



Manajemen : Jurnal Ekonomi

Volume. 2 No. 1 Tahun 2020

EISSN : 2302-5964

Analisis Resources Based View (RBV) Studi Kasus: Pada Yayasan Pendidikan GKPS
Relahati Giawa, Liharman Saragih1-17

Budaya Organisasi Profesional, Integritas, Kredibel, Kerjasama Tim, Inovatif,
Kreatif (Piknik) Dan Pengaruhnya Terhadap Kreatifitas Pegawai Pada Kantor
Badan Pom Kota Tanjung Balai
Indah Lestari, Pandapotan Simatupang.....18-30

Pengaruh Pelaksanaan Analisa Jabatan (Anjab) Yang Tepat Terhadap Peningkatan
Kinerja Pegawai Pada Dinas Pariwisata Kota Pematangsiantar
Alfika Wiranda, Johanes W.P Purba31-39

Pengaruh Penerapan Sistem Informasi Manajemen Kepegawaian terhadap
Pengembangan Karir di Satuan Polisi Pamong Praja Kota Pematangsiantar
Marlina Sijabat, Elidawaty Purba.....40-53

Pengaruh Potongan Harga Dan Bonus Terhadap Pembelian Konsumen
Minimarket Indomaret Serbelawan
Novitasari Nainggolan, Taufik Parinduri.....54-64

Pengaruh Rekrutmen Dan Seleksi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PD. Sinarmas
Pematangsiantar
Syafrizal Al-Fatih, Pinondang Nainggolan, Resna Napitu65-84

Keputusan Pembelian *On-Line* melalui Sosial Media Pemasaran Usaha Mikro
Dan Kecil ; Sebuah Pendekatan literatur
Liharman Saragih, Wico Jontarudi Tarigan.....85-91

Diterbitkan oleh :

**Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi -Universitas Simalungun
Pematangsiantar**

EDITORIAL TEAM

EMITEN (Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Kewirausahaan)

| | |
|-----------------|--|
| Editor In Chief | Liharman Saragih, SE.MM |
| Editor | Johannes W.P.Purba, SE.MM |
| Section Editor | Resna Napitu, SE.MSi |
| Reviewer | 1. Padapotan Simatupang, SE.MM 2. Fariaman Purba, SE.MSi 3. Taufik Parinduri, SE.MSi 4. Rosita Manawari, SE.MM 5. Elidawaty Purba,SE.MSi 6. Yayuk Yuliana 7. Megasari Gusandra Saragih |

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi

Jl. Sisingamangaraja No. 1 P.Siantar

Email : manajemenfeusi@gmail.com

EISSN: 2302-5964
Vol. 2 No. 1 (2020)
Manajemen : Jurnal Ekonomi

DAFTAR ISI

| | |
|--|---------|
| Analisis Resources Based View (RBV) Studi Kasus: Pada Yayasan Pendidikan GKPS Relahati Giawa, Liharman Saragih | 1 – 17 |
| Budaya Organisasi Profesional, Integritas, Kredibel, Kerjasama Tim, Inovatif, Kreatif (Pikir) Dan Pengaruhnya Terhadap Kreatifitas Pegawai Pada Kantor Badan Pom Kota Tanjung Balai Indah Lestari, Pandapotan Simatupang | 18 – 30 |
| Pengaruh Pelaksanaan Analisa Jabatan (Anjab) Yang Tepat Terhadap Peningkatan Kinerja Pegawai Pada Dinas Pariwisata Kota Pematangsiantar Alfika Wiranda, Johanes W.P Purba | 31 – 39 |
| Pengaruh Penerapan Sistem Informasi Manajemen Kepegawaian terhadap Pengembangan Karir di Satuan Polisi Pamong Praja Kota Pematangsiantar Marlina Sijabat, Elidawaty Purba | 40 – 53 |
| Pengaruh Potongan Harga Dan Bonus Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Minimarket Indomaret Serbelawan Novitasari Nainggolan, Taufik Parinduri | 54 – 64 |
| Pengaruh Rekrutmen Dan Seleksi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PD. Sinarmas Pematangsiantar Syafrizal Al-Fatih, Pinondang Nainggolan, Resna Napitu | 65 - 84 |
| Keputusan Pembelian <i>On - Line</i> Melalui Sosial Media Pemasaran Usaha Mikro Dan Kecil Sebuah Pendekatan Literatur Liharman Saragih, Wico J Tarigan | 85 - 91 |

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SIMALUNGUN
PEMATANGSIANTAR

ANALISIS RESOURCES BASED VIEW (RBV) STUDI KASUS: PADA YAYASAN PENDIDIKAN GKPS

Relahati Giawa

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun
Jl. Sisingamangaraja No.1 P.Siantar
Jurnalmanajemenfeusi@gmail.com

Liharman Saragih, SE, MM

Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun
Jl. Sisingamangaraja No.1 P.Siantar

Abstrak: Gereja Kristen Protestan Simalungun (GKPS) mengambil peran didalam membentuk, mendidik, dan mencerdaskan anak-anak bangsa dengan mendirikan Yayasan Pendidikan GKPS. Dalam melakukan tugas dan tanggung jawab tersebut Yayasan Pendidikan GKPS mempunyai berbagai strategi untuk boleh bersaing dengan yayasan pendidikan lainnya. Untuk itu perlu adanya suatu pendekatan internal yang meliputi sumber daya (*resource*) dan kapabilitas (*capability*) Yayasan Pendidikan GKPS yang dapat menciptakan keunggulan bersaing.

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Untuk mengetahui strategi *Resources Based View* (RBV) dalam peneglolaan Yayasan Pendidikan GKPS, (2) Mengidentifikasi *resources* dan *capability* apa yang dimiliki oleh Yayasan Pendidikan GKPS dikaitkan dengan peluang dan ancaman dengan menggunakan kerangka analisis VRIO (*Valuable, Rare, Inimitable, Organization*) dalam menghadapi persaingan, (3) Mengetahui kondisi *resources* dan *capability* dalam bisnis di Yayasan Pendidikan GKPS dalam menghadapi persaingan yang semakin tinggi di masa sekarang maupun yang akan datang dengan menggunakan analisis VRIO (*Valuable, Rare, Inimitable, Organization*).

Penelitian ini dilaksanakan pada Yayasan Pendidikan GKPS. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi dengan penentuan informan secara *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Yayasan Pendidikan GKPS memiliki sebanyak 13 sumber daya serta kapabilitas sebanyak 7 jenis berpotensi sebagai keunggulan kompetitif. Hasil analisis memberikan hasil bahwa Yayasan pendidikan GKPS memiliki *resources* dan *capabilities* yang masih berada pada kategori *competitive parity* dan *temporary competitive advantage*, oleh karena itu dibutuhkan formulasi strategi yang tepat untuk menjadikan *resources* dan *capabilities* tersebut menjadi *Suistanable competitive advantage*.

Kata kunci: *Resource Based View* (RBV), VRIO, Sumber daya, Kapabilitas

Abstract: *Simalungun Protestant Christian Church (GKPS) takes a role in forming, educating and educating the nation's children by establishing the GKPS Education Foundation. In carrying out these duties and responsibilities the GKPS Education Foundation has various strategies to be able to compete with other educational foundations. For this reason, an internal approach which includes resources and capabilities of the GKPS Education Foundation needs to be able to create a competitive advantage.*

This study aims to: (1) To find out the Resources Based View (RBV) strategy in managing the GKPS Education Foundation, (2) Identify what resources and capabilities owned by the GKPS Education Foundation are associated with

opportunities and threats using the VRIO analysis framework (Valuable, Rare, Inimitable, Organization) in facing competition, (3) Knowing the condition of resources and capability in business in the GKPS Education Foundation in facing higher and higher competition now and in the future by using VRIO analysis (Valuable, Rare, Inimitable, Organization).

This research was conducted at the GKPS Education Foundation. Data were collected using the method of observation, interviews and documentation with the determination of informants by purposive sampling. The results showed that the GKPS Education Foundation had as many as 13 resources and as many as 7 types of capabilities as potential competitive advantages. The results of the analysis show that are still in the category of competitive advantage, therefore the right strategy formulation is needed to make these resources and capabilities become sustainable competitive advantage.

Keywords: Resource Based View (RBV), VRIO, Resources, Capability

1. PENDAHULUAN

Pendidikan di Indonesia saat ini begitu miris dan menyedihkan banyak hal yang harus diperbaiki dimulai dari pendidikan usia dini sampai perguruan tinggi. Salah satu yang menjadi kelemahan pendidikan di Indonesia adalah yang pertama bentuk kurikulumnya, kurikulum di Indonesia terlalu banyak memaksa para pelajar untuk menghafal materi melalui penjelasan serta melalui cara membayangkan, masih terlalu sedikit praktek yang dilakukan sehingga membuat para pelajar sulit untuk memahami apa yang dia pelajari. Kedua adalah fasilitas yang masih belum merata kesemua wilayah di Indonesia. Ketiga adalah rendahnya kualitas para pengajar di Indonesia, masih banyak guru-guru yang belum memiliki kemampuan mengajar yang baik karena banyak rakyat Indonesia yang masih belum menghargai profesi seorang guru atau pengajar dan juga masih kurangnya apresiasi pemerintah untuk para guru-guru di Indonesia.

Dewasa ini pendidikan di Indonesia sedikit mendapat angin segar, karena beberapa penancangan-penancangan dan juga kebijakan-kebijakan pemerintah, seperti : kebijakan pengembangan kualitas dan penambahan jumlah SMK di Indonesia yang membuat para pelajar memiliki keterampilan lebih dan praktek yang memadai, begitu juga SMA dengan berlakunya kurikulum 2013 membuat pelajar mampu memaparkan apa yang ia pelajari tidak hanya menghafal materi secara penuh. Menambah fasilitas yang di distribusikan kedaerah-daerah terpencil untuk meningkatkan kualitas para guru dan pengajar. Mengadakan berbagai seminar untuk melatih dan menambah kemampuan guru dalam mengajar dan memahami keadaan para muridnya dan juga penancangan kebijakan kesejahteraan guruyang membuat semakin banyak yang berminat mengabdikan sebagai guru yang handal sehingga membuat guru lain merasa perlu untuk berkembang supaya meningkatkan daya saingnya. Oleh karena itu pendidikan memegang peranan yang amat penting untuk menjamin kelangsungan hidup Negara dan Bangsa, karena pendidikan merupakan wahana untuk meningkatkan dan mengembangkan kualitas sumber daya manusia.

Dalam hal ini Gereja Kristen Protestan Simalungun (GKPS) juga mengambil peran didalam membentuk, mendidik, dan mencerdaskan anak-anak

bangsa dengan mendirikan Yayasan Pendidikan GKPS. Dalam melakukan tugas dan tanggung jawab tersebut Yayasan Pendidikan GKPS mempunyai berbagai strategi untuk boleh bersaing dengan yayasan pendidikan lainnya. Dalam menghadapi persaingan yang ketat ini Yayasan Pendidikan GKPS dituntut untuk mengembangkan strategi bersaing yang tepat dalam menghadapi persaingan tersebut. Perlunya evaluasi strategi sebagai koreksi, apakah strategi yang sudah di terapkan sudah mencapai dalam taraf keunggulan bersaing. Identifikasi kelemahan dan kekuatan sebuah organisasi pada dasarnya adalah mencoba menggali suatu keunggulan bersaing (*Competitive Advantage*) dari organisasi tersebut, proses identifikasi akan menampilkan kekuatan- kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk memanfaatkan kelemahan pesaing.

Seperti organisasi lainnya, Yayasan Pendidikan GKPS juga dituntut memiliki suatu keunggulan bersaing dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Untuk memperoleh suatu keunggulan bersaing (*Competitive Advantage*), organisasi harus menganalisa sumber daya yang dimiliki untuk mengidentifikasi kelemahan-kelemahan dan kekuatan- kekuatannya dalam rangka membangun kemampuan (*Capability*) untuk mencapai keunggulan tersebut. Adanya berbagai faktor internal dan eksternal yang seringkali mengalami perubahan tersebut perlu dipertimbangkan oleh Yayasan Pendidikan GKPS sehingga Yayasan Pendidikan GKPS tersebut dapat bertahan bahkan mampu berkembang dimasa yang akan datang.

