

JURNAL ILMIAH EKONOMI BISNIS

JOURNAL OF BUSINESS ECONOMICS

ANALISIS PENGELOLAAN BADAN USAHA MILIK DESA (BUM DESA) DI KABUPATEN BANDUNG BARAT Emma Rahmawati	1
ANALYSIS OF OVO APPLICATION SENTIMENT USING LEXICON BASED METHOD AND K-NEAREST NEIGHBOR Sandra Dwi Widyaningsih, Atit Pertiwi	14
FRAUD TRIANGLE ANALYSIS IN DETECTING FRAUDULENT FINANCIAL STATEMENT USING FRAUD SCORE MODEL Mariati, Emmy Indrayani	29
THE EFFECT OF SHOPPING LIFESTYLE, HEDONIC SHOPPING MOTIVATION, AND SALES PROMOTION IMPULSE BUYING BEHAVIOUR IN E-COMMERCE (CASE STUDY OF BERRYBENKA CONSUMER) Nia Yusnia Sari, Sri Hermawati	45
TANTANGAN DAN PELUANG KEBIJAKAN NON-TUNAI: SEBUAH STUDI LITERATUR Izzani Ulfi	55
GAYA KEPEMIMPINAN DEMOKRATIS, DISIPLIN KERJA DAN IMBALAN FINANSIAL TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA YAYASAN PERSATUAN PERGURUAN TAMAN SISWA CURUP Muhammad Istan, Hardinata	66
ANALISIS KUALITAS LAYANAN <i>INAPORTNET</i> DI KANTOR OTORITAS PELABUHAN UTAMA TANJUNG PRIOK DENGAN METODE <i>SERVQUAL</i> DAN <i>QFD</i> Sindak Sarifto Sirait, Farid Thalib	82

DEWAN REDAKSI JURNAL ILMIAH EKONOMI BISNIS

Penanggung Jawab

Prof. Dr. E.S. Margianti, S.E., M.M.

Prof. Suryadi Harmanto, SSI., M.M.S.I.

Drs. Agus Sumin, M.M.S.I.

Dewan Editor

Dr. Ir. Tety Elida Siregar, MM, Universitas Gunadarma

Prof. Dr. Kamaludin, SE., MM, Universitas Bengkulu

Prof. Dr. Ir. Budi Hermana, MM, Universitas Gunadarma

Toto Sugiharto, PhD, Universitas Gunadarma

Dr. Henny Medyawati, S.Kom., MM, Universitas Gunadarma

Reviewer

Prof. Dr. Irwan Adi Ekaputra, MM, Universitas Indonesia

Prof. Dr. Dra. Noermijati, MTM, Universitas Brawijaya

Prof. Dr. Djoko Setyadi, SE., M.Sc, Universitas Mulawarman

Prof. Armanu Thoyib, SE., M.Sc., Ph.D, Universitas Brawijaya

Prof. Dr. Dharma Tintri Ediraras, SE., AK., CA., MBA, Universitas Gunadarma

Prof. Dr. Haris Maupa, SE., M.Si, Universitas Hasanudin

Prof. Dr. Euphrasia Susy Suhendra, MSc, Universitas Gunadarma

Nurul Indarti, Silvilokonom, Cand Merc., Ph.D, Universitas Gadjah Mada

Dr. Endang Sulistya Rini, SE., M.Si, Universitas Sumatera Utara

Sekretariat Redaksi

Universitas Gunadarma

ekbis@gunadarma.ac.id

Jalan Margonda Raya No. 100 Depok 16424

Phone : (021) 78881112 ext 516.

JURNAL ILMIAH EKONOMI BISNIS

NOMOR 1, VOLUME 25, APRIL 2020

DAFTAR ISI

ANALISIS PENGELOLAAN BADAN USAHA MILIK DESA (BUM DESA) DI KABUPATEN BANDUNG BARAT Emma Rahmawati	1
ANALYSIS OF OVO APPLICATION SENTIMENT USING LEXICON BASED METHOD AND K-NEAREST NEIGHBOR Sandra Dwi Widyaningsih, Atit Pertiwi	14
FRAUD TRIANGLE ANALYSIS IN DETECTING FRAUDULENT FINANCIAL STATEMENT USING FRAUD SCORE MODEL Mariati, Emmy Indrayani	29
THE EFFECT OF SHOPPING LIFESTYLE, HEDONIC SHOPPING MOTIVATION, AND SALES PROMOTION ON IMPULSE BUYING BEHAVIOUR IN E-COMMERCE (CASE STUDY OF BERRYBENKA CONSUMER) Nia Yusnia Sari, Sri Hermawati	45
TANTANGAN DAN PELUANG KEBIJAKAN NON-TUNAI: SEBUAH STUDI LITERATUR Izzani Ulfi	55
GAYA KEPEMIMPINAN DEMOKRATIS, DISIPLIN KERJA DAN IMBALAN FINANSIAL TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA YAYASAN PERSATUAN PERGURUAN TAMAN SISWA CURUP Muhammad Istan, Hardinata	66
ANALISIS KUALITAS LAYANAN <i>INAPORTNET</i> DI KANTOR OTORITAS PELABUHAN UTAMA TANJUNG PRIOK DENGAN METODE <i>SERVQUAL</i> DAN <i>QFD</i> Sindak Sarifto Sirait, Farid Thalib	82

ANALISIS PENGELOLAAN BADAN USAHA MILIK DESA (BUM DESA) DI KABUPATEN BANDUNG BARAT

Emma Rahmawati
Kementerian Desa, PDT, dan Transmigrasi,
Jl. TMP Kalibata No.17, Jakarta Selatan
emmakpdt@gmail.com

Abstrak

Dalam perkembangan BUM Desa di Indonesia, masih banyak desa yang belum mampu untuk mengelola BUM Desa dengan baik. Alhasil banyak BUM Desa yang belum signifikan dalam mendukung perekonomian desa. BUM Desa di Kabupaten Bandung Barat merupakan BUM Desa yang sebelumnya mengalami mati suri dan baru kembali aktif ketika munculnya Undang-Undang Desa, maka perlu dilakukan optimalisasi agar nantinya BUM Desa dapat sustainable dibandingkan sebelumnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengelolaan BUM Desa. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner yang diisi oleh pengelola BUM Desa di 15 BUMDesa sampel. Teknik sampling yang digunakan adalah teknik purposive sampling dengan analisis data menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA). Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa terdapat 5 indikator yang memiliki kinerja buruk tetapi tingkat kepentingan tinggi sehingga diperlukan fokus dalam peningkatan indikator ini antara lain sarana prasarana yang baik, inovasi terhadap produksi yang dihasilkan, mengembangkan jaringan distribusi produk, melakukan pelatihan SDM secara berkala dan memiliki budaya organisasi.

Kata Kunci: BUM Desa, Importance Performance Analysis (IPA), Pengelolaan

Abstract

In the development of BUM Desa in Indonesia, there are still many villages that have not been able to manage BUM Desa properly. As a result, many BUM Desa have not been significant in supporting the village economy. BUM Desa in West Bandung Regency is a BUM Desa that had previously suffered near death and only became active again when the emergence of the Village Law, it is necessary to optimize so that later BUM Desa can be sustainable than before. This study aims to determine and analyze the optimization of BUM Desa management. Data was collected using a questionnaire filled out by the employee BUM Desa in 15 BUM Desa sample. The sampling technique used was purposive sampling technique with data analysis using the Importance Performance Analysis (IPA) method. The results of the study show that there are 5 indicators that have poor performance but a high level of importance, so it is necessary to focus on improving these indicators, including good infrastructure, innovation in production, developing a product distribution network, conducting regular HR training and having an organizational culture.

Keywords: BUM Desa, Importance Performance Analysis (IPA), Optimization

PENDAHULUAN

Badan Usaha Milik Desa (BUM Desa) bukan hal baru diperdesaan, BUM Desa telah lama berkembang di desa-desa Indonesia hanya saja perkembangannya tidak

terlalu baik. Salah satu hasil penelitian pada tahun 2013 sebelum adanya Undang-Undang Desa, menunjukkan kondisi salah satu BUM Desa di Kabupaten Malang, BUM Desa sudah mengikuti peraturan daerah Kabupaten Malang, akan tetapi semua bidang usaha tidak berjalan dan tidak dapat menyokong pendapatan desa, sehingga dapat dikatakan eksistensi dari BUM Desa hanya sebatas papan nama saja (Ramadana, Ribawanto, & Suwondo, 2013). Pada tahun 2014, munculnya Undang-Undang No 6 tentang Desa membangkitkan kembali BUM Desa yang mati suri. Pertumbuhan BUM Desa di Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya dimana pada akhir tahun 2014 hanya berjumlah 1.022 BUM Desa kemudian meningkat drastis hingga akhir tahun 2017 menjadi 32.249 unit BUM Desa (Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi, 2017). Peningkatan jumlah BUM Desa yang cukup drastis ini diharapkan dapat berpengaruh terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat desa. Pada Pasal 2 Peraturan Menteri Desa Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2015, disebutkan pendirian BUMDesa dimaksudkan sebagai upaya menampung seluruh kegiatan di bidang ekonomi dan/atau pelayanan umum yang dikelola oleh Desa dan/atau kerja sama antar-Desa. BUM Desa didirikan untuk mendukung misi dari pemerintah yaitu membangun daerah perdesaan yang dapat dicapai melalui pemberdayaan masyarakat dengan mengoptimalkan sumber daya potensial di desa.

Pada kenyataannya tidaklah mudah dalam mengembangkan BUM Desa di desa. Berbagai permasalahan yang dihadapi BUM Desa menjadi tantangan tersendiri yang harus dihadapi dalam memajukan BUM Desa. Beberapa permasalahan BUM Desa antara lain permasalahan komunikasi diantara pengurus, pengelolaan unit usaha, masalah personil, dan potensi desa yang belum dapat dimanfaatkan (Nugraha & Kismartini, 2019). Permasalahan pengelolaan BUMDes di beberapa daerah antara lain jenis usaha yang dijalankan masih terbatas, keterbatasan sumber daya manusia yang mengelolakan BUMDes dan partisipasi masyarakat yang rendah karena masih rendahnya pengetahuan mereka (Agunggunanto, Arianti, Kushartono & Darwanto, 2016). Selain itu, unit usaha BUM Desa belum mampu memberdayakan masyarakat dan mengurangi tingkat pengangguran karena total penyerapan tenaga kerja dari unit-unit usaha BUM Desa masih sedikit, walaupun omzet BUM Desa sudah bagus namun profit yang diperoleh masih sangat kecil sehingga belum mampu memberikan kontribusi terhadap Pendapatan Asli Desa (Hidayah, Mulatsih, & Purnamadewi, 2019). Hasil penelitian Suwencantara Surya dan Riady (2018) menunjukkan, efektivitas pengelolaan BUM Desa belum memberikan kontribusi berupa pendapatan asli desa kepada pemerintah desa. Dari tiga indikator efektivitas yang digunakan yaitu pencapaian tujuan, integrasi, dan adaptasi belum semua tercapai. Kendala utama yang dihadapi antara lain penyertaan modal dan keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM). Berdasarkan kondisi tersebut perlu adanya strategi pengelolaan yang sesuai dengan kondisi BUM Desa di suatu daerah agar BUM Desa dapat berkontribusi dalam memajukan perekonomian dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa.

Dalam perkembangannya, realita penggunaan dana desa tidak tepat peruntukannya, dampak yang sangat menonjol dalam pengelolaan dan penggunaan dana desa adalah desa dengan kewenangannya cenderung “berdiri sendiri” dan daerah kesulitan mengintegrasikan antara program desa dengan kebijakan daerah (Jamaluddin, Sumaryana, Rusli & Buchari, 2018). Hal tersebut menyebabkan peningkatan kesejahteraan masyarakat desa belum mampu diwujudkan melalui dana desa. Oleh sebab itu pemanfaatan dana desa perlu dikelola dengan baik guna kesejahteraan

masyarakat desa. Secara teori, adanya desentralisasi *fiscal* seperti dana desa dapat menciptakan pelayanan masyarakat yang semakin efisien, meningkatkan partisipasi publik, demokrasi dan pemerataan, dan pada waktunya akan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan kesejahteraan masyarakat lokal (Khusaini, 2006). Salah satu prioritas penggunaan dana desa adalah untuk BUM Desa, perlu peran aktif dari pemerintah desa dalam hal ini. Keterlibatan pemerintah desa menjadi peran utama sebagai penggerak pembangunan desa dalam bentuk partisipasi sebagai tolak ukur kemampuan dan keterlibatan desa dalam pengembangan BUM Desa di daerah yang bersangkutan (Asti & Cholid, 2018).

Pertumbuhan BUM Desa diberbagai daerah di Indonesia sangat signifikan, pemerintah gencar mendorong terbentuknya BUM Desa di desa salah satunya melalui penyertaan modal dari dana desa. Daerah yang termasuk pertumbuhan jumlah BUM Desanya pesat adalah Jawa Barat. Jumlah BUM Desa di Jawa Barat termasuk jumlah BUM Desa terbanyak kedua pada tahun 2017 di Indonesia yaitu sebanyak 3.904 BUM Desa (Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi, 2017). Salah satu Kabupaten yang berada di Jawa Barat adalah Kabupaten Bandung Barat. Kabupaten Bandung Barat memiliki 165 Desa. Banyak sumberdaya potensial yang dimiliki desa-desa di Kabupaten Bandung Barat. Kinerja perekonomian Kabupaten Bandung Barat tahun 2017 mengalami kenaikan laju pertumbuhan ekonomi yang mencapai 5,69 persen lebih tinggi dari tahun sebelumnya. Menurut data makro ekonomi Kabupaten Bandung Barat, telah terjadi transformasi mata pencaharian dari sektor pertanian ke sektor industri di Kabupaten Bandung Barat. (Badan Perencanaan, Penelitian dan Pengembangan Daerah Kabupaten Bandung Barat dan Badan Pusat Statistik Kabupaten Bandung Barat Kabupaten Bandung Barat, 2017). Seiring dengan pertumbuhan industri, pertumbuhan BUM Desa juga meningkat di Kabupaten Bandung Barat, tercatat menurut data di Dinas Pemberdayaan Masyarakat Desa (PMD) terdapat 130 BUM Desa dari 165 desa di Kabupaten Bandung Barat. Kebanyakan BUM Desa tersebut adalah BUM Desa yang telah mengalami mati suri yang kembali dihidupkan setelah adanya Undang-Undang Desa. Semangat masyarakat dalam membangun desa melalui BUM Desa perlu di iringi dengan pengetahuan dan kemampuan yang baik dalam mengelola BUM Desa, agar tidak terulang kembali BUM Desa mengalami kepunahan. Berdasarkan hal tersebut maka tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengelolaan BUM Desa untuk mendapatkan strategi terbaik dalam mengembangkan BUM Desa di Kabupaten Bandung Barat.

KERANGKA TEORI

Penelitian ini didasari oleh teori mengenai BUM Desa, teori manajemen dan teori mengenai kinerja.

BUM Desa

Berdirinya BUM Desa dilandasi oleh Undang-Undang Nomor 32 tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah Pasal 213 ayat (1) disebutkan bahwa “Desa dapat mendirikan badan usaha milik desa sesuai dengan kebutuhan dan potensi desa” dan tercantum dalam Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 71 tahun 2005 tentang Desa. Tujuan pendirian BUM Desa diharapkan menjadi pioner dalam menjembatani upaya penguatan ekonomi pedesaan. Menurut Pasal 1 ayat 2 Peraturan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi Nomor 4 Tahun 2015, tentang

Badan Usaha Milik Desa, BUMDesa adalah badan usaha yang seluruh atau sebagian besar modalnya dimiliki oleh Desa melalui penyertaan secara langsung yang berasal dari kekayaan Desa yang dipisahkan guna mengelola aset, jasa pelayanan, dan usaha lainnya untuk sebesar-besarnya kesejahteraan masyarakat Desa. Menurut Pasal 2, Pendirian BUMDesa dimaksudkan sebagai upaya menampung seluruh kegiatan di bidang ekonomi dan/atau pelayanan umum yang dikelola oleh Desa dan/atau kerja sama antar-Desa.

Manajemen

Organisasi adalah kesatuan yang terbentuk oleh beberapa orang yang memiliki sedikit atau semua kesamaan tentang latar belakang, identitas, harapan, dan berbagai hal lainnya untuk mencapai tujuan bersama secara bersama-sama (Duha, 2018). *Management* berasal dari kata *to manage* yang berarti “mengatur”. Dalam hal mengatur, akan timbul masalah, problem, proses dan pertanyaan tentang apa yang diatur, siapa yang mengatur, mengapa harus diatur dan apa tujuan pengaturan tersebut. Manajemen juga menganalisa, menetapkan tujuan/sasaran serta mendeterminasi tugas-tugas dan kewajiban-kewajiban secara baik, efektif dan efisien (Wijaya & Rifa’i, 2016).

Menurut Manulang (2006), manajemen merupakan sebuah seni dan ilmu perencanaan, pengorganisasian, penyusunan, pengarahan dan pengawasan dari pada sumber daya manusia untuk mencapai tujuan yang dilaksanakan. Berarti manajemen merupakan perilaku atau aktivitas anggota dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuannya. Dengan kata lain, organisasi adalah wadah bagi operasionalisasi manajemen. Karena itu didalamnya ada sejumlah unsur pokok yang membentuk kegiatan manajemen, yaitu: unsur manusia (*man*), barang-barang (*materials*), mesin (*machines*), metode (*methods*), uang (*money*) dan pasar (*market*). Keenam unsur ini memiliki fungsi masing-masing dan saling berinteraksi atau mempengaruhi dalam mencapai tujuan organisasi terutama proses pencapaian tujuan secara efektif dan efisien (Wijaya & Rifa’i, 2016).

Kinerja

Kinerja merupakan suatu hasil karya dari pelaksanaan pekerjaan tertentu. Menurut Dokko (2004), dua hal yang dapat mengukur kinerja organisasi yaitu produktivitas dan daya inovasi. Produktivitas adalah aspek dari kinerja tentang seberapa banyak dan cepat suatu pekerjaan dapat diselesaikan sedangkan, daya inovasi adalah aspek dari pekerja untuk melihat ke depan dan melakukan sebuah perubahan untuk memperbaiki kinerjanya.

Pengertian kinerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan padanya (Mangkunegara, 2013). Kinerja menurut Fahmi (2011) adalah hasil yang diperoleh oleh suatu organisasi baik organisasi tersebut bersifat *profit oriented* dan *non profit oriented* yang dihasilkan selama satu periode waktu. Kinerja merupakan prestasi yang dicapai oleh seseorang dalam melaksanakan tugasnya atau pekerjaannya selama periode tertentu sesuai standard an kriteria yang telah ditetapkan untuk pekerjaan tersebut (Ismail, 2010).

Berikut faktor yang mempengaruhi kinerja menurut Mangkunegara (2013) adalah sebagai berikut : (a) Faktor Kemampuan, secara psikologis kemampuan pegawai terdiri dari kemampuan potensi (IQ) dan kemampuan realiti (skill) dan (b) Faktor Motivasi, motivasi terbentuk dari sikap seorang pegawai dalam menghadapi situasi

kerja. Motivasi merupakan kondisi yang menggerakkan diri pegawai yang terarah untuk mencapai tujuan organisasi.

METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah BUM Desa yang berada di wilayah Kabupaten Bandung Barat. Untuk kualitas data yang lebih baik, diberikan persyaratan bahwa BUM Desa yang bisa dijadikan sampel dalam penelitian kali ini antara lain: BUM Desa sudah aktif beroperasi, Memiliki minimal 3 orang pekerja, dan BUM Desa aktif mengikuti pelatihan dari dinas terkait. Berdasarkan data Kabupaten Bandung Barat, terdapat 130 BUM Desa. Perhitungan sampel menggunakan rumus Cochran dengan Confidence level: 90%, Confidence interval : 21%, dan Population proportion : 50% sebagai berikut :

$$n' = 1 + \frac{z^2 \times \hat{p}(1-\hat{p})}{\epsilon^2 N} = 1 + \frac{1,96^2 \times 0,5(1-0,5)}{0,1^2 \times 130} = 14 \quad (1)$$

di mana :

z = nilai z

ϵ = margin of error

N = ukuran populasi

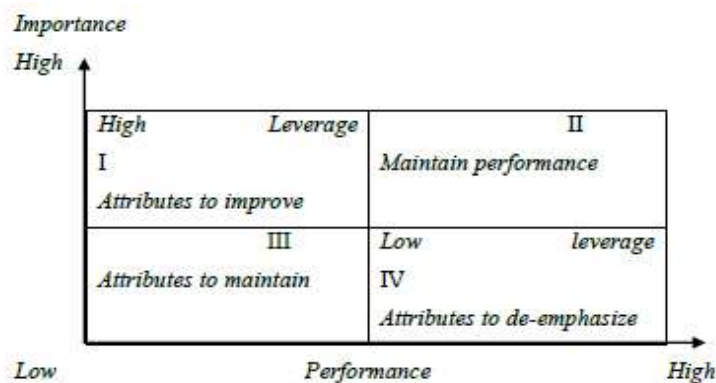
\hat{p} = proporsi populasi

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu pemilihan sampel secara sengaja sesuai dengan persyaratan sampel yang diperlukan. Berdasarkan metode penarikan sampel ini, diperoleh data dari 15 BUM Desa di Kabupaten Bandung Barat. Pada tahap awal penelitian ini dilakukan dengan mengidentifikasi indikator untuk kuesioner penelitian dari hasil studi pustaka dan hasil wawancara. Indikator yang digunakan pada penelitian ini merujuk pada aktivitas manajemen yang dilakukan BUM Desa antara lain: (1)Laporan keuangan dibuat secara berkala, (2)Pencatatan keuangan yang rinci dan dicatat ketika ada pengeluaran, (3)Memiliki sarana dan prasarana produksi yang baik, (4)Mempunyai standar pelaksanaan produksi barang, (5)Memiliki standar mutu produk, (6)Memiliki sistem pengendalian mutu produk, (7)Inovasi terhadap produk yang dihasilkan, (8)Inovasi terhadap teknik produksi agar lebih efisien, (9)Memiliki target pasar yang jelas, (10)Melakukan promosi produk ke target pasar, (11)Mengembangkan jaringan distribusi produk, (12)Memiliki administrasi SDM yang baik, (13)Melakukan pelatihan SDM secara berkala, (14)Kompensasi karyawan menggunakan dasar yang rasional, (15)Memiliki budaya organisasi, (16)Memiliki struktur organisasi yang formal

Teknik analisis data menggunakan *Importance Performace Analysis* (IPA) adalah sebuah metode untuk memetakan tingkat kepentingan atas kinerja tertentu dari sebuah produk. Tingkat kepentingan tersebut dipetakan dalam diagram kartesius yang disebut Matriks IPA. Matriks IPA terdiri dari empat kuadran yang masing-masing menjelaskan keadaan yang berbeda. Keadaan-keadaan tersebut yaitu: (a)Kuadran I (*attributes to improve*), kuadran ini memuat atribut yang dianggap penting oleh pelanggan tapi kinerja atribut tersebut kurang dari apa yang diharapkan. Atribut yang termasuk di kuadran ini harus ditingkatkan, (b)Kuadran II (*maintain performance*), kuadran ini mamuat atribut yang dianggap penting oleh pelanggan dan pelaksanaannya dianggap sudah sesuai harapan. Atribut di kuadran ini harus dipertahankan, (c)Kuadran III

(*attributes to maintain*), kuadran ini memuat atribut yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan kinerja atribut tersebut kurang dari apa yang diharapkan. Peningkatan atribut yang masuk ke kuadran ini perlu dipertimbangkan karena tidak terlalu berpengaruh terhadap pelanggan, (d) Kuadran IV (*attributes to de-emphasize*), kuadran ini memuat atribut yang dianggap kurang penting oleh pelanggan sedangkan kinerja perusahaan pada atribut ini terlalu tinggi sehingga dianggap berlebihan. Harus dilakukan efisiensi pada atribut di kuadran ini sehingga bisa menghemat biaya. Diagram kartesius dalam IPA ditunjukkan pada Gambar 1 berikut.

Untuk dapat melakukan analisis dengan alat analisis IPA, maka skala yang digunakan haruslah Skala Likert yaitu lima peringkat nilai yang masing-masing diberikan skor atau bobot seperti yang tercantum dalam Tabel 1.



Gambar 1. Diagram IPA (Rangkuti, 2002)

Tabel 1. Skor Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja

Variabel	Kriteria Jawaban	Skor
Tingkat Kepentingan (<i>Importance</i>)	Sangat tidak penting	1
	Tidak penting	2
	Biasa saja	3
	Penting	4
	Sangat Penting	5
Tingkat Kinerja (<i>Performance</i>)	Sangat tidak baik	1
	Tidak baik	2
	Biasa saja	3
	Baik	4
	Sangat baik	5

Sumber : Rangkuti (2002)

Berdasarkan hasil penilaian tingkat kepentingan dan tingkat kinerja, akan dilakukan perhitungan mengenai tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang kemudian digambarkan dalam suatu diagram kartesius. Tingkat kepentingan dan kinerja yang dimuat dalam diagram kartesius, adalah berupa skor penilaian kepentingan dan kinerja total. Masing-masing atribut diposisikan dalam suatu diagram. Skor total penilaian terhadap tingkat kinerja (*performance*) menunjukkan posisi suatu atribut pada sumbu X, sementara posisi atribut pada sumbu Y menunjukkan skor total tingkat kepentingan (*importance*) pengunjung terhadap atribut.

Diagram kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi menjadi empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang saling berpotongan tegak lurus di titik (A,B). A merupakan rata-rata dari skor total tingkat kinerja dan B merupakan rata-rata dari skor total

tingkat kepentingan seluruh faktor yang yang mempengaruhi keunggulan sebuah entitas usaha. Nilai A dan B diukur dengan rumus:

$$A = \frac{\sum x}{k} \quad B = \frac{\sum y}{k} \quad (2)$$

Keterangan :

A = batas sumbu X

B = batas sumbu Y

k = jumlah atribut

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum BUM Desa di Kabupaten Bandung Barat

Kabupaten Bandung Barat memiliki total 165 desa yang tersebar di 16 kecamatan, saat ini terdapat 130 BUM Desa yang aktif beroperasi. BUM Desa di Kabupaten Bandung Barat telah berdiri sejak tahun 2009 setelah keluarnya Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Barat Nomor 7 tahun 2009 tentang Pedoman Pembentukan dan Pengelolaan BUM Desa yang didukung adanya penyertaan modal dari Pemerintah Kabupaten untuk setiap desa sejak tahun 2009 sampai tahun 2013 yaitu sebesar 25 juta rupiah. Namun kemudian BUM Desa tidak aktif lagi dikarenakan beberapa faktor salah satunya kurangnya pendampingan.

BUM Desa di Kabupaten Bandung Barat mulai berdiri kembali setelah adanya Dana Desa dari Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi. Geliat Undang-Undang Desa mendorong desa-desa di Kabupaten Bandung Barat mendirikan BUM Desa. Namun masih minimnya pengetahuan mengenai BUM Desa berdampak pada masih sangat umunya unit usaha BUM Desa. BUM Desa yang didirikan belum banyak yang menggali potensi desa. BUM Desa juga masih berusaha kembali meyakinkan masyarakat, disebabkan pengalaman sebelumnya dimana BUM Desa mati begitu saja. Omset yang dihasilkan masih sangat rendah karena BUM Desa belum berkembang dengan baik, serta terlihat pula dalam penyerapan tenaga kerja belum begitu banyak.

Karakteristik tenaga kerja BUM Desa – BUM Desa di Kabupaten Bandung Barat (Tabel 2), berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh pria dimana sekitar 85% pegawainya merupakan pria. Usia pegawai BUM Desa juga terlihat masih didominasi oleh para orang tua 44% pegawainya merupakan usia di atas 45 tahun. Pada usia produktif yakni 26-35 tahun hanya berjumlah 7% saja. Pendidikan pegawai BUM Desa terbanyak adalah SMA/ sederajat sekitar 46% pegawai. Lulusan sarjana hanya sekitar 24%. Meskipun begitu 73% pegawai mengatakan latar belakang pendidikan mereka relevan dengan kegiatan dan pekerjaan mereka di BUM Desa saat ini. Mereka juga memiliki bakat yang mendukung dalam pekerjaannya. Tenaga kerja BUM Desa rata-rata telah mengikuti pelatihan yang bermanfaat dalam mendukung pekerjaan.

Pengelolaan BUM Desa

Pengelolaan sebuah organisasi dapat dinyatakan berhasil apabila dilakukan dengan efisien. Menurut Ferranti, Jacinto, Ody & Ramshaw (2009) menekankan pentingnya efisiensi dalam pengelolaan sebuah organisasi, hal ini dapat dilihat dari ketepatan pengelolaan dan kualitas sumberdaya manusia yang digunakan dalam mengelola sebuah organisasi. Efisiensi menjadi salah satu aspek penting yang

memberikan sumbangan keberhasilan suatu kinerja. Penelitian terhadap pengelolaan BUM Desa tidak bisa terlepas dari aspek efisiensi. Menurut O'Donnell dan Duffy (2002), efisiensi akan selalu melekat dalam setiap aktivitas organisasi, oleh sebab itu efisiensi akan selalu menjadi indikator penting dalam mengukur kinerja organisasi, meskipun menurut mereka, efisiensi sangat sulit untuk diukur.

Keberhasilan pengelolaan organisasi juga dapat dinyatakan berhasil apabila dilakukan secara efektif. Tanggung jawab manajemen dalam hal ini yaitu mengkoordinasikan sumberdaya dengan cara yang efektif dan efisien untuk mencapai tujuan organisasi (Daft, 2006). Pengelolaan organisasi yang dilakukan secara baik juga akan mampu memberikan dampak secara ekonomi masyarakat.

Analisis Kepentingan-Kinerja/ *Importance Performance Analysis (IPA)*

Importance and Performance Analysis (IPA) adalah salah satu cara yang dapat menggambarkan tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dari atribut-atribut atau indikator-indikator yang dimiliki oleh sebuah perusahaan ataupun organisasi.

Importance-Performance Analysis (IPA) terbagi menjadi dua komponen, yaitu analisis kuadran dan analisis kesenjangan (*gap*). Analisis kuadran memetakan atribut yang diplotkan berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerja, sedangkan analisis kesenjangan digunakan untuk melihat kesenjangan antara harapan dengan kinerja yang dicapai oleh atribut terkait (Supranto, 2004).

Dalam penelitian ini, analisis menggunakan IPA bertujuan untuk mengetahui seberapa penting sebuah indikator kinerja BUM Desa untuk kemajuan BUM Desa di masa yang akan datang. Dengan mengetahui indikator mana saja yang dianggap penting, maka diharapkan para pengurus BUM Desa di Kabupaten Bandung Barat akan mampu menyesuaikan strategi yang ada selama ini sehingga bisa membangun usaha dan produk yang berbasis pada konsumen.

Tabel 2. Karakteristik Tenaga Kerja BUM Desa di Kabupaten Bandung Barat

Karakteristik	Jumlah Tenaga Kerja (Orang)	Persentase (%)
JENIS KELAMIN		
Pria	35	85%
Wanita	6	15%
USIA		
<17 Tahun	1	3%
17-25 Tahun	7	17%
26-35 Tahun	3	7%
36-45 Tahun	12	29%
>45 Tahun	18	44%
PENDIDIKAN		
SD/Sederajat	1	3%
SMP/Sederajat	5	12%
SMA/Sederajat	19	46%
Diploma/Sederajat	4	10%
S1/Sederajat	10	24%
S2/S3	2	5%

Sumber: Data diolah, 2018

Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja

Berdasarkan hasil IPA tentang kepentingan indikator BUM Desa di Kabupaten Bandung Barat seperti yang terlihat pada Tabel 2 di bawah ini, terlihat bahwa indikator yang dianggap penting oleh pengurus BUM Desa adalah Laporan keuangan dibuat secara berkala, pencatatan keuangan yang rinci dan dicatat ketika ada pengeluaran, dan memiliki target pasar yang jelas dengan nilai total kepentingan sebesar 51. Indikator yang dianggap paling tidak penting adalah memiliki sistem pengendalian mutu produk dengan total nilai kepentingan sebesar 45.

Hasil IPA tentang tingkat kinerja indikator BUM Desa di Kabupaten Bandung Barat seperti yang terlihat pada Tabel 3, terlihat bahwa indikator yang dinilai berkinerja paling baik adalah pencatatan keuangan yang rinci dan dicatat ketika ada pengeluaran dengan nilai total kinerja sebesar 48. Atribut yang dinilai memiliki tingkat kinerja paling buruk adalah mengembangkan jaringan distribusi produk dengan nilai total kinerja sebesar 40. Masalah yang sering dihadapi suatu usaha atau perusahaan adalah dalam pendistribusian, pada arah hilir permasalahan yang dihadapi adalah produk yang susah untuk diprediksikan dan tidak stabil, serta jumlah permintaan yang sering kali tidak mencerminkan kebutuhan konsumen saat ini. Pada arah hulu, permintaan penyediaan barang yang tidak selalu dapat dipenuhi sesuai waktu yang dibutuhkan (Suswaini, 2013).

Tabel 3. Tingkat Kepentingan dan Kinerja Indikator BUM Desa di Bandung Barat

No.	Indikator	Total Skor Kepentingan	Total Skor Kinerja
1.	Laporan keuangan dibuat secara berkala.	51	45
2.	Pencatatan keuangan yang rinci dan dicatat ketika ada pengeluaran	51	48
3.	Memiliki sarana dan prasarana produksi yang baik	47	43
4.	Mempunyai standar pelaksanaan produksi barang	47	46
5.	Memiliki standar mutu produk	48	45
6.	Memiliki sistem pengendalian mutu produk	45	43
7.	Inovasi terhadap produk yang dihasilkan	50	42
8.	Inovasi terhadap teknik produksi agar lebih efisien	49	45
9.	Memiliki target pasar yang jelas	51	45
10.	Melakukan promosi produk ke target pasar	49	45
11.	Mengembangkan jaringan distribusi produk	49	40
12.	Memiliki administrasi SDM yang baik	48	45
13.	Melakukan pelatihan SDM secara berkala	48	41
14.	Kompensasi karyawan menggunakan dasar yang rasional	46	42
15.	Memiliki Budaya organisasi	48	41
16.	Memiliki Struktur organisasi yang formal	47	43

Sumber: Data diolah, 2018

Analisis Kuadran dan Analisis Kesenjangan

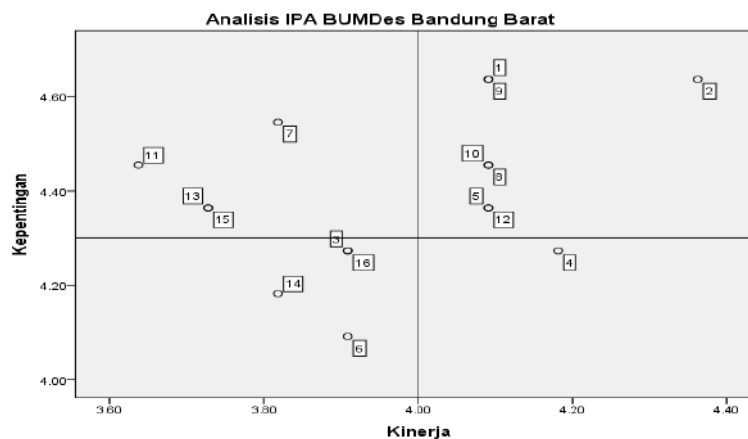
Analisis kuadran dengan diagram kartesius digunakan untuk memetakan atribut-atribut kinerja dan kepentingan/harapan yang telah dianalisis ditunjukkan pada Tabel 4 berikut.

