak foto dan pembelian voucher pulsa. Berikut daftar barang dan harga barang yang ditawarkan Relasi Jaya Photo :

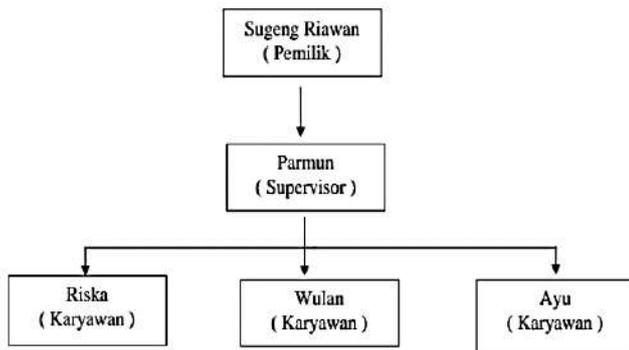
Tabel 1.1 Produk Toko Relasi Jaya Photo

NO.	NAMA BARANG	HARGA BARANG
1.	Fotocopy	Rp. 250/lembar
2.	Cetak Photo 2x3	Rp. 7.500/Sheet
3.	Cetak Photo 3x4	Rp. 7.500/Sheet
4.	Cetak Photo 4x6	Rp. 7.500/Sheet
5.	Cetak Photo 10 R	Rp. 30.000
6.	Cetak Photo14 R	Rp. 90.000
7.	Cetak Photo16 R	Rp. 190.000
8.	Buku Tulis	Rp. 35.000/Box
9.	Bolpoin	Rp. 2000/biji
10.	Kertas HVS	Rp. 55.000/box
7.	Penghapus	Rp. 1.500/biji
8.	Rautan pensil	Rp. 5,00/biji
9.	Tipe-X	Rp. 2.000/biji
10.	Kertas Folio	Rp. 500/biji
11.	Fotocopy	Rp. 250/lembar
12.	Print kertas	Rp. 500/1 lembar
13.	Pigura	Rp. 15.000
14.	Sampul buku	Rp. 500
15.	Kertas folio	Rp. 500
16.	Papan ujian kayu	Rp. 10.000
17.	Papan ujian plastik	Rp. 15.000
18.	penggaris	Rp. 2000
19.	Map kertas	Rp. 2000
20.	Map plastik	Rp. 5000
21.	Nametag	Rp. 2000/biji
22.	Daftar Riwayat Hidup	Rp. 5.00/biji
23.	Tipe-X	Rp. 2.000/biji
24.	Kertas Folio	Rp. 500/biji

Sumber data: Penanggung Jawab Relasi Jaya Photo.

Job Description

1. Pemilik



Gambar 1. Struktur Organisasi Relasi Jaya Photo
Sumber data: Penanggung Jawab Relasi Jaya Photo.

Tugas dan tanggung jawab seorang pemilik adalah :

- 1) Memonitor segala kegiatan operasional toko.
- 2) Memantau prosedur operasional.
- 3) Memantau dan mengawasi kinerja karyawan.
- 4) Memberikan arahan atau instruksi kepada karyawan.
- 5) Memberikan keputusan yang berkaitan dengan Toko.
- 6) Melakukan pengecekan terkait persediaan dan pembelian barang-barang stock Toko.

2. Supervisor

Tugas dan tanggung jawab seorang pemimpin atau *captain* adalah :

- 1) Bertanggung jawab atas operasional di toko.
- 2) Melakukan pencatatan, penerimaan dan pengeluaran berhubungan dengan keuangan Toko.
- 3) Memimpin kegiatan pemasaran dan produksi dalam toko.
- 4) Mengawasi serta melakukan koordinasi dari kegiatan operasional.
- 5) Membantu mengawasi Kinerja Karyawan agar sesuai dengan peraturan toko.
- 6) Bertanggung jawab setiap aktivitas yang ada di toko.

3. Karyawan

Tugas dan tanggung jawab seorang Karyawan adalah :

- 1) Bertanggung jawab pada kebersihan lingkungan toko.
- 2) Melayani dan melakukan perhitungan atas transaksi yang dilakukan pembeli.
- 3) Menjalankan proses penjualan dan pembayaran.
- 4) Memberikan pelayanan yang maksimal kepada pembeli.