Yayasan Pendidikan GKPS bergerak dibidang jasa pelayanan pendidikan yang harus menghadapi persaingan dengan Yayasan Pendidikan yang lainnya seperti Yayasan Pendidikan Teladan, Yayasan Pendidikan Keluarga dan Yayasan Pendidikan Kartini Handayani. Meskipun Yayasan Pendidikan GKPS ini terbilang cukup lama dalam bidang jasa pelayanan pendidikan tetapi Yayasan Pendidikan GKPS ini mampu terus menghadapi persaingan dengan Yayasan Pendidikan lainnya, hal ini dibuktikan dari jumlah siswa/siswi yang meningkat dari tahun ke tahun, mereka tetap memilih menempuh pendidikan di Yayasan Pendidikan GKPS sebagai tempat layanan Pendidikan. Tugas- tugas Yayasan Pendidikan itu menjadikan Yayasan Pendidikan GKPS sebagai pihak yang sangat

dibutuhkan dalam menyediakan kebutuhan masyarakat dan mewujudkan cita-cita masyarakat yang menjadikan warganya memiliki kehidupan yang lebih baik dan memiliki pendidikan yang baik. Ada pun sekolah yang ada dibawah naungan Yayasan Pendidikan GKPS terdiri dari PAUD/ TK, SD, SMP, SMA/SMK dan Asrama dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1

Jumlah Sekolah Yayasan Pendidikan GKPS

| No | Unit Sekolah | Jumlah |
|----|--------------|---------|
| 1 | PAUD/ TK | 4 Unit |
| 2 | SD | 19 Unit |
| 3 | SMP | 7 Unit |
| 4 | SMA | 1 Unit |
| 5 | SMK | 3 Unit |
| 6 | Asrama | 2 Unit |

Sumber : Yayasan Pendidikan GKPS, 2020

Jumlah unit sekolah Yayasan Pendidikan GKPS yaitu: PAUD/ TK sebanyak 4 unit sekolah, SD sebanyak 19 unit sekolah, SMP sebanyak 7 unit sekolah, SMA sebanyak 1 unit sekolah, SMK sebanyak 3 unit sekolah, serta Asrama sebanyak 2 unit yaitu Asrama Putri dan Asrama Putra.

Yayasan Pendidikan GKPS saat ini sedang berbenah meningkatkan kualitas pendidikan. Mewujudkan pendidikan GKPS yang mampu menghasilkan generasi yang beriman sejati kepada Kristus, Cerdas dan menjadi berkat ditengah masyarakat dan dunia. Langkah mendasar yang dilakukan adalah mengembalikan tujuan pendidikan sebagaimana yang diinginkan oleh para pendiri yakni mendidik peserta didik, membaca, menulis, berhitung dan belajar Firman Tuhan. Diharapkan setiap sekolah dapat menghadirkan citra Allah disetiap ruang kelas. Langkah berikutnya adalah mendorong semua sekolah untuk mencapai kualitas sebagaimana sudah ditentukan pada Standar Nasional Pendidikan (SNP) mulai dari standar proses, tata kelola, tenaga pendidik dan kependidikan, sarana prasarana dan pembiayaan. Hal terakhir adalah menghimpun seluruh potensi dan melibatkan seluruh pihak yang

berkepentingan untuk ikut ambil bagian sesuai kemampuan masing-masing.

Untuk itu perlu adanya suatu pendekatan internal yang meliputi sumber daya (*resource*) dan kapabilitas (*capability*) Yayasan Pendidikan GKPS yang dapat menciptakan keunggulan bersaing. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan merancang solusi formulasi strategi pengembangan bisnis yang dibutuhkan pada Yayasan Pendidikan GKPS khususnya dalam *resources* dan *capability* yang dimiliki dengan menggunakan analisis *Resources Based View* (RBV) untuk meningkatkan daya saing dalam menghadapi persaingan yang semakin tinggi.

2. LANDASAN TEORI

Manajemen Strategi

Manajemen diartikan sebagai seni dan sains dalam memformulasi, mengimplementasi, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsional yang membuat organisasi dapat memperoleh tujuannya. Hal tersebut berarti bahwa manajemen berfokus pada pengintegrasian manajemen, pemasaran, keuangan dan akuntansi, produksi, dan operasi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi untuk memperoleh kesuksesan organisasi. (David, 2013: 3).

Strategi

Strategi adalah serangkaian komitmen dan tindakan yang terintegrasi dan terkoordinasi yang dirancang untuk mengeksploitasi kompetensi inti (*core competencies*) dan mendapatkan keunggulan bersaing (*competitive advantage*). Strategi tersebut akan membentuk rencana besar tentang bagaimana organisasi mencapai visi dan misinya.

Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing merupakan jantung kinerja perusahaan didalam pasar yang bersaing, namun setelah beberapa dasawarsa adanya perluasan dan kemakmuran yang hebat mengakibatkan banyak perusahaan kehilangan pandangan mengenai keunggulan bersaing dalam upaya perjuangan untuk lebih berkembang dalam mengejar diversifikasi.

Resource Based-View

Teori *Resources Based-View* (RBV) memandang bahwa sumber daya dan kemampuan perusahaan penting bagi perusahaan, karena merupakan pokok atau dasar dari kemampuan daya saing serta kinerja perusahaan. Asumsi dari teori *Resources Based-View* (RBV) yaitu mengenai bagaimana suatu perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lain, dengan mengelola sumber daya yang dimiliki perusahaan yang bersangkutan sesuai dengan kemampuan perusahaan dalam mencapai keunggulan kompetitif perusahaan.

Resource

Barney dan Hesterly memandang sumber daya dalam RBV (*Resources Based View*) sebagai salah satu aset berwujud (*tangible*) dan aset berwujud (*intangible*) yang dapat dikontrol oleh perusahaan dan dapat digunakan untuk menciptakan dan mengimplementasikan strategi perusahaan. **Capability**

Kapabilitas organisasi bukan merupakan input yang spesifik sebagaimana aset terlihat maupun tidak terlihat, tetapi merupakan keahlian berupa kemampuan dan cara mengkombinasikan asset, manusia dan proses yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk mengubah input menjadi output.

VRIO Framework

Barney & Hesterly (2015, p. 88) mengemukakan bahwa VRIO adalah alat yang dapat digunakan untuk mengukur analisis internal, yang mana pada kerangka kerja VRIO terdiri atas empat pertanyaan yang harus ditanyakan terkait dengan sumber daya atau kapabilitas untuk menentukan segi potensial dari kompetitifnya. Empat pertanyaan tersebut meliputi *value*, *rarity*, *imitability*, dan *organization*. Parameter tersebut dijelaskan secara terperinci pada Tabel 2 berikut:

Tabel 2

VRIO Framework

Is the Resources or Capability

| <i>Valuable?</i> | <i>Rare?</i> | <i>Costly to Imitate</i> | <i>Exploited by Organization</i> | <i>Competitive Implication</i> |
|------------------|--------------|--------------------------|---|---------------------------------|
| No | - | - | No. | Competitive Disadvantage |
| Yes | No | - |  | Competitive Parity |
| Yes | Yes | No | | Temporary Competitive Advantage |
| Yes | Yes | Yes | Yes | Sustained Competitive Advantage |

(Sumber: Amin (2019: 6))

3. METODE

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Menurut Sugiyono (2017: 216), metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme dan digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, yang mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, serta analisis data bersifat induktif dan hasil penelitian lebih menekankan pada makna daripada generalisasi.

Lokasi dan Periode Penelitian

Penelitian ini berlangsung dari bulan Maret 2020 sampai Juni 2020 di Yayasan Pendidikan GKPS tepat di Jalan Pdt. J. Wismar Saragih, Komp. Kantor Pusat GKPS Pematangsiantar.

Informan Penelitian

Teknik pemilihan informan yang digunakan peneliti adalah *nonprobability sampling* dengan teknik sampel *purposive sampling*. Menurut Sugiyono, (2017: 216) *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel, sementara *purposive sampling* diartikan sebagai teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Adapun rincian informan dapat dilihat pada Tabel 3 berikut:

Tabel 3 Informan Penelitian

| No. | Nama | Jabatan |
|-----|-------------------------|------------------------|
| 1 | Jefri Sipayung | Ketua YP GKPS |
| 2 | Delmi Saragih | Anggota YP GKPS |
| 3 | Pdt.Paul Munthe | Pembina YP GKPS |
| 4 | Pdt.Aman S.Purba | Kadep GKPS |
| 5 | Mangantar Napitupulu | Kepala Sekolah |
| 6 | St.Gideon Purba | Staff Asett YP GKPS |
| 7 | Romauli Hutasoit | Staff Keuangan YP GKPS |
| 8 | Inka Girsang | Kord.Kantor YP GKPS |
| 9 | Wiranata Saragih | Staff Keuangan YP GKPS |
| 10 | Marsiden Sipayung | Guru |
| 11 | Roma Girsang | Guru |
| 12 | Heldiana Malau | Orang Tua |
| 13 | Rolensi Girsang | Orang Tua |
| 14 | Sumarni Laia | Siswa |
| 15 | Lidia Girsang | Siswa |

(Sumber: Data diolah, 2020)

Prosedur Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam mengkaji permasalahan yang diangkat dalam objek penelitian adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi.

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Identifikasi Sumber Daya pada Yayasan Pendidikan GKPS

Berdasarkan pada hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan, sumber daya yang ada pada Yayasan Pendidikan GKPS secara terperinci dapat ditunjukkan pada Tabel 4.

Tabel 4 Identifikasi Sumber Daya

| No. | Sumber Daya |
|-----|---|
| 1 | Struktur pelaporan keuangan |
| 2 | Sistem perencanaan (program) |
| 3 | Letak geografis sekolah-sekolah YP GKPS |
| 4 | Penginapan YP GKPS |
| 5 | Relasi dengan Gereja, Instansi, Luar negeri |
| 6 | Sumber Daya Manusia (SDM) |
| 7 | Mutu sekolah, kualitas pembelajaran |
| 8 | Infrastruktur sekolah, sarana dan prasarana |
| 9 | Lahan, tanah yang luas |
| 10 | Promosi (AB, Website, Twitter, FB, Instagram, Kunjungan Gereja) |
| 11 | Budaya Kerja (pelayanan) |
| 12 | Kualitas Pendidik dan tenaga kependidikan |
| 13 | Tata kelola dan kepemimpinan sekolah |

Identifikasi Sumber Daya pada Yayasan Pendidikan GKPS

Berdasarkan pada hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan, Kapabilitas yang ada pada Yayasan Pendidikan GKPS secara terperinci dapat ditunjukkan pada Tabel 5

Tabel 5 Identifikasi Kapabilitas

| No. | Kapabilitas |
|-----|--|
| 1 | Kemampuan dalam penguatan sistem keuangan |
| 2 | Kemampuan dalam memberdayakan kepala sekolah, guru, siswa |
| 3 | Kemampuan dalam bekerja satu tim |
| 4 | Kemampuan mempromosikan sekolah |
| 5 | Kemampuan pengelolaan lahan, tanah sekolah |
| 6 | Kemampuan dalam menjalin relasi dengan Gereja, Instansi, Luar negeri |
| 7 | Kemampuan dalam meningkatkan kualitas kepala sekolah, guru-guru |

Analisis VRIO pada Sumber Daya

Berdasarkan pada hasil uji analisis VRIO yang dilakukan pada sumber daya yang dimiliki oleh Yayasan Pendidikan GKPS dapat diidentifikasi bahwa Yayasan Pendidikan GKPS memiliki 6 sumber daya yang memiliki *sustained competitive advantage* sementara sumber daya lainnya hanya bersifat *competitive parity* dan *temporary competitive advantage*. Adapun hasil uji VRIO dapat ditunjukkan pada Tabel 6.