Berdasarkan Tabel 4. dapat dilihat bahwa tingkat kesesuaian sebesar 90,37 artinya bahwa tingkat kesesuaian antara kinerja dengan kepentingan sangat baik. Adanya nilai gap atau kesenjangan antara kepentingan dengan kinerja sebesar -0,43 menunjukkan bahwa kinerja BUM Desa saat ini agak kurang dari harapan yang diinginkan oleh BUM Desa di Kabupaten Bandung Barat.

Tabel 4. Analisis Kuadran dan Analisis Kesenjangan

No.	Indikator	Kinerja (x)	Keperluan (y)	Tingkat Kesesuaian (Tki %)	Kesenjangan (Gap)
1.	Laporan keuangan dibuat secara berkala.	4,09	4,64	88,24	-0,55
2.	Pencatatan keuangan yang rinci dan dicatat ketika ada pengeluaran	4,36	4,64	94,12	-0,27
3.	Memiliki sarana dan prasarana produksi yang baik	3,91	4,27	91,49	-0,36
4.	Mempunyai standar pelaksanaan produksi barang	4,18	4,27	97,87	-0,09
5.	Memiliki standar mutu produk	4,09	4,36	93,75	-0,27
6.	Memiliki sistem pengendalian mutu produk	3,91	4,09	95,56	-0,18
7.	Inovasi terhadap produk yang dihasilkan	3,82	4,55	84,00	-0,73
8.	Inovasi terhadap teknik produksi agar lebih efisien	4,09	4,45	91,84	-0,36
9.	Memiliki target pasar yang jelas	4,09	4,64	88,24	-0,55
10.	Melakukan promosi produk ke target pasar	4,09	4,45	91,84	-0,36
11.	Mengembangkan jaringan distribusi produk	3,64	4,45	81,63	-0,82
12.	Memiliki administrasi SDM yang baik	4,09	4,36	93,75	-0,27
13.	Melakukan pelatihan SDM secara berkala	3,73	4,36	85,42	-0,64
14.	Kompensasi karyawan menggunakan dasar yang rasional	3,82	4,18	91,30	-0,36
15.	Memiliki Budaya organisasi	3,73	4,36	85,42	-0,64
16.	Memiliki Struktur organisasi yang formal	3,91	4,27	91,49	-0,36
Jumlah		63,55	70,36	14,46	-6,82
Rata-Rata		3,97	4,40	90,37	-0,43

Sumber: Data diolah, 2018



Gambar 2. Diagram Kartesius IPA

Analisis Kuadran dan Analisis Kesenjangan

Pada gambar analisis kuadran di bawah ini, dapat diketahui indikator mana saja yang menjadi prioritas untuk dapat dikembangkan bagi BUM Desa di Kabupaten Bandung Barat.

a. Kuadran I (Prioritas Utama)

Indikator-Indikator pada Kuadran I ini memiliki tingkat kinerja di bawah rata-rata tetapi tingkat kepentingan tinggi. Kuadran I menunjukkan indikator yang dianggap sangat penting oleh Pengurus BUM Desa namun saat ini belum menunjukkan kinerja yang baik. Indikator tersebut adalah indikator 3 yaitu memiliki sarana dan prasarana yang baik, indikator 7 yaitu inovasi terhadap produksi yang dihasilkan, indikator 11 yaitu mengembangkan jaringan distribusi produk, indikator 13 yaitu melakukan pelatihan SDM secara berkala, dan indikator 15 yaitu memiliki budaya organisasi. Oleh karena itu, seluruh BUM Desa harus meningkatkan inovasi produksi beserta jaringan distribusinya serta meningkatkan kapasitas SDM yang dimiliki dan menumbuhkan budaya organisasi yang kuat di masing-masing BUM Desa.

b. Kuadran II (Pertahankan Kinerja)

Indikator-Indikator pada Kuadran II ini memiliki tingkat kepentingan yang tinggi dan kinerja yang di atas rata-rata. Kuadran II menunjukkan indikator yang dianggap penting oleh Pengurus BUM Desa dan telah dilaksanakan dengan sangat baik oleh seluruh pegawai BUM Desa. Indikator yang telah berada pada kuadran ini sebaiknya dipertahankan dan lebih ditingkatkan lagi. Indikator yang terdapat pada kuadran ini antara lain indikator 1 yaitu Laporan keuangan dibuat secara berkala, indikator 2 yaitu pencatatan keuangan yang rinci dan dicatat ketika ada pengeluaran, indikator 5 yaitu memiliki standar mutu produk, indikator 8 yaitu inovasi terhadap teknik produksi agar lebih efisien, indikator 9 yaitu memiliki target pasar yang jelas, indikator 10 yaitu melakukan promosi produk ke target pasar, dan atribut 12 yaitu memiliki administrasi SDM yang baik.

c. Kuadran III (Prioritas Rendah)

Indikator-Indikator pada Kuadran III ini memiliki tingkat kepentingan yang cukup rendah dan kinerjanya juga dinilai rendah. Kuadran III menunjukkan indikator yang dianggap kurang penting oleh Pengurus BUM Desa dan dinilai kurang baik kinerjanya oleh Pengurus BUM Desa. Indikator yang berada pada kuadran III ini sebaiknya tidak dijadikan prioritas utama oleh BUM Desa untuk ditingkatkan. Indikator yang terdapat pada kuadran ini antara lain indikator 6 yaitu memiliki sistem pengendalian mutu produk, indikator 14 yaitu kompensasi karyawan menggunakan dasar yang rasional, dan indikator 16 yaitu memiliki struktur organisasi yang formal.

d. Kuadran IV (Kinerja Berlebihan)

Indikator-Indikator pada Kuadran IV ini memiliki tingkat kepentingan yang kurang penting tetapi kinerja cukup tinggi, sehingga dianggap berlebihan oleh Pengurus BUM Desa. Pada kuadran ini, fokus sumber daya dapat dialihkan ke indikator lain yang lebih diprioritaskan. Indikator yang berada pada kuadran IV ini adalah indikator 4 yaitu mempunyai standar pelaksanaan produksi barang. Indikator ini

memiliki tingkat kepentingan yang kurang, tetapi dalam pelaksanaannya dianggap melebihi harapan yang diinginkan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan analisis IPA terdapat indikator yang mendapat prioritas untuk ditingkatkan pengelolaannya adalah memiliki sarana dan prasarana yang baik, inovasi terhadap produksi yang dihasilkan, mengembangkan jaringan distribusi produk, melakukan pelatihan SDM secara berkala, dan memiliki budaya organisasi. Selain itu dihasilkan gap atau kesenjangan antara kepentingan dengan kinerja menunjukkan bahwa kinerja BUM Desa saat ini agak kurang dari harapan yang diinginkan oleh BUM Desa di Kabupaten Bandung Barat.

Saran

Berdasarkan simpulan di atas, maka saran yang dapat peneliti berikan antara lain: (1) Pendampingan perlu dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Bandung Barat terhadap BUM Desa baik dari segi pembiayaan maupun pemasaran. (2) Kinerja BUM Desa akan meningkat apabila kapasitas dan kompetensi SDM diperkuat. Oleh karena itu direkomendasikan kepada para pemangku kepentingan baik pemerintah pusat, pemerintah daerah dan pemerintah desa untuk dapat mendukung dalam peningkatan kapasitas dan kompetensi SDM BUM Desa.

DAFTAR PUSTAKA

- Agunggunanto, E.Y., Arianti, F., Kushartono, E.W., & Darwanto. (2016). Pengembangan desa mandiri melalui pengelolaan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes). *JDEB*, 13(1), 67-81.
- Asti & Cholid, I. (2018). Persepsi dan partisipasi pemerintah desa dalam perencanaan pengembangan Bumdes di Kecamatan Kendawangan. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 6(1), 1-14.
- Badan Perencanaan, Penelitian dan Pengembangan Daerah Kabupaten Bandung Barat dan Badan Pusat Statistik Kabupaten Bandung Barat. (2017). *Data makro sosial Kabupaten Bandung Barat Tahun 2017*, Bandung Barat.
- Daft, R.L. (2006). *Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.
- Dokko, G. (2004). *Human capital and social capital as determinant of individual performance* (Doctoral's Dissertation). Pennsylvania (US): University of Pennsylvania.
- Duha, T. (2018). *Perilaku organisasi*. Yogyakarta: Deepublish.
- Fahmi, I. (2011). *Manajemen kinerja (teori dan aplikasi)*. Bandung: Alfabeta.
- Ferranti, D., Jacinto, J., Ody, A.J. & Ramshaw, G. (2009). *How to improve governance a new framework for analysis and action*. Washington D.C: The Bookings Institution.
- Hidayah, U., Mulatsih, S., & Purnamadewi, Y.L. (2019). Evaluasi Badan Usaha Milik Desa (BUMDes): Studi kasus BUMDes Harapan Jaya Desa Pagelaran, Kecamatan Ciomas, Kabupaten Bogor. *JSHP*, 3(2), 144-153.
- Ismail, M.I. (2010). Kinerja dan kompetensi guru dalam pembelajaran. *Lentera pendidikan*, 13(1), 44-63.

- Jamaluddin, Y., Sumaryana, A., Rusli, B. & Rd. Ahmad Buchari, Rd., A. (2018). Analisis dampak pengelolaan dan penggunaan dana desa terhadap pembangunan daerah. *JPPUMA: Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Sosial Politik UMA*, 6(1), 14-24.
- Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi. (2017). *Data BUM Desa*. Jakarta.
- Khusaini, M.K. (2006). *Ekonomi public desentralisasi fiskal dan pembangunan daerah*. Malang: Badan Penerbit FE – Unibraw.
- Mangkunegara, A.A. (2013). *Manajemen sumber daya manusia*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Manulang, M. (2006). *Dasar-Dasar manajemen*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Nugraha, A. & Kismartini. (2019). Evaluasi penyelenggaraan Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Rejo Mulyo, Desa Gogik, Kecamatan Ungaran Barat Kabupaten Semarang. *Dialogue Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 1(1), 43-56.
- O'Donnel, F.J. & Duffy, A.H.B. (2002). Modeling design development performance. *International Journal of Operations & Production Management*, 22(11), 1198-221.
- Peraturan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi Nomor 4 Tahun 2015 tentang Pendirian, Pengurusan dan Pengelolaan, dan Pembubaran Badan Usaha Milik Desa.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 71 tahun 2005 tentang Desa.
- Ramadana, C. B., Ribawanto, H., & Suwondo. (2013). Keberadaan Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) sebagai penguatan ekonomi desa (Studi di Desa Landungsari, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang). *Jurnal Administrasi Publik*, 1(6), 1068-1076.
- Rangkuti, F. (2002). *Riset pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Supranto, J. (2004). *Analisis multivariat, arti dan interpretasi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Suswaini, E. (2013). Strategi mengoptimalkan perencanaan produksi dan distribusi dengan metode interger linier programming branch and bound di perusahaan manufakturing Usaha Maju di kota Jogjakarta. *Jurnal UMRAH Universitas Maritim Raja Ali Haji*, 1-12.
- Suwecantara, I.M., Surya, I., & Riady, G. (2018). Efektivitas pengelolaan Badan Usaha Milik Desa dalam meningkatkan pendapatan asli desa-studi kasus Bumdes Madani di desa Santan Tengah Kecamatan Marangkayu Kabupaten Kutai Kartanegara. *E-Journal Pemerintah Integratif*, 6(4), 624-634.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa.
- Wijaya, C. & Rifa'i, M. (2016). *Dasar-dasar manajemen - mengoptimalkan pengelolaan organisasi secara efektif dan efisien*. Medan: Perdana Publishing

ANALYSIS OF OVO APPLICATION SENTIMENT USING LEXICON BASED METHOD AND K-NEAREST NEIGHBOR

¹Sandra Dwi Widiyaningsih,²Atit Pertiwi

^{1,2}Faculty of Computer Science and Information Technology, Universitas Gunadarma
Jl. Margonda Raya No. 100, Depok 16424, West Java
¹sandradw.sd@gmail.com, ²atit@staff.gunadarma.ac.id

Abstract

Money that has a function as a measuring tool, medium of exchange, and payment tools is transformed according to the development of the digital era with the issuance of electronic money. OVO is an electronic money application in Indonesia. The public can provide a review of the service OVO application on the google play store. Further, the company can see how the responses from the user regarding the product as an evaluation of application performance so that improvements can be made. This requires a system for analyzing reviews by applying sentiment analysis use the R language. The aim of this study is to analyze OVO application sentiment using lexicon based method and k-nearest neighbor. The initial stage of sentiment analysis is pre-processing which consists of case folding, cleansing, stop word, slang-word, and stemming. The data classification process is divided into two classes, namely positive and negative classes using the lexicon-based method, the data that has been carried out is then divided into training data and test data that will be used in the training and testing process using the Confusion Matrix. The results of the accuracy of the system using the k-nearest neighbor algorithm of 93.84%. with a positive preposition of 96,29%, negative preposition of 68,75%, positive recall of 96,18%, negative recall of 73,33% and error system of 6,16%.

Keywords : Confusion Matrix, K-Nearest Neighbor, Lexicon Based, Sentiment Analysis

This paper is a revised and expanded version of a paper entitled Analysis of OVO Application Sentiment Using Lexicon Based Method and K-Nearest Neighbor presented at UG Economic Faculty International Conference October 31st, 2019, Bekasi, West Java, Indonesia.

INTRODUCTION

At present, the world is entering the era of the industrial revolution 4.0 or the fourth world industrial revolution where information technology has become the basis in human life. Everything becomes infinite, because it is influenced by the development of the internet and digital technology. Money that has a function as a medium of exchange and payment instrument is transformed according to the development of the digital era with the issuance of electronic money. One example of electronic money applications in Indonesia is OVO. OVO application on the Google Play Store, is a digital content service owned by Google. In the Google Play Store, there is a review feature from users that allows users to provide reviews. There are a large number of reviews from users, in order to help analyze public opinion on the reviews given on the OVO application. This review provided information for consideration using OVO and to be able to know the response of the public. From this public response, OVO could make improvement of services and the tools to analyze the reviews by applying

sentiment analysis. Sentiment analysis is computational research of opinions, sentiments, and emotions expressed textually. The use of sentiment analysis is generally used to analyze a product in improving product quality going forward (Gunawan, Fauzi, Adikara, 2017). In conducting sentiment analysis, there are several methods, one of which is the K-Nearest Neighbor method. There are several advantages of the K-Nearest Neighbor method, namely the K-Nearest Neighbor classification algorithm that is proven to achieve good accuracy results and is by the calculations applied in an application (Sani, Zeniarja, & Luthfiarta, 2016). The K-Nearest Neighbor algorithm is very commonly used to categorize texts (Samuel, Delima, & Rachmat, 2014). Dey, Chakraborty, Biswas, Bose and Tiwari (2016) discusses two supervised machine learning algorithms: K-Nearest Neighbour(K-NN) and Naïve Bayes' and compares their overall accuracy, precisions as well as recall values. It was seen that in case of movie reviews Naïve Bayes' gave far better results than K-NN but for hotel reviews these algorithms gave lesser, almost same accuracies.

Several previous studies on sentiment classification were conducted by (Nurjanah, Perdana, & Fauzi, 2017). This study uses the k-nearest neighbor method and weighting the number of retweets to classify comments. However, this research has a shortage in terms of classifying comments so that it reduces the level of accuracy. Further research on sentiment analysis was conducted by (Ernawati & Wati 2018). This study uses the k-nearest neighbor method as a classification of comments on web travel accounts and retrieves data that has been grouped on the web. the results of this study showed an accuracy of 87%. Subsequent research was conducted by (Kusumawati & Pamungkas, 2017). This study uses the Lexicon Based method to see people's perceptions of rising cigarette prices on Twitter social media, but in this study, no sentence normalization was conducted on non-standard word problems.

Based on the description above, the aim of the study to analysis an OVO application sentiment using the lexicon-based method and k-nearest neighbor. The method used in this study is the Waterfall system development life cycle method.

LITERATURE REVIEW

Sentiment Analysis

Sentiment analysis or opinion mining is the process of examining opinions on individual views to get sentiment information contained in an opinion sentence. Sentiment analysis is done to see the opinion or tendency of opinion on a problem or object by someone, whether they have negative or positive opinion. (Rozi, Pramono, Dahlan, 2013) This value can be used as a parameter in decision making (Haryanto, Muflikhah, Fauzi, 2018).

Lexicon Based

Lexicon Based is a classification process to determine each word according to the lexicon dictionary. So that in a sentence the number of positive and negative values in each of the constituent words is known (Kusumawati & Pamungkas 2017).

State of The Art of The Research

This research was conducted by studying the research carried out before, by having sentiment analysis related, the lexicon based method, and the k-nearest neighbor

method. The following is a previous study relating to this research can be seen in Table 1.

Table 1. Related Research

No	Name	Year	Title	Deficiency
1	Nurfalah, Adiwijaya, and Suryani	2017	Analysis of Indonesian Language Sentiments with the Lexicon-Based Approach to Social Media	Accuracy of 66% has not reached more than 90% of unstructured sentences in accordance with standard rules of grammar
2	Kusumawati, and Pamungkas	2017	Sentiment Analysis Using Lexicon Based to See Public Perceptions of Cigarette Price Increase on Twitter Social Media	Accuracy of 81% has not reached more than 90%. No sentence normalization is carried out on the problem of nonstandard words
3	Nurjanah, Perdana, Fauzi	2017	Sentiment Analysis of Television Shows Based on Public Opinion on Twitter Social Media using the K-Nearest Neighbor Method and Weighting the Number of Retweets	Accuracy of 83.33% has not reached more than 90%.

RESEARCH METHOD

The method used in the preparation of this study uses the Waterfall method. The stages are as follows: (1)Analysis, this stage is the process of analyzing system requirements and users as well as analyzing OVO application review data and developing system concepts to be made. (2)Design, at the design stage, system design is carried out, designing the interface as needed, making the code into an application that will be made with the help of navigation structures in programming. (3)Implementation, this stage is the process of implementing a system that has been created, as well as the system support plan. (4)System Testing, testing the sentiment analysis application system using the Confusion Matrix method to determine the performance of the data classification results.

As in Figure 1, the steps in conducting research on OVO application sentiment analysis using k-nearest neighbor and lexicon-based methods consist of (1) problem analysis; (2) system analysis; (3) data source analysis; (4) pre-processing review data; (5) initial classification of sentiments using the Lexicon Based method; (6) classifying data test using the K-Nearest Neighbor method; (7) the calculation of accuracy using a confusion matrix, and (8) visualized in the form of pie charts and word cloud.

Problem Analysis

User reviews of the application can provide information to the public and the application company to find out the quality and reaction of users in terms of services, features, from the application. The application chosen as the object of research is the OVO application. With the reviews from users, the OVO can find out the user's reaction from various aspects, but the applicable company and the users have limited time to dig

up the information behind the user reviews. For this reason, we need a system that can process OVO application user review data using sentiment analysis.

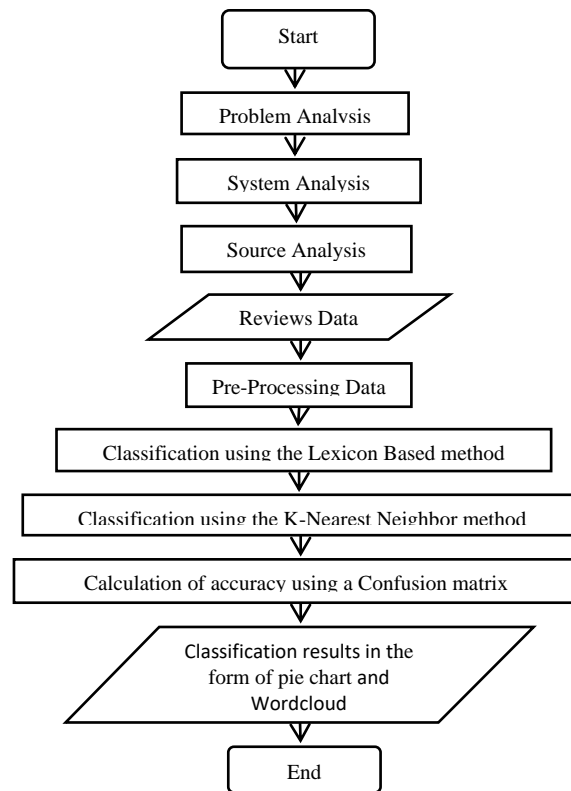


Figure 1. Flowchart of Sentiment Analysis

System Analysis

System analysis is carried out to identify existing problems and the needs needed to create a new and better system, system analysis also aims to analyze how the system works, processes carried out from input to output.

Source Analysis

Data from this study were obtained from the OVO application page on the Google Play Store site. Data obtained in the form of OVO application user reviews taken from May 25, 2019 to May 30, 2019 were 1000 reviews.

RESULTS AND DISCUSSION

In this stage, the steps in the system will be described and present the results of the steps that have been done previously in conducting sentiment analysis of OVO using the lexicon-based method and k-nearest neighbor.

Pre-processing

OVO application review data taken from the Google Play Store still has an unstructured sentence form and there is still a lot of noise so that the pre-processing stage is the stage of the cleaning process. At this stage several packages are needed that must be installed and run on RStudio.

The steps of pre-processing seen in Figure 2 are as follow: (1)Change in Capitalization (Case folding), at this stage the capital letters are changed to lowercase letters in the review data. Example letter A is changed to a. The process of folding case review data is carried out simultaneously on review data in one file. (2)Removing Characters and Numbers (Cleansing), data review that has been carried out the process of changing the capitalization, will then be carried out the process of removing characters and numbers, delimiter-delimiter such as punctuation and symbols in the document such as signs (.), \$, *, @,!,?, / And so on. The data cleansing review process is carried out simultaneously on review data in one file. (3)Eliminating Unnecessary Words (Stop words), review data that have been done in the process of changing the capitalization, omitting characters and numbers will then be carried out the process of removing unnecessary words if there are words that are considered to have no meaning and are not related to adjectives related to sentiment will be eliminated. (4)Change in Slang word (Spelling normalization), data review that has been carried out the process of changing the capitalization, eliminating characters and numbers, eliminating unnecessary words will then be carried out the process of changing slang word, this stage is done to eliminate the use of slang words or words that are not standard or deemed nonstandard. (5) Transforming Basic Words (Stemming), the stemming process is managing the results of the filtering words into basic words. At this stage, each review data will be checked. This stage is done after the Slang word change.

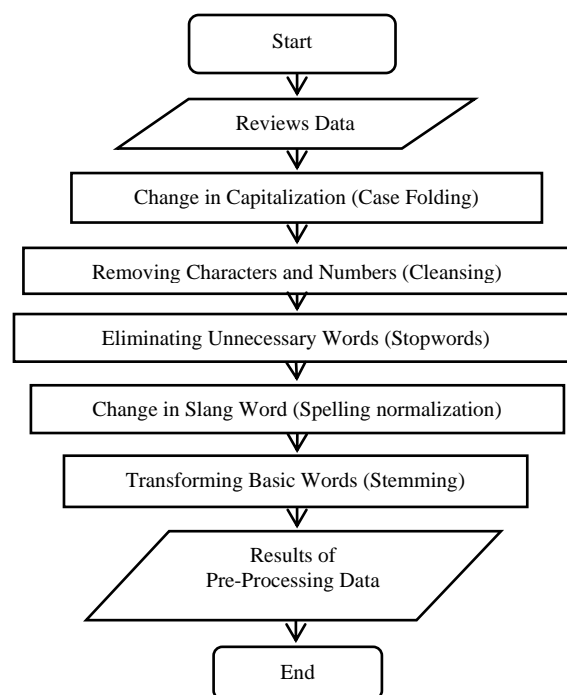


Figure 2. Pre-Processing Flow Diagram

Lexicon Based Classification

The classification using the lexicon-based method is a classification of the sentiment of review data that has been cleaned at the pre-processing stage. This classification is matched with words contained in the negative-positive dictionary according to Ding, Liu and Yu (2008). If the review data has a greater number of positive words then classified positive sentiment, but if the review data has a greater negative word then the negative sentiment is classified in this study to determine a

sentence has positive or negative sentiment by counting the number of positive or negative words with use lexicon-based. And to determine positive or negative words in a sentence is determined based on a dictionary of positive and negative words according to Ding, Liu & Yu (2008). Table 2 shows some examples of positive and negative sentiment reviews

In the first review data on the word “**baik** moga **manfaat** guna” on the word “baik” and “manfaat” is a positive sentiment, then the score for positive 2 and the score for negative 0 and the number of scores 2. In the second review data on the word “susah login aplikasi update tolong” the word “susah” is a negative sentiment, then the score for positive 0 and the score for negative 1 and the total score of -1.

If the number of negative scores is classified as negative, and if the total score of 0 is classified as neutral. And at this writing only use a positive and negative sentiment. Then sentences that do not have sentiment or neutral will be deleted in the database so that with a total of 1000 review sentences obtained 732 review sentences that have positive and negative sentiment.

K-Nearest Neighbor Classification

At this stage, the classification of test data is carried out whether included in the positive or negative sentiment. This stage is done by the k-nearest neighbor method. The stages are carried out in three stages, namely learning, testing and result in sentiment. The following are the stages of classification using the k-nearest neighbor method.

Table 2. Lexicon Based Classifications

Review	Positive	Negative	Score	Sentiment Class
baik moga manfaat guna	2	0	2	Positive
susah login aplikasi update tolong	0	1	-1	Negative

(1)Definition the Dataset, in this study, the review data used are those that have been carried out pre-processing cleaning stage and have been classified by the lexicon-based method. (2)Making dtm, at this stage count the number of vocabulary words in the dataset. Before doing dtm, the definition is done by reading data from a dataset using the corpus function. (3)Training Data, it is data that is used as training data for learning systems, training data is taken from data that has passed the pre-processing process. The proportion of training data used in this study was 80% randomly. 586 reviews become training data. (4)Test Data, test data is data used as system test data. Test data is taken from data that has passed the pre-processing process. The proportion of test data used in this study is the rest of the data which is not training data, which is 20%. 146 reviews become test data

K-Nearest Neighbor Calculations

The following is an example of calculating K-nearest neighbor. The first thing to do is choosing some training data that has been carried out in the preprocessing stage.

Table 3 is the set of training data on the sample data review taken as many as 4 review data.

Table 4 shows test data on the review data sample. whose sentiment is unknown and sentiment will be sought.

Table 5 shows document Data Matrix Term in training data samples and test data. If a word contains the word that is defined, then given a value of 1 if not then given a value of 0. Next will be calculated using the cosine similarity formula as follows:

$$\text{Cos}(\theta_{QD}) = \frac{\sum_{i=1}^n Q_i D_i}{\sqrt{\sum_{i=1}^n (Q_i)^2} \cdot \sqrt{\sum_{i=1}^n (D_i)^2}} \quad (1)$$

Table 3. Training Data Sets

No	Review Data	Sentiment
1	sulit masuk aplikasi	Negative
2	transfer bank gagal	Negative
3	transaksi mudah praktis	Positive
4	bayar mudah	Positive

Table 4. Test Data

No	Test Data	Sentiment
X	aplikasi baik mudah transaksi	?

Table 5. Example of DTM

Term	difficult	enter	application	good	easy	transaction	
1	1	1	1	0	0	0	
X	0	0	1	1	1	1	
Term	transfer	bank	fail	application	good	easy	transaction
2	1	1	1	0	0	0	0
X	0	0	0	1	1	1	1
Term	transaction	easy	practical	application	good		
3	1	1	1	0	0		
X	0	1	0	1	1		
Term	pay	easy	application	good	transaction		
4	1	1	0	0	0		
X	0	1	1	1	1		

$\text{Cos}(\theta_{QD})$ = Similarity of Q to document D

Q = Test Data

D = Training Data

n = Number of Data

Cosinus Similarity Data 1 and X

$$\text{Cos}(\theta_{X1}) = \frac{\sum_{i=1}^n Q_i D_i}{\sqrt{\sum_{i=1}^n (Q_i)^2} \cdot \sqrt{\sum_{i=1}^n (D_i)^2}} = \frac{(1 \times 0) + (1 \times 0) + (1 \times 1) + (0 \times 1) + (0 \times 1) + (0 \times 1)}{\sqrt{1^2 + 1^2 + 1^2 + 0^2 + 0^2 + 0^2} \cdot \sqrt{0^2 + 0^2 + 1^2 + 1^2 + 1^2 + 1^2}} = 0,289$$

Cosinus Similarity Data 2 and X

$$\text{Cos}(\theta_{X2}) = \frac{\sum_{i=1}^n Q_i D_i}{\sqrt{\sum_{i=1}^n (Q_i)^2} \cdot \sqrt{\sum_{i=1}^n (D_i)^2}} = \frac{(1 \times 0) + (1 \times 0) + (1 \times 1) + (0 \times 1) + (0 \times 1) + (0 \times 1)}{\sqrt{1^2 + 1^2 + 1^2 + 0^2 + 0^2 + 0^2} \cdot \sqrt{0^2 + 0^2 + 1^2 + 1^2 + 1^2 + 1^2}} = 0$$

Cosinus Similarity Data 3 and X

$$\text{Cos}(\theta_{X3}) = \frac{\sum_{i=1}^n Q_i D_i}{\sqrt{\sum_{i=1}^n (Q_i)^2} \cdot \sqrt{\sum_{i=1}^n (D_i)^2}} = \frac{(1 \times 0) + (1 \times 1) + (1 \times 0) + (0 \times 1) + (0 \times 1)}{\sqrt{1^2 + 1^2 + 1^2 + 0^2 + 0^2} \cdot \sqrt{0^2 + 1^2 + 0^2 + 1^2 + 1^2}} = 0,333$$

Cosinus Similarity Data 4 and X

$$\text{Cos}(\theta_{X4}) = \frac{\sum_{i=1}^n Q_i D_i}{\sqrt{\sum_{i=1}^n (Q_i)^2} \cdot \sqrt{\sum_{i=1}^n (D_i)^2}} = \frac{(1 \times 0) + (1 \times 1) + (0 \times 1) + (0 \times 1) + (0 \times 1)}{\sqrt{1^2 + 1^2 + 0^2 + 0^2 + 0^2} \cdot \sqrt{0^2 + 1^2 + 1^2 + 1^2 + 1^2}} = 0,354$$

From the above calculation, if the value of k = 1, the largest distance is in the data 4 positive sentiment, then the test data x is categorized as **positive** sentiment

Classification Result

By using the k-nearest neighbor method, in this study 146 test data or 20% were taken randomly by the system from the lexicon-based sentiment dataset. The results of the classification using the lexicon-based method can be seen in Figure 3.

The results of the test data above can be seen that there are 23 reviews classified as negative sentiment and 123 reviews classified as the positive sentiment. And for the results of sentiment classification using k-nearest neighbor can be seen in Figure 4.

The results of the test data above can be seen that there are 20 reviews classified as negative sentiment and 126 reviews classified as positive sentiment.

```
> c1[test]
[1] positif positif negatif positif positif positif negatif positif positif
[10] positif negatif positif positif positif positif positif positif positif
[19] positif positif positif positif positif positif positif negatif positif positif
[28] positif positif positif positif positif positif positif positif positif positif
[37] positif positif positif positif positif positif negatif positif positif positif
[46] positif positif positif positif positif positif positif positif positif positif
[55] positif positif positif positif positif positif positif positif negatif negatif positif
[64] negatif positif positif positif positif negatif positif positif positif positif
[73] negatif positif positif positif positif positif negatif positif positif positif
[82] positif positif positif positif positif positif positif negatif positif positif positif
[91] positif positif negatif positif positif positif positif positif positif positif
[100] positif positif positif positif negatif positif positif positif positif positif positif
[109] positif positif positif positif positif positif positif positif positif negatif
[118] positif positif positif positif positif positif positif positif positif positif
[127] positif positif positif positif positif positif positif positif positif positif
[136] positif positif negatif positif positif positif positif positif positif positif
[145] positif positif
Levels: negatif positif
> table(c1[test])
negatif positif
 16      130
```

Figure 3. Results of Lexicon Based Test Data

```
> ovo_knn_pred
[1] positif positif negatif positif positif positif negatif positif positif
[10] positif negatif positif positif positif positif positif positif positif positif
[19] positif positif positif positif positif positif positif positif positif negatif
[28] positif positif positif positif positif positif positif positif positif positif
[37] positif positif positif positif positif positif positif positif positif positif
[46] negatif positif positif positif positif positif positif positif positif positif
[55] positif positif positif positif positif positif positif positif negatif positif
[64] negatif positif positif positif negatif positif positif positif positif positif
[73] negatif positif positif positif positif positif positif negatif positif positif
[82] positif positif positif positif negatif positif positif positif positif positif
[91] positif positif negatif positif positif positif positif positif positif positif
[100] positif positif positif negatif positif positif positif positif positif positif
[109] positif positif positif positif positif positif positif positif positif negatif
[118] positif positif positif positif positif positif positif positif positif positif
[127] positif positif positif positif positif positif positif positif positif positif
[136] positif positif positif positif positif positif positif positif positif negatif
[145] positif positif
Levels: negatif positif
> table(ovo_knn_pred)
ovo_knn_pred
negatif positif
 15      131
```

Figure 4. K-Nearest Neighbor Test Data Results

Confusion Matrix Testing

This test is conducted to determine the accuracy of sentiment classification data reviews using the lexicon-based method with review data sentiment classification using

k-nearest neighbor. Testing for accuracy is done using a confusion matrix. The test is carried out using 146 test data that is labeled by the system. The table of confusion matrix can be seen below

In Table 6. confusion matrix that the comparison of predicted and actual sentiment from 146 data reviews the number of True Positive is 126 data, False Positive is 4 data, False Negative is 5 data and True Negative is 11 data

After doing the accuracy, the calculation of the value of accuracy, system error, precision, recall, and specificity are calculated.

1) Accuracy

$$\text{Accuracy} = (\text{TP} + \text{TN}) / (\text{TP} + \text{TN} + \text{FP} + \text{FN})$$

$$\text{Accuracy} = (126 + 11) / (126 + 11 + 4 + 5)$$

$$\text{Accuracy} = 137 / 146 = 0,9384 * 100\% = 93,83\%$$

2) System Error

$$\text{System Error} = 1 - \text{Accuracy}$$

$$\text{System Error} = 1 - 0,9384 = 0,0616 * 100\% = 6,16\%$$

Table 6. Confusion Matrix Results

The Amount of Data Test : 146		Positive Sentiment Analysis Result	Negative Sentiment Analysis Result
Positive Sentiment	Original	(TP) True Positive : 126	(FP) False Positive : 4
Negative Sentiment	Original	(FN) False Negative : 5	(TN) True Negative : 11

3) Precision

$$\text{Positive Precision} = (\text{TP}) / (\text{TP} + \text{FP})$$

$$\text{Positive Precision} = (126) / (126 + 4)$$

$$\text{Positive Precision} = 126 / 130 = 0,9692 * 100\% = 96,92\%$$

$$\text{Negative Precision} = (\text{TN}) / (\text{TN} + \text{FN})$$

$$\text{Negative Precision} = (11) / (11 + 5)$$

$$\text{Negative Precision} = 11 / 16 = 0,6875 * 100\% = 68,75\%$$

4) Recall / Sensitivity

$$\text{Positive Recall} = (\text{TP}) / (\text{TP} + \text{FN})$$

$$\text{Positive Recall} = (126) / (126 + 5)$$

$$\text{Positive Recall} = 126 / 130 = 0,9618 * 100\% = 96,18\%$$

$$\text{Negative Recall} = (\text{TN}) / (\text{TN} + \text{FP})$$

$$\text{Negative Recall} = (11) / (11 + 4)$$

$$\text{Negative Recall} = 11 / 15 = 0,7333 * 100\% = 73,33\%$$

The accuracy testing data obtained in table 6. were 146 review test data, there were 123 positive sentiment review data and 23 negative sentiment review data. The results of the classification conducted by the system are 126 review data including positive sentiment and 20 review data including the negative sentiment. Then the correct classification of the test data is 137 data. Based on testing the accuracy of using a confusion matrix from the Ovo application sentiment analysis system using the k-nearest neighbor method of 93.83% with an error of 6.17%, Positive Precision 96.92%, and Negative Precision 68.75%, Positive Recall 96.18% and Negative Recall 73.33%.