Hasil Pengamatan

Pengamatan dilakukan dengan cara melakukan wawancara langsung kepada penanggung jawab atau konsumen Relasi Jaya Photo. Pertanyaan tersebut mencakup indikator strategi pemasaran yang dilakukan oleh Relasi Jaya Photo, yaitu Produk, Harga, Lokasi, Promosi. Dari beberapa informan dalam penelitian ini mengemukakan pendapat bahwa berbagai cara atau strategi pemasaran telah dilakukan guna meningkatkan jumlah pelanggan.

Relasi Jaya Photo dalam meningkatkan volume penjualan melakukan strategi pemasaran yang unggul dan kompetitif yaitu dengan menarik minat konsumen untuk singgah atau mengunjungi Relasi Jaya Photo. Adapun faktor yang dapat menarik minat konsumen untuk mengunjungi Relasi Jaya Photo adalah:

a. Produk (*product*)

Relasi Jaya Photo memiliki banyak barang dan jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Alat tulis yang lengkap dan komplit sesuai untuk kebutuhan pelanggan yang membutuhkan. Kualitas yang ditawarkan Relasi Jaya Photo tidak diragukan lagi, harga yang ditawarkan juga relatif murah daripada toko alat tulis lainnya, ditambah lagi terdapat studio photo didalam Relasi Jaya Photo, dimana studio photo itu dapat digunakan konsumen jika ingin foto formal untuk mendaftar sekolah atau melamar pekerjaan sampai mendaftar pernikahan. Selain itu terdapat juga jasa cetak foto dan fotocopy di Toko Relasi Jaya Photo. Dari hasil wawancara

peneliti dengan penanggung jawab Relasi Jaya Photo, barang yang ditawarkan oleh Relasi Jaya Photo lengkap. Penanggung Jawab Toko Relasi Jaya Photo mengatakan *“barang-barang yang dijual di Relasi Jaya Photo ini komplit, mulai dari peralatan alat tulis yang lengkap, buku, pensil, penghapus dan alat tulis lainnya. Selain alat tulis, kami juga menyediakan jasa cetak photo dan fotocopy dan juga dilengkapi dengan jasa print untuk memenuhi kebutuhan pembeli”* (Sugeng Riawan,2021).

Mengenai distributor barang, penanggung jawab Toko Relasi Jaya Photo juga mengatakan:

“barang yang dikirim dan menjadi stock dan toko yang bekerja sama dengan Toko Relasi Jaya Photo sudah menentu dari dulu sampai sekarang, kadang kita mengambil barang ditempat langsung dan kadang diantar oleh kurir toko barang supplier tersebut ke Toko Relasi Jaya Photo” (Sugeng Riawan,2021).

Dengan kata lain Penanggung jawab Toko Relasi Jaya Photo tidak perlu lagi mencari distributor lagi untuk memenuhi stok barang di Toko Relasi Jaya Photo. Toko Relasi Jaya Photo juga menerima *request* jasa fotocopy atau cetak photo dari konsumen.

“ya kami menerima kalau ada pelanggan yang minta dibuatkan editan foto agar nantinya jika dicetak foto terlihat lebih menarik dan juga ketika fotocopy kami sangatlah menjunjung tinggi kepuasan pelanggan”. Mengenai kualitas barang dan jasa yang ditawarkan, penanggung jawab Toko Relasi Jaya Photo mengatakan *“Kami menjamin penuh kalau barang yang ditawarkan semua berkualitas baik sesuai dengan keperluan sehari-hari konsumen”* (Sugeng Riawan,2021).

b. Harga (*price*)

Penetapan Harga merupakan salah satu strategi pemasaran yang sifatnya fleksibel. Penetapan harga ini bisa dilihat dari kualitas suatu produk. Konsumen sangat sensitif terhadap factor yang satu ini sehingga harga

sebagai penentu utama didalam membeli suatu produk.