Tabel 5
Hasil Uji VRIO Sumber Daya

| Sumber Daya | V | R | I | O |
|---|---|---|---|---|
| Letak geografis sekolah-sekolah YP GKPS | v | - | - | - |
| Mutu sekolah, kualitas pembelajaran | v | - | - | - |
| Kualitas Pendidik dan tenaga kependidikan | v | - | - | - |
| Tata kelola dan kepemimpinan sekolah | v | - | - | - |
| Sumber Daya Manusia (SDM) | v | - | - | v |
| Infrastruktur sekolah, sarana dan prasarana | v | - | - | v |
| Sistem perencanaan (program) | v | v | - | v |
| Relasi dengan Gereja, Instansi, Luar negeri | v | v | v | v |
| Struktur pelaporan keuangan | v | v | v | v |
| Lahan, tanah yang luas | v | v | v | v |
| Penginapan YP | v | v | v | v |
| Budaya kerja (Pelayanan) | v | v | v | v |
| Promosi (AB, Website, Twitter, FB, Instagram, Kunjungan Gereja) | v | v | v | v |

Tabel 6
Hasil Uji VRIO pada Kapabilitas

| Kapabilitas | V | R | I | O |
|--|---|---|---|---|
| Kemampuan dalam penguatan sistem keuangan | v | - | - | v |
| Kemampuan dalam meningkatkan kualitas kepala sekolah, guru-guru | v | - | - | v |
| Kemampuan pengelolaan lahan, tanah sekolah | v | - | v | v |
| Kemampuan dalam memberdayakan kepala sekolah, guru, siswa | v | v | v | v |
| Kemampuan bekerja sama dalam tim | v | v | v | v |
| Kemampuan mempromosikan sekolah | v | v | v | v |
| Kemampuan dalam menjalin relasi dengan gereja, instansi, luar negeri | v | v | v | v |

(Sumber: Data diolah, 2020)

Berdasarkan hasil analisis VRIO pada Yayasan Pendidikan GKPS tersebut dapat dihasilkan strategi-strategi alternatif untuk memaksimalkan *resource* dan *capability* dalam pengelolaan Yayasan Pendidikan GKPS, yaitu:

1. Mempertahankan serta mengembangkan sumber daya dan kapabilitas yang termasuk kedalam kategori *sustained competitive advantage*
2. Memperbaiki dan meningkatkan sumber daya dan kapabilitas yang masih bersifat *temporary competitive advantage* dan *competitive parity* agar mampu menjadi sumber keunggulan kompetitif yang berkelanjutan pada Yayasan Pendidikan GKPS
3. Dari visi dan misi Yayasan Pendidikan GKPS dapat diambil suatu strategi untuk dapat membawa Yayasan Pendidikan GKPS menjadi unggul maka fokus Yayasan Pendidikan GKPS yaitu :
 - a. Untuk lebih melakukan peningkatan tata kelola dan kepemimpinan sekolah (Pelatihan kepemimpinan kepala sekolah, implementasi Sistem Penjaminan Mutu Internal (SPMI) secara bertahap, pengembangan sistem informasi dan akademik sekolah, integrasi teknologi dan informasi dalam manajemen sekolah)
 - b. Melakukan peningkatan kualitas pembelajaran (revitalisasi kurikulum, peningkatan kualitas pendidik dan tenaga kependidikan, penguatan supervise

- pembelajaran, integrasi teknologi dan internet dalam proses pembelajaran)
- c. Penguatan SDM/ tendik dan kependidikan (perbaikan proses rekrutmen, penilaian kinerja, kualifikasi dan sertifikasi, penghargaan karyawan berprestasi)
 - d. Memperbaiki sarana dan prasarana (pembangunan dan renovasi fisik, pengadaan meja dan kursi, pengadaan seragam pegawai dan siswa, pengadaan *finger print* melalui dana bos, sumbangan individu/ tokoh simalungun, bantuan pemerintah)
 - e. Keuangan yang kuat (penguatan sistem keuangan/sentralisasi, pembentukan penyandang dana Yayasan, penjaminan dana dari pimpinan pusat, sumbangan sukarela/individu/lembaga)
4. Dari hasil Uji VRIO pada Yayasan Pendidikan GKPS ditemukan sembilan (9) sumber daya (*resources*) dan kapabilitas (*capability*) yang masih dalam kategori *Competitive Parity* dan *Temporary Competitive Advantage* untuk bisa menjadi *Sustained Competitive Advantage* serta 10 sumber daya (*resources*) dan kapabilitas (*capability*) yang sudah tergolong *Sustained Competitive Advantage*.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

Berdasarkan hasil penelitian kualitatif dengan teknik pengamatan (*observasi*), wawancara (*interview*), dan dokumentasi yang dilaksanakan di Yayasan Pendidikan GKPS dapat diambil beberapa kesimpulan, yaitu:

1. Hasil analisis VRIO pada Yayasan Pendidikan GKPS tersebut dapat dihasilkan strategi-strategi alternatif untuk memaksimalkan *resource* dan *capability* dalam pengelolaan Yayasan Pendidikan GKPS, yaitu:
 - a. Mempertahankan serta mengembangkan sumber daya dan kapabilitas yang termasuk kedalam kategori *sustained competitive advantage*
 - b. Memperbaiki dan meningkatkan sumber daya dan kapabilitas yang masih bersifat *temporary competitive advantage* dan *competitive parity* agar mampu menjadi sumber keunggulan kompetitif yang berkelanjutan pada Yayasan Pendidikan GKPS
2. Dari visi dan misi Yayasan Pendidikan GKPS dapat diambil suatu strategi untuk dapat membawa Yayasan Pendidikan GKPS menjadi unggul maka fokus Yayasan Pendidikan GKPS yaitu :
 - a. Untuk lebih melakukan peningkatan tata kelola dan kepemimpinan sekolah (Pelatihan kepemimpinan kepala sekolah, implementasi Sistem Penjaminan Mutu Internal (SPMI) secara bertahap, pengembangan sistem informasi dan akademik sekolah, integrasi teknologi dan informasi dalam manajemen sekolah)
 - b. Melakukan peningkatan kualitas pembelajaran (revitalisasi kurikulum, peningkatan kualitas pendidik dan tenaga kependidikan, penguatan supervise pembelajaran, integrasi teknologi dan internet dalam proses pembelajaran)
 - c. Penguatan SDM/ tendik dan kependidikan (perbaikan proses rekrutmen, penilaian kinerja, kualifikasi dan sertifikasi, penghargaan karyawan berprestasi)
 - d. Memperbaiki sarana dan prasarana (pembangunan dan renovasi fisik, pengadaan meja dan kursi, pengadaan seragam pegawai dan siswa, pengadaan *finger print* melalui dana bos, sumbangan individu/ tokoh simalungun, bantuan pemerintah)
 - e. Keuangan yang kuat (penguatan sistem keuangan/sentralisasi, pembentukan penyandang dana Yayasan, pinjaman dana dari pimpinan pusat, sumbangan sukarela/ individu/ lembaga)

3. Dari hasil Uji VRIO pada Yayasan Pendidikan GKPS ditemukan sembilan sumber daya (*resources*) dan kapabilitas (*capability*) yang masih dalam kategori *Competitive Parity* dan *Temporary Competitive Advantage* untuk bisa menjadi *Sustained Competitive Advantage* serta 10 sumber daya dan kapabilitas yang sudah tergolong *Sustained Competitive Advantage*. 4 sumber daya Yayasan Pendidikan GKPS yang masih tergolong *Competitive Parity*, 3 sumber daya tergolong *Temporary Competitive Advantage* dan 6 sumber daya yang sudah *Sustained Competitive Advantage* serta Tidak terdapat kapabilitas Yayasan Pendidikan GKPS yang masih tergolong *Competitive Parity*, dan 3 kapabilitas yang tergolong *Temporary Competitive Advantage* dan 4 kapabilitas yang sudah *Sustained Competitive Advantage*.
4. Dari hasil wawancara dengan Informan dapat disimpulkan bahwa:
 - a. Beberapa sekolah sudah strategis lokasinya tetapi masih ada yang berada dipergunungan yang jauh dari perkotaan.
 - b. Mutu sekolah, kualitas pembelajaran, kualitas pendidik dan tenaga pendidik masih belum sepenuhnya berkualitas karena masih banyak sekolah yang masih dipengaruhi oleh keterbatasan pendapatan.
 - c. Infrastruktur/ sarana dan prasarana yang masih banyak bangunan- bangunan serta fasilitas yang perlu dilengkapi serta dibenahi

Saran

Berdasarkan dari pengkajian hasil penelitian di lapangan maka peneliti memberikan saran bagi Yayasan Pendidikan GKPS, yaitu sebagai berikut:

1. Yayasan Pendidikan GKPS mendorong semua sekolah untuk mencapai kualitas sebagaimana sudah ditentukan pada Standar Nasional Pendidikan (SNP) mulai dari standar proses, tata kelola, tenaga pendidik dan kependidikan, sarana dan prasarana dan pembiayaan.
2. Yayasan Pendidikan GKPS hendaknya mempromosikan sekolah-sekolah tidak hanya dikalangan jemaat GKPS tetapi di semua lapisan masyarakat baik itu melalui media social maupun kunjungan gereja secara oikumene.
3. Yayasan Pendidikan GKPS hendaknya membenahi infrastruktur sekolah dan melengkapi sarana dan prasarana sehingga peserta didik dapat mengikuti proses pembelajaran dengan baik dan nyaman.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul & Darsono (2015). *Manajemen Strategis Kajian Keputusan Manajerial Bisnis, Ekonomi, Sosial, dan Politik*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- AMALI, F. Z., & Ciptono, W. S. (2018). Analisis Resource Based View (RBV) Pada PT Garda Utama Arthadarma. *Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada*, diakses pada 13 Juni 2020.
- Amin, R. M. (2018). Analisis Strategi Bersaing Melalui Pendekatan Resource Based-View Guna Mencapai Sustainable Competitive Advantage (Studi Pada Desa Wisata Sanankerto). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, diakses pada 12 Mei 2020.
- David Fred & David Forest (2019). *Manajemen Strategik Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat, Cetakan II.
- Fasichach, N. (2013). Analisis Sumber Daya dan Kapabilitas PT.Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Dengan Pendekatan Resources Based View. *Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada*, diakses pada 28 April 2020.
- Fajri, A., Satria, B., & Fahmi, M. (2017). Analisa Resource-based View Strategy Studi Kasus pada STMIK Widya Cipta Dharma Samarinda, *Sebatik*, diakses pada 9 Juni 2020.
- Hasibuan.P.S.Malayu (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia, Edisi Revisi*. Jakarta: PT.Bumi Aksara.
- Irham Fahmi (2013). *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Lantip Diatprasojo (2018). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: UNY Press.
- Mariana, C. D. (2014). Analisis Resource Based View (RBV) Pada Mirota Batik(Hamzah Batik) Pusat Batik Dan Kerajinan, Yogyakarta, *Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada*, diakses pada 9 Juni 2020.
- Miralka, F. (2015). Analisa Faktor Internal Perusahaan Untuk Menemukan Keunggulan Bersaing Pada PT.X. *Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada*, diakses pada 04 Mei 2020.
- Noe.A.Raymond Dkk (2013). *Manajemen Sumber Daya Manusia Mencapai Keunggulan Bersaing*. Jakarta: Salemba Empat.
- Porter.E.Michael (2018). *Keunggulan Bersaing menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul*. Jakarta: Erlangga, Cetakan II.
- Porter. E.Michael & Maulana (2015). *Strategi Bersaing Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing*. Jakarta: Erlangga.
- Pradhanti, N., & Nahartyo, E. (2018). Analisis Resource Based View (RBV) Pada Enterprise Agency (Salah Satu Kantor Agency Prudential dengan Badan Hukum PT Sinergy Eka Sejahtera). *Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada*, diakses pada 12 Juni 2020.
- Muharam, D. R. (2017). Penerapan konsep Resources Based View (RBV) dalam upaya mempertahankan keunggulan bersaing perusahaan. *Jurnal Ilmu Administrasi: Media Pengembangan Ilmu dan Praktek Administrasi*, diakses pada 05 Mei 2020.
- Rival Abdul Prawironegoro Darsono (2015). *Manajemen Strategis: kajian Keputusan Manajerial Bisnis Berdasar Perubahan Lingkungan Bisnis, Ekonomi, Sosial, dan Politik*. Jakarta: Mitra Wicana Media.