Then concluded the accuracy testing using the confusion matrix that K-nearest neighbor method that can be used because of its large level of accuracy.

Data Visualization

At this stage data visualization will be carried out in the form of pie charts, and wordcloud also aims to find out overall topics that are often reviewed by OVO application users. In addition, visualization was carried out on each positive and negative sentiment class and the interrelationship between words.

Pie Chart

Visualization in the form of a pie chart for the whole data can be seen in Figure 5 below:

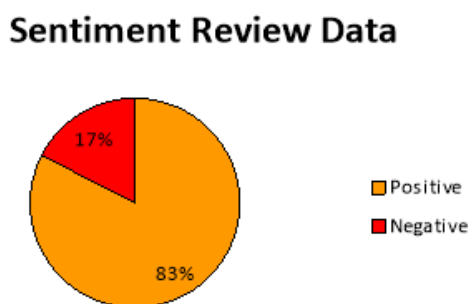


Figure 5. Sentiment Review Data Circle Diagram

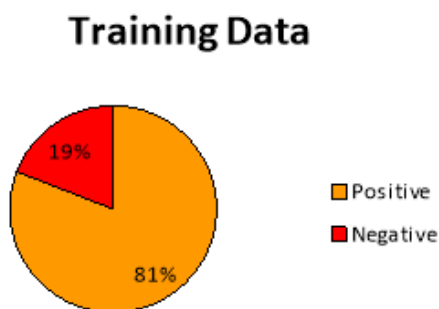


Figure 6. Train Data Circle Diagram

In the overall review classification results can be seen in Figure 5. data totaling 732 sentiment review data with 83% of data are categorized as Positive Sentiments and 17% of Data are categorized as Negative Sentiments, which means people tend to give good opinions on OVO applications, so many users to use OVO applications because the majority of people satisfied with the use of the applications seen from taking people comment data in google play store regarding assessment or responses of OVO applications. Therefore many people download the OVO application.

When will do the test with k-nearest neighbor method, comment data has been taken previously is divided into training data and test data. Training data is data that already exist previously to be used as reference for conduct training data on test data. As in Figure 6, the result of training data classification is 81% are in category of positive sentiment and 19% are in category of negative sentiment. It means many people give a good coment in training data.

Test data is data that will be tested on training data to evaluate performance of the k-nearest neighbor method. As in Figure 7, the result of test data classification is 89% are in category of positive sentiment and 11% are in category of negative sentiment. It means many people give a good comment in test data.

As seen in Figure 8, when testing the test data, the results obtained classification of positive sentiment test data as much as 90% and negative sentiment as much as 10%. It means the k-nearest neighbor method is good in classifying because the results are not much different from the test data, which is only 1% different and the results show that the positive sentiment is greater than the negative which means the community feels the OVO application is good to use. So they download OVO application for make it easy to make payment transactions without the need to carry cash

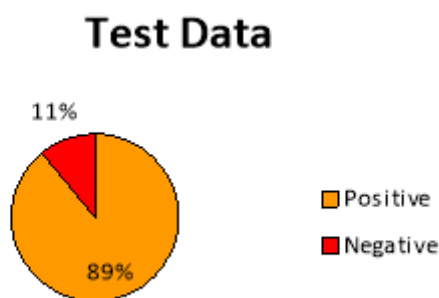


Figure 7. Test Data Circle Diagram

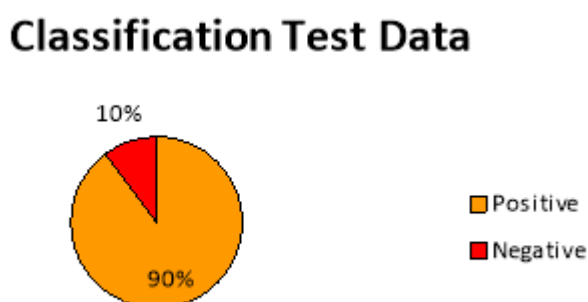


Figure 8. Circle Diagram of Test Results Classification Data

Word-cloud

Visualizations for words that often appear in positive sentiment reviews can be seen in the form of Word-cloud like Figure 9. below

In the picture above can be seen the words that are often used in positive sentiment reviews. The greater the word size on word-cloud, the higher the frequency of the word, users often use the word for reviews with positive ratings.

Visualizations for words that often appear in negative sentiment reviews can be seen in the form of Word-Cloud like Figure 10. below

In the picture above can be seen the words that are often used in negative sentiment reviews. The greater the word size on word-cloud, the higher the frequency of the word, users often use the word for reviews with positive ratings.

3. Display Analysis Results Page

The analysis results page is a page that displays the results of the review data that has been pre-processed and carried out the k-nearest neighbor stage.

a. Appearance Results Page Views

The assessment results page can be seen in Figure 13.

b. Test Results Page Display

The display of result page can be seen in Figure 14.

No	Reviewer	Review	Tanggal	Rating
1	Bayu restu	kenapa sesudah update malah susah masuknya ?	30-May-19	1
2	ahmadvirgo28	setelah di perbarui jadi sulit transfer ke rekening bank	30-May-19	1
3	stories channel	terbaik, semoga terus bermanfaat untuk penggunaanya	30-May-19	5
4	Jubaidah Jubaidah	sukses selalu	30-May-19	5
5	Dionjosis000@gmail.com Josis	terlalu sulit dan berbelit belit	30-May-19	1
6	Iyah Cag	kok...setelah ud date sulit masuk ke aplikasi ovo nya....????	30-May-19	1
7	Wiesna Budhardja	mohon maaf.saya tidak tau paling sedikit biaya (uang).brp yg hrs saya masukkan ke OVO, utk melancar bila saya memesan Grab . trmkasih atas bantuannya...	30-May-19	5
8	Abdul Mu Talib	sangat baik dan bisa ajak teman	30-May-19	3
9	DGRstudio	setelah update kacau app ini. masak gak bisa transfer tolong di benahi scepatnya pindah app lain	30-May-19	1

Figure 12. Display Data Review Page

Data	Review	Prediksi	Aktual
4	sukses	Positif	Positif
8	baik ajak teman	Positif	Positif
10	masuk aplikasi sulit	Negatif	Negatif
12	aplikasi bagus	Positif	Positif
35	transfer mudah bayar mudah terima kasih ovo	Positif	Positif
37	bagus aplikasi ovo buka	Positif	Positif
45	parah gagal kirim uang butuh	Negatif	Negatif
49	mudah aplikasi ovo	Positif	Positif
51	ovo transfer tolong baik	Positif	Positif
58	terima kasih ovo driver ojol suka ovo	Positif	Positif
78	transfer bank gagal saldo ovo	Negatif	Negatif
79	mudah bantu	Positif	Positif
91	banget transaksi jadi mudah	Positif	Positif

Figure 13. Appears Assessment Results

Hasil Pengujian:

Sentimen	Presisi	Recall	Akurasi
Positif	95,92%	96,18%	93,84%
Negatif	68,75%	73,33%	

Figure 14. Display of Test Results Page

4. Display Diagram Pages

This page displays the visualization results of a circle diagram, a bar chart, and wordcloud.

a. Display of Pie Chart Pages

Figure 15 shows the display of pie charts page.

b. Display of Wordcloud Pages

Figure 16 shows the display of wordcloud page.

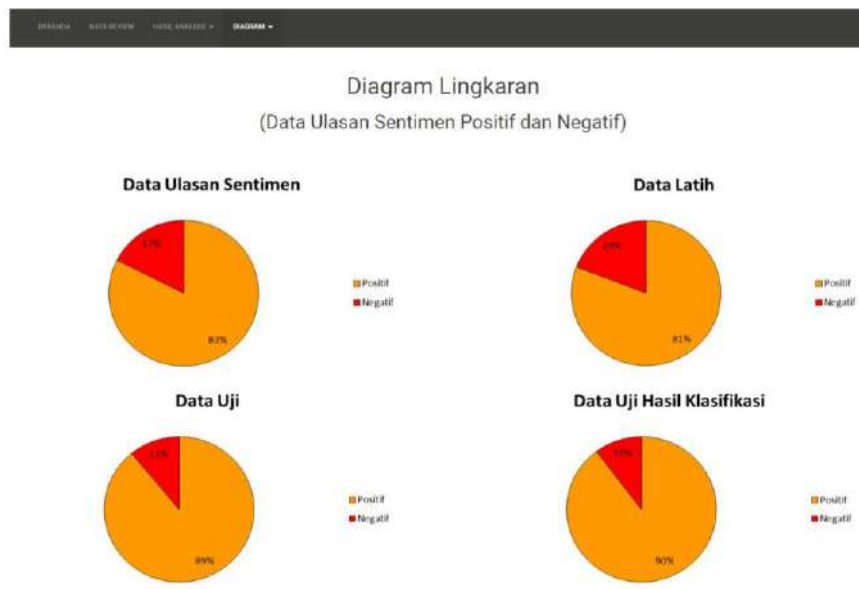


Figure 15. Display of Pie Chart Pages



Figure 16. Display of Wordcloud Pages

CONCLUSION AND SUGGESTION

In the OVO application sentiment analysis research obtained the results of classification accuracy from review data using K-Nearest neighbor of 93.83% with positive precision of 96.29%, negative precision of 68.75%, recall of 96.18%, specificity of 73.33% and system errors 6.17%. The results of the classification test data of 131 positive reviews and 15 negative reviews then based on the results of the analysis in this study it can be concluded that the Ovo application tends positive sentiment and the K-Nearest Neighbor method is good in conducting sentiment analysis.

This research is still needed to be developed so that it can use other methods as a comparison of the performance of the K-Nearest Neighbor algorithm to classify OVO application reviews on the Google Play site and can process data dynamically in the sentiment analysis process.

REFERENCES

- Dey, L., Chakraborty, S., Biswas, A., Bose, B., & Tiwari, S. (2016). Sentimen analysis of review datasets using Naive Bayes' and K-NN Classifier. *International Journal of Information Engineering and Electronic Business*, 8(4), 54-62.
- Ding, X., Liu, B., & Yu, P.S. (2008). *A holistic lexicon-based approach to opinion mining*. Proceedings of the Internasional Conference on Web Search and Web Data Mining, WSDM, California, USA.
- Ernawati, S., & Wati., R. (2018). Penerapan algoritma k-nearest neighbors pada Analisis Sentimen Review Agen Travel. *Jurnal Ilmu Komputer*, 6(1), 82-86. doi : 10.31294/jki.v6i1.3802.g2626.
- Gunawan F., Fauzi M.A., & Adikara, P. P. (2017). Analisis sentimen pada ulasan aplikasi mobile menggunakan Naive Bayes dan normalisasi kata berbasis Levensthein Distance (Studi kasus aplikasi BCA Mobile). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 1(10), 1082-1088.
- Haryanto, D.J, Muflikhah L., & Fauzi, M.A. (2018). Analisis sentimen review barang berbahasa Indonesia dengan metode support vector machine dan query expansion. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 2(9), 2909–2916.
- Kusumawati, I., Pamungkas E.W. (2017). *Analisa sentimen menggunakan lexicon based untuk melihat persepsi masyarakat terhadap kenaikan harga rokok pada media sosial twitter (Bachelor's Tesis)*. Universitas Muhammadiyah Surakarta, Solo, retrieved from <http://eprints.ums.ac.id/49476/3/NASKAH%20PUBLIKASI.pdf>
- Nurfalah A., Adiwijaya, & Suryani A. A. (2017). Analisis sentimen berbahasa Indonesia dengan pendekatan lexicon-based pada media sosial. *Jurnal Masyarakat Informatika Indonesia*, 2(1), 1-8.
- Nurjanah, W.E., Perdana, R.S., & Fauzi, M.A. (2017). Analisis sentimen terhadap tayangan televisi berdasarkan opini masyarakat pada media sosial twitter menggunakan metode k-nearest neighbor dan pembobotan jumlah retweet. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 1(12), 1750-1757.
- Primartha, R. (2018). *Belajar machine learning teori dan praktik*. Informatika: Bandung
- Rozi, I.F., Pramono, S. H., & Dahlan, E.A., (2013). Implementasi Opinion Mining (Analisis Sentimen) untuk Ekstraksi Data Opini Publik pada Perguruan Tinggi. *Jurnal EECCIS*, 6(1), 37–43.
- Samuel, Y., Delima, R., & Rachmat, A. (2014). Implementasi metode k-nearest neighbor dengan decision rule untuk klasifikasi subtopik berita. *Jurnal Informatika*, 10(1),1- 15.
- Sani, R. R., Zeniarja, J., & Lutfhiarta A. (2016). Penerapan algoritma k-nearest neighbor pada information retrieval dalam penentuan topik referensi tugas akhir. *Journal of Applied Intelligent System*, 1(2), 123-133. doi: 10.33633/jais.v1i2.1189

FRAUD TRIANGLE ANALYSIS IN DETECTING FRAUDULENT FINANCIAL STATEMENT USING FRAUD SCORE MODEL

¹Mariati, ²Emmy Indrayani*

^{1,2}Faculty of Economics, Universitas Gunadarma

Jl. Margonda Raya 100, Depok 16242

¹mmariati995@gmail.com, ²emmyindra@gmail.com

Abstract

Company's financial condition reflected in the financial statements. However, there are many loopholes in the financial statements, which can become a chance for the management and certain parties to commit fraud on the financial statements. This study aims to detect financial statement fraud as measured using fraud score model that occurred in issuers entered into the LQ-45 index in 2014-2016 with the use of six independent variables are financial stability, external pressure, financial target, nature of industry, ineffective monitoring and rationalization. This study using 27 issuer of LQ-45 index during 2014-2016. However, there are some data outlier that shall be removed, thus sample results obtained 66 data from 25 companies. Multiple linear regression analysis was used in this study. The results showed that the financial stability variables (SATA), nature of industry (RECEIVBLE), ineffective monitoring (IND) and rationalization (ITRENDLB) proved to be influential or have the capability to detect financial statement fraud. While the external pressure variables (DER) and financial target (ROA) are not able to detect the existence of financial statement fraud. Simultaneously all variables in this study were able to detect significantly financial statement fraud.

Keywords : *External Pressure, Financial Stability, Financial Target, Fraud Score Model, Fraud Triangle, Ineffective Monitoring, Nature of Industry, Rationalization*

This paper is a revised and expanded version of a paper entitled Fraud Triangle Analysis in Detecting Fraudulent Financial Statement Using Fraud Score Model, presented at UG Economic Faculty International Conference October 31st, 2019, Bekasi, West Java, Indonesia.

INTRODUCTION

The case of corruption procurement electronic identity card or e-KTP card is the hottest news throughout the year 2017. Suspected losses suffered by the State because the case reached Rp 2 trillion. Corruption is one form of fraud. Another form of fraud is a fraudulent financial report which in the event of such fraud leads to greater losses compared to corruption.

Financial statements can be used as a means of communication with stakeholders, for example if an investor will invest in the company then the investor requires financial data contained in the financial statements. Because of the importance of information contained in the financial statements to make managers motivated to improve the performance of the company so the existence of the company will remain intact. Because of these motivations, it is not uncommon for managers to commit fraud in the

financial statements in accordance with what they want so that the information in the report can mislead the users of financial statements in making decisions.

According to Bologna, and Lindquist (1987), cheating is a criminal fraud that intends to benefit the deceiver. The criminal here means any wrongdoing done with malicious intent. And from the evil act the offender gain benefits and can harm the victim financially. Although there is no specific information in Indonesia yet, according to the report of the Association of Certified Fraud Examiners (ACFE), in 2016 the losses resulting from fraud in the United States are about 5% of revenues or \$ 6.3 billion. Of these fraudulent cases, the most common form of fraud is the asset misappropriation, occurring in over 83% of cases but causing the least loss with a median of \$ 125,000. The case of corruption is in the middle, with 35.4% of cases and an average loss of \$ 200,000. The least fraudulent form is fraudulent statements, resulting in less than 10% of the cases but the greatest loss is the median loss of about \$ 975,000 (ACFE 2016).

In Indonesia, there are some accounting scandals that are quite damaging to the chain of trust between investors and management. An example is PT Kimia Farma which is engaged in pharmaceutical and has been a public company since 2001. The management of PT Kimia Farma inflates net income in the financial statements of Rp 36,000,000,000. PT Kimia Farma's share price dropped when the error was made public. Many things behind the management of fraud, among others, can occur because of the conflict of interest that occurs between management as an agent with investors as principal which often benefits one party resulting in the occurrence of financial statement fraud.

Fraudulent behavior in the presentation of financial statements is an important thing that must be considered so that these actions can be detected and eliminated. Research on fraud detection in previous financial reports has been done by Norbarani (2012) and Rachmawati and Marsono (2014). Both Norbarani (2012) and Rachmawati and Marsono (2014) used research sample from manufacturing company listed on the Indonesia Stock Exchange (BEI). This research use all factor in fraud triangle, pressure factor, opportunity, and rationalization.

The concept of fraud triangle was first introduced by Cressey in 1953 in *Other People's Money: A Study in the Social Psychology of Embezzlement*. Cressey categorizes 3 general conditions that lead to cheating that is pressure / incentive, opportunity, and attitude / rationalization. The concept of fraud triangle is introduced in professional literature on SAS No. 99, *Consideration of Fraud in a Financial Statement Audit*. Variables of this fraud triangle could not simply be researched and thus require variable proxies. Proxies that can be used for this study include pressure proxied with financial targets, financial stability and external pressure; Opportunity proxied by ineffective monitoring and nature of industry; Rationalization to be tested with bonus mechanism proxy. The desire of the company to ensure the company's operations continuity led to the company sometimes took a shortcut that is fraud. Based on the above description, the authors are interested to analyze and find empirical evidence about the influence of fraud risk factor according to fraud triangle. Specifically, this study aims to detect financial statement fraud as measured using fraud score model that occurred in issuers entered into the LQ-45 index in 2014-2016 with the use of six independent variables are financial stability, external pressure, financial target, nature of industry, ineffective monitoring and rationalization

LITERATURE REVIEW

Fraud Triangle Theory

Fraud triangle theory is an idea that examines the causes of cheating. This idea was first coined by Cressey (1953) called the fraud triangle. Fraud triangle explains the three factors present in every fraud situation: (1)Pressure, which is the incentive / pressure / need to do fraud. Pressure can cover almost anything including lifestyles, economic demands, and so on, including financial and non-financial, (2)Opportunity, the situation that opens the opportunity to allow a cheating to happen, (3)Rationalization is an attitude, a character, or a set of ethical values that allow certain parties to commit acts of cheating, or those in a pressing environment that makes them rationalize the act of fraud. All three of the above are illustrated in the following figure:



Figure 1. Fraud Triangle Theory by Cressey (1953)

Fraudulent Financial Fraud

The definition of a financial statement fraud according to the American Institute Certified Public Accountant (2002) is a deliberate act or omission that results in material misstatements in financial statements. Meanwhile, according to Elliott and Willingham (1980), define financial statement fraud from a different point of view. According to him, the financial statement fraud is a management fraud that is, "the deliberate fraud committed by management that injures investors and creditors through materially misleading". Thus, the term management fraud and financial statement fraud are often used interchangeably, but in general fraud is a deliberate act to harm the other side.

According to SAS No.99, financial statement fraud can be done by: (1)Manipulation, forgery, or alteration of accounting records, supporting documents of the financial statements drawn up, (2)A deliberate fallacy in the information that is significant to the financial statements, (3)Deliberately misusing principles relating to quantity, classification, presentation, or disclosure.

F-Score Model from Dechow

The model developed by Dechow, GE, Larson, and Sloan (2011) is a model built on the basis of a study from Beneish (1997 and 1999). This model incorporates discretionary accruals and variable variables and other variables that produce a

composite measure which it calls F-Score. Basically the F-Score size is based on various dimensions of variable, i.e. accrual quality, financial performance, non-financial performance, off-balance sheet activity and market-related variables. The F-Score is calculated using the following mathematical equations:

$$F - Score = \frac{\text{Predicted Probability}}{\text{Unconditional Probability}} \quad (1)$$

Where:

$$\text{Predicted Probability} = \frac{e^{\text{predicted value}}}{1 + e^{\text{predicted value}}} \quad (2)$$

$$\text{Predicted value} = f(\text{independent variable}) \quad (3)$$

$$\text{Unconditional probability} = \frac{\text{Number of misstated firm}}{\text{total population}} \quad (4)$$

In building the model, first Dechow *et al.* (2011) identifies and selects independent variables to be included in the above equation. As already mentioned, there are five categories of variables to be taken into account: quality of accrual, performance, non-financial default balance sheet, and market incentive.

Theoretical Framework and Hypothesis Development

The financial statements of the company play a role to provide financial information to the parties concerned about the company's financial statements. However, according to Collins, Maydew and Weiss (1997), Francis and Schipper (1999) the relevance of the value of accounting information is declining over time (Rahman & Oktaviana, 2010). The information contained in the financial statements is no longer relevant to be used as a reference decision-making. This is due to fraudulent acts on the financial statements or financial statement fraud. Nguyen (2008) says that fraud is deliberately done by management to satisfy investors and creditors through a misleading financial report. In addition to investors and creditors, the auditor is one of the victims of the financial statement fraud (Nguyen, 2008).

When a company is in stable condition then its value will rise in the eyes of investors, creditors, and the public. According to SAS No. 99, managers face pressures to commit fraudulent financial statements when financial stability and / or profitability are threatened by the economic, industrial or operating circumstances of the operating entity (Skousen & Twedt, 2009). The company seeks to improve the company's good outlook by manipulating its asset information. Persons (1995) also stated that managers of cheating companies are usually less competitive than corporate managers who do not cheat in utilizing company assets to generate revenue. Therefore, sales to total assets ratio is used as a proxy for financial stability variables. The company's asset turnover rate for revenue generation is low so management will tend to cheat accounting to increase revenue.

Research conducted by Persons (1995) proves that the lower total assets turnover of a company, so that the greater tendency of the company to conduct fraudulent financial/ accounting reports. Based on the description, the research hypothesis is proposed as follows:

H1: financial stability can detect fraudulent financial statements

Companies often experience pressure from external parties. One of the pressures often experienced by company management is the need to secure additional debt or external financing sources in order to remain competitive, including research and

development financing and capital expenditures (Skousen & Twedt, 2009). To get loans from external parties, the company must be believed to be able to repay the loans it has earned. The leverage ratio measures the extent to which a company finances its business by comparing its own funds that have been deposited with the loan amount from the creditors. Excessively high debt usage will jeopardize the company because the company will be included in the extreme leverage category that is the company stuck in high debt level and difficult to release the debt burden.

Persons (1995) suggests that greater leverage may be associated with a greater likelihood of committing breaches of credit agreements and lower ability to obtain additional capital through loans. The statement was also reinforced by Lou and Wang (2009) stating that when companies are subjected to external pressure the company can be identified greater material misstatement risks due to fraud. Based on the description, the research hypothesis is proposed as follows:

H2: external pressure is able to detect fraudulent financial statements

In performing its performance, corporate managers are required to perform the best performance so as to achieve the planned financial targets. The ratio of earnings to total assets or Return on Assets is a measure of operational performance that is widely used to show how efficiently assets have worked (Skousen & Twedt, 2009). Summers and Sweeney (1998) report that ROA is significantly different between fraud firm and non-fraud firm (Skousen & Twedt, 2009). Return on Asset is used to measure the company's management in obtaining profit as a whole. The greater ROA obtained, the greater level of profit achieved by the company and the better the company's position in terms of asset use (Dendawijaya, 2005).

Widiyastuti's and Pamuji (2009) study proves that firms with large profits (measured by profitability or ROA) are more likely to earnings management than firms with small profits. However, the result of the study from Skousen and Twedt (2009) does not corroborate evidence that ROA affects the financial statement fraud. This research tries to prove that ROA have positive effect to financial statement fraud. Based on the description, the research hypothesis is proposed as follows:

H3: financial target is able to detect fraudulent financial statements

Nature of industry is the ideal state of the company in the industry. In the financial statements there are certain accounts where the amount of the balance is determined by the company based on an estimate, such as bad debts and obsolete inventory accounts. Summers and Sweeney (1998) note that accounts receivable and inventory require subjective assessments in estimating uncollectible accounts. Summers and Sweeney (1998), also stated that managers will focus on both accounts if they intend to manipulate the financial statements. Research conducted by Sihombing and Rahardjo (2014) shows that the ratio of companies in accounts receivable (RECEIVABLE) is able to detect fraudulent financial statements. However, other studies have different results, namely the total change of accounts receivable is not able to detect the fraudulent financial statements made by Skousen and Twedt (2009). Based on the description, the hypothesis is proposed as follows:

H4: nature of industry is able to detect fraudulent financial statements

The existence of an independent board of commissioners is expected to be more effective in corporate supervision and fraudulent practices can be minimized and with

the commissioner working with no relationship with shareholders, directors, management or other internal parties, he will conduct more independent oversight. The occurrence of fraudulent practices is one of the impacts of weak captains, giving an opportunity to agents or managers to behave defiantly by doing earnings management (Andayani, 2010). The board of commissioners is responsible for ensuring the implementation of corporate strategy, overseeing management in managing the company and requiring the implementation of accountability. This is in line with the Statement of Audit Standards (PSA) No.70 indicating that some fraudulent financial statements may arise from management dominance by an individual or small group, in the absence of controls compensating for such conditions, such as oversight by the board of commissioners or audit committee. Therefore, the effectiveness of supervision is proportioned to the proportion of independent board of commissioners (IND).

Research conducted by Kusumawardhani (2013), and Owens-Jackson, Robinson & Shelton (2009) states that proportion of independent commissioners is able to detect whether or not fraud financial statements that occur within the company. Research results prove that cheating is more common in firms with fewer external board members (Skousen and Twedt, 2009). However, the results of Skousen and Twedt (2009) do not corroborate the evidence that the ratio of independent board of commissioners influences the financial statement fraud. Based on the description, this research proposes hypothesis as follows:

H5: ineffective monitoring is able to detect fraudulent financial statements

Zandstra (2002) states that the main reason for the destruction of Enron is the failure of the board's functions in a moral and ethical way. Apostolou, Hassell, Webber and Sumners (2001) examines the characteristics of management and its influence in the control environment indicating that management characteristics are as important as operational factors, so the characteristics and ethical management are the main determinants for rationalization. Several studies have shown that undue emphasis on revenue projections and managers' attitudes toward financial reporting is a key indicator of fraudulent financial statements (Bell, T.B, Szykowny, S., & Willingham, J.J., 1991; Arens & Loebbecke, 1989). Earning management is a very common method of fraudulent financial statements. While Utomo (2011) states that bonus schemes provide incentives to company directors to make earnings management in order to maximize the bonus it receives.

In bonus contracts are known two terms namely bogey (lowest profit rate to get bonus) and cap (highest profit rate). If under bogey, there is no bonus earned by the manager if the profit is above the cap, the manager will not get an additional bonus. If net income is below bogey, managers tend to minimize profits, as well as if net income is above the cap. So only the net profit that lies between the bogey and the cap then the manager will try to raise the company's net profit. Consequently bonus schemes encourage managers to manipulate earnings to maximize their bonus receipts (Utomo, 2011). As a result managers tend to cheat by choosing accounting methods that can shift the profit from the future to the present. This is because managers prefer higher wages to the present. Based on the above description, this research proposes the following hypothesis:

H6: bonus mechanism is able to detect fraudulent financial statements

RESEARCH METHOD

This study examines fraudulent financial statements using fraud triangle on companies listed on the LQ-45 Index. The dimensions of the time of this study cover three years (2014-2016). The method of data collection in this study is by collecting financial statement data from 2014 to 2016, and this data can be obtained from www.idx.co.id. The sample selection criteria are (1) Companies listed in Indonesia Stock Exchange (BEI) vulnerable in 2016. (2) Companies listed in the LQ-45 index from 2014-2016. (3) Companies engaged in non-banking. (4) Companies that issue financial statements in Rupiah (Rp) from 2014-2016 and have been audited. There are two steps taken in this study, namely the sampling stage until the examination of the existence or absence of fraudulent practices of financial statements. The second stage of testing the hypothesis, namely investigating the factors that influence fraudulent financial statements based on triangle fraud to detect fraudulent financial statements using the F-Score Model from Dechow (2009). Model for F-Score:

$$F = Qa + Fp \quad (5)$$

Where,

F = Fraud Score

Qa = Accrual Quality

Fp = Financial Performance

Where,

$$Qa = \frac{(\Delta WC + \Delta NCO + \Delta FIN)}{ATS} \quad (6)$$

WC = (Current Assets – Current Liability)

NCO = (Total Assets – Current Assets – Investment and Advances) – (Total Liability – Current Liability – Long Term Debt)

FIN = Total Investment – Total Liabilities

ATS = (Beginning Total Assets + End Total Assets) / 2

WC : Working Capital

NCO : Non-current operating accrual

FIN : Financial Accrual

ATS : Average Total Assets

$$\text{Financial Performance} = \text{Change in receivable} + \text{Change in inventories} + \text{Change in cash sales} + \text{Change in earnings} \quad (7)$$

Where,

Change in receivable = Δ Receivable / Average Total Assets

Change in Inventory = Δ Inventory / Average Total Assets

Change in Cash Sales = $[(\Delta \text{Sales} / \text{sales} (t) - (\Delta \text{Receivable} / \text{receivable} (t))]$

Change in Earnings = $[(\text{Earning} (t) / \text{Average Total Assets} (t)) - (\text{Earning} (t-1) / \text{Average Total Assets} (t-1))]$

The second step is to investigate the factors that influence the practice of fraudulent financial statements. Before testing multiple linear regressions on the model, the classical assumption test steps were carried out, namely the normality test,

multicollinearity test, autocorrelation test, and heteroscedasticity test. Furthermore, the accuracy of the regression function in estimating the actual value can be measured by the value of the Goodness of Fit. Strategically, the value of Goodness of fit can be measured from the coefficient of determination, the statistical value of F and the value of statistics t (Ghozali, 2013).

Model, Notation, Variable and Proxy

The mathematical model of the relationship between the dependent and independent variables is as follows:

$$F - Score = \alpha + \beta_1(SATA) + \beta_2(DER) + \beta_3(ROA) + \beta_4(RECEIVABLE) + \beta_5(IND) + \beta_6(ITERNDLB) + \epsilon$$

(8)

Table 1. Operational Definition Variables

No.	Notation	Variable	Proxy	Measurement
1.	SATA	Financial Stability	Total Assets Turnover	$SATA = \frac{\text{Total Sales}}{\text{Total Assets}}$
2.	DER	External Pressure	Debt to Equity Ratio	$DER = \frac{\text{total debt}}{\text{total equity}}$
3.	ROA	Financial Target	Return on Assets	$ROA = \frac{\text{Net Income before extraordinary t}}{\text{Total Asset t}}$
4.	RECEIVABLE	Nature of Industry	Total Change of Acc. Receivable	$RECEIVABLE = \left(\frac{\text{Receivable t}}{\text{Sales t}} - \frac{\text{Receivable t-1}}{\text{Sales t-1}} \right)$
5.	IND	Effective Monitoring	Ratio of Independence Boards	$IND = \frac{\text{Num. of Independent Boards}}{\text{Total of Boards}}$
6.	ITRENDLB	Rationalization	Net Profit Trend Index	$ITRENDLB = \frac{\text{Net Profit}_t}{\text{Net Profit}_{t-1}}$

RESULTS AND DISCUSSION

Outlier test in this research is conducted to know and eliminate samples of data that have extreme value, so that there is no bias in this research. Outliers are determined by looking at the Z-score on each variable that has a Z value above +2.5 and below -2.5. Outlier test results in the regression model used indicate the existence of 15 extreme data that must be removed from the data sample. So the number of data samples that initially 81 to 66 data company during the period 2014-2016.

Descriptive Analysis

The results of descriptive data can be seen as follows:

Table 2. Descriptive Statistics Analysis Results

VARIABLE	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
F_SCORE	66	-0.91	0.67	-0.0641	0.28606
SATA	66	0.13	1.58	0.7121	0.36950
DER	66	0.13	3.40	0.9926	0.71922
ROA	66	1.07	18.26	8.1762	4.42283
RECEIVABLE	66	-0.07	0.10	0.0100	0.03032

IND	66	0.25	0.60	0.3828	0.07336
ITRENDLB	66	0.22	2.09	1.0698	0.36095

During the study period, the average amount of financial statement fraud as measured by the fraud score model performed by the issuers included in the LQ-45 index of -0.0641 indicates that the issuer being the sample in this study does indicate the absence of fraud in the report submission. The issuer's finance because the value of fraud score below 1. The average value of total sales divided by assets is 0.7121 greater than the standard deviation of 0.36950 indicates that the average sample company is able to sell 0.7121 from the company's asset.

The level of leverage or the ability of the company in obtaining funds from third parties to obtain additional capital gain in this study obtained the average rate of repayment capability by using own capital of 0.9926. ROA level owned by all sample companies in this study has an average value of 8.1762%. In this research, the average nature of industry value is 0.0100 or 1%. This indicates that the level of corporate receivables that enter into the LQ-45 index is very conservative in determining the receivable policy when viewed from the average value. Ineffective Monitoring which is reflected by the existence of independent board of commissioners in this study has an overall average value of 0.3828 or 38.28%. The rationalization reflected in the bonus mechanism in this study has an overall average value of 1.0698 indicating that the sample company has awarded the company to the board of directors or management of 1.06% of its net sales.

This study has passed the classic assumption test, namely the test for normality, multicollinearity, autocorrelation, and heteroscedasticity. Furthermore, the results of the determination coefficient test show that the adjusted R2 value is 0.532, which means that 53.2% fraudulent financial statements are influenced by independent pressure (financial stability, external pressure, financial target), opportunity variables (nature of industry, effective monitoring) and rationalization variables. Based on the ANOVA test or F test, it shows an F value of 13,319 with a significance of 0,000. Significantly smaller significance values than 0.05 indicate that the regression model can be used to detect the Fraudulent Financial Statement or can say all the independent variables jointly influence the dependent variable.

Table 3. Hypothesis Test Results

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T Count	Sig. T
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-0.816	0.184			
SATA	0.166	0.072	0.215	2.313	0.024
DER	-0.014	0.051	-0.036	-0.282	0.779
ROA	0.003	0.008	0.047	0.379	0.706
RECEIVABLE	-3.910	0.896	-0.414	-4.364	0.000
IND	0.772	0.346	0.198	2.230	0.030
ITRENDLB	0.343	0.079	0.433	4.337	0.000

Financial Stability is able to detect Fraudulent Financial Statements

The first hypothesis of financial stability is proxies by total asset turnover calculated by sales / total assets (SATA) can detect financial statement fraud accepted, because hypothesis test result concludes that asset rotation can detect financial statement fraud at issuer into LQ-45 index. This result is seen because the sig value.

Equal to $(0.024) < (0.05)$. This result is in line with research conducted by Zainudin and Hashim (2016) which states that asset turnover can detect financial statement fraud. Financial stability and / or profitability threatened by uncertain economic circumstances encourage management to commit fraud. In general, large working capital has an affordable price, so financial auditors should pay attention to significant improvements occurring from one period to another as it may be a sign of income-related fraud (Mantone, 2013). Low profits can put pressure on management to overstate revenue or reduce expenses. Companies that have profitability issues have a more significant error in their financial statements than other companies (Kreutzfeldt and Wallace, 1986). More than half of fraud cases are reported by exaggerating earnings by recording incomes or fictitious (Spathis, 2002). Supported by global economic conditions during an unstable period of observation, resulting in sales in the sample companies decreased significantly while management was required to continue to generate optimum profitability into the pressure for the management to conduct fraudulent financial statements.