Harga yang dipasang Relasi Jaya Photo adalah mulai dari harga 250 rupiah keatas dengan pilihan beberapa macam produk yang disajikan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Sehingga dalam mengambil keputusan pembelian konsumen diharapkan dapat melihat dari factor kebutuhan, kualitas produk dan ketersediaan produk. Dari hasil wawancara saya kepada salah satu pelanggan Relasi Jaya Photo, pelanggan mengatakan :

“Relasi Jaya Photo ini termasuk toko alat tulis dengan harga yang murah dan terjangkau untuk segala kalangan, dan saya sering membeli barang dan menggunakan jasa fotocopy dan kadang mencetak photo di Toko Relasi Jaya Photo ini karena harga yang ditawarkan murah serta barang berkualitas dan hasil jasa yang memuaskan” (Sugeng Riawan,2021).

Penanggung jawab Toko Relasi Jaya Photo juga mengatakan :

“harga yang kami tetapkan sasarannya adalah menengah” (Sugeng Riawan,2021).

Dari sisi Pelanggan, juga mengatakan :

“harga di relasi Jaya Photo relative murah dibandingkan dengan toko-toko yang ada di sekitarnya” (Joko,2021).

Penanggung jawab Toko Relasi Jaya Photo juga mengatakan beberapa faktor yang mempengaruhi penetapan harga:

“yang pertama faktor harga barang awal, yang kedua faktor persaingan, dan yang ketiga untuk memuaskan pelanggan” (Sugeng Riawan,2021).

Yang dimaksud oleh penanggung jawab Relasi Jaya Photo mengenai harga barang awal yaitu penetapan harga memikirkan juga harga-harga barang jadi jika barang yang dibeli dari *supplier* mahal pasti juga harga barang yang ditawarkan mahal dan begitupun sebaliknya.

c. Lokasi

Lokasi merupakan letak toko pada daerah yang strategis sehingga dapat

memaksimalkan laba. Pemilihan lokasi yang tepat akan membuat konsumen nyaman dan berfikir untuk datang Kembali. Pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha. Salah satu kunci sukses suatu usaha adalah pemilihan lokasi yang tepat dimana perusahaan harus beroperasi.. Memilih lokasi yang baik merupakan keputusan yang penting. Pertama karena tempat merupakan komitmen sumberdaya jangka panjang yang dapat mengurangi fleksibilitas masa depan usaha. Kedua, lokasi akan mempengaruhi pertumbuhan dimasa depan.

Area yang dipilih haruslah mampu untuk tumbuh dari segi ekonomi sehingga dapat dipertahankan kelangsungan hidup usaha, dan yang terakhir, lingkungan setempat dapat saja berubah setiap waktu, jika nilai lokasi memburuk, maka lokasi usaha harus dipindahkan atau ditutup. Pemilihan lokasi merupakan faktor bersaing yang penting dalam usaha menarik pelanggan. Pertama yang dilakukan adalah memilih daerah dimana toko akan dibuka, kemudian kota tertentu, kemudian lokasinya. Lokasi adalah tempat toko yang paling menggantungkan yang dapat dilihat dari jumlah rata-rata konsumen yang melewati toko itu setiap harinya, prestasi konsumen yang mampir ke toko. Presentasi mampir dan kemudian membeli serta nilai pembelian.

Lokasi Relasi Jaya Photo berada di Jl. Pedan-Cawas, Polaharjo, Sobayan, Kec. Pedan, Kabupaten Klaten, Jawa Tengah 57468. Samping Bank BNI Pedan dan depan Alfamart cabang Pedan. Dari hasil wawancara saya dengan penanggung jawab Toko Relasi Jaya Photo, beliau mengatakan:

“Lokasi yang kami pilih ini strategis karena berada dijalan yang cukup ramai, banyak kendaraan yang lewat sehingga lokasi yang kami pilih ini mudah dijangkau oleh konsumen” (Sugeng Riawan,2021).

Bapak Sugeng juga mengatakan *“Tentunya kami juga sangat memperhatikan kebersihan ditempat kami agar pelanggan merasa nyaman”* (Sugeng Riawan,2021).