- Shidqi, M. F., & Tricahyono, D. (2017). Formulasi Strategi Hotel Rumah Tawa Dalam rangka Meningkatkan Keunggulan Bersaing Melalui Pendekatan Resource-Based View, *eProceedings of Management*, diakses pada 15 Mei 2020.
- Sugiyono, Dr. Prof. (2017). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Wandrial, S. (2011). Analisis Internal Perusahaan (Strength & Weakness), Menggunakan Konsep Resource Based View of The Firm dengan Kerangka VRIO, *Binus Business Review*, diakses pada 17 Mei 2020.
- Widjajani, W., & Yudoko, G. (2008). Keunggulan Kompetitif Industri Kecil di Kluster Industri Kecil Tradisional Dengan Pendekatan Berbasis Sumber Daya Studi Kasus Pengusaha Industri Kecil Logam Kiara Condong Bandung, *Jurnal Teknik Industri*, diakses pada 28 April 2020.

**Budaya Organisasi Profesional, Integritas, Kredibel, Kerjasama Tim,
Inovatif, Kreatif (PIKKIR) dan Pengaruhnya Terhadap Kreatifitas Pegawai
Pada Kantor Badan POM Kota Tanjung Balai
Oleh:**

**Indah Lestari
Pandapotan Simatupang
Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun Pematangsiantar**

ABSTRAK

Budaya organisasi PIKKIR dan Pengaruhnya Terhadap Kreativitas Pegawai Pada Kantor Badan POM di Kota Tanjung Balai. bertujuan untuk mengetahui pengaruh budaya organisasi PIKKIR terhadap kreatifitas pegawai di Kantor Badan POM Kota Tanjung Balai. Rumusan penelitian, *bagaimana pengaruh budaya organisasi PIKKIR terhadap kreativitas pegawai di Kantor Badan POM di Kota Tanjung Balai”*

Hipotesis pada penelitian ini adalah budaya Organisasi PIKKIR berpengaruh nyata terhadap kreativitas pegawai di Kantor Badan POM kota Tanjung Balai. Responden pada penelitian ini adalah seluruh populasi yang berjumlah 30 orang, yaitu ASN yang bekerja di Kantor tersebut. Tehnik Analisa data yang digunakan adalah regresi berganda dengan persamaan $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6$, dan dari hasil analisa data diketahui $Y = 9,052 + 1,875 + 0,236 + 0,494 + 1,095 + 1,825 + 0,407$. Dari uji hipotesis secara parsial bahwa budaya pikkir berpengaruh nyata terhadap kreativitas pegawai di Badan POM kota Tanjung Balai, demikian juga secara serempak budaya Pikkir berpengaruh nyata terhadap terhadap kreatifitas. Dengan demikian hipotesis diterima.

Kata kunci : Budaya Pikkir, Kreativitas

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Budaya organisasi adalah suatu nilai-nilai yang dipercayai sehingga menjadi karakteristik yang diberikan anggota kepada suatu organisasi

Budaya organisasi yang kuat dicirikan dengan adanya pegawai yang memiliki nilai inti bersama. Semakin banyak nilai berbagi dan menerima nilai inti, semakin kuat budaya, dan semakin besar pengaruhnya terhadap perilaku organisasi.

Kreativitas adalah hasil interaksi dari kemampuan untuk mengkombinasikan unsur-unsur yang ada baik informasi, pengalaman atau pengetahuan untuk memberikan gagasan yang baru atau karya nyata yang relatif berbeda dari yang telah ada.

Budaya organisasi merupakan pedoman bagi setiap pegawai untuk meningkatkan kreativitas dalam memotivasi perilaku inovatif pegawai, karena budaya organisasi menciptakan komitmen antara anggota dalam arti percaya kepada inovasi dan nilai - nilai organisasi dan menerima norma-norma yang terkait pada inovasi yang berlaku dalam organisasi

Pada Badan POM kota Tanjung balai ada dikenal budaya PIKKIR (Profesional, Integritas, Kredibel, Kerjasama Tim, Inovatif, Responsif)

Dari hasil obsevasi yang dilakukan penulis melihat bahwa budaya

profesional, Integritas Kredibel, Kerjasama Tim, dan Inovatif Responsif belum terlaksana secara maksimal.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, penulis melakukan penelitian ini dengan judul “*Budaya organisasi PIKKIR dan Pengaruhnya Terhadap Kreativitas Pegawai Pada Kantor Badan POM di Kota Tanjung Balai*”.

A. Rumusan Masalah

“*Bagaimana pengaruh budaya organisasi PIKKIR terhadap kreativitas pegawai di Kantor Badan POM di Kota Tanjung Balai*”.

B. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh budaya organisasi PIKKIR terhadap kreatifitas pegawai di Kantor Badan POM Kota Tanjung Balai.

C. Hipotesis

Budaya Organisasi PIKKIR berpengaruh nyata terhadap kreativitas pegawai di Kantor Badan POM kota Tanjung Balai

KAJIAN PUSTAKA

A. Budaya Organisasi

Budaya organisasi adalah suatu nilai-nilai yang dipercayai sehingga menjadi karakteristik yang diberikan anggota kepada suatu organisasi. Menurut Sutrisno (2013:2) budaya organisasi dapat didefinisikan sebagai perangkat sistem nilai - nilai (*values*), keyakinan - keyakinan (*beliefs*), asumsi - asumsi (*assumptions*), atau norma - norma yang telah lama berlaku, disepakati dan diikuti oleh para anggota suatu organisasi sebagai pedoman perilaku dan pemecahan masalah - masalah organisasinya.

. Peran budaya organisasi sebagai alat untuk menentukan arah organisasi, mengarahkan apa yang boleh dilakukan dan yang tidak boleh dilakukan, bagaimana mengalokasikan sumber daya dan mengelola sumber daya organisasi, juga sebagai alat untuk menghadapi masalah, peluang dari lingkaran internal maupun eksternal.

B. Kreativitas Pegawai

Menurut *Campbell* (Sutrisno, 2013:110) kreatifitas sebagai kegiatan yang mendatangkan hasil,dengan ciri inovatif, berguna, dan dapat dimengerti.

Kreativitas harus mampu untuk melakukan penyederhanaan prosedur dan efisiensi pekerjaan guna mendapatkan hasil yang optimal.. Pimpinan yang berpandangan jauh kedepan akan berusaha memaksimalkan kreativitas dengan memahami dan mengenali apa kreativitas itu., sebab kreativitas merupakan investasi sangat berharga bagi kelangsungan hidup organisasi.

C. Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kreativitas Pegawai

Suatu organisasi biasanya dibentuk untuk mencapai suatu tujuan tertentu melalui kemampuan segenap sumber daya manusia yang ada dalam organisasi. Namun, kemampuan sumber daya manusia sangat ditentukan oleh kondisi lingkungan internal maupun eksternal organisasi, termasuk budaya organisasi.

Budaya organisasi merupakan bagian integral dari seperangkat proses atau peranti untuk mencapai misi dan tujuan organisasi. Dengan demikian, pembentukan budaya organisasi merupakan suatu langkah manajemen yang strategik dan taktis untuk membangun organisasi secara berkelanjutan. Budaya organisasi yang demikian memungkinkan individu-individu untuk saling

berinteraksi dan berintegrasi. Dengan adanya budaya organisasi akan memudahkan pegawai untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan organisasi, dan membantu pegawai untuk mengetahui tindakan apa yang seharusnya dilakukan sesuai dengan nilai-nilai yang ada di dalam organisasi dan menjunjung tinggi nilai-nilai tersebut sebagai pedoman karyawan untuk berperilaku yang dapat dijalankan dalam melaksanakan tugas dan pekerjaannya.

D. Budaya PIKKIR Badan POM

.Dalam melaksanakan tugas, Badan POM memiliki budaya organisasi yang merupakan nilai-nilai luhur yang diyakini dan harus dihayati dan diamalkan oleh seluruh anggota organisasi yakni:

a. Profesional

Menegakkan profesionalisme dengan integritas, objektivitas, ketekunan dan komitmen tinggi

b. Integritas

Konsisten dan keteguhan yang tak tergoyahkan dalam menjunjung tinggi nilai nilai luhur dan keyakinan

c. Kredibel

Dapat dipercaya dan diakui oleh masyarakat luas, nasional dan internasional.

d..Kerja sama Tim

Mengutamakan keterbukaan, saling percaya dan komunikasi yang baik.

e. Inovatif

Mampu melakukan pembaharuan dan inovasi-inovasi sesuai dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan kemajuan teknologi terkini.

f. Responsif / Cepat tanggap

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan ini dilaksanakan di Kantor Badan Pom Kota Tanjung Balai dan responden adalah seluruh populasi yang berjumlah 30 orang.

Sebelum kuisioner digunakan terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reabilitas

a. Uji Validitas

1. Apabila r hitung lebih $> r_{table}$, maka kesimpulannya item kuisioner tersebut valid.

2. Apabila r hitung $< r_{table}$, maka kesimpulannya item kuisioner tersebut tidak valid

b. Uji Reliabilitas

Kriteria pengujian reliabilitas adalah jika nilai koefisien reliabilitas (*Cronbach alpha*) $> 0,06$ maka instrument reliabilitas (terpercaya).

Sebelum data digunakan maka terlebih dahulu diuji dengan menggunakan uji asumsi klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Sunyoto (2014:130) Uji Normalitas akan menguji data variabel bebas dan data variabel terikat pada persamaan regresi yang akan dihasilkan berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan normal *probability plot*.

b. Uji Multikolinieritas

.Untuk mengetahui ada atau tidak multikolinieritas maka dapat dilihat dari nilai Varians Inflation Faktor (VIF).Bila angka VIF ada yang melebihi 10 berarti terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heterokedastisitas

Cara yang digunakan untuk mengukur heterokedastisitas adalah berdasarkan *Scatter Plot* dengan dasar, jika pola tertentu seperti titik-titik (poin) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur maka terjadi heterokedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik (poin – poin) menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

Untuk mengetahui pengaruh variabel terikat terhadap variabel bebas digunakan tehnik anlisa regresi berganda.

Persamaan regresi Djarwanto Ps. dan Pangestu Subagyo (Sunyoto 2014:104) sebagai berikut.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6$$

Keterangan :

| | |
|-----------------------------------|---------------------|
| Y | = Kreatifitas |
| a | = Konstanta |
| b ₁ dan b ₂ | = koefisien regresi |
| X ₁ | = Profesional |
| X ₂ | = Integritas |
| X ₃ | = Kredibel |
| X ₄ | = Kerja sama Tim |
| X ₅ | = Inovatif |
| X ₆ | = Responsif |

Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial digunakan untuk menguji bagaimana pengaruh variabel bebas (X) secara parsial terhadap variabel terikat (Y).

b. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji bagaimana pengaruh variabel bebas (X) secara serempak terhadap variabel terikat(Y)

c.. Koefisien Determinasi

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar proporsi pengaruh yang diberikan antara variabel independen dengan variabel dependen

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

a. Uji Validitas

Dari hasil d pkerhitungan diketahui bahwa masing-masing item pernyataan memiliki r hitung > dari r tabel (0,3610) dan bernilai positif, dengan demikian

butir pernyataan tersebut dinyatakan valid.

b. Uji Reabilitas

1) Hasil Uji Reabilitas Variabel Profesional (X_1)

Tabel 1.
Hasil Uji Variabel Profesional (X_1)
Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .731 | 5 |

Sumber : Data Diolah oleh SPSS 26

Tabel di atas menunjukkan hasil pengujian reabilitas diperoleh output dari Variabel Profesional (X_1) memiliki nilai rata-rata *Cronbach's Alpha* 0,731 > 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa alat ukur instrumen penelitian ini reliabel.

2) Hasil Uji Reabilitas Variabel Integritas (X_2)

Tabel 2.
Hasil Uji Variabel Integritas (X_2)
Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .627 | 5 |

Sumber : Data Diolah oleh SPSS 26

Tabel di atas menunjukkan hasil pengujian reabilitas diperoleh output dari Variabel Integritas (X_2) memiliki nilai rata-rata *Cronbach's Alpha* 0,627 > 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa alat ukur instrumen penelitian ini reliabel.

3) Hasil Uji Reabilitas Variabel Kredibel (X_3)

Tabel 3.
Hasil Uji Variabel Kredibel (X_3)
Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .770 | 5 |

Sumber : Data Diolah oleh SPSS 26

Tabel di atas menunjukkan hasil pengujian reabilitas diperoleh output dari Variabel Kredibel (X_3) memiliki nilai rata-rata *Cronbach's Alpha* 0,770 > 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa alat ukur instrumen penelitian ini reliabel.