External Pressure do not detect Fraudulent Financial Statements

The second hypothesis of external pressure proxies by the ability of the company to return the loan with its own capital assurance (DER) can detect the financial statement fraud is rejected, because the hypothesis test results conclude that DER cannot detect financial statement fraud on the issuer entered into LQ-45 index. This result is seen because the sig value. $(0.779) > (0.05)$. These results are in line with research conducted by Rachmawati and Marsono (2014), Martantya and Daljono (2013), Owens-Jackson *et al.* (2009) and Spathis (2002) stating that external pressure has no effect on fraud on the financial statements. The reasons for this finding do not support the hypothesis because external pressure is not a strong factor for a person to commit fraudulent financial reporting. Not entirely the management experienced external pressure when fulfilling its obligations. They have an obligation to fulfill their debt, but profit manipulation is not the only way to fulfill that obligation. They are more striving to improve their performance in order to generate good profits to meet its obligations. In addition, Rachmawati and Marsono (2014) revealed that the tendency of companies to engage in fraud with low leverage characteristics is more likely due to the current creditors do not consider the amount of leverage generated, but there are other considerations such as the level of trust or good relationships between companies with creditors.

Financial Target do not detect Fraudulent Financial Statements

The third hypothesis that ROA can detect financial statement fraud is rejected, because result of hypothesis test conclude that ROA cannot detect financial statement fraud at issuer entered into LQ-45 index. This result is seen because the sig value. $(0.706) > (0.05)$. These results are in line with research conducted by Sihombing and Rahardjo (2014), Ratmono, Diany, Purwanto (2014), Rachmawati and Marsono (2014), and Skousen and Twedt (2009) stating that the financial targets projected by ROA cannot detect any financial statement fraud. The reasons for this finding do not support the hypothesis because managers do not consider that the company's ROA targets are still considered reasonable and achievable. Managers do not consider that the target ROA as a financial target that is difficult to achieve so that the target ROA does not trigger a fraudulent financial statements made by management. In addition the authors

assume that ROA for short-term goals, whereas managers must also think of long-term program in order to improve the overall profits of the company (Hutomo, 2012). Most of the short-term goals of this company are often less able to generate profits for the company as a whole, therefore the company should review whether the goals it makes can produce an overall profit or not useful for the sustainability of the company.

Nature of Industry is able to detect Fraudulent Financial Statements

The fifth hypothesis that RECEIVABLE can detect financial statement fraud is accepted, because the hypothesis test results conclude that RECEIVABLE can detect financial statement fraud on the issuer that entered into LQ-45 index. This result is seen because the sig value. $(0.000) < (0.05)$. This result is in line with research conducted by Sihombing and Rahardjo (2014) which states that the nature of industry proxies by changes in accounts receivable to sales can detect financial statement fraud. This is because an increase in the number of accounts receivable from the previous year can be an indication that the company's cash turnover is not good. The number of accounts receivable owned by the company will certainly reduce the amount of cash that can be a boost for management to manipulate the financial statements. Significant increase in accounts receivable can be a serious indication of financial stability within a company. If the company wants to attract investors, then one of the efforts in achieving that goal is to manipulate the amount of receivables that long collection time (Subramanyam and Wild, 2008).

Ineffective Monitoring is able to detect Fraudulent Financial Statements

The sixth hypothesis that IND can detect financial statement fraud receives, because result of hypothesis test concludes that IND can detect financial statement fraud at issuer that enters into LQ-45 index. This result is seen because the sig value. $(0.030) < (0.05)$. These results are in line with research conducted by Kusumawardhani (2013) and Owens-Jackson et al. (2009) stating that independent commissioners are able to detect any financial statement fraud. This is because the higher the effectiveness of the company's captors will decrease the management's potential for fraudulent financial statements. Fraud can be minimized one of them with good supervision mechanism. Independent commissioners are believed to increase the effectiveness of corporate oversight. So that the greater independent commissioner's proportion, then the process of capturing will be more effective so that it will reduce the potential for management to make financial reporting abundance. But the results of this study indicate the opposite direction that the greater proportion of independent commissioners will increase the financial statement fraud. The seemingly relevant explanation is due to the function of independent commissioners as a function of control over management actions that are not yet optimal. This condition is also confirmed by the results of the Asian Development Bank (2005) that strong control of the company's founders and majority ownership make the board of commissioners not independent and the oversight function that should be the responsibility becomes ineffective. There is the possibility of bridging or addition of board members from outside the company just to meet formal requirements, while majority shareholders (controllers / founders) still play an important role so that the performance of the board does not increase even can decrease (Rachmawati & Marsono, 2014). In addition, independent commissioners consider their interests and needs. Compared with commissioners from within the company, independent commissioners may represent the interests of better shareholders (Fama

and Jensen, 1983). Thus, a close relationship between the board of commissioners and managers will significantly reduce the effect of supervision (Lynall, Golden & Hillman, 2003).

Rationalization is able to detect Fraudulent Financial Statements

The sixth hypothesis that ITRENDLB can detect financial statement fraud is accepted, because the hypothesis test results conclude that ITRENDLB can detect financial statement fraud on issuers that enter into LQ-45 index. This result is seen because the sig value. $(0.000) < (0.05)$. The parties involved in fraudulent financial statements are usually capable of rationalizing fraudulent acts as being consistent with their personal code of ethics. Most cases of financial report fraud occur because the failure of managers to function in a morally and ethically responsible manner so that the characteristics and ethics of managers are a major determinant to attitude or rationalization. Some other studies have shown that a bonus mechanism can actually lead to a decrease in moral behavior because bonus mechanism can increase self-interested behaviors in some people and thus encourage unethical and fraud practices. The bonus mechanism associated with net income will encourage managers to increase the current bonus value by reporting high profits, one of which is by accrual basis policy that increase profits. As Healy (1985) found evidence that corporate managers with a net profit-based bonus scheme adopted an accrual policy to maximize their bonus expectations.

CONCLUSION AND SUGGESTION

Based on the data processed, the analysis and the results of the discussion conducted in this study about the ability in terms of detecting a financial statement fraud which is measured by using fraud score model and has six independent variables on the issuer that entered into LQ-45 index year 2014-2016, hence can be concluded that: (1)Financial Stability, financial stability proxies by SATA is able to detect financial statement fraud. The condition of financial stability / profitability which is influenced by economic factors encourages fraud. Low profits may cause pressure on management to overstate revenue or reduce expenses. Companies with profitability problems allow more significant errors in their financial statements than firms with no profitability issues. (2)External Pressure, external pressure proxies by DER cannot detect financial statement fraud. External pressure was not a strong factor enough for a person to commit fraudulent financial reporting. They have an obligation to fulfill their debt, but profit manipulation is not the only way to fulfill the obligation. (3)Financial Target, financial targets proxies by ROA cannot detect financial statement fraud. This is because managers do not consider that the target ROA as a financial target that is difficult to achieve so that the amount of ROA does not trigger a fraudulent financial statements. In addition, ROAs are short-term targets where managers must also think about long-term programs in order to increase overall corporate profits. (4)Nature of Industry, nature of industry proxies by RECEIVABLE is able to detect financial statement fraud. An increase of receivable accounts from the previous year indicate that the company's cash is not good. The number of accounts receivable showed in financial statement certainly indicate the lack of cash amount for its operational activities. This liquidity problem can be a boost for management to manipulate financial statements. (5)Ineffective Monitoring, ineffective monitoring proxies by IND is able to detect

financial statement fraud. The number of independent board of commissioners in a company reflected how good the supervision of the company's operations is. However, the increasing number of independent commissioners has caused a lack of focus on a function, resulting in control over management measures not optimal. (6)Rationalization, rationalization proxies by ITRENDLB is able to detect financial statement fraud. The bonus mechanisms associated with net income motivate managers to increase their bonus value by way of reporting high profits wherever possible. This can be justified by the manager's actions because the opportunistic manager tries to maximize the bonuses he receives.

Research Limitations

This research has been endeavored and implemented in accordance with scientific procedures, but still have limitations. Risk factors for fraud that occur due to pressure according to SAS No. 99 have four categories, while personal financial need is not included in this study. Futhermore, an opportunity according to SAS No. 99 have three categories, whereas organizational structure is not included in this study.

Recommendations

Based on the results of research that has been concluded, there are some things that must be taken into account for investors and for the management company. For the next researcher is expected to increase the research sample for more accurate test result and representativeness. It is also expected that the next researcher uses a combination of primary data types so that it can add more proof of perspective and is also expected for subsequent researchers to use all for fraud triangle, which in this study does not include personal financial needs elements and organizational structure. Other variables such as: more representative primary data source, current assets / total assets, inventory / total assets, working capital / total assets, total accrual / total assets, related-party transactions and so on may be use to have wider perspectives

REFERENCES

- American Institute of Certified Public Accountant (AICPA). (2002). *Consideration of fraud in a financial statement audit*. Statement on Auditing Standar No.99. New York: AICPA.
- Andayani, T.D. (2010). *Pengaruh karakteristik dewan komisaris independen terhadap manajemen laba (studi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia)* (Master's Thesis). Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Apostolou, B.A, Hassell. J.M., Webber, S.A., & Sumners, G. E. (2001). The relative importance of management fraud risk factors. *Behavioral Research in Accounting*, 13(1), 1-24.
- Arens, A.A & Loebbecke, J. (2013). *Auditing: An integrated approach*. United Stated: Englewood Cliff.
- Asian Development Bank. (2005). *Improving the investment climate in Indonesia*. ADB Publication.
- Association of Certified Fraud Examiner (ACFE). (2016). *Report to the nations on occupational fraud and abuse global for study*. USA.

- Bell, T. B., Szykowny, S., & Willingham, J.J., (1991). Assessing the likelihood of fraudulent reporting: A cascaded logic approach. *Journal of Accounting and Economics*, 26(4), 475-500.
- Beneish, M. D. (1997). Detecting GAAP violation implications for assessing earnings management among firms with external financial performance. *Journal of Accounting and Public Policy*, 16(3), 271-309.
- Beneish, M.D. (1999). The detection of earnings manipulation. *Financial Analyst Journal*, 55(5), 24-36.
- Bologna, G. J., & Lindquist, R. J. (1987). *Fraud auditing and forensic accounting*. Canada: John Wiley & Sons, Inc.
- Collins, D., Maydew, E. & Weiss, I. (1997). Changes in the value-relevance of earnings and book values over the past forty years. *Journal of accounting and economics* 24(1), 39-67.
- Cressey, D.R. (1953). *Other people's money; a study of the social psychology of embezzlement*. Free Press. Retrieved from <https://psycnet.apa.org/record/1954-06293-000>.
- Dechow, P. M., GE, W., Larson, C. R. & Sloan, R. G. (2011). Predicting Material Accounting Misstatements. *Contemporary Accounting Research*, 28(1), 17–82.
- Dendawijaya, L. (2005). *Manajemen Perbankan*. Ghalia Indonesia: Bogor.
- Elliot, R.K., & Willingham, J.J. (1980). *Management Fraud-Detection and Deterrence*. Princeton: Petrocelli Book Inc.
- Fama, E. & Jensen, M. (1983). Separation of ownership and control. *Journal of Law and Control*, 26(2), 301-325.
- Forum for Corporate Governance in Indonesia. (2013). Indonesia Company Law. <http://fcgi.org.id>
- Francis, J. & Schipper, K. (1999). Have financial statement lost their relevance?. *Journal of Accounting Research*, 37(2), 319-352.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Healy, P.M. (1985). The effect of bonus scheme on accounting decisions. *Journal of Accounting and Economics*, 7(1-3), 85-107. [https://doi.org/10.1016/0165-4101\(85\)90029-1](https://doi.org/10.1016/0165-4101(85)90029-1).
- Hutomo, O. S. (2012). *Cara mendeteksi fraudulent financial reporting dengan menggunakan rasio-rasio finansial (Studi kasus perusahaan yang terdaftar di annual report Bapepam)* (Master's thesis). Program Pascasarjana, Universitas Diponegoro.
- Kreutzfeldt, R., & Wallace. W. (1986). Error characteristics in audit populations: Their profile and relationship to environment factors. *Auditing: A Journal Of Practice & Theory*, (Fall), 20-43.
- Kusumawardhani. (2013). Deteksi financial statement fraud dengan analisis fraud triangle pada perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI. *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, 1(3), 1-20.
- Loebbecke, J. K., Eining, M.M, & Willingham, J.J. (1989). Auditors experience with material irregularities: Frequency, nature, and detectability. *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 9(1), 1-28.
- Lou, I. Y. & Wang, M. L. (2009). Fraud Risk Factor of The Fraud Triangle Assessing The Likelihood of Fraudulent Financial Reporting. *Journal of Business &*

- Economic Research*. Taiwan: Nan Hua Univeristy and National Cheng Kung University.
- Lynall, M.D., Golden, B.R. & Hillman, A. (2003). Board Composition from adolescence to maturity: A multi theoretic view. *Academy of Management Review*, 28(3), 416-431.
- Mantone, P.S. (2013). *Using analytics to detect possible fraud: tools and techniques*. Wiley, Wiley Corporate F&A.
- Martantya, M.R & Daljono. (2013). Pendeteksian kecurangan laporan keuangan melalui faktor risiko tekanan dan peluang. *Diponegoro Journal of Accounting*, 2(2), 1-12.
- Nguyen, Khanh. 2008. *Financial statement fraud: Motives, methodes, cases and detection*. Publisher: Dissertation .com.
- Norbarani, L. (2012). *Pendeteksian kecurangan laporan keuangan dengan analisis fraud triangle yang diadopsi dalam SAS No. 99*. (Undergraduate Thesis). Universitas Diponegoro: Semarang.
- Persons, O. (1995). Using financial statement data to identify factors associated with fraudulent financial reporting. *Journal of Applied Business Research*, 11(3), 153-163.
- Rahman, A. F. & Oktaviana, U. K. (2010). Masalah keagenan aliran kas bebas, manajemen laba dan relevansi nilai informasi akuntansi. Prosiding *Simposium Nasional Akuntansi 13*, Purwokerto
- Rachmawati, K. K. & Marsono. (2014). Pengaruh faktor-faktor dalam perspektif fraud triangle terhadap fraudulent financial reporting (Studi kasus pada perusahaan berdasarkan sanksi dari Bapepam periode 2008-2012). *Diponegoro Journal of Accounting*, 3(2), 1-14.
- Ratmono, D, Diany, Y. A., & Purwanto, A. (2014). Dapatkah Teori Fraud Triangle Menjelaskan Kecurangan dalam Laporan Keuangan? *Proceedings of Symposium Nasional Akuntansi 17*, Universitas Mataram: Lombok. <https://drive.google.com/file/d/1AHh6k5YcKQDD8qeY3icSnpocXTQU4xar/view>.
- Sihombing, K. S. & Rahardjo, S.N. (2014). Analisis fraud diamond dalam mendeteksi financial statement fraud: Studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2010-2012. *Diponegoro Journal of Accounting*, 3(2), 1-12.
- Skousen, C.J., & Twedt, B. J. (2009). Fraud score analysis in emerging market. *Cross Culture Management an International Journal*, 16(3), 301-316.
- Spathis, C.T. (2002). Detecting false financial statement using published data: Some evidence from Greece. *Managerial Auditing Journal*, 17(4), 179-191.
- Subramanyam, K. R. & Wild, J.J. (2008). *Financial Statement Analysis 10th edition*. McGrawHill.
- Summers, S.L & Sweeney, J.T. (1998). Fraudulently misstated financial statement and insider trading: an empirical analysis. *The Accounting Review*, 73(1), 131-146.
- Utomo, S. (2011). Skema bonus dewan direksi dan aktivitas manajemen laba: Penelitian pada perusahaan manufaktur di BEI. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 8(1), 93-104.
- Widiyastuti, M. & Pamuji, S. (2009). Pengaruh kompetensi, independensi, dan profesionalisme terhadap kemampuan auditor dalam mendeteksi kecurangan (FRAUD). *VALUE ADDED*, 5(2), 52-73.

- Zainudin, E. F., & Hashim, H. A. (2016). Detecting fraudulent financial reporting using financial ratio. *Journal of Financial Reporting and Accounting*, 14(2), 266–278. <https://doi.org/10.1108/JFRA-05-2015-0053>.
- Zandstra, G. (2002). Enron, board governance and moral failings. *Corporate Governance International Journal of Business in Society*, 2(2), 16-19.

THE EFFECT OF SHOPPING LIFESTYLE, HEDONIC SHOPPING MOTIVATION, AND SALES PROMOTION ON IMPULSE BUYING BEHAVIOR IN E-COMMERCE (CASE STUDY OF BERRYBENKA CONSUMER)

¹Nia Yusnia Sari, ²Sri Hermawati
1,2,Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma
Jl. Margonda Raya 100 Depok 16424, Jawa Barat
¹niayusniasari@gmail.com,²srihermawati@staff.gunadarma.ac.id

Abstract

The increasing of internet users and the growing of e-commerce in Indonesia impact on consumer behavior in terms of shopping. One of the models of shopping channels that are currently being the world's trend is replacing conventional shopping systems that require shoppers to come to shopping with a shopping system online. This research aims to determine whether there is influence on shopping lifestyle, hedonic shopping motivation and sales promotion of impulse buying in Berrybenka consumer. The samples on this research are consumers who have ever shopped at Berrybenka e-commerce through websites or applications. The sampling method used in this study is non- probability sampling using the purposive sampling technique. The data analysis used is a descriptive analysis and confirmatory factor analysis (CFA). The hypothesis test results show that shopping lifestyle variable affects impulse buying behavior, while hedonic shopping motivation and sales promotion have no effect on the impulse buying behavior.

Keywords: Hedonic Shopping Motivation, Impulse Buying, Sales Promotion, Shopping Lifestyle

This paper is a revised and expanded version of a paper The Effect of Shopping Lifestyle, Hedonic Shopping Motivation and Sales Promotion on Impulse Buying Behavior in E-Commerce (Case of Study of Berrybenka Consumer) presented at UG Economic Faculty International Conference October 31st, 2019, Bekasi, West Java, Indonesia.

INTRODUCTION

The development of times and increasingly advanced technology, making the internet as much needed by the public. The Internet can make it easier for someone to interact and find information efficiently and quickly. The increase in internet users and the development of e-commerce in Indonesia has an impact on consumer behavior in terms of shopping. One model of shopping channels that is currently becoming a world trend is the replacement of conventional shopping systems that require buyers to come to shopping places with an online shopping system.

Purchasing behavior has experienced a shift from planned shopping behavior to being unplanned. People who behave unplanned think short and look for the instant. They are looking for products that can provide short-term benefits to solve problems that are in plain sight. This encourages customers to act because of a certain attraction or sentiment or passion, or in other words impulse buying occurs.

The rapid internet network also indirectly brings new phenomena or new lifestyles among people who like to take advantage of internet facilities. One of the benefits used

is online shopping. To still look trendy and attractive, of course, it takes a variety of fashion products such as clothing, shoes and supporting accessories. In this case,

Table 1. Top Brand Awards Online Shop Fashion Category for 2017 and 2018

Merek	2017		Merek	2018	
	TBI	TOP		TBI	TOP
Zalora.co.id	40,1%	TOP	Zalora.co.id	15,5%	TOP
Lazada.co.id	17,7%	TOP	Lazada.co.id	9,4%	
Berrybenka.com	6,4%		Shopee.co.id	5,5%	
OLX.co.id	2,7%		Berrybenka.com	4,9%	
Tokopedia.com	1,8%		Tokopedia.com	0,9%	

Source: *www.topbrand-award.com*

Berrybenka can be a solution to continue to look fashionable and attractive. Berrybenka provides services in the form of factory outlets and online shop services provided on Berrybenka's official website, www.berrybenka.com.

Based on data released www.topbrand-award.com it can be seen that the Berrybenka brand has decreased in the online fashion category. In 2017 Berrybenka ranked third with a TBI of 6.4% and in 2018 was ranked fourth with a TBI of 4.9% Berrybenka decreased by 1.5%. If Berrybenka can read the factors that can influence impulsive buying and make the right strategy, it will make this impulse buying behavior as a means to increase their sales. Based on the background described above, the researchers conducted to analyze whether shopping lifestyle, hedonic shopping motivation and sales promotion partially influence the impulse buying behavior and on Berrybenka e-commerce consumers.

LITERATUR REVIEW

Consumer Behavior

Setiadi (2013) defines consumer behavior is an action that is directly involved in getting, consuming, and consuming a product or service, including the decision process that precedes and follows this action. Kotler and Amstrong (2016) define consumer behavior is the study of how individuals, groups, and organizations choose, buy, use and utilize goods, services, ideas, or experiences to satisfy their needs and desires. Based on these definitions, research comes to the understanding that consumer behavior learns how individuals, groups and organizations choose, buy, use and utilize goods, services, ideas, or experiences in order to satisfy their needs and desires.

Impulse Buying (Unplanned Purchases)

According to Utami (2018), impulsive buying is a purchase that occurs when consumers see a particular product or brand, then consumers become interested in getting it, usually because of an attractive stimulus from the store. Impulsive buying is an act of purchase that is carried out without prior planning, which is caused due to the strong emotional impulse towards the desire for a product that creates a feeling of having a very large (urgent) towards the product (Sembiring, 2013). In simple terms, it can be explained that impulse buying is a buying process that occurs when someone sees an item and suddenly wants to buy the item, then decides to make a purchase right away. Rook and Fisher (1995) impulsive buying has several aspects, namely

spontaneity, strength, compulsion, and intensity, excitement and stimulation, indifference to the results. impulse buying is actually not expected by consumers, but this purchase motivates consumers to buy right away, and is often a response to direct visual stimulation at the point of sale. The motivation in question is the motivation to put everything aside and act immediately. Individuals have a sudden urge to buy things and are accompanied by emotions that are characterized as exciting, thrilling or wild. as a result often the urge to buy goods becomes difficult to refuse so negative consequences are often ignored. According to Rook and Fisher (1995) indicators of impulse buying behavior are purchase spontaneity, unable to resist the desire to buy, difficult to control yourself from the urge to buy, not considering the consequences.

Shopping Lifestyle

According to Kotler and Keller (2012) Lifestyle is a person's lifestyle in the world expressed in his activities, interests, and opinions. Life style describes the whole person in interacting with their environment. Lifestyle describes the whole pattern of a person in action and interact in the world. Sumarwan (2011) stated that lifestyle is depicted with dimensions activities, interests and opinions. lifestyle is related to the way of life that is identified by how people spend their time. lifestyle also shows what they consider important in their environment and what they think about themselves and the world around them. Lifestyle from time to time and shopping has become one of the most popular lifestyle. To fulfill this lifestyle, people are willing to sacrifice something to achieve it and it tends to result in impulse buying. The ever-expanding lifestyle makes shopping one of the most favored places for someone to make ends meet. The higher consumers shop and make a lifestyle, the greater the possibility of an impulsive purchase (Kosyu, Hidayat & Abdillah, 2014). From previous research according to Chusniasari and Prijati (2015), shopping lifestyle has a positive and significant influence on impulse buying. Sholihah, Rachma, and Slamet (2017) also stated that shopping lifestyle has a significant influence on impulse buying in Malang Town Square, Olympic Garden Mall. while for electronic spending Hursepuny and Oktafani (2018) showed that shopping lifestyle had a positive and significant effect on impulse buying on Shopee_id.

H1: Shopping manifest is also believed to influence impulse buying behavior in Berrybenka e-commerce consumers.

Hedonic Shopping Motivation

Hedonic shopping motivation is psychological needs such as satisfaction, prestige, emotions, and other subjective feelings. These needs often arise to meet social and aesthetic demands and are also called emotional motives (Setiadi, 2013). According to Utami (2010) Hedonic Shopping Motivation is shopping because it will get pleasure and feel that shopping is something interesting. When consumers will buy products, there is a strong motivation from within. According to Arnold and Reynold (2003), hedonic shopping motivation has six dimensions namely adventure shopping, social shopping, gratification shopping, idea shopping, role shopping, value shopping. Consumers with adventure shopping motives consider shopping as an adventure and they feel they have experience in a different world. Consumers with social shopping motives enjoy spending time with family and friends while making purchases. hedonic shopping also occurs because consumers feel that shopping will reduce the perceived tension and is considered a way to give a gift to yourself. With the motivation of

shopping ideas consumers shop to stay abreast of trends and changes in fashion. Shopping as a search for the right offer that suits the needs of consumers and through the act of buying the consumer gets a joyous experience and joy when he finds the perfect gift for others.

Hedonic shopping motivation is psychological needs such as satisfaction, prestige, emotions, and other subjective feelings. These needs often arise to meet social and aesthetic demands and are also called emotional motives (Setiadi, 2013). Hedonic shopping motivation can lead to impulse / unplanned buying, an act of purchase made without pre-planned or purchase decisions made while in the store or online. Rahma and Septrizola, (2019) stated that hedonic shopping motivation variable has a positive and significant effect on e-impulse buying. It means that hedonic shopping motivation is able to do e-impulse buying. Andriansyah and Arifin, (2018) stated that hedonic motives had a significant effect on impulse buying variables. In other words the higher hedonic shopping motivation, the higher the e-impulse buying that occurs. Based on the above study, the hypothesis is formulated as follows:

H2: Hedonic shopping motivation is thought to influence impulse buying behavior in Berrybenka e-commerce consumers.

Sales Promotion

Sales Promotion is a form of direct persuasion through the use of various incentives that can be arranged to stimulate product purchases immediately and increase the amount of goods purchased by customers (Tjiptono, 2008). According to Ma'ruf (2006) sales promotion is a retail promotion program in order to encourage sales or to increase sales or in order to maintain customer interest to keep shopping at him. Kotler and Keller (2012) stated that sales promotion is a core ingredient in marketing campaigns, consisting of a collection of incentive tools, mostly short-term, designed to stimulate faster or greater purchases of certain products or services by consumers or trading. Sales promotion indicators include promotional coupons or shopping vouchers offered, discount offered, sweepstakes or contests to get prizes. Including terms are reduction in prices for purchases with the terms and conditions applicable to the company or brand and a promise to return goods or money for a certain period.

Sales promotion is a form of direct persuasion through the use of various incentives that can be arranged to stimulate product purchases immediately and increase the amount of goods purchased by customers (Tjiptono, 2008). Through sales promotions, companies can attract new customers and can influence customers to try a new product, encourage customers to buy more, attack competitors' promotional activities, increase impulsive purchases, or seek closer cooperation with retailers. From previous research, sales promotion proved to have a significant effect on impulse buying (Sholihah et.al, 2017; Amanah and Pelawi, 2015). The hypothesis formulated as follows:

H3: Sales promotion is suspected to influence impulse buying behavior in Berrybenka e-commerce consumers.

RESEARCH METHOD

Population and Sample

The population in this study are all consumers who have shopped at Berrybenka e-commerce through a website or application with an unknown population. In this

study, the number of consumers is unknown, therefore the sampling technique uses non-probability sampling, specifically purposive sampling which is a sampling technique with criteria for consumers who have shopped at Berrybenka e-commerce through a website or application. The existence of rules for determining the sample for research is one important thing. Hair et.al, (2006) states that to measure the sample size is calculated between $(5-10) \times$ number of indicators. The indicators in this study consisted of 3 independent variables and 1 dependent variable. The total statement in this study was 23 statements, from the formula this research took a sample of $10 \times 23 = 230$, so the number of samples taken in this study were 230 respondents. This research's size sample used was 300 people.

Data analysis method

Validity shows the degree of accuracy between the actual data occurring on the object and the data collected by the researcher (Sugiyono, 2017). The test criterion states if $r_{count} > r_{rho}$ then the statement said to be valid. Reliability is an index that shows the extent to which a measurement direction can be trusted or reliable and the extent to which the measurement results remain consistent if two or more measurements are taken of all the same with the same measuring instrument. In determining the level of reliability of a research instrument it can be accepted if in the range of $r_{alpha} > 0.60$ to 0.80, is considered reliable and in the range > 0.80 to 1.00, is considered very reliable. Confirmatory Factor Analysis (CFA) is designed to test the multidimensionality of a theoretical construct. Latent variables used in research are formed based on theoretical concepts with several indicators or manifests. Confirmatory analysis wants to test whether these indicators are valid indicators as a measure of latent constructs. In other words whether the indicators are a multidimensionality measure of a latent construct (Ghozali, 2017).

RESULTS AND DISCUSSION

Good instruments must be valid and reliable. Valid instruments must have internal and external validity. An instrument has internal validity if the criteria in the instrument rationally reflect what is measured. In this research, validity is measured by the correlation value between statement items used to carve one variable. With the number of 30 respondents and 5% of the research error, then if the correlation value between statement items is greater than 0.377 then it says that the series of statements is valid.

The validity test will prove whether the statements that make up the respondent's perception of a particular variable are valid or not. The validity test results as shown in the Table 2 are known to be the value of Corrected Item-Total Correlation of each component measuring the variable has a value above 0.377. Thus it can be concluded that the component is valid, meaning that the component used to extend the variable can be used.

In addition to the validity of a measuring instrument, reliability will also be tested. Questionnaire reliability is related to the degree to which measurements are error-free. Existing perspectives on reliability are stability, equivalence and internal consistency (Emory and Cooper, 1991). The reliability test of the research instrument was carried out jointly for all statement items / measuring components. At the 95% confidence level, if the Cronbachs' Alpha coefficient is greater than 0.6 then the questionnaire is declared reliable. The reliability test results of the questionnaire in this

study indicate the Cronbachs' Alpha value of each variable is greater than 0.6 so that the questionnaire is declared reliable for use as a gauge.

Table 2: Validity and Reliability Test

Variabel	Statement	Corrected Item-Total Correlation	Cronbachs' Alpha
Shoping Lifestyle	SL1	0,683	0,724
	SL2	0,585	
	SL3	0,660	
	SL4	0,753	
	SL5	0,811	
	SL6	0,431	
Hedonic Shopping Motivation	HSM1	0,587	0,770
	HSM2	0,710	
	HSM3	0,538	
	HSM4	0,517	
	HSM5	0,732	
	HSM6	0,764	
	HSM7	0,713	
	HSM8	0,478	
Sales Promotion	SP1	0,680	0,780
	SP2	0,822	
	SP3	0,791	
	SP4	0,634	
	SP5	0,736	
Impulse Buying	IB1	0,512	0,771
	IB2	0,799	
	IB3	0,879	
	IB4	0,845	

CFA Shopping Lifestyle Test, Hedonic Shopping Motivation And Sales Promotion To Impulse Buying

Confirmatory analysis results for exogenous shopping lifestyle variables built with a total of 5 measuring indicators, exogenous hedonic shopping motivation variables built with a total of 8 measuring indicators, and exogenous sales promotion variables built with a total of 5 indicators for endogenous variables impulse buying built with a total of 4 indicators can be seen in Figure 1.

Based on the confirmatory test construct of shopping lifestyle variables, hedonic shopping motivation and sales promotion towards impulse buying, it can be concluded that there is feasibility in the model. This is based on the results of goodness of fit indexes that have fulfilled the requirements. The GFI value achieved was 0.883, CFI was 0.921, AGFI at 0.838 and IFI at 0.922. This shows that the model is acceptable.

In this study, it is suspected that there is an influence of shopping lifestyle on impulse buying. It can be seen in table 2 that the C.R value is $6.216 > 1.96$ or the P value is marked *** < 0.05 . Thus it can be concluded that alternative hypotheses in this study were accepted, which means shopping lifestyles have an effect on impulse buying on Berrybenka consumers. Based on the calculation of C.R value of $6.216 > 1.96$ or P value of $0.000 < 0.05$. So it can be concluded that shopping lifestyle influences impulse buying behavior in Berrybenka e-commerce consumers. Shopping lifestyle is a lifestyle that someone does to express themselves with a pattern of spending time and money, which can be used to distinguish the nature and characteristics of a person through shopping style (Kosyu, et.al 2014).

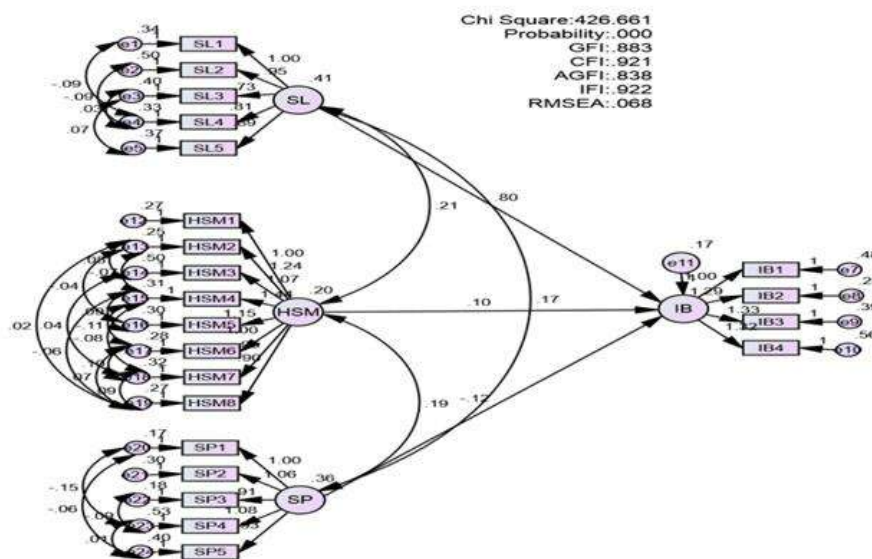


Figure 1: Research Path Diagram

Table. 3 Goodness of Fit Index

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
IB ← HSM	.100	.181	.551	.582	par_16
IB ← SP	-.124	.088	-1.421	.155	par_34
IB ← SL	.799	.129	6.216	***	par_38

The results of this study support previous research conducted by Chusniasari and Prijati (2015) which states that shopping lifestyle affects the impulse buying of fashion products conducted through electronic stores. According to Rahma and Septrizola (2019), a person who has a lifestyle that follows the latest model, then the impulse buying will higher. The higher the level of consumer lifestyle shopping for fashion, the stronger their desire to meet the needs for clothing that has become their lifestyle. In order to always look attractive in the community and are not considered old-fashioned or outdated, individuals are willing to sacrifice something to achieve it and it tends to result in impulse buying. Sometimes this shopping activity is motivated by one's consumption patterns to spend time and money and shopping becomes a lifestyle (Kosyu et.al, 2014). Lifestyle changes that continue to occur encourage consumers to always want to follow its development. Consumer needs are very influential on lifestyle or lifestyle, shopping activities become one of the most favored places by someone to meet their needs. Shopping Lifestyle should continue to be considered by Berrybenka e-commerce management as a development factor for their marketing strategy while maintaining the best quality of fashion product brands, a more dominant variable in influencing impulse buying in Berrybenka e-commerce consumers. This is related to various respondents' perceptions of Berrybenka products.

The results of respondents' answers stated that 46% of respondents thought u fashion products in e-commerce Berrybenka had the best quality. As many as 41% said they bought the latest fashion model products when they saw it in e-commerce Berrybenka. As many as 29.7% said the brand could not resist the desire to buy when looking at the latest fashion products when shopping at Berrybenka e-commerce. This shopping lifestyle can support an impulsive purchase.

This study suspects that there is an influence of hedonic shopping motivation on impulse buying. It can be seen in table 2 that the C.R value is $0.551 < 1.96$ or the P value is $0.582 > 0.05$. of these values it can be concluded that hypothesis 2 in this study was rejected. Thus it is said that hedonic shopping motivation does not affect impulse buying in Berrybenka consumers. Medical shopping motivation is psychological needs such as satisfaction, prestige, emotions, and other subjective feelings. These needs often arise to meet social demands and aesthetics and also called emotional motives (Setiadi, 2013).

The results of this study differ from previous studies conducted by Rahma and Septrizola, (2019) states that the hedonic shopping motivation variable has a positive and significant effect on e-impulse buying female college students on Lazada.co.id. This research is different from previous studies that using Lazada.co.id as an object. Lazada.co.id has many sales categories so that it can lead to many answers to various statements while, Berrybenka only sells the fashion category.