Dari hasil observasi yang saya lakukan ada beberapa sekolah dan kantor disana sehingga jika ada peralatan yang habis atau fotocopy berkas banyak yang memilih Relasi Jaya Photo sebagai tempat memenuhi kebutuhan mereka. Pemilihan lokasi usaha juga mempertimbangkan jarak dari para pemasok/ *supplier*. Semakin jauh lokasi suatu perusahaan dari *suppliernya*, maka semakin tinggi pula biaya distribusi dimana hal tersebut akan dampak pada harga jual produk tidak dapat bersaing dipasar. Relasi Jaya Photo memiliki jarak yang dekat dari pusat perbelanjaan sehingga mudah untuk dijangkau. Lokasi yang digunakan oleh Relasi Jaya Photo sudah milik pribadi yaitu milik penanggung jawab Relasi Jaya Photo bapak Sugeng Riawan.

d. Promosi

Promosi yang tepat dan menasar merupakan strategi yang harus dilakukan oleh perusahaan. Tahap awal dapat dilakukan dalam berbagai cara baik promosi langsung ataupun tidak langsung. Tujuan dilakukan promosi adalah meningkatkan persepsi konsumen, dan menarik pembeli pertama, dan mencapai persentase yang lebih tinggi. Pada saat modern seperti sekarang ini promosi dapat dilakukan melalui media sosial dan ini sangat efektif untuk menjangkau seluruh konsumen baik yang ada pada satu daerah ataupun daerah lain.

Adapun promosi yang dilakukan Relasi Jaya Photo yang pertama adalah memperkenalkan Toko Relasi Jaya Photo kepada masyarakat melalui *personal selling* atau presentase lisan dalam suatu percakapan dengan satu calon pembeli ditujukan untuk menciptakan penjualan.

“kita promosinya itu melalui lisan mas seperti personal selling, jadi dari suatu percakapan

antara pembeli dengan pengelola dan pembeli dengan pembeli, karna jika kualitas barang dan jasa yang kita tawarkan bagus dan memuaskan, maka pembeli satu dengan pembeli lainnya akan saling merekomendasikan, begitu mas” (Sugeng Riawan,2021).

Promosi ini selalu dilakukan oleh Relasi Jaya Photo dari awal dibangunnya toko sampai sekarang, namun Relasi Jaya Photo memerlukan promosi yang lebih untuk meningkatkan penjualannya bisa dilakukan dengan cara membuat brosur atau papan reklame dan disebarkannya ke masyarakat dan membuat iklan di radio atau bisa dilakukan dengan cara memberikan pelanggan setianya kalender gratis setiap akhir tahun, seperti kata penanggung jawab toko Relasi Jaya Photo, beliau mengatakan :

“Alhamdulillah, semuanya patut kita syukuri mau besar kecilnya pendapatan yang penting hasilnya cukup untuk sehari-hari, namun memang akhir-akhir ini pendapatan yang diterima kecil, mungkin karena sudah banyak pesaing dikawasan ini” (Sugeng Riawan,2021).

Artinya, promosi yang dilakukan pihak toko kurang untuk akhir-akhir ini dan akibatnya mengalami penurunan jumlah penjualan.

Pembahasan

Strategi pemasaran merupakan salah satu cara yang digunakan untuk menarik pelanggan untuk meningkatkan volume penjualan. Teknik pemasaran yang baik didukung oleh strategi pemasaran yang efektif. Dalam kondisi seperti sekarang ini setiap pengusaha harus pintar-pintar memilih strategi pemasarannya. Tujuan setiap pengusaha adalah mencapai hasil yang maksimal, mendapatkan laba, dan menjadi pemimpin pasar. Apabila ini tercapai maka pendapatan serta keuntungan perusahaan akan bertambah lebih dari sebelumnya, sehingga akan meningkatkan pertumbuhan dan penghasilan suatu perusahaan.

1. Produk

Relasi Jaya Photo menawarkan berbagai macam barang alat tulis dan jasa fotocopy, print, cetak photo, dan pembayaran voucher pulsa, cukup lengkap untuk toko fotocopy dan alat tulis. Barang dan jasa yang ditawarkan haruslah memiliki kualitas baik hal ini dapat menjadi strategi pemasaran yang baik untuk semakin meningkatkan penjualan Relasi Jaya Photo.