4) Hasil Uji Reabilitas Variabel Kerjasama Tim (X_4)

Tabel 4.
Hasil Uji Variabel Kerjasama Tim (X_4)

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .677 | 5 |

Sumber : Data Diolah oleh SPSS 26

Tabel di atas menunjukkan hasil pengujian reabilitas diperoleh output dari Variabel Kerjasama Tim (X_4) memiliki nilai rata-rata *Cronbach's Alpha* 0,677 > 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa alat ukur instrumen penelitian ini reliabel.

5) Hasil Uji Reabilitas Variabel Inovatif (X_5)**Tabel 5.****Hasil Uji Variabel Inovatif (X_5)**

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .730 | 5 |

Sumber : Data Diolah oleh SPSS 26

Tabel di atas menunjukkan hasil pengujian reabilitas diperoleh output dari Variabel Inovatif (X_5) memiliki nilai rata-rata *Cronbach's Alpha* 0,730 > 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa alat ukur instrumen penelitian ini reliabel.

6) Hasil Uji Reabilitas Variabel Responsif (X_6)**Tabel 6.****Hasil Uji Variabel Responsif (X_6)**

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .662 | 5 |

Sumber : Data Diolah oleh SPSS 26

Tabel di atas menunjukkan hasil pengujian reabilitas diperoleh output dari Variabel Responsif (X_6) memiliki nilai rata-rata *Cronbach's Alpha* 0,662 > 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa alat ukur instrumen penelitian ini reliabel.

7) Hasil Uji Reabilitas Variabel Kreativitas (Y)

Tabel 7**Hasil Uji Variabel Kreativitas (Y)**

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .652 | 5 |

Sumber : Data Diolah oleh SPSS 26

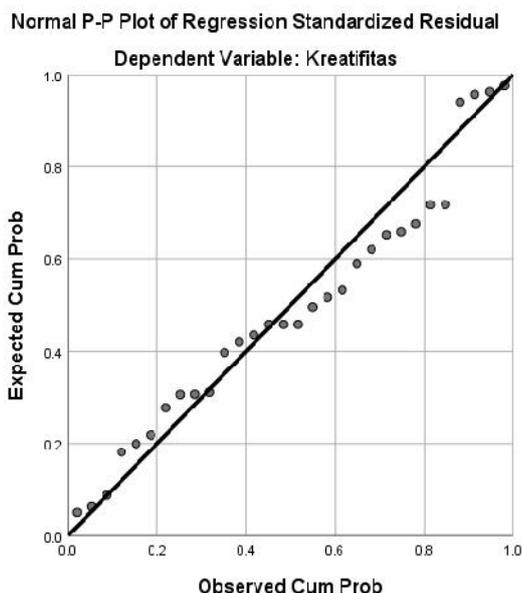
Tabel di atas menunjukkan hasil pengujian reabilitas diperoleh output dari Variabel Kreativitas (Y) memiliki nilai rata-rata *Cronbach's Alpha* 0,652 > 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa alat ukur instrumen penelitian ini reliabel.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Deteksi normalitas dengan melihat penyebaran titik-titik garis diagonal (Sunnyoto, 2014:130) Analisis grafik dilakukan dengan melihat normal *probability plot*. Hasil pengujian normalitas dengan analisis grafik dapat dilihat pada gambar sebagai berikut.

Gambar 1
Grafik Normal Probability Plot



Sumber : Data Diolah oleh SPSS 26

Pada grafik normal probability plot diatas terlihat titik-titik menyebar berhimpit disekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Dari grafik tersebut dapat dinyatakan bahwa model regresi pada penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinieritas

Untuk mengetahui ada atau tidak multikolinieritas maka dapat dilihat dari nilai Varians Inflation Faktor (VIF). Bila angka VIF ada yang melebihi 10 berarti terjadi multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas tertera pada tabel berikut ini :

Tabel 8.
Hasil Nilai VIF dan Angka Tolerance

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|-------|-----------------------------|------------|---------------------------|---|------|-------------------------|-----|
| | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| | | | | | | | |

| | | | | | | | |
|----------------|-------|-------|-------|-------|------|------|-------|
| 1 (Constant) | 9,052 | 5,701 | | 2,588 | ,136 | | |
| Professional | 1,875 | ,487 | 1,425 | 3,851 | ,000 | ,076 | 9,084 |
| Integritas | ,236 | ,147 | ,181 | 2,602 | ,003 | ,819 | 1,220 |
| Kredibel | ,494 | ,172 | ,418 | 2,869 | ,001 | ,492 | 2,031 |
| kerja sama tim | 1,095 | ,181 | ,946 | 6,048 | ,000 | ,428 | 2,334 |
| Inovatif | 1,825 | ,537 | 1,308 | 3,400 | ,002 | ,071 | 8,142 |
| Responsif | ,407 | ,199 | ,307 | 2,047 | ,004 | ,467 | 2,143 |

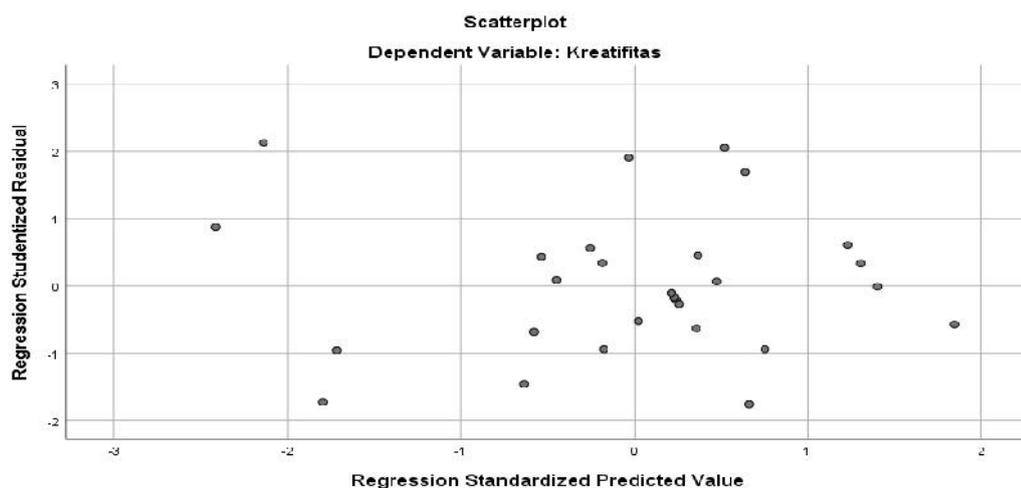
Sumber : Data Diolah oleh SPSS 26

Dari tabel diatas terlihat bahwa tidak ada variabel yang memiliki nilai VIF lebih besar dari 10 dari nilai tolerance yang lebih kecil dari 10%, yang berarti bahwa tidak terdapat korelasi antar variabel bebas yang lebih besar dari 95%. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi, atau dengan kata lain model regresi dalam penelitian ini terbebas dari gejala multikolinieritas.

c. Uji Heterokedastisitas

Hasil uji heterokedastisitas dapat dilihat melalui scatter plot pada gambar dibawah ini

Gambar 2
Hasil Uji Heterokedastisitas (Scatterplot)



Sumber : Data Diolah oleh SPSS 26

Dari gambar diatas dapat terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak baik diatas maupun dibawah nol pada sumbu Y dan tidak membentuk suatu pola tertentu. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi

heterokedastisitas pada model regresi, oleh karena itu model regresi dalam penelitian ini layak dipakai untuk memprediksi kreativitas berdasarkan masukan variabel yang meliputi Profesional, Integritas, Kredibel, Kerjasama Tim, Inovatif dan Responsif.

Regresi linier Berganda

Hasil uji regresi linier berganda dapat dilihat sebagai berikut

Tabel 9
Model Regresi Linier Berganda

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 9,052 | 5,701 | | 2,588 | .136 |
| Professional | 1,875 | .487 | 1,425 | 3,851 | .000 |
| Integritas | .236 | 147 | .181 | 2,602 | .003 |
| Kredibel | .494 | .172 | .418 | 2,869 | .001 |
| kerja sama tim | 1,095 | .181 | .946 | 6,048 | .000 |
| Inovatif | 1,825 | .537 | 1,308 | 3,400 | .002 |
| Responsif | .407 | .199 | .307 | 2,047 | .004 |

Sumber Data SPSS Versi 26

Dari hasil SPSS diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

$$Y = 9,052 + 1,875 + 0,236 + 0,494 + 1,095 + 1,825 + 0,407$$

- Nilai konstanta sebesar 9.052 menunjukkan bahwa variabel profesional (X_1), integritas (X_2), kredibel (X_3), kerja sama tim (X_4), inovatif (X_5), responsif (X_6) jika nilai nya 0 maka Y (kreativitas pegawai) memiliki tingkatan kreativitas sebesar 9,052.
- Nilai Koefisien X_1 (profesional) sebesar 1.875 dengan nilai positif. Hal ini berarti bahwa setiap peningkatan profesional sebesar 1 kali maka kreativitas pegawai akan meningkat sebesar 1,875 dengan asumsi variabel lain konstan.
- Nilai Koefisien X_2 (integritas) sebesar 0,236 dengan nilai positif. Hal ini berarti bahwa setiap peningkatan integritas sebesar 1 kali maka kreativitas pegawai akan meningkat sebesar 0,236 dengan asumsi variabel lain konstan.
- Nilai Koefisien X_3 (kredibel) sebesar 0,494 dengan nilai positif. Hal ini berarti bahwa setiap peningkatan kredibel sebesar 1 kali maka kreativitas pegawai akan meningkat sebesar 0,494 dengan asumsi variabel lain

- konstan.
- e. Nilai Koefisien X_4 (kerja sama tim) sebesar 1,095 dengan nilai positif. Hal ini berarti bahwa setiap peningkatan kerja sama tim sebesar 1 kali maka kreativitas pegawai akan meningkat sebesar 1,095 dengan asumsi variabel lain konstan.
 - f. Nilai Koefisien X_5 (inovatif) sebesar 1,825 dengan nilai positif. Hal ini berarti bahwa setiap peningkatan inovatif sebesar 1 kali maka kreativitas pegawai akan meningkat sebesar 1,825 dengan asumsi variabel lain konstan.
 - g. Nilai Koefisien X_6 (responsif) sebesar 0,407 dengan nilai positif. Hal ini berarti bahwa setiap peningkatan responsif sebesar 1 kali maka kreativitas pegawai akan meningkat sebesar 0,407 dengan asumsi variabel lain konstan.

Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara parsial berpengaruh nyata atau tidak terhadap variabel dependen. Derajat signifikansi yang digunakan adalah 0,05.

Tabel 10
t hitung

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 9,052 | 5,701 | | 2,588 | .136 |
| Professional | 1,875 | .487 | 1,425 | 3,851 | .000 |
| Integritas | .236 | .147 | .181 | 2,602 | .003 |
| Kredibel | .494 | .172 | .418 | 2,869 | .001 |
| kerja sama tim | 1,095 | .181 | .946 | 6,048 | .000 |
| Inovatif | 1,825 | .537 | 1,308 | 3,400 | .002 |
| Responsif | .407 | .199 | .307 | 2,047 | .004 |

Sumber : Data Diolah oleh SPSS 26

1. Dari tabel di atas $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,851 > 1,713$ dengan nilai prob. t_{hitung} dari variabel profesional (ditunjukkan pada kolom sig) sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, sehingga variabel bebas (Profesional) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (kreativitas pegawai).
2. Dari tabel di atas $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,602 > 1,713$ dengan nilai prob. t_{hitung} dari variabel integritas (ditunjukkan pada kolom sig) sebesar 0,003 yang lebih kecil dari 0,05, sehingga variabel bebas (Integritas) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (kreativitas pegawai).