The results of respondents' answers about hedonic shopping motivation, as many as 7.7% said they did not agree to shop at Berrybenka e-commerce to find the latest fashion trends and as many as 18% said they did not agree, when I saw something very interesting, I bought it without considering the consequences. It can be concluded that the indicator cannot support consumers in making impulse buying. This is a natural thing, because sometimes someone who has a hedonic value also considers when making a purchase. The hedonic value of a person does not merely directly make them impulse buying but is driven by other factors such as economic reasons, emotional satisfaction and so on.

In the research it is suspected that there was no influence of sales promotion on Impulse Buying. Table 4.19 show the value of C.R is $-1.421 < 1.96$ or the P value of $0.155 > 0.05$. Therefore it can be concluded that sales promotion has no effect on impulse buying behavior in E-Commerce Berrybenka consumers. Sales promotion is a core ingredient in marketing campaigns, consisting of a collection of incentive tools, mostly short-term, designed to stimulate faster or larger purchases for certain products or services by consumers or trade (Kotler and Keller, 2009).

The results of this study are different from previous studies conducted by Sholihah, Rachma, and Slamet (2017) which prove that Sales Promotion has a significant influence on Impulse Buying. This research is different from previous studies which is using retail sales objects that are done offline and have many categories in sales so that it can lead to many diverse statements. In this study, the Berrybenka e-commerce access only through websites and applications and only sells the fashion category.

The answer results is 10.7% of respondents, which is not interested in buying products that offer contests or lottery prizes, while 16.3% of respondents said it was not difficult to control themselves not to buy fashion products due to attractive offers provided by Berrybenka e-commerce. Thus it can be concluded that the sales promotion indicator cannot support consumers in making impulse buying.

Based on the characteristics of income per month, it can be seen that the average monthly income is Rp. 3,000,000 - Rp. 5,000,000. Although sales promotion is something that attracts consumers' attention, it turns out that sales promotion does not affect consumers with this income group to make further purchases. It seems that consumers still consider the benefits of the product when buying it.

Promotions in the form of discounted prices for fashion products are considered effective if carried out in a short period of time and not continuously. This is because if fashion products continue to be discounted people no longer see any difference in products that are believed to have more value compared to other mass products. This is done so that consumers are encouraged to do impulse buying. Promotion is a good magnet in attracting customers to shop. Consumers must be stimulated by offers that are economical in price and remain of quality.

CONCLUSION AND SUGGESTION

Based on the results of research on the influence of shopping lifestyle, hedonic shopping motivation, and sales promotion on impulse buying behavior in e-commerce (Berrybenka consumer case study), it can be concluded as follows: (1) Shopping lifestyle influences impulse buying behavior in Berrybenka e-commerce. This shows that the higher the level of consumer shopping lifestyle for fashion, the stronger their desire to meet the needs for fashion that has become their lifestyle so that they always look attractive in the community, making them willing to sacrifice something to achieve it and this tends to result in impulse buying. (2) Hedonic shopping motivation has no effect on impulse buying behavior in Berrybenka e-commerce. It can be concluded that the hedonic shopping motivation indicator cannot support consumers in making impulse buying. This is a natural thing, because sometimes someone who has a hedonic value also takes into consideration when making a purchase. (3) Sales promotion has no effect on impulse buying behavior on Berrybenka e-commerce. It can be concluded that the sales promotion indicator cannot support consumers in making impulse buying. Although sales promotion is something that attracts consumers' attention, it does not influence consumers to make further purchases.

REFERENCES

- Amanah, D. & Pelawi, S. P. (2015). Pengaruh promosi penjualan (sales promotion) dan belanja hedonis (hedonic shopping) terhadap impulsive buying produk Matahari Plaza Medan fair. *Jurnal Quonomic*, 3(02), 10-18.
- Arifin, Z. & Andryansyah, M. (2018). Pengaruh hedonic motives terhadap shopping lifestyle dan impulse buying (Survei pada konsumen Hypermart Malang Town Square yang melakukan pembelian tidak terencana). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 57(1), 111-118.
- Arnold, M.J., & Reynolds, K.E. (2003). Hedonic shopping motivation. *Journal of Retailing*, 79(2), 77-95.
- Chusniasari & Prijati. (2015). Pengaruh shopping lifestyle, fashion involvement dan hedonic shopping terhadap impulse buying pelanggan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 4(12), 1-21.
- Emory, C. W. & Cooper R. (1991). *Business Research Method*. Fourth Edition. Homewood, Illinois. Irwin Publishers.
- Ghozali, Imam. (2017). *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 24 Update Bayesian SEM*, Edisi 7, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B. J., & Anderson, R. E., (2006). *Multivariate Data Analysis*, Edisi 5, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Hursepuny, C.V & Oktafani, F. (2018). Pengaruh hedonic shopping motivation dan shopping lifestyle terhadap impulse buying pada Shopee_id. *e-Proceeding of Management*, 5(1), 1041-1048.
- Kosyu, D. A., Hidayat, K. & Abdilah, Y. (2014). Pengaruh *hedonic shopping motives* terhadap *shopping lifestyle* dan *impulse buying* (Survei pada pelanggan outlet Stradivarius di Galaxy Mall Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 14(2), 1-7.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012). *Manajemen Pemasaran*, Edisi ke 12 Jilid I, Jakarta: Erlangga.
- Ma'ruf, H. (2006). *Pemasaran Ritel*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rahma, W.S. & Septrizola, W. (2019). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation dan Shopping Lifestyle terhadap E-Impulse Buying Mahasiswi Universitas Negeri Padang pada Lazada.co.id. *Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha*, 1(01), 276-282.
- Rook, D.W & Fisher, R. J. (1995). Normative influences on impulse buying behavior. *Journal of Consumer Research*, 22(3), 305-313.
- Sembiring, S. (2013). *Pengaruh shopping lifestyle dan fashion involvement terhadap impulsive buying (Survey pada konsumen di toko top man, top shop di Paris Van Java Mall)*. Retrieved from https://elib.unikom.ac.id/files/disk1/650/jbptunikompp-gdl-surantasem-32452-11-unikom_s-l.pdf
- Setiadi, N.J. (2013). *Perilaku Konsumen*, edisi revisi. Jakarta: Kencana Perdana Media Grup.
- Sholihah, U. M., Rachma, N. & Slamet, A. R. (2017). Pengaruh shopping lifestyle, fashion involvement, hedonic shopping motivation dan sales promotion terhadap impulse buying di Malang Town Square, dan Mall Olympic. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 6(1),178-194.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan penerapannya dalam pemasaran*. Bogor: Penerbit Ghalia.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*, Edisi 3. Yogyakarta, Indonesia: Andi Offset.
- Top Brand Award. (2017). *Top Brand Index 2017 Fase 2*.<https://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/surveyresult/top-brand-index-2017-fase-2>, accessed on April 15th, 2019.
- Top Brand Award.(2018). *Top Brand Index 2018 Fase 2*.<https://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/surveyresult/top-brand-index-2018-fase-2>, accessed on April 15th 2019.
- Utami, Christina Widhya. (2010). *Manajemen Ritel*, Jakarta: Salemba Empat.
- Utami, Y. 2018. *Pengaruh Shopping Lifestyle, Hedonic Shopping Motivation dan Sales Promotion Terhadap Perilaku Impulse Buying Pada Pasar Daring (Studi Kasus Konsumen Mayoutfit)* (Undergraduate Thesis). Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma, Jakarta, Indonesia.

TANTANGAN DAN PELUANG KEBIJAKAN NON-TUNAI: SEBUAH STUDI LITERATUR

Izzani Ulfi

Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma
Jl. Margonda Raya No. 100, Depok 16424, Jawa Barat
izzani.ulfi@gmail.com

Abstrak

Digaungkannya Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) oleh Bank Indonesia adalah bentuk dari implementasi kebijakan non-tunai di Indonesia. Transaksi non-tunai diharapkan membawa dampak-dampak positif bagi sebuah perekonomian. Dengan menggunakan metode studi literatur, penelitian ini menggali dampak-dampak positif penggunaan uang elektronik. Selain itu, penelitian ini juga menganalisis tantangan-tantangan yang mungkin ada dalam penerapan kebijakan non-tunai. Kemudian peluang dan potensi penerapan uang elektronik dalam konteks Indonesia juga dibahas. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa tingkat penerimaan masyarakat, standarisasi model bisnis dan penyediaan infrastuktur yang mumpuni adalah tantangan-tantangan yang harus dihadapi dalam penyelenggaraan kebijakan non-tunai sedangkan dukungan regulasi, pemerataan akses internet dan pembangunan infrastruktur yang berkelanjutan di Indonesia merupakan potensi-potensi pendukung guna mencapai lebih banyak dampak positif dari implementasi kebijakan non-tunai yang lebih baik di masa depan.

Kata Kunci: ekonomi, kebijakan non-tunai, uang elektronik

Abstract

National Non-Cash Movement (GNNT) campaigned by Bank Indonesia is a form of implementing cashless policy in Indonesia. Cashless policy is expected to have positive benefits in economy. By using literature review method, this paper attempts to explore positive impacts on e-money implementation. Furthermore, challenges as well as opportunities in the implementation of cashless policy in Indonesia also have been explored. This study finds that the acceptance rate to technology, business model standardization and proper infrastructures are the challenges in cashless policy whereby regulation, even distribution on internet usage and the continuity of infrastructure development in Indonesia are the opportunities that can be used to reach more positive impacts from cashless policy in the future.

Keywords: cashless policy, economy, e-money

PENDAHULUAN

Uang adalah hal yang sangat penting dalam kehidupan ekonomi. Mengacu pada teori, uang berfungsi sebagai alat tukar, alat satuan hitung dan penyimpan nilai. Dalam perekonomian, uang dapat dikatakan sebagai oksigen karena perannya sebagai modal yang dapat menghidupkan sektor-sektor riil. Merujuk pada sejarah, manusia melakukan sistem barter untuk dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari. Sistem itu kemudian digantikan dengan sistem uang sebagai media pertukaran.

Uang kertas maupun uang logam yang juga disebut uang kartal adalah uang yang diterbitkan oleh bank sentral sebuah negara. Dalam proses produksinya, uang dicetak dengan mengacu pada standar operasional dan karakteristik tertentu agar tidak mudah dipalsukan. Tinta untuk mencetak dan fitur pengaman pada uang juga memiliki kriteria khusus. Oleh karena itu, proses pencetakan uang memakan biaya yang tidak murah. Hal tersebut belum termasuk biaya pada proses penyimpanan dan pendistribusian uang tunai cukup besar (Yaqub, Bello, Adenuga, & Ogundeji, 2013).

Hal tersebut menjadi salah satu alasan tercetusnya bergesernya uang kertas pada uang elektronik yang disebut juga e-money. Kini, uang ber-evolusi menjadi uang elektronik dimana uang tidak lagi mesti berbentuk fisik, namun juga dapat berupa digit-digit elektronik. Dalam era sekarang, kebijakan penggunaan uang elektronik disebut juga dengan mengkampanyekan penggunaan transaksi non-tunai yang bertujuan untuk mencapai masyarakat non-tunai.

Istilah uang elektronik dapat didefinisikan sebagai uang yang berbentuk digital dimana nilai uangnya disimpan dalam media elektronik tertentu. Menurut Peraturan Bank Indonesia (PBI) No. 16/8/PBI/2014, uang elektronik adalah nilai uang yang disimpan secara elektronik pada suatu media server atau chip yang dapat dipindahkan untuk kepentingan transaksi pembayaran dan/atau transfer dana. Dengan kata lain, uang elektronik dapat berupa perangkat lunak maupun perangkat keras. Dalam perangkat lunak, uang elektronik biasanya berbentuk aplikasi penyimpan saldo atau nilai uang, sedangkan pada perangkat keras bentuk uang elektronik yang paling umum adalah sebuah kartu yang didalamnya mengandung nilai uang tertentu sesuai yang disetorkan penggunanya.

Transaksi non-tunai dapat juga berarti transaksi atau pembayaran melalui media seperti kartu debit, kartu kredit, anjungan tunai mandiri (ATM), cek dan lain sebagainya. Sistem transaksi ini mengalami perkembangan cukup pesat di berbagai negara dewasa ini, seiring dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan masyarakat untuk menggunakan alat pembayaran yang mudah, aman dan efisien. Akibatnya, banyak negara berkembang berlomba-lomba menerapkan kebijakan non-tunai yang berarti melakukan pergeseran dari penggunaan transaksi dengan uang kertas ke uang elektronik.

Dewasa ini, memasuki era masyarakat non-tunai, banyak transaksi keuangan dalam kehidupan sehari-hari yang menggunakan uang elektronik. Sebagai contoh, apabila dulu membayar tol harus menggunakan uang tunai, makan sekarang hanya perlu menggunakan kartu yang sudah terisi saldo elektronik Begitu juga dengan perjalanan dengan kereta komuter yang dahulu membayar tunai dan mendapat tiket, sekarang cukup menggunakan kartu yang berisi saldo elektronik. Hal ini lebih menarik dilakukan karena para penyedia jasa keuangan mengkampanyekan transaksi non-tunai dengan begitu banyak promosi menarik berupa potongan harga maupun pengembalian uang (*cashback*).

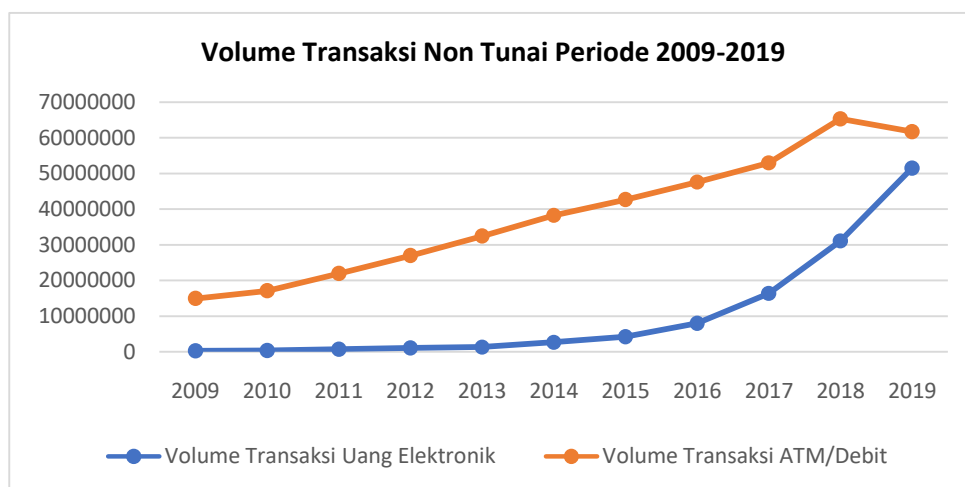
Apabila dilihat dari sejarahnya, praktek transaksi non-tunai sudah ada sejak lama. Penggunaan teknologi komputer yang meningkat pada tahun 1860an membuat perusahaan Western Union memperkenalkan sistem transfer dana elektronik. Kemudian, pada akhir tahun 1990, orang mulai menggunakan cek elektronik dan *smart card* yang dapat digunakan untuk transfer uang. Setelah itu, transaksi digital melalui kartu kredit juga meningkat untuk mencegah biaya transaksi.

Pada lingkungan negara-negara ASEAN, pada awal tahun 2019, angka transaksi pembayaran melalui *smartphone* di Indonesia ada pada angka 47 persen. Namun angka

tersebut masih dibawah Vietnam dan Thailand yang masing-masing mencapai 61 persen dan 67 persen (PwC, 2019). Menurut Bank Indonesia, pada tahun 2019, volume transaksi uang elektronik mencapai lebih dari 515 juta transaksi dan sedangkan penggunaan ATM debit mencapai 616 juta transaksi. Kenaikan angka-angka tersebut menunjukkan komitmen dan keaktifan Indonesia dalam mendukung peningkatan transaksi-transaksi non-tunai.

Salah satu bentuk upayanya adalah adalah peluncuran Gerbang Pembayaran Nasional (GPN) sebagai bentuk menciptakan ekosistem sistem pembayaran yang saling interkoneksi, meningkatkan perlindungan konsumen dan efisiensi sistem keuangan oleh Bank Indonesia. Selain itu, Bank Indonesia juga meluncurkan standar kode respons cepat atau *quick response* (QR) code untuk pembayaran melalui aplikasi uang elektronik berbasis server, dompet elektronik, atau mobile banking bernama QR Code Indonesian Standard (QRIS). Penggunaan QRIS ini adalah salah satu bentuk dukungan Bank Sentral dalam mendorong efisiensi transaksi, mempercepat inklusi keuangan, dan memajukan usaha mikro, kecil, menengah di Indonesia.

Terkait dengan perkembangan itu, potensi pengembangan instrumen sistem pembayaran non tunai masih sangat besar. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk membahas manfaat transaksi non-tunai khususnya uang elektronik, penggunaan ATM dan transaksi menggunakan kartu debit dan kredit dalam sebuah perekonomian dengan menelusuri penelitian terdahulu pada satu dekade terakhir (2009-2019) melalui studi literatur. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi gambaran umum berkaitan dengan potensi dan tantangan yang dapat terjadi pada penerapan kebijakan non-tunai di Indonesia.



Gambar 1. Volume Transaksi Non Tunai di Indonesia

Sumber: Data diolah dari Bank Indonesia

KERANGKA TEORI

E-money dan Inflasi

Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) adalah bentuk gerakan dari Bank Indonesia sebagai otoritas moneter di Indonesia untuk mendorong penggunaan instrumen non-tunai sebagai alat pembayaran. Pergeseran penggunaan uang dari tunai ke non-tunai tentu akan menimbulkan dampak pada sistem uang yang ada. Hal yang paling dasar

adalah menurunnya jumlah uang tunai yang digunakan akan menimbulkan efek pada percepatan perputaran uang atau yang disebut dengan *velocity of money* (Ady, 2016).

Selain itu, penggunaan uang elektronik juga akan berdampak pada jumlah uang beredar (JUB). Nilai uang ditentukan oleh penawaran dan permintaan terhadap uang. Jumlah uang beredar ditentukan oleh Bank Sentral, dalam hal ini Bank Indonesia. Sementara jumlah uang yang diminta (*money demand*) ditentukan oleh beberapa faktor, antara lain tingkat harga rata-rata dalam perekonomian sedangkan jumlah uang yang diminta oleh masyarakat untuk melakukan transaksi bergantung pada tingkat harga barang dan jasa yang tersedia. Dalam hal ini, dapat disimpulkan bahwa makin tinggi tingkat harga akan semakin besar pula jumlah uang yang diminta.

Dinamika jumlah uang beredar erat hubungannya dengan harga. Apabila harga meningkat, maka permintaan akan jumlah uang beredar turut meningkat pula. Hal ini menyebabkan perekonomian akan mencapai titik keseimbangan yang baru ketika jumlah uang yang diminta seimbang dengan jumlah uang yang diedarkan. Pada teori kuantitas uang (*quantity theory of money*) dijelaskan bahwa tingkat harga ditentukan dan akan berubah seiring dengan perubahan jumlah uang beredar.

Dalam rangka didorongnya penggunaan transaksi non-tunai tentu akan berpengaruh terhadap jumlah uang beredar. Hal yang mungkin perlu dikaji adalah apakah hal tersebut memiliki dampak negatif seperti inflasi. Beberapa studi menyatakan bahwa Jumlah uang beredar berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap inflasi di Indonesia dan pertumbuhan e-money memiliki pengaruh yang positif tetapi tidak signifikan terhadap inflasi di Indonesia (Zunaitin, Regina & Wahyu 2017).

Penurunan permintaan uang akibat transaksi non-tunai juga akan menyebabkan penurunan tingkat suku bunga di pasar uang. Hal ini timbul akibat masyarakat yang akan cenderung memilih menggunakan alat pembayaran non tunai yang dibarengi dengan menyetor atau menyimpan uang di bank atau penyelenggara alat pembayaran non-tunai lainnya. Hal ini akan membuat biaya pinjaman lebih kompetitif sehingga meningkatkan investasi perusahaan yang pada akhirnya akan meningkatkan output riil nasional.

Kebijakan non-tunai dan Dampaknya terhadap Ekonomi

Nigeria adalah salah satu negara di Afrika yang secara *massive* menerapkan *kebijakan non-tunai* yang salah satunya adalah mendorong penggunaan e-money. Beberapa studi terkait dampak kebijakan non-tunai melalui e-money menunjukkan hasil yang positif. Hal ini juga didukung oleh Omotunde, Sunday, dan John-Dewole (2013) yang menyatakan bahwa *kebijakan non-tunai* adalah sebuah langkah yang tepat karena akan kasus kriminal dan korupsi serta menarik investor asing ke Nigeria.

Dampak positif yang pertama adalah e-money dan pertumbuhan ekonomi. Penelitian dari Hasan, De Renzis, dan Schmiedel (2012) menganalisis hubungan antara pembayaran retail dengan pertumbuhan ekonomi dengan menguji data dari 27 negara Eropa pada periode 1995 sampai 2009. Secara umum, hasil menunjukkan migrasi ke pembayaran elektronik memiliki dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi, konsumsi dan perdagangan. Dampak positif antara kebijakan non-tunai terhadap pertumbuhan perekonomian juga ditunjukkan oleh (Mieseigha & Ogbodo, 2013), (Comfort & Omoare, 2015), Namun begitu, tidak semua instrument memiliki dampak yang besar.

Namun begitu, tidak semua media pembayaran memberikan pengaruh besar. Contohnya seperti pada pembayaran retail menggunakan beberapa instrumen seperti

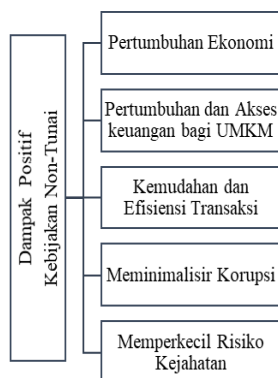
pembayaran melalui kartu, kredit transfer dan *direct debit* memiliki hubungan positif kepada pertumbuhan ekonomi, sedangkan pembayaran melalui cek memiliki pengaruh yang relative rendah terhadap kondisi makroekonomi (Susilawati & Putri, 2019). Lebih lanjut lagi, penelitian dari Oyewole, Gambo, Abba, dan Onuh (2013) mengatakan bahwa hanya saluran ATM yang berpengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi.

Selain itu, e-money juga berpotensi meningkatkan pertumbuhan usaha kecil dan menengah (UMKM) dimana pertumbuhan UMKM secara makro akan berdampak pada pertumbuhan ekonomi sebuah negara melalui pertumbuhan GDP (Joel, Neeka, Kelvin, & George, 2016). Studi oleh Comfort et.al (2015) menyatakan bahwa kebijakan non-tunai berpotensi mendukung pertumbuhan UMKM walaupun belum dapat sepenuhnya merangkul UMKM yang informal. Penggunaan transaksi non-tunai juga dapat meningkatkan performa keuangan dari UMKM (Rofiat, 2017) (Ebeiyamba, 2014) (Odior & Banuso, 2012).

Meski belum dapat merangkul sektor informal, transaksi non-tunai berpotensi menciptakan lapangan kerja baru baik di perkotaan maupun pedesaan karena dengan sistem online jarak dan waktu seolah menjadi tanpa batas. Hal ini ditandai dengan banyaknya toko-toko online yang dapat dijangkau karena tidak lagi memerlukan transaksi pembayaran secara fisik atau tunai. Hal ini juga didukung dengan banyaknya platform marketplace yang memfasilitasi siapapun yang ini masuk dunia bisnis jual beli.

Dari sisi konsumen, kebijakan ini juga berpotensi memberi banyak manfaat positif. (Adeniyi & Olutayo, 2015) menunjukkan kepuasan konsumen dalam bertransaksi dengan menggunakan e-money. Hasil penelitian dari Yaqub, et.al. (2013) juga menyatakan bahwa diterapkannya kebijakan non-tunai dengan memperbanyak saluran pembayaran elektronik akan berdampak positif bagi kenyamanan dan kemudahan konsumen dalam pembayaran, memperkecil risiko kejahatan dan biaya administrasi yang lebih rendah. Sedangkan untuk perusahaan benefitnya dapat berupa akses yang lebih cepat ke modal dan memperkecil biaya pengurusan (Odior et.al 2012). Terakhir, pemerintah juga akan diuntungkan karena kebijakan ini dapat menaikkan tingkat pengumpulan pajak, inklusi finansial yang lebih baik dan perkembangan ekonomi.

Dengan adanya kemudahan bertransaksi, penggunaan transaksi non-tunai idealnya memberikan efisiensi dan keleluasaan dalam mengatur kebutuhan. Namun begitu, ada kemungkinan lain yang dapat timbul yaitu perilaku konsumtif akibat kemudahan bertransaksi tersebut. Sebuah studi Ramadani (2016) menyatakan bahwa semakin tinggi penggunaan transaksi non-tunai seperti kartu debit dan uang elektronik, semakin tinggi pula pengeluaran konsumsi pengguna uang elektronik.



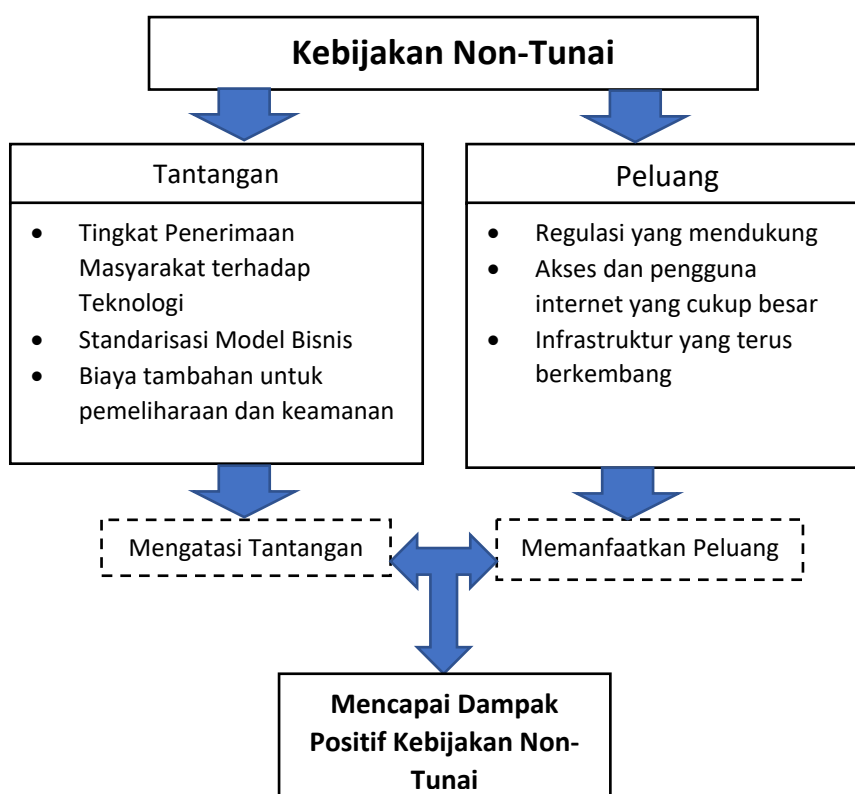
Gambar 2. Dampak Positif Kebijakan non-tunai bagi Perekonomian

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan pada makalah ini adalah studi literatur. Penelitian ini mengumpulkan studi-studi terdahulu dalam jangka sepuluh tahun terakhir yaitu periode tahun 2009-2019 terkait kebijakan non-tunai. Studi-studi tersebut kemudian diekstrak untuk mendapatkan informasi mengenai dampak-dampak positif kebijakan non-tunai pada perekonomian sekaligus tinjauan mengenai tantangan dan peluang yang ada pada penerapan kebijakan non-tunai.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tantangan dan Peluang dalam Penerapan Kebijakan Non-tunai



Gambar 3. Tantangan dan Peluang dalam Kebijakan Non-Tunai

Pada kajian literatur telah ditemukan banyak penelitian yang membuktikan manfaat yang didapat dengan adanya kebijakan non-tunai antara lain pertumbuhan ekonomi, potensi penurunan angka kriminal dan korupsi hingga kenyamanan dan efisiensi dalam bertransaksi para pengguna atau konsumen. Namun begitu, dalam penerapannya tidak luput dari tantangan-tantangan. Ada beberapa tantangan yang akan menjadi perhatian yaitu karakteristik ekonomi dan tingkat penerimaan masyarakat terhadap teknologi, standarisasi model bisnis serta tambahan biaya pemeliharaan dan keamanan.

Karakteristik suatu negara dapat menjadi tantangan bagi penerapan kebijakan non-tunai. Sebagai contoh, di negara seperti Nigeria dan mayoritas negara berkembang, industri didominasi oleh UMKM berpendapatan rendah yang ketika dalam proses migrasi dari penggunaan uang tunai menjadi non-tunai akan memerlukan waktu yang lama karena harus mengganti kebiasaan menggunakan uang tunai (Nwankwo & Eze, 2012). Hal ini juga berkaitan dengan tingkat penerimaan terhadap pembayaran non-tunai atau adanya resistansi terhadap perubahan. Hal ini cenderung terjadi pada masyarakat daerah yang bisa jadi tingkat iliterasi terhadap teknologinya masih rendah. Sementara masyarakat perkotaan yang secara karakteristik lebih mampu menerima perubahan dan didukung oleh ketersediaan infrastruktur. Penerimaan yang lumayan responsif ini pun ada karena dorongan berbagai macam program promosi seperti yang dilakukan provider uang elektronik saat ini. Dengan kata lain, gerakan atau kegiatan penguatan literasi dan kampanye penggunaan transaksi non-tunai harus terus dilakukan.

Dari sisi model bisnis, Samsumar (2016) mengatakan ada beberapa model yang dapat diterapkan di Indonesia, yaitu *model single issuer*, *model multi issuer- single operator* dan *model multi issuer - multi operator*. *Model single issuer* adalah model secara nasional hanya ada satu penerbit yang menerbitkan uang elektronik, dimana sistem operator dapat dilakukan oleh penerbit itu sendiri atau oleh pihak lain. Dalam model ini *issuer* harus memiliki kemampuan untuk membangun jaringan sistem yang luas ke berbagai armada niaga (*merchant*). Hal yang menarik dalam model ini adalah penerimaan terhadap *merchant* cukup luas.

Model yang kedua, *model multi issuer- single operator*, adalah model yang secara nasional memungkinkan terdapat lebih dari satu penerbit e-money dengan hanya ada satu sistem operator yang menyediakan infrastruktur penyelenggaraan uang elektronik. Model yang ketiga adalah *model multi issuer - multi operator*. Model ini pada prinsipnya hampir sama dengan model yang kedua dimana secara nasional terdapat lebih dari satu penerbit yang menerbitkan uang elektronik, namun masing-masing penerbit dapat menggunakan sistem operator berbeda. Agar setiap uang elektronik yang diterbitkan oleh masing-masing penerbit itu dapat diterima secara luas karena perbedaan operator, maka perlu ada standarisasi dalam penyelenggaraan uang elektronik oleh berbagai penerbit dan sistem operator tersebut.

Secara definisi, model yang paling dekat dengan yang diterapkan di Indonesia adalah model yang ketiga, *model multi issuer - multi operator*. Indonesia memiliki berbagai macam penerbit dan operator. Saat ini sudah ada 39 penerbit atau penyelenggara uang elektronik. Karena banyaknya penerbit dan perbedaan sistem operator ini, maka standarisasi dalam penyelenggaraan uang elektronik harus dilakukan.

Keberadaan infrastruktur juga harus diperhatikan terutama bagi masyarakat yang berada di daerah. Hal ini menjadi tantangan bagi para pemangku kepentingan termasuk pemerintah, penyedia jasa keuangan dan pembayaran untuk merancang infrastruktur yang tepat. Apabila infrastruktur telah terbangun, tantangan tidak berhenti sampai disitu. Menurut Ibrahim & Maiwada (2014) berikut ini adalah fasilitas-fasilitas ini merupakan infrastruktur dasar dari penyelenggaraan uang elektronik yaitu pasokan listrik, Anjungan Tunai Mandiri (ATM), Point of Sale (POS) terminal dan kartu elektronik.

Pasokan listrik sangat penting karena seluruh transaksi non-tunai menggunakan sistem yang bergantung pada daya listrik. Kemudian ATM juga penting untuk mendukung transaksi pembayaran dan juga mengisi ulang karti-kartu yang menjadi media pembayaran non-tunai. Selain itu, POS terminal yang merupakan perangkat elektronik yang digunakan untuk membaca informasi kartu dan memproses pembayaran

pada kartu itu untuk transaksi juga merupakan alat yang penting dalam transaksi non-tunai.

Tingginya biaya pemeliharaan dan investasi pada keamanan jaringan untuk menghindari pembajakan atau penipuan juga merupakan hal yang harus diperhatikan mengingat rentannya dunia digital saat ini (Ovat, 2012). Kekhawatiran akan hal ini juga akan menyebabkan susahnya proses peralihan ke transaksi non-tunai. Ada dua hal penting pada keamanan operasional uang elektronik, yaitu *potential security risk* dan *security measures* (Samsumar, 2016). *Potential security risk* dapat berupa penggandaan alat, duplikasi pada perangkat lunak/data, pencurian, penyalahgunaan transaksi hingga risiko *malfunction* atau data yang hilang. *Security measures*, bertujuan untuk memastikan ancamana kejahatan, memberikan peringatan pada pengguna apabila ada indikasi penyalahgunaan dan tindakan untuk mengurangi dampak-dampak yang ada.

Bicara mengenai peluang, regulasi mengenai uang elektronik dikeluarkan oleh Bank Indonesia melalui Peraturan Bank Indonesia nomor 20/6/PBI/2018 tentang Uang Elektronik. Dari sisi perizinan, penyelenggaraan uang elektronik diotorisasi dan dikeluarkan oleh Bank Indonesia. Per 24 Oktober 2019, telah ada 39 penyelenggara uang elektronik yang memperoleh izin dari Bank Indonesia. Dari daftar tersebut, ada beberapa penyedia layanan yang telah umum digunakan karena menjadi alat bayar pada transportasi umum seperti kereta komuter dan transjakarta diantaranya Mandiri e-money, Flazz BCA dan Brizzi Bank BRI serta LinkAja dari PT Fintek Karya Nusantara yang merupakan perusahaan gabungan bank-bank BUMN seperti Bank Mandiri, Bank BRI, Bank BNI dan Bank BTN.

Pada regulasi dari sisi Syariah, Majelis Ulama Indonesia (MUI) sudah mengeluarkan fatwa yaitu Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No: 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang Uang Elektronik Syariah yang mengatur ketentuan dan batasan penggunaan uang elektronik sesuai syariat Islam. Namun, sampai dengan saat ini hanya satu penyelenggara yang menggunakan bank Syariah yaitu Bank Syariah Mandiri (BSM) e-money yang secara infrastruktur penyelenggaraannya masih bergantung pada Bank Mandiri. Menurut laman daring BSM, BSM e-money sudah dapat digunakan untuk membayar tol, bus, kereta komuter, pengisian bahan bakar minyak, belanja di beberapa *merchant*, restoran dan tempat rekreasi dalam jumlah yang terbatas.

Selain yang disebutkan diatas, koneksi dan jangkauan internet juga memegang peranan penting karena selain listrik, transaksi non-tunai juga menggunakan koneksi internet. Menurut survey APJII tahun 2019, pengguna internet di Indonesia mencapai 64.8% dari total populasi Indonesia. Persentase tersebut setara dengan 171.17 juta jiwa dari total 264.16 juta jiwa penduduk Indonesia. Hal tersebut membuat para provider tergerak untuk terus meningkatkan layanan dan jangkauan koneksi internet agar terus meningkatkan jumlah jangkauan pengguna. Pasokan listrik yang juga merupakan pendukung operasional transaksi dengan uang elektronik terus meningkat di Indonesia. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), pasokan listrik di Indonesia sebesar 55.177 MW pada tahun 2017 dan diberitakan telah mengalami kenaikan sebesar 4000 MW di tahun 2019.