Selama ini Relasi Jaya Photo selalu memberikan kualitas barang dan jasa yang baik yang tidak pernah mengecewakan pelanggan dan karena hal ini pula Relasi Jaya Photo memiliki banyak pelanggan sampai detik ini, walaupun banyak pesaing toko fotocopy yang sejenis dengan Relasi Jaya Photo. Namun, terkadang ada barang yang justru dibutuhkan oleh para konsumen, tidak dijual di Relasi Jaya Photo seperti buku mewarnai, lem tembak, tinta printer, DVD, map box Ffle, hal ini bisa saja membuat kepuasan pelanggan menurun dengan adanya kebutuhan yang pelanggan butuhkan namun tidak dijual di Relasi Jaya Photo. Dalam melakukan strategi pemasaran agar meningkatkan penjualan, hal yang perlu dilakukan salah satunya dengan cara menambah produk yang dibutuhkan oleh pelanggan, agar lebih komplit dan masyarakat pun tidak perlu Kembali ke lokasi yang sama untuk membeli.

2. Harga

Penentuan harga yang tepat adalah dengan melihat harga jual pesaing sejenis, tentunya dengan kualitas barang yang kira-kira sama. Kemudian, Langkah selanjutnya menetapkan harga jual produk tersebut yang sedikit lebih murah daripada harga jual produk pesaing sejenis agar konsumen mau membeli. Hal ini harus dijalankan oleh Relasi Jaya Photo dan usaha yang bisa dilakukan oleh Relasi Jaya Photo adalah memiliki harga barang yang lebih murah daripada toko pesaing di daerahnya dan terkait kualitasnya juga bagus.

Jika ingin menerapkan harga yang lebih murah dari toko pesaing lainnya, Relasi Jaya Photo haruslah memiliki distributor yang jauh lebih murah dari toko lainnya, Langkah yang bisa dijalankan bisa dimulai dengan cara mencari distributor yang menyediakan harga yang lebih murah daripada yang sudah ada, karena harga yang lebih murah dari toko pesaing membuat pelanggan semakin tertarik pada barang dan jasa yang ditawarkan oleh toko tersebut apalagi dengan harga yang miring.

3. Tempat / Lokasi

Pemilihan lokasi yang tepat merupakan salah satu cara yang tepat dalam strategi pemasaran, sebab lokasi bisa dikatakan menentukan ramai tidaknya pengunjung. Lokasi usaha yang berada di pinggir jalan atau di tempat yang strategis cukup menyedot pengunjung untuk membeli produk dagangan. Hal ini sudah diterapkan Relasi Jaya Photo yang lokasinya berada di pinggir jalan dan tentu saja lokasi ini mudah untuk dijangkau dan dekat dengan keramaian kota. Untuk tempat atau lokasi penempatan toko ini tidak terjadi masalah karena banyak disekitaran Relasi Jaya Photo yang membutuhkan jasa fotocopy atau print seperti di sekitarnya ada Alfamart dan bank BNI serta sekolahan-sekolahan.

4. Promosi

Toko Relasi Jaya Photo dalam melakukan aktivitas promosi dengan cara berusaha menyebarkan informasi tentang Toko Relasi Jaya Photo agar semakin banyak pelanggan dan tentu ini akan mempengaruhi tingkat penjualan serta meningkatkan penghasilan, namun seiring berjalannya waktu promosi dengan cara personal selling ini tidak lagi efektif dilakukan karena banyaknya pesaing toko yang sejenis dengan Relasi Jaya Photo.

Hal ini harus diatasi oleh Relasi Jaya Photo dengan melakukan promosi yang lebih efektif dengan cara menyebarkan brosur atau memasang iklan di radio, koran atau bisa

dilakukan dengan cara memberikan cetakan kalender pada akhir tahun untuk pelanggan setia Relasi Jaya Photo dan melakukan promosi di media sosial, agar pelanggan tersebut merasa nyaman berbelanja di Relasi Jaya Photo, karena dengan promosi seperti ini dianggap mampu untuk meningkatkan penjualan toko.