3. Dari tabel di atas $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,869 > 1,713$ dengan nilai prob. t_{hitung} dari variabel kredibel (ditunjukkan pada kolom sig) sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05, sehingga variabel bebas (kredibel) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (kreativitas pegawai).
 4. Dari tabel di atas, $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $6,048 > 1,713$ dengan nilai prob. t_{hitung} dari variabel kerja sama tim (ditunjukkan pada kolom sig) sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, sehingga variabel bebas (kerja sama tim) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (kreativitas pegawai).
 5. Dari tabel di atas $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,400 > 1,713$ dengan nilai prob. t_{hitung} dari variabel kerja sama tim (ditunjukkan pada kolom sig) sebesar 0,002 yang lebih kecil dari 0,05, sehingga variabel bebas (inovatif) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (kreativitas pegawai).
 6. Dari tabel di atas $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,047 > 1,713$ dengan nilai prob. t_{hitung} dari variabel kerja sama tim (ditunjukkan pada kolom sig) sebesar 0,004 yang lebih kecil dari 0,05, sehingga variabel bebas (responsif) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (kreativitas pegawai).
- b. Uji Simultan (F)

Hasil uji f dapat dilihat pada tabel ANOVA di bawah ini. Nilai *prob.* F hitung dapat dilihat pada kolom terakhir (*sig*).

Tabel 11
F hitung

| Model | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|--------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 Regression | 156,321 | 6 | 26,053 | 13,752 | .000 ^b |
| Residual | 24,629 | 13 | 1,895 | | |
| Total | 180,950 | 19 | | | |

Sumber Data SPSS Versi 26

Dari tabel diatas $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $13,752 > 3,35$ dengan nilai *prob.* F hitung (*sig*) pada tabel nilai nya 0,000 lebih kecil ($<$) dari tingkat signifikan dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara serempak budaya oeganisasi PIKKIR (profesional, integritas, krediberl, kerja sama tim, inovatif, responsif) berpengaruh nyata terhadap kreatifitas pegawai.

c. Uji Kofisien Determinasi

Hasil pengujian determinasi dapat dilihat pada tabel Model Summary seperti pada gambar dibawah ini.

Tabel 12
Hasil Determinasi

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .929 ^a | .864 | .801 | 1,376 |

Sumber Data SPSS Versi 26

Berdasarkan hasil dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai dari R Square sebesar 0,864 atau 86,4 %, menunjukkan bahwa proporsi pengaruh variabel budaya organisasi PIKKIR (Profesional, Integritas, Kredibel, Kerjasama Tim, Inovatif, Responsif) terhadap kreativitas pegawai sebesar 86,4%.dan 14,6% faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini

Kesimpulan dan Saran

Hasil persamaan regresi $Y = 9,052 + 1,875 + 0,236 + 0,494 + 1,095 + 1,825 + 0,407$. Nilai konstanta sebesar 9.052 menunjukkan bahwa variabel profesional (X_1), integritas (X_2), kredibel (X_3), kerja sama tim (X_4), inovatif (X_5), responsif (X_6) jika nilai nya 0 maka Y (kreativitas pegawai) memiliki tingkatan kreativitas sebesar 9,052, Nilai Koefisien X_1 (profesional) sebesar 1.875 dengan nilai positif. Hal ini berarti bahwa setiap peningkatan profesional sebesar 1 kali maka kreativitas pegawai akan meningkat sebesar 1,875 dengan asumsi variabel lain konstan. Nilai Koefisien X_2 (integritas) sebesar 0,236 dengan nilai positif. Hal ini berarti bahwa setiap peningkatan integritas sebesar 1 kali maka kreativitas pegawai akan meningkat sebesar 0,236 dengan asumsi variabel lain konstan, Nilai Koefisien X_3 (kredibel) sebesar 0,494 dengan nilai positif.

Hal ini berarti bahwa setiap peningkatan kredibel sebesar 1 kali maka kreativitas pegawai akan meningkat sebesar 0,494 dengan asumsi variabel lain konstan, Nilai Koefisien X_4 (kerja sama tim) sebesar 1,095 dengan nilai positif. Hal ini berarti bahwa setiap peningkatan kerja sama tim sebesar 1 kali maka kreativitas pegawai akan meningkat sebesar 1,095 dengan asumsi variabel lain konstan, Nilai Koefisien X_5 (inovatif) sebesar 1,825 dengan nilai positif. Hal ini berarti bahwa setiap peningkatan inovatif sebesar 1 kali maka kreativitas pegawai akan meningkat sebesar 1,825 dengan asumsi variabel lain konstan, Nilai Koefisien X_6 (responsif) sebesar 0,407 dengan nilai positif. Hal ini berarti bahwa setiap peningkatan responsif sebesar 1 kali maka kreativitas pegawai akan meningkat sebesar 0,407 dengan asumsi variabel lain konstan. Dan disarankan agar ASN pada BPOM Kota Tanjung Balai dapat lebih menerapkan Bdaya Kera PIKKI agar kreativitas dapat lebih ditingkatkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto Suharmini, 2017 *Prosedur Penelitian*, Jakarta, Cetakan ke 14, Rineka Cipta
- Edison Emron, 2017, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Bandung, Cetakan ke 2, CV.ALFA BETA

- Riani, Asri Laksmi, 2011, Budaya Organisasi, Cetakan ke-1, Yogyakarta, Graha Ilmu
- Sugiyono, 2017, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Bandung, Cetakan ke-25, CV.ALFA BETA
- Zainal, Veithzal Rivai, 2014, Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi, Cetakan ke-11, Jakarta, Rajawali Press
- Pemerintah Indonesia 2015-2019, Undang Undang Republik Indonesia no 2 tahun 2015 tentang Rencana Strategis Badan Pengawas Obat dan Makanan

**PENGARUH PELAKSANAAN ANALISA JABATAN (ANJAB) YANG TEPAT
TERHADAP PENINGKATAN KINERJA PEGAWAI PADA DINAS
PARIWISATA KOTA PEMATANGSIANTAR**

Alfika Wiranda

Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun (USI)

wirandaalfika@gmail.com

Johanes W.P Purba, SE, MM

Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun (USI)

Abstrak: Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh pelaksanaan analisa jabatan yang tepat terhadap peningkatan kinerja pegawai pada DINAS PARIWISATA Kota Pematangsiantar. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui analisa jabatan berkaitan dengan peningkatan kinerja pegawai pada DINAS PARIWISATA Kota Pematangsiantar. Subjek dalam penelitian ini adalah seluruh Aparatur Sipil Negara (ASN) pada DINAS PARIWISATA Kota Pematangsiantar.

Pengumpulan data primer dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada subjek penelitian yang sudah ditentukan. Metode penelitian yang digunakan adalah dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif digunakan karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Dimana dalam penelitian ini uji keabsahan data menggunakan program IBM SPSS Statistics Versi 26.

Pada hasil kuesioner dalam penelitian ini menunjukkan bahwa dengan adanya analisa jabatan yang tepat dapat memberikan kejelasan tugas-tugas, tanggung jawab, wewenang dari suatu pekerjaan sehingga pekerjaan yang dilakukan dapat terlaksanakan secara efektif. Analisis jabatan merupakan sumber informasi yang dibutuhkan untuk melaksanakan pekerjaan di suatu organisasi/instansi, terutama di DINAS PARIWISATA Kota Pematangsiantar yang mempunyai sedikit pegawai ini. Dua dokumen penting bagi perusahaan yaitu uraian jabatan dan spesifikasi yang memuat berbagai hal terkait pekerjaan masing-masing posisi jabatan yang mendukung peningkatan kinerja pegawai. Dengan meningkatnya kinerja pegawai dapat menjadi tolak ukur sejauh mana suatu instansi telah mencapai tujuan serta visi dan misinya dengan menggunakan berbagai sumber daya, sarana dan prasarana yang mendukung. Peningkatan kinerja pegawai diukur dengan beberapa indikator yaitu pemanfaatan waktu bekerja, jumlah beban kerja, ketepatan dalam bekerja, ketelitian dalam bekerja, penyelesaian tugas dan besarnya tanggung jawab atas tugas. Dengan adanya penerapan analisa jabatan yang tepat akan membuat kinerja pegawai di DINAS PARIWISATA Kota Pematangsiantar menjadi meningkat.

Kata Kunci : Analisa Jabatan, dan Peningkatan Kinerja.

Abstract: *The formulation of the problem in this study is how the effect of the implementation of the right job analysis on improving employee performance at DINAS PARIWISATA Kota Pematangsiantar. The purpose of this study was to determine the position analysis related to improving employee performance in the DINAS PARIWISATA Kota Pematangsiantar.*

The subjects in this study were all the State Civil Apparatus (ASN) in the DINAS PARIWISATA Kota Pematangsiantar

Primary data collection is done by distributing questionnaires to research subjects that have been determined. The research method used is to use quantitative research methods. Quantitative research is used because the research data in the form of numbers and analysts use statistics. Where in this study the data validity test using the IBM SPSS Statistics Version 26.

The results of the questionnaire in this study indicate that with the right job analysis can provide clarity of duties, responsibilities, authority of a job so that the work performed can be carried out effectively. Job analysis is a source of information needed to carry out work in an organization / agency, especially in DINAS PARIWISATA Kota Pematangsiantar which has few employees. Two important documents for the company are job descriptions and specifications that contain various matters related to the work of each position that supports employee performance improvement. With increasing employee performance can be a benchmark for the extent to which an agency has achieved its goals and vision and mission by using the sharing of resources, facilities and infrastructure that support. Improved employee performance is measured by several indicators, namely the utilization of work time, the amount of workload, accuracy in work, accuracy in work, task completion and the amount of responsibility for the task. With the application of an appropriate job analysis will make the performance of employees in DINAS PARIWISATA Kota Pematangsiantar to improve.

Keywords: *Job Analysis, and Performance Improvement.*

1. PENDAHULUAN

Reformasi birokrasi adalah proses menata ulang birokrasi dari tingkat tertinggi hingga terendah pada sistem pemerintahan. Dengan kata lain reformasi birokrasi adalah perubahan besar dalam paradigma dan tata kelola pemerintahan untuk menciptakan sistem pemerintahan yang profesional dengan karakteristik bersih dari perilaku Korupsi Kolusi dan Nepotisme (KKN), mampu melayani publik secara netral serta memegang teguh nilai-nilai dasar organisasi dan kode etik perilaku aparatur negara. Tujuan reformasi birokrasi dilaksanakan untuk menciptakan sistem pemerintahan yang profesional dalam rangka mewujudkan tata kelola pemerintahan yang baik. Reformasi birokrasi merupakan langkah strategis untuk menciptakan serta menghasilkan aparatur negara yang memiliki mutu kinerja yang baik dalam melaksanakan tugas dimana reformasi birokrasi menjadi acuan dalam perubahan kehidupan berbangsa dan bernegara.

Untuk mengatasi serta mengantisipasi hal-hal yang timbul serta menjadi masalah yang dapat menghambat berjalannya sistem pemerintahan maka harus dipersiapkan langkah-langkah yang terukur dan terarah sehingga tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan dapat dicapai dengan efektif dan efisien. Pada umumnya, masalah yang sering timbul di setiap instansi pemerintah berkaitan dengan sistem kinerja pegawai. Dimana adanya ketidaksesuaian antara pelaksanaan kinerja pegawai dengan uraian tugas yang seharusnya. Hal ini dapat mempengaruhi efektivitas hasil kinerja pegawai dan dapat menghambat suatu instansi mencapai tujuan untuk mewujudkan visi dan misi.

Analisa jabatan merupakan proses pencarian informasi suatu kedudukan berupa gambaran tentang tugas dan tanggung jawab dari setiap pegawai, dengan demikian suatu instansi bisa mendapatkan "*The Right Man on the Right Place at the Right Time*". Tujuan diadakannya proses ini agar ketika pegawai tersebut diberi tugas dan tanggung jawab untuk suatu kedudukan atau jabatan dia sudah mengerti dan memahami apa yang harus dilakukan. Dalam kegiatan analisa jabatan, suatu pekerjaan dapat diduduki oleh satu orang atau beberapa orang yang tersebar di berbagai tempat. Pada saat analisa jabatan selesai dilakukan, dua dokumen dasar sumber daya manusia, deskripsi pekerjaan dan spesifikasi pekerjaan, dapat dipersiapkan. Deskripsi pekerjaan didefinisikan sebagai dokumen yang menyatakan tugas-tugas, kewajiban-kewajiban dan tanggung jawab dari suatu pekerjaan. Sedangkan spesifikasi pekerjaan didefinisikan sebagai dokumen yang berisi kualifikasi-kualifikasi minimum yang harus dimiliki seseorang untuk dapat menjalankan pekerjaan tertentu.