Kios-kios pengisian dan pengecekan saldo yang menjangkau semua daerah dan fasilitas pelayanan keluhan pelanggan yang tersedia sepanjang waktu juga sangat penting. Hal ini berkaitan dengan salah satu kelemahan uang elektronik dimana akses pengecekan dan pengisian saldo masih terbatas dan tidak terlepasnya masalah-masalah pada penggunaan perangkat digital sehingga memerlukan adanya fasilitas yang dapat

selalu melayani konsumen kapanpun dan dimanapun apabila terkendala pada transaksi. Hal ini dapat diatasi dengan bekerja sama dengan kios-kios mini market seperti Indomart dan Alfamart yang tersebar hampir diseluruh daerah di Indonesia sehingga sekaligus dapat menjawab tantangan mengenai kebutuhan ATM sebagai media pengisian saldo.

SIMPULAN DAN SARAN

Dorongan untuk melaksanakan transaksi non-tunai dengan adanya kebijakan non-tunai pada berbagai negara diharapkan dapat memberikan dampak yang positif bagi perekonomian. Dari penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa transaksi non-tunai membawa dampak positif dalam perekonomian seperti pertumbuhan ekonomi secara makro dan pertumbuhan pada UMKM. Selain itu, efisiensi kenyamanan dan keamanan transaksi juga menjadi dampak positif yang didapatkan konsumen.

Meskipun begitu, ada beberapa tantangan yang harus dihadapi dalam rangka penerapan transaksi non-tunai yang efisien diantaranya adalah masih rendahnya tingkat penerimaan konsumen, model bisnis yang harus distandarisasi dan biaya tambahan akibat kegiatan pemeliharaan dan keamanan pada transaksi non-tunai. Walau begitu, Indonesia memiliki beberapa peluang dalam implementasi kebijakan non-tunai di Indonesia diantaranya adalah sudah adanya dukungan regulasi tentang uang elektronik. Selain itu, untuk mengakomodir rakyat Indonesia yang mayoritas adalah penduduk Muslim untuk menggunakan uang elektronik, MUI sudah mengeluarkan fatwa yaitu Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No: 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang Uang Elektronik Syariah. Kemudian, akses internet dan pengembangan infrastruktur uang elektronik di Indonesia juga dinilai cukup untuk memfasilitasi penggunaan uang elektronik di Indonesia.

Dengan ter-identifikasinya peluang dan tantangan, kita dapat merancang bagaimana memanfaatkan peluang dan menjawab tantangan pada implementasi kebijakan non-tunai. Dengan dilakukannya hal tersebut, bukan tidak mungkin dampak-dampak positif atas penyelenggaraan dan kebijakan transaksi non-tunai yang telah dilakukan dapat terus meningkat sehingga bisa berkontribusi pada perekonomian Indonesia yang lebih baik lagi di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adeniyi, A., & Olutayo, O. (2015). Cashless policy and customers' satisfaction: A study of commercial banks in Ogun State, Nigeria. *Research Journal of Finance and Accounting Wwww.Iiste.Org ISSN*, 6(2), 37–48. Retrieved from www.iiste.org
- Ady, E. (2016). Pengaruh sistem pembayaran non-tunai terhadap inflasi di Indonesia tahun 2011-2015. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 4(2), 1–15.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2019). Laporan survey penetrasi & profil perilaku pengguna internet Indonesia. *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*. Retrieved from www.apjii.or.id
- Bank Indonesia. (2018). Peraturan Bank Indonesia nomor 20/6/PBI/2018 tentang Uang Elektronik, 35.
- Comfort, M.A., & Omoare, E. O. (2015). Cashless policy and economic activities in

- developing countries (A case study of Nigeria). *American Journal of Economics*, 5(4), 417–422. <https://doi.org/10.5923/j.economics.20150504.03>
- Dewan Syariah Nasional. (2017). Fatwa DSN-MUI tentang uang elektronik syariah, (19), 12. Retrieved from <https://dsnmu.or.id/category/fatwa/>
- Ebeiyamba, O. J. (2014). Effect of cashless economy on micro and small scale businesses in Nigeria. *European Journal of Business and Management*, 6(1), 101–106.
- Hasan, I., De Renzis, T., & Schmiedel, H. (2012). Retail payments and economic growth. *Bank of Finland Discussion Paper, SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2100651>
- Ibrahim, S. O., & Maiwada, Y. B. (2014). An assessment of e-payment infrastructures towards an efficient cashless policy in Nigeria: A case study of Bauchi State. *IOSR Journal of Economics and Finance*, 5(4), 18–24. <https://doi.org/10.9790/5933-0541824>
- Joel, A., Neeka, I., Kelvin, N., & George, N. (2016). Repositioning cashless policy in the Nigeria economy: Policy options for small scale business development. *International Journal of Economics, Business and Management Studies*, 3(2), 67–74. <https://doi.org/10.20448/802.3.2.67.74>
- Mieseigha, E. G., & Ogbodo, U. K. (2013). An empirical analysis of the benefits of cashless economy on Nigeria's economic development. *Research Journal of Finance and Accounting*, 4(17), 11–16. Retrieved from www.iiste.org
- Nwankwo, O., & Eze, O. R. (2012). Electronic payment in cashless economy of Nigeria: Problems and prospect. *Journal of Management Research*, 5(1), 138–151. <https://doi.org/10.5296/jmr.v5i1.2650>
- Odior, E. S., & Banuso, F. B. (2012). Cashless banking in Nigeria: Challenges, benefits and policy implications. *European Scientific Journal*, 8(12), 289–316.
- Omotunde, M., Sunday, T., & John-Dewole, A. T. (2013). Impact of cashless economy in Nigeria. *Greener Journal of Internet, Information and Communication Systems*, 1(2), 040–043. <https://doi.org/10.15580/gjiics.2013.2.020713436>
- Ovat, O. O. (2012). The central bank of Nigeria's cashless policy in Nigeria: Benefits and challenges. *Journal of Economics and Sustainable Development*, 3(14), 128–133. Retrieved from www.iiste.org
- Oyewole, O. S., Gambo, E.J., Abba, M., & Onuh, M. E. (2013). Electronic payment system and economic growth: A review of transition to cashless economy in Nigeria. *International Journal of Scientific Engineering and Technology*, 2 (9), 913–918.
- PwC. (2019). Global Consumer Insights Survey. *Global Consumer Insights Survey*.
- Ramadani, L. (2016). Pengaruh penggunaan kartu debit dan uang elektronik (E-Money) terhadap pengeluaran konsumsi mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Studi Pembangunan*, 8(1), 1–8. <https://doi.org/10.17977/um002v8i12016p001>
- Rofiat, A. (2017). The effect of cashless banking on the financial performance of small and medium scale enterprises. *International Journal of Advanced Research in Public Policy, Social Development and Enterprise Studies*, 2(2), 133–142.
- Samsumar, L. D. (2016). Konsep dan tantangan penggunaan teknologi e-money sebagai alat pembayaran alternatif di Indonesia. *METHODIKA: Jurnal Teknik*

- Informatika Dan Sistem Informasi*, 2(1), 102–107. Retrieved from <http://www.methodika.net/index.php/jurnalmethodika/article/view/18>
- Susilawati, & Putri, D. Z. (2019). Analisis pengaruh transaksi non tunai dan suku bunga BI terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. *Kajian Ekonomi Dan Pembangunan*, 1(2), 667–678.
- Yaqub, J. O., Bello, H. T., Adenuga, I. A., & Ogundeji, M. O. (2013). The cashless policy in Nigeria: Prospects and challenges. *International Journal of Humanities and Social Science*, 3(3), 200–212.
- Zunaitin, E., Niken, R.W, Wahyu, F.P. (2017). Pengaruh e-money terhadap inflasi di Indonesia (The Effect E-money of Inflation in Indonesia). *Journal Ekuilibrium*, II(1), 18–23.

GAYA KEPEMIMPINAN DEMOKRATIS, DISIPLIN KERJA DAN IMBALAN FINANSIAL TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA YAYASAN PERSATUAN PERGURUAN TAMAN SISWA CURUP

¹Muhammad Istan*, ²Hardinata*

¹Institut Agama Islam Negeri Curup

²Mahasiswa Magister Manajemen Universitas Bengkulu

¹muhammadistan@iaincurup.ac.id, ²hardinata1992@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak dari gaya kepemimpinan demokratis, disiplin kerja dan imbalan finansial terhadap kinerja karyawan Yayasan Perguruan Tamansiswa Cabang Curup. Penelitian ini dilakukan di Yayasan Perguruan Tamansiswa Cabang Curup. Data dianalisis dengan cara regresi linier berganda. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 35 orang diperoleh dengan cara sensus (total sampling). Hasil dari penelitian ini menunjukkan kepemimpinan demokratis, disiplin kerja dan imbalan finansial berpengaruh positif secara simultan terhadap kinerja karyawan Yayasan Perguruan Tamansiswa Cabang Curup. Kepemimpinan demokratis, disiplin kerja dan imbalan finansial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai. Imbalan finansial merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi kinerja karyawan pada Yayasan Perguruan Tamansiswa Cabang Curup.

Kata kunci: demokratis, disiplin, imbalan, kinerja, kepemimpinan,

Abstract

The aim of this study was to determine the effect of democratic leadership, work discipline and financial rewards to employee performance Yayasan Perguruan Tamansiswa Cabang Curup. This research was conducted in Yayasan Perguruan Tamansiswa Cabang Curup with data analysis technique multiple linear regression. The number of samples obtained by using census method is as much as 35 respondents. Results of the analysis may conclude democratic leadership, work discipline and the financial rewards simultaneously positive effect on employee performance Yayasan Perguruan Tamansiswa Cabang Curup. Democratic leadership, work discipline and financial rewards positive and significant impact on performance. Financial rewards are the dominant variables that most affect the performance of employees at Yayasan Perguruan Tamansiswa Cabang Curup.

Keywords: democratic, discipline, leadership, performance, rewards

PENDAHULUAN

Pendidikan adalah proses perpindahan pengetahuan, keterampilan, dan kebiasaan sekelompok orang yang diturunkan dari satu generasi ke generasi berikutnya melalui pengajaran, pelatihan, atau penelitian. Pendidikan sering terjadi di bawah bimbingan orang lain, tetapi juga memungkinkan secara otodidak (Dewey, 1961). Kebutuhan akan pendidikan adalah suatu hal yang harus dipenuhi oleh setiap orang yang hidup di muka bumi ini. Setiap orang membutuhkan pendidikan untuk menjadi manusia yang sesungguhnya. Pendidikan yang dibutuhkan dapat berupa pendidikan formal maupun pendidikan non formal. Yayasan Persatuan Perguruan Tamansiswa merupakan badan

usaha yang bergerak dibidang pendidikan. Yayasan Perguruan Tamansiswa Cabang Curup ikut berperan dalam rangka mencerdaskan anak bangsa khususnya di Kabupaten Rejang Lebong. Sebagai lembaga pendidikan swasta yang tentunya memiliki persaingan yang tinggi baik dengan sesama lembaga pendidikan swasta lainnya maupun dengan lembaga pendidikan negeri, maka diperlukan maka dibutuhkan sebuah metode tata kelola yang baik dan didukung oleh sumberdaya manusia yang memiliki kemampuan supaya dapat berkompetisi dengan organisasi atau lembaga pendidikan lain sejenis (Risani, 2019).

Berdasarkan fakta dalam perusahaan (khususnya lembaga pendidikan swasta) menunjukkan bahwa sistem pengupahan yang ada sepertinya belum adil yang dirasakan oleh para guru dan pegawainya. Sistem penggajian berupa imbalan berupa berbentuk uang yang dirasakan belum adil dapat dilihat secara kasat mata bahwa besarnya gaji yang diterima setiap guru dan pegawai sama setiap bulannya walaupun jenis dan beban kerja yang berbeda, ditambah lagi dengan tidak meningkatnya berbagai tunjangan seiring peningkatan kebutuhan hidup para guru dan pegawainya serta tidak disediakan jaminan untuk para pegawai yang telah mencapai usia pension. Yayasan Perguruan Tamansiswa Cabang Curup adalah lembaga yang bergerak dibidang jasa pendidikan yang berlokasi di Jalan Ahmad Marzuki Kelurahan Talang Rimbo Baru Curup. Penyelenggaraan pendidikan ditujukan memperoleh keuntungan dengan memberikan pelayanan jasa pendidikan kepada masyarakat umumnya dan anak didik khususnya. Yayasan Perguruan Tamansiswa Cabang Curup memiliki sumber daya manusia yang kompeten dan professional dalam mendukung kegiatan organisasinya di sajikan dalam Tabel 1 dibawah ini.

Tabel 1 menjelaskan jumlah karyawan pada Yayasan Perguruan Tamansiswa Cabang Curup sebanyak 35 orang. Karyawan terbanyak terdapat pada bagian Taman Madya sebanyak 15 orang dan jumlah karyawan terkecil pada Bagian Taman Muda 8 orang. Tabel ini menunjukkan jumlah Pegawai dan Guru yang ada pada Yayasan Perguruan Tamansiswa Cabang Curup yang membantu kelancaran operasional yayasan (perusahaan) dalam mencapai tujuannya. Perkembangan dunia bisnis dibidang pendidikan di Bengkulu pada saat ini, khususnya Kabupaten Rejang Lebong dalam melayani masyarakat menunjukkan manfaat yang semakin meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa Yayasan Perguruan Tamansiswa Cabang Curup harus menjadi rujukan dan memperoleh simpati serta kepercayaan masyarakat dalam menitipkan putra-putri mereka untuk menempuh pendidikan terhadap bisnis jasa pendidikan menjadi sektor unggulan yang dikembangkan yayasan. Dalam perkembangannya Yayasan Perguruan Tamansiswa Cabang Curup mengalami penurunan jumlah peserta didik dalam 5 tahun terakhir. Perkembangan jumlah peserta didik Yayasan Perguruan Tamansiswa Cabang Curup dari tahun 2011 sampai tahun 2015 dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 1. Jumlah Guru dan Pegawai Pada Yayasan Perguruan Tamansiswa Cabang Curup

No	Bagian	Jumlah (orang)
1.	Bagian Taman Muda	8
2.	Bagian Taman Dewasa	12
3.	Bagian Taman Madya	15
Jumlah Total		35

Sumber: Yayasan Perguruan Tamansiswa Cabang Curup, 2015

Tabel 2. Target Peserta Didik Dan Total Peserta Didik Yayasan Perguruan Tamansiswa Cabang Curup Periode Tahun 2011-2015

Tahun	Target Peserta Didik	Total Peserta Didik	Pertumbuhan (%)
2011	300	295	-
2012	345	310	5,08
2013	390	300	(3,23)
2014	400	330	11,00
2015	420	290	(12,12)

Sumber: Yayasan Perguruan Tamansiswa Cabang Curup, 2015

Tabel 2 menjelaskan total peserta didik Yayasan Perguruan Tamansiswa Cabang Curup dari tahun 2011– 2015 cenderung berfluktuasi, ini disebabkan oleh kurangnya dukungan kerja karyawan yang tidak optimal dalam sosialisasi dan promosi kepada masyarakat terhadap eksistensi dan mutu yang dimiliki oleh yayasan perguruan Tamansiswa Curup. Tabel 2 di atas menunjukkan peningkatan peserta didik tidak terlalu banyak setiap tahunnya, dan dapat dilihat bahwa peserta didik cenderung turun sangat signifikan yaitu sebesar (12,12) persen pada tahun 2015 ini. Ini dapat disebabkan oleh kurangnya kinerja karyawan dalam melakukan sosialisasi dan promosi serta kurangnya dalam memberikan pelayanan dan kepuasan kepada peserta didik dan para orang tua. Kondisi ini mengindikasikan adanya problem terhadap produktivitas dalam bekerja para guru dan pegawai (karyawan) sehingga terlihat lambat dan kurang rajin dalam melaksanakan tugas dan fungsinya masing-masing dalam bekerja.

Kegagalan yayasan dalam melihat dan menilai hasil pekerjaan para guru dan pegawai, pihak pengurus yayasan nantinya mendapatkan ketidak sesuaian antara harapan dan kenyataan terkait dengan tingkat pelayanan kepada peserta didik dan para orang tua, yang cukup sering mendapatkan *complain* dari para oarang tua, terkait dengan disiplin dalam waktu sekolah, misalnya masuk lambat, dan pulang lebih awal. Kondisi seperti ini jika lambat diselesaikan dan diperbaiki segera akan berdampak kepada kualitas dan produktivitas lembaga.

Masalah imbalan finansial pada Yayasan Perguruan Tamansiswa Cabang Curup menjadi hal yang utama bagi pimpinan pengurus yayasan, karena upah atau gaji adalah salah satu indicator yang berdampak besar terhadap prestasi kerja para pegawai dan guru . Masalah imbalan finansial yang ditemui pada Yayasan Perguruan Tamansiswa Cabang Curup, dimana jumlah gaji yang sama untuk jenis pekerjaan yang berbeda. Jumlah aneka insentif dan aneka tunjangan yang relatif konstan (tetap) dari tahun ke tahun walaupun kebutuhan hidup terus meningkat meningkat. Tidak ada jaminan hari tua bagi para pegawai dan guru yang pengabdianya sudah lama.

Yayasan Perguruan Tamansiswa Cabang Curup turut merasakan dan ikut dalam kompetisi yang ketat dengan lembaga pendidikan yang bergerak dalam bidang yang sama. Upaya agar dapat menyelesaikan dan memenangkan kompetisi tersebut pihak Yayasan Perguruan Tamansiswa Cabang Curup telah melakukan perbaikan pelayanan kepada masyarakat yang menjadi pelanggan. Untuk dapat memberikan pelayanan yang berkualitas dan menyenangkan masyarakat konsumen pendidikan dibutuhkan kualitas kerja para guru dan pegawai secara optimal (Hafizurrachman, Trisnantoro, & Bachtiar, 2011).

Berdasarkan uraian di atas, tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui dampak dari gaya kepemimpinan demokratis, disiplin kerja dan imbalan finansial terhadap kinerja karyawan pada Yayasan Perguruan Tamansiswa Cabang Curup.

KERANGKA TEORI

Gaya kepemimpinan yang dilakukan oleh pimpinan organisasi dengan menggunakan prinsip demokrasi disebut kepemimpinan demokratis. Pemimpin yang menggunakan prinsip demokratis disebut juga dengan pemimpin partisipatif. (*participative leadership*). Pemimpin dalam melaksanakan fungsinya mengharapkan peran serta aktif dari para bawahannya. Kepemimpinan padalam mengambil suatu keputusan. Gaya kepemimpinan demokratis menjadikan sumber daya manusia sebagai komponen inti dan utama dalam organisasi. Semua sumber daya manusia dalam organisasi akan memiliki nilai dan berharga jika memiliki kompetensi, kemauan, pikiran, dan berminat dan memiliki perhatian dan memiliki pandangan yang lain dengan orang lainnya dalam organisasi. Berdasarkan kondisi ini maka semua orang yang berada dalam organisasi harus dilibatkan dan berpartisipasi aktif pada setiap kegiatan organisasi (Wahyuddin, 2008). Wujud dan peran dari setiap sumber daya manusia ini tergantung dengan tugas dan fungsi masing-masing dalam organisasi.

Model pemimpin yang menghargai ciri, watak, karaktersistik, sifat dan kompetensi setiap bawahannya disebut dengan model gaya kepemimpinan demokratis (Chen, Tsui, & Farh, 2002). Pimpinan yang selalu melibatkan bawahan dalam pengambilan keputusan strategis untuk kemajuan organisasi. Kemudian pemimpin yang memiliki model dan mampu membimbing maka buahnya dengan efektif dan efisien bagi anggotanya sehingga anggota kelompoknya dapat menjalankan tugas dan perannya dengan baik.

Pelaksanaan gaya kepemimpinan partisipatif dalam organisasi memerlukan fungsi koordinasi yang intensif yang kuat terhadap beban kerja yang ditanggung oleh masing-masing anggota organisasi sehingga pimpinan bukanlah merupakan kekuatan utama organisasi, tetapi kekuatan utama organisasi terletak pada peran serta aktif dari setiap anggota organisasi. Sasongko (2014) menyatakan salah satu dasar gaya kepemimpinan demokratis adalah rasa tanggung jawab pribadi yang dimiliki oleh setiap anggota organisasi.

Berdasarkan definisi di atas maka kinerja karyawan akan meningkat jika gaya kepemimpinan demokratis dilaksanakan oleh pimpinan dalam mengelola organisasi. Pemimpin harus mampu mendorong dan memiliki kepedulian yang tinggi terhadap berbagai permasalahan yang dihadapi oleh anggota organisasi, agar kesalahan dan pelanggaran tidak terjadi dalam bekerja yang berpengaruh terhadap reputasi organisasi di mata masyarakat. Gaya kepemimpinan demokratis membutuhkan soliditas tinggi dari setiap anggotanya dalam mencapai prestasi kerja yang baik.

Setiap gaya kepemimpinan tentunya mempunyai hal-hal yang membedakannya dari gaya kepemimpinan yang lainnya, begitu juga gaya kepemimpinan demokratis ini tentu juga mempunyai ciri-ciri tertentu. Adapun ciri-ciri gaya kepemimpinan demokratis sesuai dengan tulisan (Nugraha, 2013), antara lain: wewenang pimpinan tidak mutlak, terdapat pelimpahan sebagian wewenang kepada bawahan, komunikasi berlangsung timbal balik, prakarsa datang dari pimpinan maupun bawahan, pujian dan kritik seimbang, pimpinan mendorong prestasi bawahan.

Melihat kondisi ini kinerja yang dimiliki oleh para guru dan pegawai (karyawan) didorong agar dapat terus ditingkatkan, supaya keberadaan lembaga pendidikan tetap bertahan hidup maka pimpinan harus memiliki kompetensi dan strategi untuk berkompetisi dengan organisasi lain dalam keadaan perubahan dan menjadi unggul dalam kompetisi tersebut (Hameed, 2011). Abbas & Sara (2009) menyatakan kompetensi, skill dan strategi yang dimiliki oleh seorang pemimpin baik formal maupun nonformal dalam menjalankan peran dan fungsi sebagai manajer pada suatu organisasi baik swasta, milik pemerintah maupun sector public sangat menentukan dalam pencapaian tujuan organisasi. Fungsi manajemen dalam organisasi (perusahaan) satu sama lainnya mempunyai hubungan yang saling keterkaitan, namun demikian fungsi personalia mempunyai peran yang sangat strategis dari fungsi-fungsi perusahaan lainnya (Tohardi, 2007). Tenaga kerja merupakan sumber daya manusia yang memiliki peran sangat strategis dalam suatu organisasi perusahaan. Sumber daya manusia harus dikelola dan dipelihara dengan baik untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi organisasi, sebagai salah satu fungsi dalam perusahaan (Marriot, 2008).

Organisasi secara umum memiliki berbagai macam cara untuk meningkatkan kinerja karyawan mereka meskipun caranya bervariasi dari satu perusahaan ke yang lain tergantung pada fungsi yang sebenarnya dari masing-masing perusahaan (Gani, 2009). Hal ini dilakukan dalam upaya untuk meningkatkan kinerja karyawan yang berdampak terhadap produktivitas perusahaan (Obasan, 2012). Perusahaan membutuhkan karyawan yang mampu bekerja lebih baik dan lebih cepat, untuk mendapatkan hal tersebut kinerja karyawan harus dipelihara dan diperhatikan (Agustina, 2009) (Becker, Antuar, & Everett, 2011). Organisasi memerlukan tenaga kerja yang memiliki kemampuan bekerja lebih baik dan lebih cepat sehingga dibutuhkan tenaga kerja yang memiliki kemampuan kerja (*job performance*) yang tinggi. Sumber Daya Manusia dalam suatu organisasi atau perusahaan mempunyai kedudukan yang sangat penting karena manusia bisa mengetahui input-input yang perlu diambil dari lingkungan sekitar. Berbagai metode digunakan untuk mengungkap berbagai sumber daya tersebut baik teknologi, produk, marketing sehingga mampu mengolah atau mentransformasikan sumber daya tersebut menjadi output-output yang dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan publik.

Hasil kerja dari setiap karyawan memiliki peran penting bagi suatu organisasi, karena hasil kerja tersebut merupakan memberikan kontribusi bagi tercapainya kinerja setiap fungsi organisasi dan pada akhirnya kinerja fungsi-fungsi organisasi memberi kontribusi terhadap pencapaian kinerja organisasi (Nimalathan, & Brabete 2010) (Rivai & Basri, 2006). Rendahnya kinerja karyawan dalam suatu organisasi dapat menyebabkan terhambatnya suatu organisasi dalam mencapai tujuannya (Feng, Foster, & Heling, 2005). Kinerja dalam menjalankan fungsinya tidak berdiri sendiri, tetapi berhubungan dengan kepuasan kerja dan tingkat imbalan, dipengaruhi oleh keterampilan, kemampuan dan sifat-sifat individu (Sedarmayanti, 2007); (Hayward, 2005). Kinerja adalah tingkat prestasi seseorang atau karyawan dalam suatu organisasi atau perusahaan yang dapat meningkatkan produktivitas (Parwanto & Wahyudin, 2007). Terdapat dua faktor yang dapat mempengaruhi kinerja karyawan yaitu faktor internal dan faktor eksternal (Riyadi, 2011). Faktor internal merupakan faktor yang berhubungan dengan sifat-sifat seseorang, meliputi sikap, sifat-sifat kepribadian, sifat fisik, keinginan atau motivasi, umur, jenis kelamin, pendidikan, pengalaman kerja, latar belakang budaya dan variabel-variabel personal lainnya. Faktor eksternal merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan yang berasal dari lingkungan,

kepemimpinan, tindakan-tindakan rekan kerja, jenis latihan dan pengawasan, sistem upah dan lingkungan sosial (Siagian, 2007).

Menurut Rivai dan Basri menyatakan kinerja pada dasarnya ditentukan oleh tiga hal, yaitu: 1) kemampuan, 2) keinginan, dan 3) lingkungan (Rivai & Basri, 2006). Oleh karena itu, untuk memiliki kinerja yang baik, seseorang harus memiliki keinginan yang tinggi, kemampuan atau skill individu, serta disiplin kerja yang baik untuk mengerjakan pekerjaannya (Chandrasekar, 2011). (Chen, Tsui, & Farh, 2002) menyatakan setiap pencapaian kinerja selalu diikuti perolehan yang mempunyai nilai bagi karyawan yang bersangkutan, baik berupa upah, promosi, teguran maupun pekerjaan yang lebih baik. Untuk dapat meningkatkan kinerja karyawan, maka pihak manajemen perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan menurut Rahmat, meliputi: kepemimpinan, imbalan finansial dan disiplin kerja (Nugroho, 2006). Menurut Simamora kinerja dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu: faktor individual (kemampuan dan keahlian, latar belakang, demografi), faktor psikologi (persepsi, attitude, personality, pembelanjaan, motivasi) dan faktor organisasi (sumber daya, kepemimpinan, penghargaan, hubungan kerja), struktur, dan desain pekerjaan (Simamora, 2008) Seorang pemimpin harus dapat mewujudkan kinerja karyawannya, karena sebagai faktor yang mengarahkan organisasi dan juga pemberian contoh perilaku terhadap para pengikut (karyawan) peran kepemimpinan sangat menentukan kemajuan dan kemunduran organisasi (Siagian, 2007).

Indikator lain yang menjadi pertimbangan adalah tingkat kedisiplinan para pegawai dalam melaksanakan pekerjaan. Sikap dan perilaku karyawan dalam yang berupa kesadaran, ketulusan dan keikhlasan atau dengan kondisi terpaksa untuk patuh dan taat terhadap peraturan dan pedoman yang berlaku dalam melaksanakan pekerjaan dengan penuh rasa tanggungjawab adalah merupakan disiplin kerja. (Riyadi, 2011). Disiplin kerja karyawan yang rendah menjadi hambatan pencapaian tujuan organisasi perusahaan. (Hasan, Aziz, & Adam, 2011) menyatakan bahwa sikap dan perilaku kerja karyawan yang kurang atau tidak disiplin menjadi penyebab hasil kinerja kurang maksimal, dan produktivitas perusahaan cenderung menurun. (Rivai & Basri, 2006). Masalah kedisiplinan yang dialami perusahaan saat ini terlihat dengan turunnya tingkat kepatuhan karyawan terhadap tata-tertib organisasi, rendahnya tingkat absensi, sering terlambat, sering tidak berada di tempat kerja pada jam kerja, dan kurangnya rasa tanggungjawab karyawan terhadap perintah atasan.

Salah satu penyebab hasil kinerja yang rendah adalah masalah sistem imbalan finansial yang berlaku dalam suatu perusahaan. Menurut Rivai & Basri (2006) imbalan finansial adalah semua pendapatan yang berbentuk uang, barang langsung atau tidak langsung yang diterima karyawan sebagai imbalan atas jasa yang diberikan kepada perusahaan. Khan, Nawaz, Aleem & Hamed (2012) menyatakan imbalan finansial adalah pemberian upah sebagai pembayaran untuk pelayanan yang telah diberikan oleh karyawan. Selanjutnya Purba (2004) menyebutkan bahwa imbalan finansial mencakup semua jenis pembayaran baik secara langsung maupun tidak langsung, berbentuk materil/uang maupun penghargaan yang diberikan perusahaan kepada pekerja/buruhnya.

Menurut Kahn, Afzal, Rehman (2009) sesungguhnya setiap organisasi baik milik pemerintah maupun swasta, di samping mencari dan mengharapkan pegawai yang kompeten, cakap dan terampil tetapi yang lebih utama adalah mengharapkan para pegawai yang mau bekerja dengan rajin, disiplin dan berkeinginan mencapai hasil kerja yang optimal.

Menurut Bass, Avolio, Berson (2003); Hayward (2005); Nugroho (2006); dan Mundarti (2007), menyatakan kepemimpinan demokratis berpengaruh secara parsial terhadap kinerja karyawan. Variabel kepemimpinan demokratis berpengaruh positif, erat, dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Berdasarkan pemahaman tersebut dapat dirumuskan hipotesis pertama sebagai berikut.

H1: Kepemimpinan demokratis berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja karyawan.

Sunarcaya (2008); Mundarti (2007); dan Nugroho (2006), menyatakan bahwa disiplin kerja secara parsial mampu mempengaruhi kinerja karyawan. Variabel disiplin kerja berpengaruh positif, erat, dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

H2: Disiplin kerja berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja karyawan.

Obasan (2012); Riyadi (2011) dan Kahn, Afzal, Rehman (2009), menyatakan bahwa secara parsial imbalan finansial berpengaruh positif, erat, dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Berdasarkan pemahaman tersebut sehingga hipotesis yang diajukan sebagai berikut.

H3: Imbalan finansial berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja karyawan.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan ini termasuk dalam penelitian *asosiatif* (hubungan). Hubungan yang terbentuk adalah hubungan linier karena memiliki tujuan untuk mengetahui macam-macam variabel yang berpengaruh terhadap kinerja para guru dan pegawai di Yayasan Persatuan Perguruan Taman Siswa Cabang Curup. Penelitian ini dilakukan di Yayasan Perguruan Tamansiswa Cabang Curup yang berlokasi di Jalan Ahmad Marzuki Kel. Talang Rimbo Baru Curup Tengah. Adapun alasan yang melatarbelakangi peneliti melakukan penelitian pada di Yayasan Perguruan Tamansiswa Cabang Curup yang merupakan usaha yang bergerak dibidang jasa pendidikan, harus mampu memberikan jaminan atas kualitas layanan kepada para konsumen pendidikan khususnya peserta didik dan para orang tua, serta peneliti juga merupakan bagian dari Yayasan Persatuan Perguruan Tamansiswa Cabang Curup.

Menurut (Olu, 2007) kinerja pegawai adalah sesuatu yang dihasilkan oleh pegawai dalam suatu organisasi, hasil kerja ini sangat penting dalam aktivitas usaha organisasi untuk mencapai tujuannya, sehingga sebagian usaha harus dilakukan organisasi untuk meningkatkannya. Penilaian kinerja ini (*performance appraisal*) pada dasarnya merupakan faktor utama untuk mengembangkan suatu organisasi secara efektif dan efisien. Menurut (Bass, Avolio, & Berson, 2003) sifat, watak, karakter pimpinan dalam menjalankan organisasi dan mengarahkan para pegawai untuk berbuat yang positif dan baik kemajuan organisasi. Tindakan yang dilakukan oleh pimpinan berupa pembimbingan, motivasi, dan mengarahkan dengan jelas tugas dan fungsi mereka sehingga pegawai dapat bekerja dengan baik, benar dan lancar sehingga tujuan organisasi dapat tercapai dengan baik.

Menurut (Syibli, Sudarso, & Ciptomulyono, 2010) sikap dan perilaku karyawan yang berupa kemauan dan kesediaan seorang pegawai dengan penuh kesadaran, dan ketulus ikhlisan atau dengan paksaan untuk mematuhi dan melaksanakan seluruh peraturan dan kebijaksanaan perusahaan di dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab. Penggajian (Imbalan finansial) adalah suatu pemenuhan kebutuhan atau

keperluan keuangan yang diberikan oleh Yayasan Perguruan Tamansiswa Cabang Curup yang bersifat lahiriah dan batiniah (Khan, 2009).

Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah para guru dan pegawai tata usaha (karyawan) Yayasan Perguruan Tamansiswa Cabang Curup sebanyak 35 orang. Jumlah jumlah sampel yang didapat ialah 35 orang. Sampel yang ada akan peneliti kelompokkan berdasarkan metode sensus (Riduwan & Sunarto, 2007). Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuisioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Analisis regresi merupakan salah satu analisis statistik yang sering digunakan untuk menganalisis hubungan antara dua variabel atau lebih. Menurut (Sudarmanto & Gunawan., 2005), analisis regresi merupakan metode analisis yang dapat digunakan untuk menganalisis data dan mengambil kesimpulan yang bermakna tentang hubungan ketergantungan variabel terhadap variabel lainnya. Hubungan yang didapat pada umumnya dinyatakan dalam bentuk persamaan matematika yang menyatakan hubungan antara variabel bebas (*independent variable*) dan variabel tak bebas (*dependent variable*)

Regresi linier berganda merupakan perluasan dari regresi linier sederhana. Menurut (Wibowo, 2012) alat analisis yang digunakan untuk penelitian adalah analisis regresi linier berganda, dimana analisis regresi linier berganda merupakan hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel *independent*/bebas (X) dengan variabel *dependent*/terikat (Y).