Setelah mengetahui strategi yang tepat untuk perusahaan maka langkah selanjutnya melakukan strategi yang tepat untuk mendapatkan peningkatan penjualan perusahaan yaitu sebagai berikut :

- 1) Meningkatkan variasi produk yang ditawarkan kepada konsumen.
Di tengah persaingan pasar yang demikian ketat , perusahaan perlu selalu menjaga kualitas produk dan melakukan inovasi produk. Hal ini dikarenakan agar konsumen selalu merasa puas dan senang jika produk yang mereka beli sesuai dengan keinginan.
- 2) Menentukan harga agar lebih murah dari toko pesaing lain dengan kualitas yang sama bagusnya.
- 3) Memanfaatkan teknologi dalam memasarkan produk dengan menggunakan marketing online. Marketing online ini bisa dilakukan dengan cara mempromosikan produk melalui media sosial.
- 4) Memberikan pelayanan cepat dan baik kepada konsumen.
Kualitas pelayanan menjadi nomor satu setiap pengunjung dan di posisikan seorang raja segala keluhan diselesaikan dengan sebaik- baiknya.
- 5) Melakukan promosi yang efektif.
Promosi yang dilakukan dengan efektif akan mampu membawa pelanggan tertarik dengan produk yang anda tawarkan dan pelanggan semakin tahu lokasi toko tersebut serta barang jasa yang

ditawarkannya, promosi bisa berupa membuat brosur dan membuat iklan di radio atau di koran.

Hambatan

Setiap pengusaha pasti memiliki kendala ataupun hambatan dalam menjalankan usahanya, begitu pula dengan Toko Relasi Jaya Photo, ketika penulis bertanya terkait kendala apa yang dialami oleh Pemilik dan solusi yang bisa ditemukan oleh Pemilik Toko Relasi Jaya Photo, Bapak Sugeng Riawan, sebagai penanggung jawab Toko Relasi Jaya Photo adalah bahwa di lingkungan Toko Relasi Jaya Photo adalah banyaknya pesaing yang membuka toko alat tulis dan fotocopy. Masih adanya barang yang tidak tersedia di Toko Relasi Jaya Photo mengakibatkan konsumen beralih ke toko lain. Dan saat pandemi seperti ini toko kesulitan mendapatkan distributor yang dapat mengirim barang tepat waktu yang mengakibatkan toko sering kehabisan stok barang. Ketika mesin fotocopy dalam kendala (*error*) mengakibatkan pekerjaan tertunda. Kelalaian sales foto yang lupa membawa hasil cetakan yang membuat pelanggan kecewa.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwasanya strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan di Relasi Jaya Photo yaitu berkarakter yang berarti berbeda dengan toko yang lain, seperti dari segi Produk, barang yang dijual di Relasi Jaya Photo sudah cukup bervariasi, mempunyai kualitas yang baik, sehingga dengan beragamnya produk ini tentu akan meningkatkan volume penjualan. Harga yang dijual di konsumen merupakan harga yang bersaing dibandingkan dengan toko-toko yang lain. Relasi Jaya Photo mempunyai tempat yang strategis yang banyak di ketahui oleh konsumen. Dengan tempat yang strategis tersebut maka akan memudahkan konsumen dalam membeli produk-produk Relasi Jaya Photo. Toko Relasi Jaya Photo lebih menggalakkan lagi promosi di berbagai media bait

cetak, media sosial ataupun media lainnya sehingga volume penjualan yang diharapkan bisa tercapai.

Dari penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan saran kepada Toko Relasi Jaya Photo yaitu, sebaiknya Relasi Jaya Photo menambah luas toko, serta menambah fasilitas di dalam ruangan, seperti kursi yang ditambah jumlahnya agar pelanggan merasa lebih nyaman dan semakin banyak yang mengunjungi Relasi Jaya Photo. Melengkapi ketersediaan barang yang belum tersedia di toko untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Mengadakan perawatan mesin setiap bulan untuk meminimalisir terjadinya kerusakan saat digunakan. Mencari distributor baru yang lokasinya lebih dekat agar tidak terlambat dalam pengiriman barang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Boedi dan Saebani, Beni Ahmad. 2014. *Metode Penelitian Ekonomi Islam (muamalah)*. Bandung : Pustaka Setia.
- Abdurrahman, N.H., 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*, Bandung: CV. Pustaka Setia
- Adiwarman, A.Karim. 2014. *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Al arif, M. Nur Rianto. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Anisah. (2020). *Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Produk Busana Muslim di Pasar Aceh* (Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh).
- Askan, M. S. (2017). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam mmeningkatkan Daya Saing Produk Sinom Suramadu di Surabaya* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS NAROTAMA).
- Assauri, S. (2012). *Strategic Marketing : Sustaining Lifetime Customer Value*. Rajawali Pers. Jakarta.