Dengan demikian analisa jabatan merupakan acuan bagi suatu organisasi untuk menentukan pekerjaan dan orang yang dibutuhkan. Setiap organisasi perlu untuk membuat analisis jabatan yang tepat, harapannya dengan adanya analisis jabatan yang tepat maka setiap anggota organisasi dapat memahami apa hak dan kewajiban mereka. Dengan adanya analisa jabatan yang tepat maka organisasi dapat mencapai efisiensi dan meningkatkan kinerja pegawai.

Dinas Pariwisata Kota Pematangsiantar merupakan salah satu Instansi Pemerintah atau Organisasi Perangkat Daerah (OPD) yang ada di Kota Pematangsiantar yang menangani sektor pariwisata di Kota Pematangsiantar. Pada awalnya instansi ini dengan nama Dinas Pemuda Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata (DISPORABUDPAR) yang terdiri dari 3 (tiga) bidang yaitu bidang Pemuda dan Olahraga, bidang Kebudayaan dan bidang Pariwisata serta 2 (dua) Sub Bagian yaitu Sub Bagian Umum dan Kepegawaian dan Sub Bagian Penyusunan Program dan Keuangan. Namun berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 01 Tahun 2017 sesuai amanat dari Peraturan Pemerintah No.18 Tahun 2016 tentang Perangkat Daerah, Dinas Pemuda Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata berubah nama nomenklatur menjadi Dinas Pariwisata dan hanya terdiri dari 2 (dua) bidang, yaitu bidang Pemuda Olahraga dan bidang Pariwisata serta 2 (dua) Sub Bagian yaitu Sub Bagian Umum dan Kepegawaian dan Sub Bagian Penyusunan Program dan Keuangan.

Visi Dinas Pariwisata Kota Pematangsiantar adalah “Terwujudnya Masyarakat Kota Pematangsiantar Sebagai Kota Penyangga Pariwisata Kawasan Strategis Nasional Danau Toba”.

Untuk mewujudkan visi Dinas Pariwisata Kota Pematangsiantar yang dimana pada dinas tersebut mengalami perubahan dan pengurangan jumlah pegawai yang berfokus pada sektor pariwisata serta latar belakang pendidikan pegawai yang sesuai dengan bidang pariwisata, maka dalam pengelolaannya membutuhkan analisa jabatan yang tepat. Berdasarkan uraian yang telah dibahas, maka penulis tertarik untuk mengkaji lebih jauh mengenai tata kelola kepegawaian serta menggambarkan dan mengetahui analisa jabatan yang berkaitan dengan peningkatan kinerja pegawai pada Kantor Dinas Pariwisata Kota Pematangsiantar. Oleh karena itu penulis tertarik untuk membahasnya dalam sebuah skripsi dengan judul: **“Pengaruh Pelaksanaan Analisa Jabatan (ANJAB) Yang Tepat Terhadap Peningkatan Kinerja Pegawai Pada Dinas Pariwisata Kota Pematangsiantar”**.

2. LANDASAN TEORI

Analisa Jabatan

Analisa jabatan merupakan suatu proses untuk hanya mendiskripsikan apa yang harus dikerjakan pada suatu jabatan. Dengan sendirinya analisis jabatan tidak berurusan dengan/mengenai cara yang terbaik untuk melakukan pekerjaan (*job desain*), seberapa baik pekerjaan itu dikerjakan. Analisis jabatan (penilaian kinerja), atau berapa/apa nilai suatu jabatan dalam organisasi (evaluasi jabatan) sekaligus analisis jabatan merupakan dasar untuk tiap kegiatan lain dari organisasi (Taggala 2015:12)

Kinerja Pegawai

Kinerja berasal dari kata *job performance* atau *actual performance* yang berarti prestasi kerja atau prestasi sesungguhnya yang dicapai oleh seseorang. Pengertian kinerja (prestasi kerja) adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan fungsinya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya (Masram dan Mu'ah 2017:138)

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Menurut Sugiyono (2017: 7), metode penelitian kuantitatif adalah penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini disebut sebagai metode positivistik karena berlandaskan pada filsafat *positivisme*. Metode ini sebagai metode ilmiah/*scientific* karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Alasan memilih penelitian ini karena metode ini menggunakan ukuran-ukuran dan perhitungan matematis yang konkrit/empiris, objektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode ini juga biasa disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka dan analisis menggunakan statistik..

Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan April 2020 sampai dengan bulan Juni Tahun 2020, sedangkan tempat penelitian dilakukan di Dinas Pariwisata Kota Pematangsiantar Jalan Singosari No.01 Kelurahan Bantan, Kecamatan Siantar Barat, Kota Pematangsiantar dengan objek penelitian adalah seluruh Aparatur Sipil Negara (ASN) Dinas

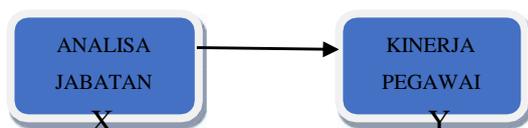
Pariwisata tersebut.

Menurut Sugiyono (2017:80), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.

Ada pun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Aparatur Sipil Negara (ASN). Dinas Pariwisata Kota Pematangsiantar yang berjumlah 33 orang. Menurut Sugiyono (2017:81), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili). Dalam hal ini, sampel yang digunakan adalah keseluruhan pegawai ASN yang ada pada Dinas Pariwisata Kota Pematangsiantar sesuai dengan data pada jumlah populasi sebanyak 33 orang.

Adapun kerangka pemikiran penulis yang menjadi pijakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 1 Kerangka Pemikiran



Variabel independent terdiri dari 1 (satu) variabel X yaitu Analisa Jabatan (ANJAB) Sedangkan variabel dependent terdiri dari 1 (satu) variabel Y yaitu Kinerja Pegawai.

Ha diterima apabila ($t_{hitung} > t_{tabel}$) atau (nilai signifikansi $< 0,05$), artinya ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel independen (analisa jabatan) terhadap variabel dependen (kinerja pegawai).

Ha ditolak apabila ($t_{hitung} < t_{tabel}$) atau (nilai signifikansi $> 0,05$), yang artinya tidak ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel independen (analisa jabatan) terhadap variabel dependen (kinerja pegawai).

4. Hasil Penelitian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan Analisa Jabatan (ANJAB) berpengaruh positif terhadap kinerja pegawai pada Dinas Pariwisata Kota Pematangsiantar. Hal ini diperkuat dan didukung dari nilai signifikansi ($0,000 < 0,05$). Dimana diperoleh t_{hitung} sebesar 7,666 dan t_{tabel} sebesar 1,693 sehingga ($7,666 > 1,693$). Maka hipotesis yang menyatakan secara parsial Analisa Jabatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Pegawai Dinas Pariwisata Kota Pematangsiantar dapat diterima.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa penerapan Analisa Jabatan (ANJAB) berpengaruh besar terhadap kinerja pegawai pada Dinas Pariwisata Kota Pematangsiantar. Hal ini dapat diperkuat dan dibuktikan dengan hasil dari uji koefisien determinasi dimana nilai *R square* sebesar 0,655 atau dengan kata lain Analisa Jabatan (ANJAB) berpengaruh sebesar 65,5% terhadap kinerja pegawai. Sementara sebesar 34,5% lagi kinerja pegawai pada Dinas Pariwisata dipengaruhi oleh variabel *independent* lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dan analisis data yang telah dilakukan maka kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Hasil pengujian membuktikan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Analisa Jabatan (ANJAB) terhadap Kinerja Pegawai pada Dinas Pariwisata Kota Pematangsiantar. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikan ($0,000 < 0,05$). Diperoleh t_{hitung} sebesar 7,666 dan t_{tabel} sebesar 1,693 sehingga ($7,666 > 1,693$). Maka hipotesis yang menyatakan secara parsial Analisa Jabatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Pegawai Dinas Pariwisata Kota Pematangsiantar dapat diterima.
2. Hasil pengujian membuktikan bahwa Analisa Jabatan berpengaruh positif dan baik terhadap Kinerja Pegawai pada Dinas Pariwisata Kota Pematangsiantar. Hal ini dapat dilihat dari hasil nilai koefisien determinasi (*R Square*) diketahui berpengaruh dari kedua variabel *independent* (Analisa Jabatan) terhadap variabel *dependent* (Kinerja Pegawai) yang dinyatakan dalam nilai *R Square* yaitu sebesar 0,655 (65,5%). Artinya bahwa sebesar 65,5% variabel *independent* (Analisa Jabatan) dapat mempengaruhi variabel *dependent* (Kinerja Pegawai). Sementara sebesar 34,5% dipengaruhi oleh variabel *independent* lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian ini.
3. Hasil pengujian uji korelasi dapat disimpulkan bahwa nilai sig. $0,000 < 0,05$ maka Analisa Jabatan (ANJAB) dengan Kinerja Pegawai memiliki hubungan positif sebesar 0,809. Nilai tersebut setelah dikonsultasikan dengan tabel interpretasi maka angka r (0,809) berada antara (0,81 – 1,00) yang interpretasinya termasuk kedalam kategori adanya korelasi yang sangat kuat.

Saran

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dan pembahasan setelah ditarik kesimpulan yang menyatakan bahwa Analisa Jabatan (ANJAB) berpengaruh positif terhadap Kinerja Pegawai, maka penulis dapat memberi saran bahwa proses pelaksanaan penempatan Analisa Jabatan (ANJAB) yang dilakukan pada Dinas Pariwisata Kota Pematangsiantar sudah baik, akan tetapi hendaknya proses pelaksanaan ini dipertahankan atau lebih ditingkatkan lagi sistem atau metode pelaksanaannya yang selama ini diterapkan agar

menghasilkan kinerja pegawai yang lebih maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Hamali, “*Pemahaman Manajemen Sumber Daya Manusia*”. PT. Buku Seru. Jakarta. 2018.
- Hasibuan. “*Manajemen Sumber Daya Manusia*”. PT. Bumi Aksara. Jakarta. 2013.
- KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) Mangkunegara, “*Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*”. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung. 2017
- Mu’ah dan Masram, “*Manajemen Sumber Daya Manusia Profesional*”. Zifatama Publisher. Sidoarjo. 2017.
- Mustadin Taggala, S.Psi., M.Si, “*Analisis Jabatan*”. Kurnia Global Publishing. Sleman. 2015.
- Peraturan Kepala Badan Kepegawaian Negara Nomor 12 Tahun 2011 tentang “*Pedoman Pelaksanaan Analisis Jabatan*”.
- Priyono. “*Manajemen Sumber Daya Manusia*”. Zifatama Publisher. Sidoarjo. 2010.
- Sugiyono. “*Metode Penelitian*”. Penerbit Alfabeta. Bandung. 2017.
- Sumual, “*Manajemen Sumber Daya Manusia*” CV. R.A.De.Rozarie. Jawa Timur. 2017.
- Wibowo. “*Manajemen Kinerja*”. PT. Rajagrafindo Persada. Jakarta. 2014.
- Wilson Bangun, S.E, M.Si. “*Manajemen Sumber Daya Manusia*, Penerbit Erlangga”. Jakarta. 2012.

Pengaruh Penerapan Sistem Informasi Manajemen Kepegawaian terhadap Pengembangan Karir di Satuan Polisi Pamong Praja Kota

Pematangsiantar

Marlina Sijabat, Elidawaty Purba
Universitas Simalungun (USI)

ABSTRAK

Manajemen Sumber Daya Manusia adalah suatu bidang studi manajemen yang mempelajari hubungan dan peranan manusia dalam suatu organisasi perusahaan. Unsur manajemen Sumber Daya Manusia adalah manusia yang merupakan tenaga kerja pada perusahaan/Instansi. Dengan demikian fokus yang dipelajari Manajemen Sumber Daya Manusia ini masalah yang berhubungan dengan tenaga kerja manusia. Keberhasilan manajemen sumber daya manusia didukung dengan perkembangan teknologi yang menciptakan sebuah sistem, dimana sistem tersebut dirancang untuk menghasilkan informasi sumber daya manusia dengan mudah yang dapat dipergunakan untuk pengembangan karir pegawai yang disebut sebagai sistem informasi manajemen kepegawaian (SIMPEG).