Uji T, Uji F, dan Uji Determinasi

Untuk mengetahui pengaruh parsial model regresi variabel independent (X) berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel *dependent* (Y) maka dilakukan uji T. Untuk mengetahui apakah variabel *independent* atau variabel bebas (X) secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *dependent* atau variabel terikat (Y) maka dilakukan Uji F. Uji R^2 atau uji determinasi merupakan suatu ukuran yang penting dalam regresi, karena dapat menginformasikan baik atau tidaknya model regresi yang terestimasi, atau dengan kata lain angka tersebut dapat mengukur seberapa dekatkah garis regresi yang terestimasi dengan data sesungguhnya. Pengujian ini digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel *independent* (X) secara simultan terhadap variabel *dependent* (Y). Koefisien ini menunjukkan seberapa besar persentase variasi variabel *independent* yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel *dependent*. Apabila R^2 sama dengan 0 (nol) maka tidak ada sedikit pun persentase sumbangan atau pengaruh yang diberikan variabel *independent* (bebas) terhadap variabel *dependent* (terikat), atau variasi variabel *independent* yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikit pun variasi variabel *dependent*, sebaliknya R^2 sama dengan 1, maka persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel *independent* terhadap variabel *dependent* adalah sempurna atau variasi variabel *independent* yang digunakan di dalam model menjelaskan 100% dari variasi variabel *dependent* atau variabel terikat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data dari responden yang dikumpulkan dikelompokkan berdasarkan karakteristik tertentu untuk mengetahui profil responden penelitian. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap karyawan Yayasan Persatuan Perguruan Tamansiswa Curup, dapat diketahui informasi tentang karakteristik responden yang meliputi tiga aspek yaitu

usia, jenis kelamin, dan tingkat pendidikan. Faktor usia dapat menunjang kegiatan perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik dan menghasilkan jasa yang berkualitas karena dengan usia produktif yang dimiliki oleh karyawan yang akan berhubungan dengan perasaan puas dari para guru dan pegawai yang akan berpengaruh

Tabel 3. Distribusi Responden Menurut Usia Pada Yayasan Persatuan Perguruan Tamansiswa Curup

Kelompok Usia	Jumlah (orang)	Persentase (%)
22-30	10	28,57%
31-40	12	34,29%
41-50	8	22,86%
51-59	5	14,29%
Jumlah	35	100%

terhadap organisasi yayasan perguruan. Responden menurut usia pada Yayasan Persatuan Perguruan Tamansiswa Curup dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3 menunjukkan bahwa responden berusia 31–40 tahun dengan persentase yaitu 34,29 persen dan merupakan kelompok usia terbesar. Persentase terkecil yaitu 14,29 persen dengan jumlah responden sebanyak 5 orang yang berumur 51-59 tahun. Hal ini berarti bahwa, karyawan Yayasan Persatuan Perguruan Tamansiswa Curup rata-rata berumur 31-40 tahun di mana rentang usia ini termasuk rentak usia yang produktif. Jenis kelamin mempengaruhi kemampuan karyawan dalam mengerjakan pekerjaan serta perilaku karyawan. Responden menurut jenis kelamin pada Yayasan Persatuan Perguruan Tamansiswa Curup dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4 menampilkan jumlah responden sebanyak 35 orang dengan persentase laki-laki sebesar 40,00 persen sedangkan perempuan sebesar 60,00 persen. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian karyawan Yayasan Persatuan Perguruan Tamansiswa Curup didominasi oleh karyawan baik guru dan pegawai perempuan mengingat usaha yang digeluti oleh Yayasan Persatuan Perguruan Tamansiswa Curup yang memberikan layanan jasa pendidikan.

Tingkat kualifikasi pendidikan dari seorang karyawan merupakan salah satu indikator mutu sumber daya manusia dalam suatu organisasi baik perusahaan maupun lembaga pendidikan. Tingkat pendidikan para guru dan pegawai (karyawan) berhubungan erat dengan jenjang karir dalam berprestasi, tanggung jawab, disiplin kerja karyawan dan kerjasama dalam menjalankan pekerjaan. Tingkat pendidikan para guru dan karyawan pada Yayasan Persatuan Perguruan Tamansiswa Curup dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5 menampilkan data bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat pendidikan Diploma S1 (Sarjana) sebesar 74,29 persen, sedangkan responden dengan persentase terkecil berpendidikan SMP-SMA yaitu sebesar 5,71 persen. Ini menyatakan bahwa Yayasan Persatuan Perguruan Tamansiswa Curup benar-benar telah memiliki sumber daya manusia yang memenuhi standar nasional pendidikan.

Instrumen penelitian dikatakan valid jika mampu mengukur apa yang seharusnya diukur, dan dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah kalau $r = 0,3$ ". Jadi kalau korelasi antara butir skor dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid. Adapun hasil uji validitas dapat dilihat pada Tabel 6 berikut.

Tabel 4. Distribusi Responden Menurut Jenis Kelamin Pada Yayasan Persatuan Perguruan Tamansiswa Curup

No	Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	14	40%
2	Perempuan	21	60%
Jumlah		35 orang	100 %

Tabel 5. Distribusi Responden Menurut Tingkat Pendidikan Pada Yayasan Persatuan Perguruan Tamansiswa Curup

No	Jenjang Pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	SMP-SMA	2	5,71
2	D1 – D3	4	11,43
3	S1	26	74,29
4	S2 – S3	3	8,60
Jumlah		35	100,00

Tabel 6 menjelaskan untuk setiap indikator variabel memiliki nilai *person correlation* > 0,30, kondisi ini menunjukkan bahwa indikator/pertanyaan yang digunakan layak digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur, dan dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat.

Tabel 6. Rangkuman Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Indikator	Korelasi	Keterangan
1	Kepemimpinan Demokratis (X1)	X1.1	0,831	Valid
		X1.2	0,661	Valid
		X1.3	0,763	Valid
		X1.4	0,813	Valid
		X1.5	0,765	Valid
2	Disiplin Kerja (X2)	X2.1	0,784	Valid
		X2.2	0,841	Valid
		X2.3	0,859	Valid
		X2.4	0,881	Valid
		X2.5	0,829	Valid
3	Imbalan Finansial (X3)	X3.1	0,886	Valid
		X3.2	0,736	Valid
		X3.3	0,771	Valid
		X3.4	0,822	Valid
		X3.5	0,823	Valid
4	Kinerja (Y)	Y1	0,873	Valid
		Y2	0,763	Valid
		Y3	0,882	Valid
		Y4	0,884	Valid
		Y5	0,773	Valid

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Kepemimpinan Transformasional (X1)	0,824	Reliabel
2	Disiplin Kerja (X2)	0,893	Reliabel
3	Imbalan Finansial (X3)	0,854	Reliabel
4	Kinerja (Y)	0,879	Reliabel

Reliabilitas merupakan suatu angka indeks yang menunjukkan konsistensi suatu alat ukur dalam mengukur gejala yang sama. Uji *reliabilitas* mampu menunjukkan sejauh mana instrumen dapat dipercaya dan diharapkan. Nilai suatu instrumen dikatakan *reliabel* bila nilai *Alpha Cronbach* > 0,6. Adapun hasil uji *reliabilitas* dapat dilihat pada Tabel 7 berikut.

Berdasarkan Tabel 7 di atas nilai *Cronbach's Alpha* untuk setiap variabel > 0,6 ini memiliki makna bahwa indikator tersebut memberikan hasil yang tetap jika indikator tersebut digunakan berikutnya untuk objek yang sama. Analisis *regresi linear berganda* digunakan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh variabel dependen dengan satu atau lebih variabel independen. Analisis ini juga dapat menentukan arah dari hubungan tersebut serta mengukur derajat keeratan hubungan antara satu variabel dependen dengan satu variabel independen. Hasil analisis regresi dengan program *Statistical Package of Social Science* (SPSS) versi 16.0 for Windows dapat dilihat pada Tabel 8 di bawah ini:.

Berdasarkan Tabel 8 di atas menunjukkan bahwa besaran pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Kinerja pegawai pada Yayasan Persatuan Perguruan Tamansiswa Cabang Curup, dipengaruhi oleh gaya kepemimpinan demokratis, disiplin kerja, dan imbalan finansial.

Uji normalitas akan ditampilkan pada Tabel 9 hasil yang didapatkan dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan signifikansi lebih besar dari 0,05 yaitu 0,520 maka dapat disimpulkan bahwa model *regresi* terdistribusi secara normal.

Berdasarkan hasil pengujian multikolinearitas dapat diperoleh hasil sebagai berikut dilihat pada Tabel 10.

Tabel 8. Rangkuman Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien Regresi		t	Sig
	B	Std. Error		
(Constant)	-8.200	.046		
Kepemimpinan Demokratis	.291	.089	3.273	.002
Disiplin Kerja	.287	.082	3.489	.001
Imbalan Finansial	.395	.085	4.625	.000
Dependen Variabel : Kinerja pegawai				
F Statistik	: 126,708			
Sig F	: 0,000			
R ²	: 0,817			
Adjusted R ²	: 0,811			
a. Dependent Variable: Kinerja Pegawai				

Tabel 9. Hasil Uji Normalitas

N	35
Kolmogorov – Smirnov Z	0,815
Asyp. Sig. (2-tailed)	0,520

Tabel 10. Hasil Uji Multikolinearitas

No	Model	Collinearity Statistic	
		Tolerance	VIF
1	Kepemimpinan Demokratis	0,272	3,676
2	Disiplin Kerja	0,318	3,145
3	Imbalan Finansial	0,295	3,384

Tabel 10 di atas, dapat diketahui nilai VIF (*Varian Inflation Factor*) tidak lebih dari 10 dan mempunyai angka *tolerance* tidak kurang dari 0,1, maka ini berarti dalam model regresi tidak terjadi multikolinearitas.

Berdasarkan Tabel 11 menunjukkan semua variabel memiliki nilai sig > 0,05 angka ini memiliki makna bahwa *model regresi* yang terbentuk tidak terjadi gejala *heteroskedastisitas*. Uji F dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan nilai F tabel pada taraf signifikansi 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa kepemimpinan demokratis, disiplin kerja dan imbalan finansial berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja. Masing-masing variabel independen pada model ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen, yaitu kepemimpinan demokratis (X1), disiplin kerja (X2), imbalan finansial (X3) secara parsial terhadap kinerja (Y).

Tabel 11. Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser)

Model	Unstandardized Coefficients ^a		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
	Beta				
(Constant)	62.070	13.630		4.554	.000
1 Kepemimpinan Demokratis	.105	.132	.143	.791	.435
Disiplin Kerja	-.050	.106	-.092	-.468	.643
Imbalan Finansial	.054	.128	.083	.425	.674

a. Dependent Variable: Kinerja Pegawai

Tabel 12. Hasil Analisis Uji t

Variabel	t hitung	Sig.	Hasil Hipotesis
X1	3,273	.002	H ₀ ditolak
X2	3,489	.001	H ₀ ditolak
X3	4,625	.000	H ₀ ditolak

Tabel 12 menunjukkan kinerja karyawan (guru dan pegawai) pada Yayasan Persatuan Perguruan Tamansiswa Curup dipengaruhi secara positif, erat dan signifikan oleh gaya kepemimpinan demokratis. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja karyawan (guru dan pegawai) akan cenderung semakin baik jika gaya kepemimpinan demokratis yang terus membaik.

Variabel disiplin kerja (X2) adalah hipotesis ini menyatakan bahwa disiplin kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Tanda positif, erat, dan signifikan menunjukkan bahwa kedua variabel antara disiplin kerja dengan kinerja saling berpengaruh besar/erat satu sama lain dengan didasarkan pada perhitungan olah data statistik yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik disiplin kerja maka ada kecenderungan kinerja karyawan semakin baik pula.

Kinerja karyawan (guru dan pegawai) pada Yayasan Persatuan Perguruan Tamansiswa Curup dipengaruhi secara positif, erat dan signifikan oleh variabel imbalan finansial (X3). Hal ini memperlihatkan semakin baik sistem imbalan finansial maka kemungkinan kinerja juga karyawan semakin baik.

Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa kepemimpinan demokratis terhadap kinerja pegawai berpengaruh signifikan positif. Hal ini mengandung arti bahwa semakin baik penerapan kepemimpinan demokratis yang dijalankan oleh pimpinan berakibat pada semakin tingginya kinerja pegawai pada Yayasan Persatuan Perguruan Tamansiswa Curup. Hasil penelitian ini mendukung pernyataan Umar menyatakan bahwa kepemimpinan yang bergaya demokratis memiliki pengaruh positif terhadap kinerja karyawan (Husein, 2007) dan memiliki kesamaan terhadap pernyataan (Bass, Avolio, DI, & Berson, 2003) dalam penelitiannya menemukan bahwa gaya kepemimpinan demokratis memiliki pengaruh positif terhadap kinerja karyawan. Penelitian yang dilakukan oleh (Abbas & Sara, 2009) menemukan hal yang sama dimana *demokratis leadership* mempengaruhi kinerja karyawan. Suryo dalam penelitiannya menemukan secara signifikan kepemimpinan demokratis memiliki pengaruh dengan kinerja karyawan (Suryo, 2010).

Berdasarkan hasil analisis data, disiplin kerja berpengaruh positif terhadap kinerja guru dan pegawai pada Yayasan Persatuan Perguruan Tamansiswa Curup. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Nugroho (2006) yang menemukan ada pengaruh positif antara disiplin kerja terhadap kinerja karyawan. Kemudian Mundarti (2007) dan Agustina (2009) serta Murdianingsih (2008), juga menemukan hasil yang sama yaitu tingkat kedisiplinan seseorang memiliki hubungan dengan kinerjanya. Selanjutnya Sunarcaya (2008) menyatakan disiplin kerja mampu membangkitkan kinerja karyawan secara positif.

Hasil penelitian ini juga membuktikan bahwa kinerja guru dan pegawai dipengaruhi oleh imbalan finansial. Besaran imbalan finansial yang diterima dan sesuai dengan ekspektasi para guru dan pegawai dapat memotivasi mereka untuk bekerja lebih maksimal. Memperhatikan hasil analisis data yang menunjukkan bahwa kinerja para guru dan pegawai secara dominan dipengaruhi oleh imbalan finansial. Artinya semakin tinggi dan baik kinerja para guru dan pegawai maka imbalan finansial yang akan mereka terima juga semakin tinggi, beitu juga sebaliknya jika kinerja yang dihasilkan oleh para guru dan pegawai menurun, maka imbalan finansial yang akan mereka terima juga akan menurun. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Riyadi (2011) dan Murdianingsih (2008) serta Gani (2009). Hasil ini sama-sama menghasilkan pernyataan yang sama bahwa kinerja para guru dan pegawai

pada Yayasan Persatuan Perguruan Tamansiswa Cabang Curup dipengaruhi secara positif oleh imbalan finansial.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan di atas, maka simpulan dari penelitian ini adalah kepemimpinan demokratis, disiplin kerja dan upah finansial memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kinerja para guru dan pegawai pada Yayasan Persatuan Perguruan Tamansiswa Curup. Saran yang disampaikan kepada pimpinan yayasan Persatuan Perguruan Taman Siswa Cabang Curup agar lebih banyak memperhatikan tindakan dalam menjalankan kepemimpinan secara demokratis. Untuk kondisi ini agar pimpinan yayasan dengan jelas dalam menyampaikan tugas kepada bawahan sehingga dapat meningkatkan kinerja karyawan pada Yayasan Persatuan Perguruan Tamansiswa Curup. Pihak manajemen diharapkan mampu membangun rasa disiplin yang dimiliki karyawan, yang saat ini masih terdapat karyawan yang kurang mematuhi tata tertib yang berlaku pada Yayasan Persatuan Perguruan Tamansiswa Curup. Terwujudnya disiplin kerja dikalangan guru dan pegawai akan mampu membangun suasana kerja yang nyaman untuk membangkitkan kinerja para guru dan pegawai. Yayasan Perguruan Tamansiswa Curup agar dapat merubah dan merenovasi cara penggajian (sistem penggajian) kepada para guru dan pegawai dengan mengimplementasikan menerapkan sistem insentif dan berbasis kinerja personil yang dihitung untuk pegawai (karyawan) karena kinerja pegawai yang melebihi standar kerja harus mendapat perhatian dan penghargaan yang harus diterima oleh para guru dan pegawai (karyawan) agar mampu meningkatkan produktivitas kinerja para guru dan pegawai (karyawan).

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, S. Q., & Sara, Y. (2009). Influence leadership against employee performance development in Pakistan. *Internasional Journal Economic and Social Review*, 47(2) , 269-292.
- Agustina, I. (2009). Faktor-faktor motivasi yang mempengaruhi kinerja karyawan pada PT. Gaya Manunggal Kresitama. *Jurnal Aplikasi Ekonomi*, 2(5) , 64-76.
- Bass, B., Avolio, B., Jung D.I, & Berson, Y. (2003). Predicting unit performance by assessing demokratis and transactional leadership. *Journal of Applied Psychology: The American Psychological Association, Inc.*, 88(2) , 207-218.
- Becker, K., Antuar, N., & Everett, C. (2011). Implementing an employee performance management system in a nonprofit organization. *Journal Management & Leadership*, 3(21), 255-271.
- Chandrasekar. (2011). Workplace environment and its impact on organizational performance in public sector organizations. *International Journal of Enterprise Computing and Business Systems*, 1(1), 1-19.
- Chen, Z. X., Tsui, A. S., & Farh, J. L. (2002). Loyalty to supervisor vs organizational commitment: relationships to employee performance in China. *Journal of occupational and organizational Psychology*, 1(75), 339-356.
- Dewey, J. (1961). *Democracy and Education*. New York: The Free Press.
- Feng, Y., Foster, S., & Heling, G. (2005). *Study on the impac of societal cultural orientations on employee performance evaluation practices in business organization- The case of China*. Maastricht School of Management Partner's

- Conference. Maastricht: Maastricht School of Management.
- Gani, A. (2009). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja pegawai kantor pelayanan pajak bumi dan pembangunan Kota Makassar. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 7(1), 220-228.
- Hafizurrachman, Trisnantoro, L., & Bachtiar, A. (2011). Beberapa faktor yang mempengaruhi kinerja perawat dalam menjalankan kebijakan keperawatan di Rumah Sakit Umum Daerah. *J. Indonesia Med.Assoc*, 61(10), 387-398.
- Hameed, A. (2011). Employee development and its affect on employee performance a conceptual framework. *Internasional Journal of Business and Social Science*, 2(13), 224-229.
- Hasan, S. H., Aziz, N., & Adam, M. (2011). Pengaruh lingkungan kerja terhadap kinerja aktivis pada Lembaga Swadaya Masyarakat di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1), 1-22.
- Hayward, B. A. (2005). Relationship between employee performance, leadership and emotional intelligence in organizations South Africa. *Internasional Journal Rhodes University*, 1(6), 1-12.
- Husein, U. (2007). *Riset sumber daya manusia dalam organisasi. Edisi Revisi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Khan, A. H., Nawaz, M. M., Aleem, M., & Hamed, W. (2012). Impact of job satisfaction on employee performance: An empirical study of autonomous Medical Institutions of Pakistan. *African Journal of Business Management*, 6(7), 2697-2705.
- Khan, M. A. (2009). Task impact on financial institutions employee performance. *Internasional Journal of Scientific Research University Islamabad, Pakistan*, 27(4), 479-487.
- Marriot, H. (2008). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Grasindo.
- Mundarti. (2007). *Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja dosen dalam melaksanakan proses belajar mengajar di prodi kebidanan Magelang Politeknik Kesehatan Semarang Tahun Akademik 2005/2006* (Master's Thesis). Program Pasca Sarjana, Universitas Diponegoro Semarang.
- Murdianingsih, E. (2008). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja petugas Jakarta Dewan Investasi, Ibukota Jakarta. *Jurnal Master Ekonomi*, 12(2), 59.
- Nimalathan, B. & Brabete, V. (2010). Job satisfaction and employee's works performance: A case study of the People's Bank in the Jaffna Peninsula, Sri Lanka. *Management and Marketing Journal*, viii(S1), S43-S47.
- Nugraha, W. (2013). *Gaya Kepemimpinan Demokrasi*. Tersedia di : <http://widiutamanugraha.blogspot.com/2013/04/gaya-kepemimpinan-demokratis.html>.
- Nugroho, R. (2006). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan (Studi Empiris pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Cabang Bandung)* (Master's Thesis). Program Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Diponegoro.
- Obasan, K. A. (2012). Effect of compensation strategy on corporate performance: evidence from Nigerian firms. *Research Journal of Finance and Accounting*. 3(7), 37-44.
- Olu, O. (2007). Corporate culture impact assessment on employee performance. *Internasional Journal Business Intelligence*, 2(2), 389-397.

- Parwanto, & Wahyudin. (2007). *Pengaruh faktor-faktor kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan pusat pendidikan komputer akuntansi IMKA di Surabaya* (Master's Thesis). Program Pasca Sarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Purba, J. (2004). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja pegawai kantor pelayanan pajak Binjai. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 4(2), 97-106.
- Riduwan, & Sunarto. (2007). *Pengantar statistika untuk penelitian pendidikan, sosial, ekonomi, dan bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Risani, A. (2019). *Pendidikan Indonesia Menghadapi Persaingan Global*. Tersedia di: <https://www.indonesiana.id/read/113700/pendidikan-indonesia-menghadapi-persaingan-global>.
- Rivai, & Basri. (2006). *Manfaat penilaian kinerja dan imbalan finansial*. Jakarta: Percetakan Gramedia.
- Riyadi, S. (2011). Pengaruh kompensasi finansial, gaya kepemimpinan, dan motivasi kerja terhadap kinerja karyawan pada perusahaan manufaktur di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen dan kewirausahaan*, 13(1), 40-45.
- Sasongko, F. (2014). Pengertian Kepemimpinan tipe dan gaya. Tersedia di: <http://farizsasongko.blogspot.com/2014/01/pengertian-kepemimpinan-tipe-dan-gaya.html>. Diakses pada Mei 25, 2018
- Sedarmayanti. (2007). *Manajemen sumber daya manusia*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Siagian, S. (2007). *Manajemen sumber daya manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Simamora, H. (2008). *Manajemen sumber daya manusia*. Jakarta: Bagian Penerbit STIE YKPN.
- Sudarmanto, R., & Gunawan. (2005). *Analisis regresi linier Berganda dengan SPSS. Graha Ilmu: Yogyakarta. 2005*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sunarcaya. (2008). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja pegawai di lingkungan Dinas Kesehatan Kabupaten Alor Nusa Tenggara Timur. *Jurnal TPAM Ekonomi*, 3(5), 1-20.
- Suryo, B. D. (2010). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Demokratis, Budaya Organisasi dan Inovasi Terhadap Kinerja. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 8(2), 391-403.
- Syibli, M., Sudarso, I., & Ciptomulyono, U. (2010). *Analisis pengaruh faktor-faktor rekrutmen terhadap kinerja SDM Outsourcing Telkom dengan pendekatan Sem (Structural Equation Modelling)* (Master's Thesis). Program Pasca Sarjana ITS Surabaya.
- Tohardi, A. (2007). *Manajemen sumber daya manusia. Bandung*. Bandung: CV. Mandar Maju.
- Wahyuddin, M. (2008). Analisis kepemimpinan dan motivasi terhadap kinerja pegawai pada kantor kesatuan bangsa dan perlindungan masyarakat di Kabupaten Wonogiri. *Jurnal Aplikasi Ekonomi*, 3(1), 1-12.
- Wibowo. (2012). *Wibowo. 2012. Aplikasi praktis SPSS dalam penelitian*. Yogyakarta: Gava Media.

ANALISIS KUALITAS LAYANAN INAPORTNET DI KANTOR OTORITAS PELABUHAN UTAMA TANJUNG PRIOK DENGAN METODE SERVQUAL DAN QFD

¹Sindak Sarifto Sirait, ²Farid Thalib

Program Magister Teknologi dan Rekayasa Universitas Gunadarma
Jl. Margonda Raya No. 100, Depok 16424, Jawa Barat
¹sindakmmsi2@gmail.com, ²farid@staff.gunadarma.ac.id

Abstrak

Web Service Inaportnet adalah Unit layanan elektronis lalu lintas kapal dan barang yang disediakan oleh Kantor Otoritas Pelabuhan Utama Tanjung Priok (KOPUTP) selaku Unit Pelaksana Teknis Kementerian Perhubungan. Hal ini secara mandatori diberlakukan sejak tahun 2018. Tujuan penelitian adalah menganalisis kualitas layanan Inaportnet di KOPUTP dengan metode Servqual dan QFD guna mengetahui persepsi dan harapan para pengguna dan penyedia jasa. Hasil yang diperoleh menunjukkan seluruh dimensi memiliki tingkat kepuasan "cukup puas" yang artinya pengguna dan penyedia jasa menilai pelayanan KOPUTP sudah cukup memenuhi harapan namun masih belum maksimal. Selanjutnya dilakukan analisis diagram kartesius yang menunjukkan terdapat 6 indikator perlu perbaikan segera. Analisis QFD dilakukan untuk menentukan rekomendasi perbaikan yang diperlukan pada 5 indikator. Indikator yang memerlukan prioritas utama adalah indikator yang berhubungan dengan kompetensi petugas khususnya petugas administrasi. Rekomendasi pihak manajemen adalah dengan membuat Standar Operasional Prosedur (SOP) untuk setiap aktifitas di pelabuhan bagi petugas administrasi.

Kata Kunci: *Inaportnet, otoritas pelabuhan, servqual, QFD*

Abstract

Inaportnet Web Service is an electronic service unit for ship and freight traffic provided by the Tanjung Priok Main Port Authority Office (KOPUTP) as the Technical Implementation Unit of the Ministry of Transportation. This has been mandatory since 2018. The aim of the study is to analyze the quality of Inaportnet services in KOPUTP with Servqual and QFD methods to find out the perceptions and expectations of users and service providers. The results obtained indicate that all dimensions have a "quite satisfied" level of satisfaction, which means that users and service providers assess KOPUTP services as sufficient to meet expectations but are still not optimal. Next, an analysis of the Cartesian diagram shows that there are 6 indicators that need immediate improvement. QFD analysis is carried out to determine the recommendations for improvement needed on 5 indicators. Indicators that require top priority are those relating to the competency of officers, especially administrative officers. The management's recommendation is to create a Standard Operating Procedure (SOP) for each activity at the port for administrative officers.

Keywords: *Inaportnet, port of authority, servqual, QFD*

PENDAHULUAN

Kualitas dari pelayanan kapal dan barang berbasis elektronik di pelabuhan Tanjung Priok melalui aplikasi *Inaportnet* sangat erat kaitannya dengan faktor eksternal

dan internal. Dipandang dari sisi eksternal, semakin baik kualitas jasa pelayanan *Inaportnet* akan memberikan dampak dalam hal kepuasan yang dirasakan pengguna dan penyedia jasa. Tingginya kepuasan yang diterima pengguna dan penyedia jasa akan dorongan pengguna dan penyedia jasa dalam mendukung secara penuh program Pemerintah. Ditinjau dari sisi internal, keberadaan *Inaportnet* secara berkesinambungan diperlukannya tata kelola dan evaluasi, baik dari sisi pengembangan infrastruktur sistem, pemeliharaan sistem, kemampuan aplikasi dalam beradaptasi dengan perkembangan teknologi, dan SDM yang handal, sehingga tercipta kualitas pelayanan yang optimal.

Pelayanan kapal dan barang melalui *Inaportnet*, kini telah mengalami perubahan yang cukup baik, 2018 dibuka pada 16 Pelabuhan, dan semester akhir 2019 telah terbuka bagi 32 Pelabuhan, kapal-kapal yang beroperasi di 32 jaringan trayek domestik ini telah terkoneksi melalui layanan *Inaportnet*, atau 11% dari 290 pelabuhan di wilayah NKRI, dengan 12.358 *vessel calls* Januari 2020. Antusias pengguna dan penyedia jasa akan kebutuhan layanan cepat, akurat dan terpercaya, sebagai dorongan bagi KOPUTP untuk selalu meningkatkan kualitas layanan *Inaportnet*nya.

Berikut ini uraian penelitian terdahulu terkait dengan kualitas layanan. Arsyad (2014) meneliti tentang tingkat kepuasan konsumen pada terminal peti kemas di Kendari. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua indikator kualitas layanan yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* dan *tangible* memengaruhi kepuasan konsumen. Angelova dan Zekiri (2011) mengembangkan kuesioner terstruktur dari model ACSI (*American Customer Satisfaction Model*) dan didistribusikan secara acak kepada pengguna dari tiga operator seluler untuk menentukan kepuasan mereka dengan pengiriman kualitas layanan di pasar telekomunikasi seluler Macedonia. Dari analisis yang dilakukan, ditemukan bahwa kualitas layanan secara keseluruhan yang dirasakan oleh pelanggan tidak memuaskan, bahwa harapan lebih tinggi daripada persepsi. Pelanggan tidak puas dengan layanan. Hasil dan temuan memberikan informasi tambahan mengenai kebutuhan, keinginan, dan kepuasan pelanggan. Muktingrum, Haryono, Ratnasari (2006) melakukan penelitian dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM). Dari model persamaan struktural diketahui bahwa *relationship quality* (RQ) mempunyai pengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan. *Service quality* (SQ) tidak mempunyai pengaruh langsung terhadap *loyalty*, tetapi melalui *relationship quality* (RQ). Dengan persamaan $structural\ loyalty = 0.21\ RQ + 0.22\ SQ$, sehingga untuk meningkatkan *loyalty* perusahaan harus meningkatkan *relationship quality*. Nesyid dan Dadkakh (2013) mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan jalur pengiriman peti kemas dari layanan pelabuhan serta memprioritaskan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di pelabuhan peti kemas Irak. *Attractive attribute* dan *performance attribute* secara positif terkait dengan kepuasan pelanggan secara keseluruhan, karena *attractive attribute* dan *performance attribute* meningkat, tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan juga meningkat.

Penelitian Boonadir, Jeevan, Aslamm dan Hamid (2012) menggunakan metode yang berbeda dengan penelitian sebelumnya. Boonadir et.al (2012) menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi strategi yang paling efektif, bagaimana menangani ancaman di antara klien untuk mengembangkan pendatang baru. Berdasarkan penelitian ini, ini menunjukkan kekuatan kunci yang paling penting di Westport, yaitu melalui layanan yang efisien dan efisiensi manajemen. Westport dapat memberikan layanan yang efisien kepada pelanggannya dan berhasil memenuhi

kebutuhan mereka dalam berurusan dengan Westport. Westport juga mampu menarik lebih banyak pelanggan baru untuk menggunakan layanan yang disediakan oleh efisiensi dan keterampilan yang disediakan oleh para pekerja Westport.

Berdasarkan data tersebut maka tujuan penelitian ini adalah menganalisis kualitas layanan *Inaportnet* di KOPUTP dengan metode *Servqual* dan *QFD* guna mengetahui persepsi dan harapan para pengguna dan penyedia jasa, sehingga dapat memberikan informasi bagi pihak manajemen mengenai kualitas layanan yang tersedia. Diharapkan hasil penelitian dapat sebagai bahan pertimbangan KOPUTP untuk meningkatkan kualitas layanan bagi pengguna dan penyedia jasa, sebagai bagian dari upaya pemerintah dalam menciptakan layanan publik yang cepat, transparan, dan akuntabel.

KERANGKA TEORI

Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) Kotler (2009) mendefinisikan kualitas sebagai seluruh ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Garvin (1988), mengidentifikasi bahwa terdapat 5 alternatif perspektif kualitas yang biasa digunakan, yaitu: (1) *Transcendental Approach*, Kualitas dalam pendekatan ini, dipandang sebagai *innate excellence*, dimana kualitas dapat dirasakan atau diketahui, tetapi sulit didefinisikan dan dioperasionalkan. Sudut pandang ini biasanya diterapkan dalam dunia seni. (2) *Product-based Approach*, Pendekatan ini menganggap bahwa kualitas merupakan karakteristik atau indikator yang dapat dikuantitatifkan dan dapat diukur. (3) *User-based Approach*, Pendekatan ini didasarkan pada pemikiran bahwa kualitas tergantung pada orang yang memandangnya, sehingga kualitas bagi seseorang adalah sama dengan kepuasan maksimum yang dirasakannya. (4) *Manufacturing-based Approach*, Perspektif ini bersifat supply-based dan terutama memperhatikan praktik-praktik perkerajaan dan pemanufakturan, serta mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian persyaratan (*conformance to requirements*). Dalam sektor jasa, dapat dikatakan bahwa kualitasnya bersifat *operations-driven*. Pendekatan ini berfokus pada penyesuaian spesifikasi yang dikembangkan secara internal, yang seringkali didorong oleh tujuan peningkatan produktivitas dan penekanan biaya. (5) *Value-based Approach*, Pendekatan ini memandang kualitas dari segi nilai dan harga. Dengan mempertimbangkan trade-off antara kinerja dan harga, kualitas didefinisikan sebagai "*affordable excellence*". Kualitas dalam perspektif ini bersifat relatif, sehingga produk yang memiliki kualitas paling tinggi belum tentu produk yang paling bernilai. Akan tetapi yang paling bernilai adalah barang atau jasa yang paling tepat dibeli (*best-buy*).

Dalam mengevaluasi kualitas pelayanan terhadap produk dan jasa pada suatu perusahaan tertentu, umumnya mengacu pada berbagai faktor atau dimensi. Berdasarkan penelitian Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1988, 1990), terdapat 10 dimensi umum yang mewakili kriteria penilaian yang di gunakan pengguna jasa untuk kualitas pelayanan, antara lain *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Competence*, *Courtesy*, *Credibility*, *Security*, *Acess*, *Communication*, *Understanding the customer*. Parasuraman, et.al. (1990), mengembangkan kembali 10 dimensi menjadi suatu alat untuk mengukur kualitas layanan dalam bentuk metodologi yang dinamakan *Servqual* (*Service Quality*). Pada *Servqual*, 7 dimensi terakhir digolongkan ke dalam 2 dimensi

yang lebih luas yaitu assurance dan *empathy*, sehingga dimensi-dimensi dalam *Servqual* disederhanakan menjadi: (1) Bukti langsung (*tangible*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai serta sarana komunikasi. Dimensi ini didefinisikan sebagai kemampuan suatu perusahaan untuk menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kelengkapan dari sarana prasarana perusahaan, penampilan pegawai, serta keadaan lingkungan merupakan bukti fisik pelayanan dari pemberi jasa (perusahaan). (2) Keandalan (*reliability*), meliputi kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Hal ini berarti bahwa keandalan (*reliability*) merupakan kemampuan dari perusahaan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang meliputi ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi. (3) Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Dengan kata lain daya tanggap (*responsiveness*) dapat diartikan dengan kemampuan dari perusahaan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. (4) Jaminan (*assurance*), terdiri dari beberapa komponen antara lain kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*). Jaminan (*assurance*) mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan. (5) Empati (*Empathy*), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan. Dimensi ini menunjukkan bahwa perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan dengan memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik.

Dalam pengukuran kualitas jasa, metode *Servqual* terdiri atas dua bagian, yaitu: (a) Kebutuhan Konsumen menurut Sukirno (1999) yang dimaksudkan dengan kebutuhan konsumen adalah keinginan konsumen untuk memperoleh dan mengkonsumsi barang dan jasa. Kebutuhan merupakan fundamental yang mendasari perilaku konsumen. Dalam memahami perilaku konsumen, maka kebutuhan konsumen harus dimengerti terlebih dahulu. (b) Harapan (*expectation*) merupakan dasar kepuasan konsumen. Harapan menurut Zeitham dan Bitner (1996) merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya. Harapan pelanggan dapat disajikan dengan membandingkan terhadap standar ideal yang merupakan tolok ukur untuk menentukan kualitas suatu produk atau jasa. Gambaran mengenai hubungan dimensi kualitas pelayanan dengan harapan pelanggan ditunjukkan gambar 1 Kualitas Pelayanan dan Harapan Pelanggan.