- Ayu, W. R. (2020). *strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada toko bag corner ponorogo* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Basu Swasta. (2005). *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Kedua Cetakan Kedua, Penerbit : Liberty, Yogyakarta.
- Donni Junni Priansa. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Bisnis Kontemporer*. Alfabeta. Bandung.
- Esy Rizky Mulyani (2021). *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada PT. Bima Sakti Mutiara* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Mataram).
- Fauziah, R. (2015). *Srategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Hasil Produksi Pada PT. Putri Doro Thea (Studi Kasus Desa. KiarasariKec. ComprengKab. Subang)* (Doctoral dissertation, IAIN Syekh Nurjati Cirebon).
- Goh, Sunny T.H. dan Khoo Kheng-Hor. 2005. *Marketing Wise*. Jakarta: PT. Bhuana Ilmu Populer
- H. Abdul Manap. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Penerbit Mitra Wacana Media Irwansyah Lubis.2009
- Immanuelle, O., & Azallia, T. (2019). *Komunikasi Interpersonal Antara Pembina Dan Penerima Manfaat Di Panti Pelayanan Sosial Anak Wira Adhi Karya Ungaran Kabupaten Semarang* (Doctoral dissertation, UNIKA SOEGIJAPRANATA SEMARANG).
- Irma Fest (2016) *Analisi Swot Dalam Perencanaan Strategi Pemasaran Pada BMT Hasanah Jabung*, Skripsi thesis, Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Kotler.Philip dan Amstrong. (2014). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga, Edisi Ke-13, Jilid Ke-1. Jakarta.
- Lilis, Puspitawati dan Sri Dewi Anggadini. 2011. *Sistem Informasi Akuntansi*. Jakarta : Graha Ilmu.
- Mira Handayani (2019). *Srategi Promosi Penjualan Dalam Meningkatkan Penjualan Toko Cahaya Terang Kota Palopo* (Doctoral dissertation, Institut agama islam Negeri (IAIN Palopo)).
- Mullins, John W dan Walker Jr, Orville C. 2013. *Marketing Management: A Strategic Decision-Making Approach, 8th Edition*, McGraw-Hill International Edition.
- Mulyadi. 2013.*Sistem Akuntansi*, Edisi Ketiga, Cetakan Keempat, Salemba Empat, Jakarta.
- Mulyani, M. (2020). *Srategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Rumah Makan Bakmi Witosari 2 Purwokerto Timur* (Doctoral dissertation, IAIN Purwokerto).
- Nasution. (2009). *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Pakpahan, Efendi, 2009. *Volume Penjualan*, Jakarta: PT. Bina Intitama Sejahtera
- Rangkuti, Freddy (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Rusdi, M. (2019). *Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada Perusahaan Genting UD. Berkah Jaya*. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 6(2), 83-88.
- Sakti, B.P. (2012). *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing (Studi Pada Apotik Bintang Leo di Kecamatan Kesamben Kabupaten Blitar)* (Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang).
- Samryn,L.M. (2014). *Pengantar Akuntansi*. Rajawali Pers, Cetakan Ke-3. Jakarta
- Suryabrata, Sumadi, 2006. *Metodologi Penelitian*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Susilo, Y. (2012). *Strategi meningkatkan daya saing UMKM dalam menghadapi implementasi CAFTA dan MEA*. *Buletin Ekonomi*.

Yusnaeni Y (2019). *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penghasilan Rumah Makan Panjalu Ratulangi Kota Palopo* (Doctoral dissertation, Institut Agama Islam Negeri Palopo).