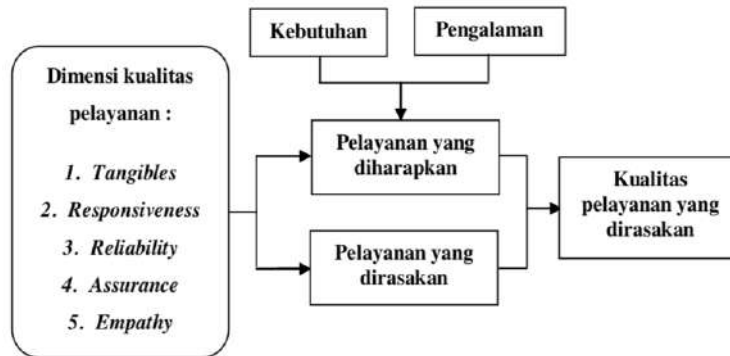
Analisis Gap, Customer Satisfaction Index, dan Importance Performance Analysis

Perbedaan antara ekspektasi dan persepsi disebut *gap* yang akan menentukan persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan. Dapat dikatakan bahwa analisis gap merupakan suatu metode untuk membandingkan antara harapan pelanggan terhadap pelayanan yang diterima. Dalam pengukuran kualitas layanan digunakan rentang *gap*. Pengukuran kualitas layanan jasa dalam model *Servqual* ini didasarkan pada skala multi item yang dirancang untuk mengukur harapan dan persepsi pelanggan pada dimensi kualitas jasa yang digunakan. Dimensi kualitas tersebut dijabarkan dalam beberapa butir pertanyaan untuk indikator variabel harapan dan variabel persepsi berdasarkan skala likert. Dalam menganalisis kualitas jasa pelayanan, digunakan rumus (Wijaya, 2011) persamaan 1:

$$\text{Gap} = P (\text{perceived service}) - E (\text{expected service}) \dots\dots\dots (1)$$

dengan:

- Gap : Kualitas Pelayanan(Quality of Service)
- P : Perceived Service atau persepsi akan layanan
- E : Expected service atau harapan akan layanan



Gambar 1. Kualitas Pelayanan dan Harapan Pelanggan

Berdasarkan perhitungan dari gap dapat diketahui tingkat kepuasan pelanggan. Apabila nilai rentang *gap positif* berarti konsumen merasa pelayanan yang diterima telah sesuai dengan yang diharapkan. Namun bila rentang *gap negatif* maka konsumen merasa kualitas pelayanan yang diberikan belum sesuai dengan harapan. Nilai *gap* terendah merupakan kriteria yang perlu diprioritaskan untuk ditingkatkan kualitas pelayanannya. Nilai rentang gap dapat dikaitkan dengan *Customer Satisfaction Index* (CSI). Klasifikasi tingkat kepuasan yang diukur dengan menggunakan analisis *gap* dapat dilihat pada Tabel 1, dimana H adalah skala yang digunakan dalam penelitian (Aritonang, 2005).

Tabel 1 Tingkat Kepuasan dengan Analisis Gap

Rentang Gap	Tingkat Kepuasan	CSI
> 0,00	Sangat Puas (SP)	>100
-0,15(H) ≤ Gap ≤ 0,00	Puas (P)	85 – 100
-0,30(H) ≤ Gap < -0,15(H)	Cukup Puas (CP)	70 - <85
-0,45(H) ≤ Gap < -0,30(H)	Kurang Puas (KP)	55 - <70
Gap < -0,45(H)	Tidak Puas (TP)	<55

IPA yang berupa diagram kartesius adalah prosedur untuk menunjukkan kepentingan relatif berbagai indikator dalam menentukan indikator-indikator yang mendasar, sehingga dapat mengindikasikan area atau indikator dalam peningkatan kualitas jasa (Wijaya, 2011). IPA dapat ditentukan melalui tingkat kesesuaian. Tingkat kesesuaian merupakan perbandingan antara skor pelayanan yang diberikan dengan skor kepentingan atau harapan pelanggan. Tingkat kesesuaian tersebut menentukan urutan prioritas faktor-faktor kepuasan pelanggan yang perlu ditingkatkan. Dalam metode ini, tingkat pelayanan perusahaan dapat digambarkan ke dalam variabel X, sedangkan harapan yang diinginkan pelanggan dapat digambarkan ke dalam variabel Y. Tingkat kesesuaian antara pelayanan dengan harapan pelanggan diperoleh dengan menggunakan persamaan 2:

$$TK_i = \frac{X_i}{Y_i} * 100\% \dots\dots\dots (2)$$

Dengan:

TK_i = tingkat kesesuaian

X_i = skor penilaian pelayanan

Y_i = skor penilaian harapan pelanggan

Pada diagram kartesius sumbu mendatar (\bar{X}) diisi oleh rentang rata-rata skor penilaian pelayanan, sementara sumbu tegak (\bar{Y}) diisi oleh rentang rata-rata skor penilaian harapan pelanggan. Pada kedua sumbu ini terdapat batas yang berupa rata-rata total dari skor penilaian pelayanan dan skor penilaian harapan pelanggan untuk membentuk empat kuadran prioritas. Kedua rata-rata total tersebut dirumuskan dengan menggunakan persamaan 3 dan 4:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^N X_i / N}{K} \dots\dots\dots (3)$$

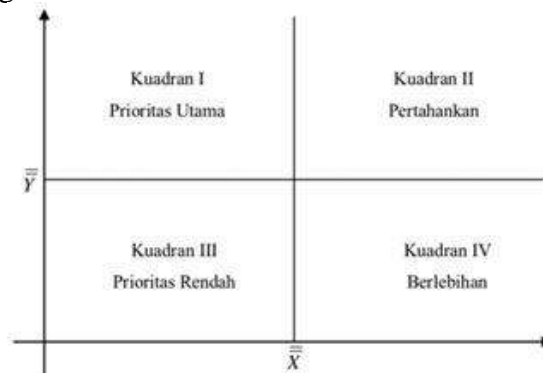
$$\bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^N Y_i / N}{K} \dots\dots\dots (4)$$

Dengan:

N = jumlah responden

K = jumlah faktor kepuasan pelanggan

Tingkat kesesuaian untuk masing-masing faktor kepuasan pelanggan selanjutnya digambarkan ke dalam empat kuadran pada diagram kartesius seperti yang ditunjukkan dengan Gambar 2 Diagram Kartesius.



Gambar 2. Diagram Kartesius

Penjelasan dari masing-masing kuadran pada diagram kartesius sebagai berikut (Supranto, 2011).

1. Kuadran I menunjukkan faktor atau indikator yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting, namun manajemen belum melaksanakannya sesuai keinginan pelanggan. Sehingga mengecewakan/tidak puas.
2. Kuadran II, menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan, untuk itu wajib dipertahankannya. Dianggap sangat penting dan sangat memuaskan.
3. Kuadran III, menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan, pelaksanaannya oleh perusahaan biasa-biasa saja. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan.
4. Kuadran IV, menunjukkan faktor yang mempengaruhi pelanggan kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan.

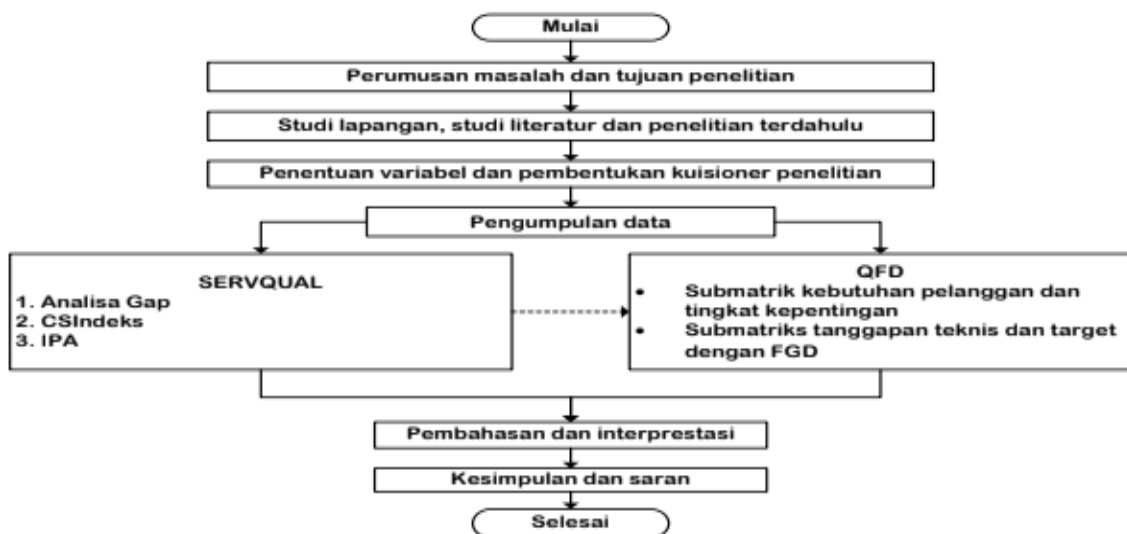
Quality Function Deployment (QFD)

Menurut Cohen (1995), *QFD* (pengembangan fungsi kualitas) adalah suatu metode untuk perencanaan dan pengembangan produk yang terstruktur yang memungkinkan team pengembangan untuk menentukan keinginan dan kebutuhan pelanggan dengan jelas, dan kemudian mengevaluasi produk atau melayani dengan kemampuan yang secara sistematis dalam pemenuhan keinginan pelanggan tersebut. *QFD* digunakan untuk memperbaiki pemahaman tentang pelanggan dan untuk mengembangkan produk, jasa serta proses dengan cara yang lebih berorientasi kepada pelanggan. Manfaat yang diperoleh dari penerapan *QFD* ini juga meliputi:

1. Fokus pada pelanggan (*Customer focused*) yaitu mendapatkan input dan umpan balik dari pelanggan mengenai kebutuhan dan harapan pelanggan. Hal ini penting, karena performansi suatu organisasi tidak bisa lepas dari pelanggan.
2. Efisien waktu (*Time Efficient*), dengan menerapkan *QFD* maka program pengembangan akan memfokuskan pada harapan dan kebutuhan pelanggan.
3. Orientasi kerjasama (*Cooperations Oriented*), *QFD* menggunakan pendekatan yang berorientasi pada kelompok. Semua keputusan didasarkan pada konsensus dan keterlibatan semua orang dalam diskusi dan pengambilan keputusan.
4. Orientasi pada dokumentasi (*Documentation Oriented*), *QFD* menggunakan data dan dokumentasi yang berisi proses mendapatkan seluruh kebutuhan dan harapan pelanggan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini untuk menganalisis persepsi dan harapan pengguna dan penyedia jasa dengan metode Service Quality (*SERVQUAL*) untuk mengukur kualitas layanan *Inaportnet* berdasarkan lima dimensi *Servqual* (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*). Hasil pengukuran kesenjangan (*gap*) antara persepsi dan harapan pengguna dan penyedia jasa diperbaiki dengan metode *Quality Function Deployment (QFD)* untuk menentukan langkah strategik yang perlu diambil untuk meningkatkan kualitas layanan *Inaportnet*. Berikut adalah gambaran alur penelitian yang secara garis besar dijelaskan dalam Gambar 3.



Gambar 3. Diagram Alir Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini terdiri dari pengukuran besarnya kesenjangan antara persepsi dengan harapan yang dirasakan pengguna dan penyedia jasa terhadap layanan *Inaportnet* dan rekomendasi perbaikan bagi perencanaan dan pengembangan layanan. Pengukuran kesenjangan persepsi dan harapan dianalisa menggunakan analisis *Gap* dan diagram kartesius, sementara rekomendasi perbaikan layanan dianalisa dengan metode *Quality Function Deployment (QFD)*. Pengujian validitas untuk mengetahui apakah kuisisioner yang digunakan dapat dikatakan valid atau indikator-indikator pada kuisisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. Pengujian validitas pada penelitian ini menggunakan perhitungan *Pearson product-moment correlation coefficient* (korelasi product moment) berdasarkan hasil dari penyebaran kuisisioner. Pengujian validitas dilakukan pada seluruh indikator kualitas layanan *Inaportnet*. Dasar pengambilan keputusan untuk menguji validitas ini adalah:

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka indikator tersebut valid.
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka indikator tersebut tidak valid.

Pada penelitian ini jumlah responden adalah sebesar 60, maka diperoleh derajat bebas yaitu $df = 60 - 2 = 58$. Dengan $df = 58$ akan diperoleh angka kritis r_{tabel} sebesar 0,254. Dalam pengujian validitas ini, jika ada indikator-indikator yang memiliki nilai tidak valid maka indikator tersebut dikeluarkan dari dimensi.

Selain pengujian validitas, dilakukan juga pengujian reliabilitas. Pengujian ini merupakan alat ukur keandalan indikator-indikator dari suatu dimensi atau atribut. Suatu kuesioner dikatakan dapat dipercaya / andal (*reliabel*) jika jawaban responden terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika nilai α (*alpha cronbach*) lebih besar dari 0,6. Pengujian validitas dan reliabilitas indikator-indikator kepuasan pengguna layanan *Inaportnet* dijelaskan sebagai berikut.

- a) Hasil uji validitas dan reliabilitas indikator-indikator kepuasan pengguna dan penyedia jasa

Hasil perhitungan r_{hitung} dan α (*alpha cronbach*) untuk pengujian reliabilitas indikator-indikator kepuasan ditunjukkan pada Tabel 2. *Case Processing Summary* dan Tabel 3 *Item – Total Statistics*

Tabel 2. Case Processing Summary dan Reliability Statistic

		N	%
Cases	Valid	60	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	60	100,0

Cronbach's Alpha Based on Standardized			
Cronbach's Alpha	Items		N of Items
,982		,983	25

Hasil-hasil pada Tabel 2 dan Tabel 3 menunjukkan bahwa kuesioner telah reliabel yaitu nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0.6 Uji validitas telah dilakukan namun hasil lengkap tidak dapat disajikan di sini, namun hasilnya menunjukkan seluruh item telah valid dengan r hitung yang diperoleh seluruhnya lebih besar dari r tabel. Indikator-indikator kepuasan pengguna yang telah memenuhi pengujian validitas dan reliabilitas

dianalisis lebih lanjut dengan menggunakan analisis gap dan *CSIndex*. Pada analisis ini dilakukan perhitungan tingkat kepuasan untuk setiap indikator. Nilai ini didapatkan dengan menghitung nilai rata-rata dari tiap- tiap indikator yang terdapat pada tingkat kepuasan (harapan dan realita pengguna). Berdasarkan nilai-nilai tersebut diperoleh nilai kesenjangan (gap) yang merupakan selisih dari realita terhadap harapan. Nilai gap negatif menunjukkan belum terpenuhinya kepuasan pengguna. Nilai-nilai tersebut juga dapat dikelompokkan dalam tingkat kepuasan pengguna berdasarkan *CSIndex*. Tabel standar penilaian kepuasan berdasarkan besar rentang gap (kesenjangan) dapat dilihat pada Tabel 4. Standar Nilai Kepuasan *CSIndex* berdasarkan rentang *Gap*.

Tabel 3. Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
USA1	90,13	314,253	,646	,982
USA2	90,07	308,199	,800	,981
USA3	90,02	309,745	,804	,981
USA4	90,05	310,218	,841	,981
USA5	90,12	307,901	,833	,981
USA6	90,05	310,557	,726	,982
USA7	90,05	307,506	,829	,981
USA8	89,97	309,524	,860	,981
INF1	89,98	308,457	,843	,981
INF2	89,95	306,760	,898	,981
INF3	90,00	307,627	,888	,981
INF4	90,00	308,339	,840	,981
INF5	90,03	308,677	,857	,981
SER1	90,02	307,135	,834	,981
SER2	90,08	307,027	,815	,981
SER3	89,98	305,576	,861	,981
SER4	90,33	307,345	,803	,981
SER5	90,58	303,434	,717	,982
SER6	90,18	308,322	,785	,981
SER7	90,42	305,230	,778	,982
ACR1	90,05	305,709	,933	,981
ACR2	90,22	305,732	,829	,981
ACR3	90,08	309,468	,855	,981
EMP1	90,02	308,457	,873	,981
EMP2	90,02	305,915	,896	,981

Table 4. Standar Nilai Kepuasan *CSIndex* Berdasarkan Rentang *Gap*

<i>Gap</i>	Tingkat Kepuasan
$> 0,00$	Sangat Puas (SP)
$-0,75 \leq \text{Gap} \leq 0,00$	Puas (P)
$-1,50 \leq \text{Gap} < -0,75$	Cukup Puas (CP)
$-2,25 \leq \text{Gap} < -1,50$	Kurang Puas (KP)
$\text{Gap} < -2,25$	Tidak Puas (TP)

Pada penelitian ini, pengumpulan data yang dilakukan dalam sistem pelayanan berdasarkan pada teori service quality. Indikator layanan tersebut diturunkan dari lima dimensi kualitas layanan antara lain kegunaan (*usability*), kualitas informasi (*information quality*), keandalan layanan (*service reliability*), kepastian (assurance), dan

empati (emphaty). Hasil analisis *gap* dan *CSIndex* dari masing-masing dimensi disajikan pada Tabel 5.

- b) IPA (*Importance Performance Analysis*) yang berupa diagram kartesius merupakan metode tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pengguna dan penyedia jasa terhadap layanan *Inaportnet* pada KOPUTP.

Analisis ini berupa penilaian kepuasan dari pengguna dan penyedia jasa, dalam mengukur kepuasan layanan, apakah sudah puas, perlu diperbaiki atau perlu ditingkatkan. Hasil analisis dari diagram kartesius sebagai bahan rekomendasi manajemen KOPUTP guna melakukan perbaikan mendesak, jangka pendek maupun jangka panjang, terhadap indikator penilaian yang dianggap pengguna dan penyedia jasa ditemui kekurangan atau ketidakpuasan. Selain itu dapat digunakan sebagai acuan untuk melakukan peningkatan kualitas atau mempertahankan kualitas pelayanan pada indikator dengan penilaian baik atau sangat puas.

Table 5. Kepuasan Pengguna Layanan *Inaportnet* Berdasarkan Dimensi

Dimensi	Harapan	Realita	Gap	Tingkat Kepuasan
Kegunaan (<i>Usability</i>)	4,519	3,642	-0,878	Cukup Puas
Kualitas Informasi (<i>Information Quality</i>)	4,657	3,811	-0,846	Cukup Puas
Keandalan Layanan (<i>Service Reliability</i>)	4,558	3,425	-1,133	Cukup Puas
Kepastian (<i>Assurance</i>)	4,590	3,703	-0,887	Cukup Puas
Empati (Emphaty)	4,578	3,622	-0,956	Cukup Puas
Rata-Rata	4,581	3,641	-0,940	Cukup Puas

Pada diagram kartesius sumbu mendatar \bar{X} diisi oleh rentang rata-rata skor penilaian realita pelayanan, sementara sumbu tegak \bar{Y} diisi oleh rentang rata-rata skor penilaian harapan. Batas yang berupa rata-rata total dari skor penilaian realita dan skor penilaian harapan pengguna dan penyedia jasa untuk membentuk empat kuadran prioritas yang diperoleh berdasarkan persamaan 3 dan 4:

1. Rata-rata total skor penilaian realita = 3,80
2. Rata-rata total skor penilaian harapan = 4,35

Berdasarkan batas pada sumbu X yang menyatakan besarnya persepsi yang didapat dari hasil persepsi responden penelitian, dimana:

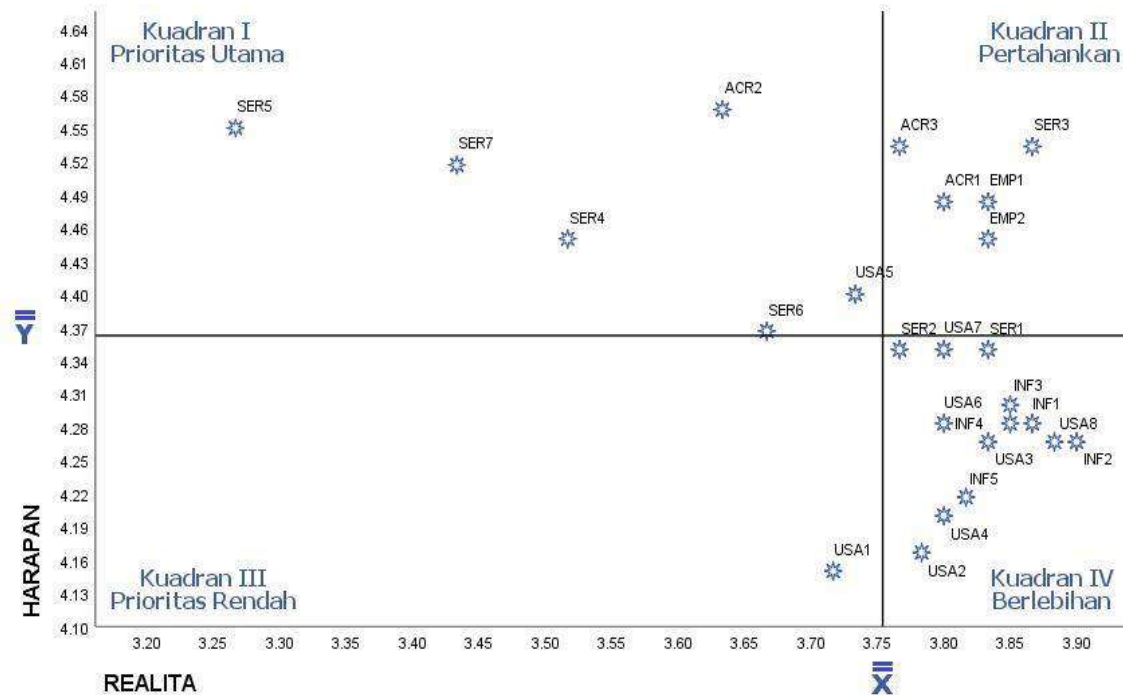
1. Besar rata-rata realita = 3,80 dimana nilai rata-rata kepuasan tersebut akan menjadi titik 0,0 pada sumbu X.
2. Bila nilai realita > 3,80 maka dapat dinyatakan Cukup Puas, Puas, atau Sangat Puas.
3. Bila nilai realita < 3,80 maka dapat dinyatakan Kurang Puas atau Tidak Puas.

Sumbu Y menyatakan besarnya harapan yang didapat dari hasil persepsi responden penelitian, dimana:

1. Besar rata-rata harapan = 4,35 dimana nilai rata-rata kebutuhan tersebut akan menjadi titik 0,0 pada sumbu Y

2. Bila nilai harapan $> 4,35$ maka dapat dinyatakan Cukup Penting, Penting, atau Sangat Penting.
3. Bila nilai harapan $< 4,35$ maka dapat dinyatakan Kurang Penting atau Tidak Penting.

Hasil IPA berupa diagram kartesius dari indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur kepuasan pengguna *Inaportnet* ditunjukkan pada Gambar 5.



Gambar 4. Diagram Kartesius

Pada Gambar 4. memperlihatkan empat kuadran kepuasan pengguna hasil analisis diagram kartesius. Pada gambar tersebut 6 indikator masuk ke dalam Kuadran I yang berarti aspek layanan tersebut harus diperbaiki segera, 5 indikator masuk ke dalam Kuadran II yang berarti aspek layanan tersebut harus dipertahankan, 13 indikator masuk ke dalam Kuadran III yang berarti aspek layanan tersebut perbaikannya dapat ditunda, dan 1 indikator masuk ke dalam Kuadran IV yang berarti aspek layanan tersebut dimungkinkan untuk ditiadakan dan diganti dengan aspek kepuasan lainnya.

Hasil dari diagram kartesius menunjukkan pengelompokan indikator-indikator dalam empat kuadran prioritas perbaikan yaitu Kuadran I dimana indikator yang dianggap penting tetapi kualitas layanannya cukup rendah, Kuadran II indikator dianggap penting dan kualitas layanannya tinggi, Kuadran III yaitu indikator yang dianggap kurang penting dan kualitas layanannya rendah, serta Kuadran IV yaitu indikator yang dianggap kurang penting tetapi kualitas layanannya tinggi. Pengelompokan prioritas perbaikan indikator pada Tabel 6 memperlihatkan bahwa secara umum dapat dikatakan bahwa indikator-indikator pada kelima dimensi menyebar pada keempat kuadran diagram kartesius. Hal ini dikarenakan penilaian tingkat kepentingan dan harapan oleh pengguna untuk setiap indikator berbeda-beda. Dimensi yang secara visual memiliki indikator yang terlihat mengumpul pada satu kuadran adalah dimensi keandalan layanan (*service reliability*) dimana 4 indikator dari 7

indikator berada pada kuadran I yang berarti indikator dianggap penting dan memiliki kualitas layanan tinggi.

Tabel 6. Pemetaan Indikator pada Kuadran Kartesian

Kuadran I (Prioritas)	Kuadran II (Pertahankan)
USA5 : Layanan <i>Inaportnet</i> memiliki fasilitas pencarian yang baik	SER3 : <i>Inaportnet</i> dapat diakses kapan saja
SER4 : <i>Inaportnet</i> dapat cepat terbuka setiap kali diakses	ACR1 : Keamanan <i>Inaportnet</i> baik
SER5 : <i>Inaportnet</i> dapat cepat terbuka setiap kali diakses	ACR3 : Pengawasan terhadap <i>Inaportnet</i> yang dilakukan oleh KOPUTP berjalan baik
SER6 : Semua form-form isian yang ada dalam Layanan <i>Inaportnet</i> berfungsi dengan baik	EMP1 : Pengguna merasa nyaman dalam menggunakan layanan <i>Inaportnet</i>
SER7 : Terdapat menu help untuk membantu dalam menggunakan layanan <i>Inaportnet</i>	EMP2 : Pengguna merasa terbantu dalam proses bongkar muat petikemas dengan layanan <i>Inaportnet</i>
ACR2 : Staf pengelola dapat diandalkan dalam mengelola layanan <i>Inaportnet</i>	
Kuadran III (Rendah)	Kuadran IV (Berlebihan)
USA1 : Tampilan layanan <i>Inaportnet</i> menarik	USA2 : Tampilan layanan <i>Inaportnet</i> tidak membingungkan
	USA3 : Menu-menu ditampilkan dan ditempatkan dengan jelas
	USA4 : Proses navigasi pada layanan <i>Inaportnet</i> tidak membingungkan
	USA6 : User Interface Portal <i>Inaportnet</i>
	USA7 : <i>Inaportnet</i> dapat ditampilkan dengan sempurna pada browser yang berbeda-beda
	USA8 : Penamaan dan istilah yang digunakan pada layanan <i>Inaportnet</i> sesuai dengan bidang pelabuhan bongkar muat petikemas
	INF1 : Informasi didalam <i>Inaportnet</i> jelas
	INF2 : Informasi didalam <i>Inaportnet</i> akurat
	INF3 : Informasi didalam <i>Inaportnet</i> terkini
	INF4 : Informasi didalam <i>Inaportnet</i> bermanfaat
	INF5 : Informasi didalam <i>Inaportnet</i> ringkas
	SER1 : Alamat URL <i>Inaportnet</i> aktif dan mengarah ke layanan yang benar
	SER2 : Alamat URL mudah diingat

Table 7. Tabel Matriks Kebutuhan Pengguna Layanan *Inaportnet* (Whats)

User Requirement (Whats)	Sistem <i>Inaportnet</i> yang selalu dapat diakses kapanpun
	Koneksi yang stabil dan cepat
	Proses approval LK3 yang singkat
	Petugas layanan <i>Inaportnet</i> yang kompeten dan responsive
	Informasi mengenai lalu lintas kapal dan barang yang akurat

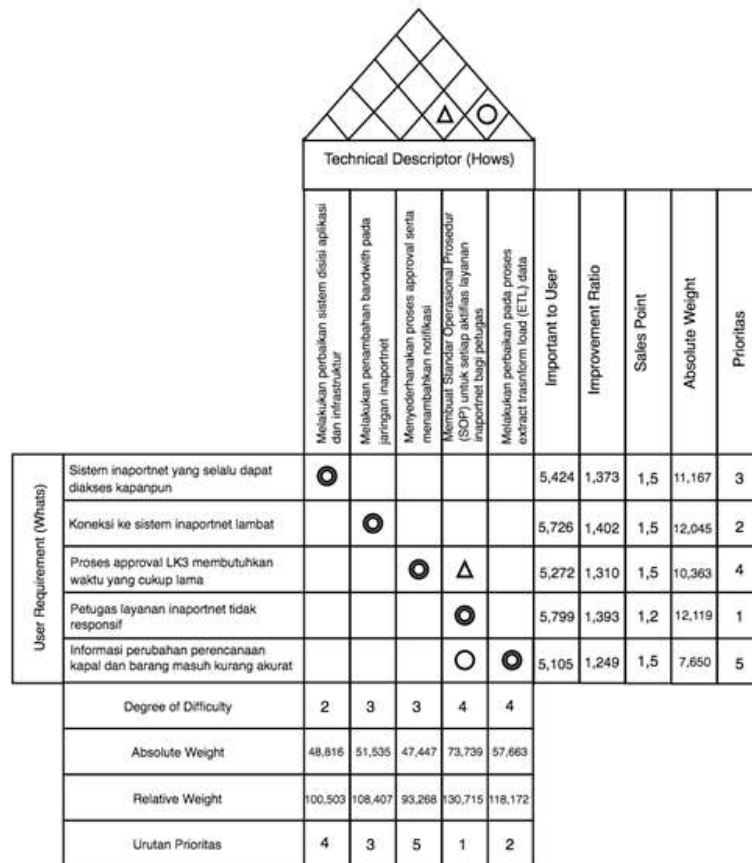
Table 8 Tabel Matriks Respon Teknis (Hows)

Technical Descript or (Hows)	Melakukan perbaikan sistem disisi aplikasi dan infrastruktur
	Melakukan penambahan bandwidth pada jaringan <i>Inaportnet</i>
	Menyederhanakan proses approval serta menambahkan notifikasi

Membuat Standar Operasional Prosedur (SOP) untuk setiap aktifitas layanan *Inaportnet* bagi petugas
 Melakukan perbaikan pada proses *extract transform load* (ETL) data

c) Matriks kebutuhan pengguna layanan *Inaportnet* adalah indikator yang penting bagi pengguna dan merupakan langkah awal dalam pembuatan *QFD*.

Kebutuhan konsumen menggambarkan keinginan pengguna layanan terhadap layanan *Inaportnet* pada KOPUTP. Matriks kebutuhan pengguna layanan *Inaportnet* dapat dilihat pada Tabel 7 dan 8 dan hasil analisis pada Gambar 5.



Gambar 5. Hasil Analisis *QFD* Layanan *Inaportnet* pada KOPUTP

Tabel 9 Prioritas Perbaikan dan Peningkatan Kepuasan Pengguna *Inaportnet*

Ranking Prioritas	Indikator berdasarkan User Requirement	Indikator berdasarkan Technical Descriptor
1	Petugas layanan <i>Inaportnet</i> yang kompeten dan responsive	Membuat Standar Operasional Prosedur (SOP) untuk setiap aktifitas layanan <i>Inaportnet</i> bagi petugas
2	Koneksi yang stabil dan cepat	Melakukan penambahan bandwidth pada jaringan <i>Inaportnet</i>
3	Sistem <i>Inaportnet</i> yang selalu dapat diakses kapanpun	Melakukan perbaikan sistem disisi aplikasi dan infrastruktur
4	Proses approval LK3 yang singkat	Menyederhanakan proses approval serta menambahkan notifikasi
5	Informasi mengenai lalu lintas kapal dan barang yang akurat	Melakukan perbaikan pada proses <i>extract transform load</i> (ETL) data

Berdasarkan hasil *QFD* tersebut, dapat dilakukan penentuan prioritas perbaikan dan peningkatan indikator kepuasan pengguna layanan *Inaportnet* baik dari sisi pengguna maupun teknis. Prioritas untuk masing-masing indikator dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9 menunjukkan bahwa baik dari segi pengguna maupun teknis, indikator yang berkaitan dengan problem terhadap proses lalu lintas kapal dan barang menjadi prioritas utama dalam perbaikan. Indikator ini sangat erat kaitannya dengan kelangsungan operasional pelayanan dan produktivitas lalu lintas kapal dan barang. Indikator ini harus segera dievaluasi dan dilakukan perbaikan.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan kepuasan pengguna layanan *Inaportnet* pada KOPUTP dengan cakupan 5 dimensi kepuasan pengguna yang digunakan yaitu *usability*, *information quality*, *service reliability*, *assurance*, dan *empathy* diperoleh kesimpulan sebagai berikut. (1) Hasil analisis Gap menunjukkan seluruh dimensi menghasilkan tingkat kepuasan “cukup puas” (nilai Gap antara -1,5 sampai dengan -0,75) yang dapat diartikan bahwa pada seluruh dimensi kepuasan, pengguna menilai layanan *Inaportnet* pada KOPUPT sudah cukup memenuhi harapan namun masih belum optimal. (2) Hasil analisis diagram kartesius terdapat enam prioritas yang wajib ditindaklanjuti oleh Kementerian Perhubungan selaku Penyelenggara Web Services *Inaportnet* guna lebih meningkatkan kualitas pelayanan kepada para pengguna maupun penyedia jasa, meliputi perbaikan fasilitas pencarian yang baik (USA5), cepat terbuka setiap kali diakses (SER4), cepat aktif kembali apabila terjadi kerusakan (SER5), Semua form-form isian tersedia berfungsi dengan baik (SER6), Terdapat menu help (SER7), Staf pengelola yang dapat diandalkan (ACR2). (3) Hasil analisis *Quality Fuction Deployment (QFD)* menunjukkan harapan pengguna dan penyedia jasa yang harus diprioritaskan atau ditindaklanjuti segera atau urgensi mendesak oleh KOPUPT adalah kompetensi petugas layanan, melalui penyelenggaraan pelatihan rutin kompetensi petugas pelaksana *Inaportnet* dan evaluasi berkala setiap bulan dengan menyediakan *reward and punishment* sebagai penghargaan atas prestasi petugas, dan menerbitkan Prosedur Operasional Standar untuk setiap aktifitas terkait lalu lintas kapal dan barang di *Inaportnet*.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan serta simpulan maka saran yang dapat diberikan adalah: (1) Bagi perusahaan adalah evaluasi terhadap kepuasan pengguna perlu dilakukan secara berkala setiap tahunnya untuk mengetahui perkembangan aspek-aspek kepuasan untuk meningkatkan kualitas layanan *Inaportnet*. Instrumen dan metode analisis yang peneliti gunakan dapat diterapkan di KOPUTP. (2) Bagi penelitian selanjutnya (akademis) adalah penambahan variabel atau indikator sehingga dapat memberikan informasi yang lebih luas mengenai kepuasan pengguna suatu sistem. (3) Penggunaan beberapa tambahan metode analisa kualitas layanan diperlukan untuk menghasilkan informasi yang lebih akurat dan tepat sehingga dapat dijadikan acuan dalam pengambilan keputusan.

DAFTAR PUSTAKA

- Angelova, B., & Zekiri, J. (2011). Measuring customer satisfaction with service quality using American Customer Satisfaction Model (ACSI Model). *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 1(3), 232-258.
- Aritonang, R. L. (2005). *Kepuasan pelanggan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Arsyad, L. O. (2014). Tingkat kepuasan konsumen berdasarkan persepsi pengguna pelayanan terminal peti kemas Kendari (PT. Pelabuhan Indonesia IV Kendari). *Jurnal Stabilita* , 2(1), 1-14.
- Boonadir, N., Jeevan, J., Aslamm, N. M., & Hamid, S. A. (2012). Seaport development: A study on customer attraction to Westport, port klang, Malaysia. *Business Management Dynamics*, 1(8), 08-19.
- Cohen, L. (1995). *Quality function deployment: How to make QFD work for you*. Massachusetts: One Jacob Way Reading, Addison-Wesley Publishing Company.
- Kotler, P. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Muktiningrum, T., Haryono, & Ratnasari, V. (2006). *Analisis service quality PT. Terminal Peti Kemas Surabaya berbasis Structural Equation Modelling (SEM)*. Prosiding Seminar Nasional Manajemen Teknologi III (1-10). Surabaya: Program Studi MMT-ITS.
- Neysi, A., & Dadkhah, A. (2013). Developing affective model for measuring and managing customer satisfaction in container port. *Journal of Asian Business Strategy*, 3(9), 224-232.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L.L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(Fall), 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1),12-40.
- Parasuraman, A., Zeithaml V. A., & Berry. (1990) *Delivering quality service: balancing customer perceptions and expectations*. New York: Free Press.
- Supranto, J. (2011). *Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan untuk meningkatkan pangsa pasar*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Wijaya, T. (2011). *Manajemen kualitas jasa (Desain Servqual, QFD, dan Kano*. Jakarta Barat: PT INDEKS.