Sistem informasi manajemen kepegawaian (SIMPEG) meliputi kegiatan pengumpulan data kepegawaian, pengolahan data kepegawaian, penyimpanan data kepegawaian dan pelaporan data kepegawaian. Dengan penerapan sistem informasi manajemen kepegawaian diharapkan dapat memberikan informasi yang cepat dan akurat bagi pegawai dalam mengembangkan karirnya. Penelitian ini dilakukan pada Satuan Polisi Pamong Praja Kota Pematangsiantar. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *descriptive, validitas, reliability, determination*. Berdasarkan penelitian menurut Sugiyono (2019) kuesioner yang disebarakan kepada karyawan sebanyak 30 responden. Para karyawan tersebut diminta mengungkapkan pendapatnya atas penerapan sistem informasi manajemen kepegawaian (SIMPEG) dan pengembangan karir pegawai. Berdasarkan hasil uji empiris memperlihatkan bahwa diperoleh besarnya Koefisien Determinasi (Kd) sebesar 33,8%, yang artinya penerapan SIMPEG mempengaruhi pengembangan karir sebesar 33,8%. Sedangkan sisanya 66,2% dipengaruhi oleh faktor variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Penerapan Sistem Informasi Manajemen Kepegawaian (SIMPEG) dan Pengembangan karir pegawai

I. Pendahuluan

A. Latar Belakang Masalah

Kita saat ini sedang dalam masa bersejarah, masa saat revolusi industri ke empat sedang dibicarakan, dipersiapkan, diperdebatkan dan sedang dimulai. Melihat pola sejarah, akan terjadi perubahan besar. Jutaan pekerjaan lama yang semula diandalkan akan menghilang dan jutaan pekerjaan baru yang tak terpikirkan oleh kita akan muncul. Beberapa hal yang semula begitu sulit, begitu lama, begitu mahal mendadak menjadi lebih mudah, cepat dan murah. Demikian juga dalam penyelenggaraan pemerintahan, informasi teknologi menjadi suatu hal yang tidak dapat dihindari. Teknologi dan informasi menjadi salah satu sumber data yang akurat yang dapat digunakan dalam pengambilan keputusan, pengembangan karir pegawai, dan yang paling penting untuk memberikan pelayanan public kepada masyarakat. Melalui teknologi informasi, lembaga pemerintahan menjadi lembaga yang terbuka untuk public.

Sistem Informasi Manajemen Kepegawaian atau disebut SIMPEG adalah system

Informasi berbasis komputer yang digunakan untuk mendukung system administrasi kepegawaian di lingkungan pemerintah daerah. Pembuatan SIMPEG dilaksanakan berdasarkan kebutuhan informasi tentang keadaan data pegawai terkini, baik ditingkat Pusat maupun di Provinsi atau Kabupaten / Kota, sehingga data pegawai yang ada akan memberikan manfaat bagi pegawai yang bersangkutan dan pihak lain yang membutuhkan, serta kebutuhan Organisasi khususnya. Sistem terpadu ada sebuah Sistem Manajemen Kepegawaian memiliki pengaruh yang besar pula terhadap pengembangan karir para pegawai. Pengaruh yang paling dominan timbul dengan adanya alat penunjang informasi berupa teknologi dalam hal ini komputer..

Satuan Polisi Pamong Praja Kota Pematangsiantar juga menganggap program SIMPEG sebagai suatu wadah bagi PNS yang ingin mengetahui informasi kepegawaian dalam satu sistem. Ketika program SIMPEG ini tidak diterapkan akan memunculkan dampak yang dapat mengganggu kestabilan informasi dan jika masih memakai cara manual akan menyebabkan arsip - arsip di Satuan Polisi Pamong Praja Kota Pematangsiantar terancam hilang jika terjadi beberapa factor ancaman, serta menyebabkan kinerja PNS di menjadi tidak efektif dan efisien Melalui observasi yang dilakukan oleh penulis pada Satuan Polisi Pamong Praja Kota Pematangsiantar memperlihatkan adanya pegawai yang terlambat naik pangkat, adanya pegawai yang belum mencukupi isyarat sudah promosi jabatan sehingga berdampak pada kenaikan pangkatnya, dan lain - lain..

Setelah di teliti, diperoleh data bahwa di Satpol - PP Kota Pematangsiantar selama ini masih ditemukan pegawai yang kenaikan pangkatnya mengalami keterlambatan bahkan pangkat tertunda sehingga menghalangi seorang PNS dalam mengembangkan karirnya. Itu dapat dilihat dari masa kerja yang tertera pada Nomor Induk Pegawai yang dibandingkan dengan keadaan pangkat pegawai tersebut pada saat ini. Hal ini terjadi diduga karena kurangnya informasi yang diperoleh pegawai dan kurangnya fasilitas teknologi (aplikasi) dan mengingat PNS Satuan Polisi Pamong Praja kebanyakan bekerja dilapangan.

II. URAIAN TEORITIS

1. Manajemen Sumber Daya Manusia

Pengertian manajemen secara sederhana adalah mengatur, dari kata *to manage*. Pengaturan dilakukan melalui proses dan diatur berdasarkan urutan dari fungsi-fungsi manajemen. Manajemen merupakan suatu proses atau kegiatan yang tersusun untuk mewujudkan tujuan yang direncanakan. Robbins and Coulter (2011:6) mengatakan bahwa "*Management as the process of coordinating work activities so that they are completed efficiently and effectively with thought other people*". Kurang lebih mempunyai arti, manajemen sebagai proses koordinasi aktivitas kerja sehingga dapat selesai secara efisien dan efektif dengan melalui orang lain. Pendapat diatas sesuai dengan Daft (2012:8) mendefinisikan bahwa "*Management is the achievement of organizational goals in an effective and efficient way through planning, organizing, leadership and control of organizational resource*". Artinya, Manajemen adalah pencapaian sasaran-sasaran organisasi dengan carayang efektif dan efisien melalui perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian sumber daya organisasi. Maka manajemen sumber daya manusia secara sederhana dapat diberi pengertian sebagai bagian manajemen yang diterapkan dalam masalah pengelolaan.

Menurut Handoko dalam Manajemen (2012:6), manajemen dibutuhkan oleh semua organisasi, karena tanpa manajemen, semua usaha akan sia-sia dan pencapaian tujuan akan lebih sulit. Ada tiga alasan utama diperlukannya manajemen:

- a. Untuk mencapai tujuan. Manajemen dibutuhkan untuk mencapai tujuan organisasi dan pribadi
- b. Untuk menjaga keseimbangan diantara tujuan-tujuan yang saling bertentangan. Manajemen dibutuhkan untuk menjaga keseimbangan antara tujuan-tujuan, sasaran-sasaran dan kegiatan-kegiatan yang saling bertentangan dan pihak-pihak yang berkepentingan dalam organisasi seperti pemilik dan karyawan, maupun kreditur, pelanggan, konsumen, suplier, serikat kerja, assosiasi perdagangan, masyarakat dan pemerintah.
- c. Untuk mencapai efisiensi dan efektifitas, suatu kerja organisasi dapat diukur dengan cara yang berbeda. Salah satu cara yang umum adalah efisiensi dan efektifitas

Dalam UU No. 5 Tahun 2014 tentang Aparatur Sipil Negara (ASN) menyatakan bahwa Aparatur Sipil Negara yang selanjutnya disingkat dengan ASN adalah profesi bagi Pegawai Negeri Sipil (PNS) dan pegawai pemerintah dengan perjanjian kerja yang bekerja pada instansi pemerintah. Berdasarkan pengertian-pengertian tersebut, pada prinsipnya sumber daya manusia adalah satu-satunya sumber daya penentu dalam pencapaian tujuan organisasi, karena sebagai manusia yang di ciptakan memiliki akal dan pikiran, dengan akal pikirannya tersebut sumber daya manusia yang dapat berfikir bagaimana untuk memajukan dan mencapai tujuan organisasi, dan dengan akalnya juga bagaimana menentukan strategi untuk bisa memajukan dan untuk pencapaian tujuan organisasi serta menjalankan fungsi organisasi dalam perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan agar tercapai tujuan individu, organisasi, dan masyarakat.

2. Sistem Informasi Manajemen Kepegawaian

a. Sistem

Sunyoto (2014:32) dalam buku Sistem Informasi Manajemen Perspektif Organisasi mengemukakan pengertian sistem menurut beberapa pakar, sebagai berikut:

1. Menurut Bertalanfly, sistem adalah seperangkat unsur-unsur yang terikat dalam suatu antar relasi diantara unsur-unsur tersebut dan dengan lingkungan.
2. Menurut Rapoport, sistem adalah suatu kumpulan kesatuan dan perangkat hubungan antara satu sama lain.
3. Menurut Ackof, sistem adalah setiap kesatuan secara konseptual atau fisik yang teridiri dari bagian-bagian dalam keadaan saling tergantung satu sama lain.

b. Sistem Informasi Manajemen (SIM)

1. Pengertian Sistem Informasi Manajemen

Menurut Sunyoto dalam Sistem Informasi Manajemen (2014:5) beberapa pengertian sistem informasi manajemen menurut pakar manajemen antara lain:

1. Murdick, sistem informasi manajemen adalah proses komunikasi dimana informasi masukan (input) direkam dan disimpan dan diperoleh kembali (diproses) bagi keputusan (output) mengenai perencanaan, pengoperasian dan pengawasan.
2. Kelly, sistem informasi manajemen adalah perpaduan sumber manusia dan sumber yang berlandaskan computer yang menghasilkan kumpulan penyimpanan, perolehan kembali,

komunikasi dan penggunaan data untuk tujuan operasi manajemen yang efisien dan bagi perencanaan bisnis

2. Sistem Informasi Manajemen Kepegawaian

Menurut Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor 17 Tahun 2000, tujuan dan manfaat dibuatnya Sistem Informasi Manajemen Kepegawaian, Tujuan SIMPEG di Lingkup Pemerintahan: 1. Untuk mendukung sistem manajemen PNS yang rasional dan pengembangan SDM di Aparatur Pemerintah. 2. Mewujudkan data kepegawaian yang mutakhir dan terintegrasi. 3. Menyediakan informasi PNS yang akurat untuk keperluan perencanaan, pengembangan, kesejahteraan dan pengendalian PNS 4. Membantu kelancaran pekerjaan di bidang kepegawaian, terutama dalam pembuatan laporan

Adapun manfaat dari SIMPEG tersebut adalah:

1. Pelacakan informasi data seseorang pegawai akan mudah dan cepat.
2. Pembuatan Laporan dapat mudah dikerjakan.
3. Mengetahui Pegawai yang akan naik pangkat dan yang akan mendapat kenaikan gaji berkala
4. Memudahkan suatu pekerjaan yang berhubungan dengan kepegawaian
5. Mendapatkan informasi tentang keadaan pegawai (Profil Kepegawaian) yang cepat dan akurat
6. Dapat merencanakan penyebaran (mutasi) pegawai sesuai pendidikan dan kompetensinya
7. Merencanakan kebutuhan pegawai (Neraca Kebutuhan Pegawai)

3. Pengembangan Karir Pegawai

a. Karir

Menurut Sihombing dalam Manajemen Sumber Daya Manusia (2013:75), karir adalah seluruh pekerjaan yang dipegangnya selama dia bekerja. Untuk sebagian orang, pekerjaan/kedudukan tersebut adalah bagian dari rencananya, sedangkan untuk sebagian yang lain, karir adalah sesuatu yang dapat karena kebetulan saja. Menurut Rivai dalam bukunya Manajemen Sumber Daya Manusia untuk perusahaan (2015:207), konsep-konsep dasar perencanaan karir yakni: karir merupakan seluruh posisi kerja yang dijabat selama siklus pekerjaan seseorang. Jenjang karir merupakan model posisi pekerjaan berurutan yang membentuk karir seseorang. Tujuan karir merupakan posisi mendatang yang diupayakan pencapaiannya oleh seseorang sebagai bagian dari karirnya

b. Pengembangan Karir

Pengembangan karir sangat penting bagi suatu organisasi, karena karir merupakan kebutuhan yang harus terus dikembangkan dalam diri seorang pegawai sehingga mampu memotivasi pegawai untuk meningkatkan kinerjanya. Pengembangan karir meliputi setiap aktivitas untuk mempersiapkan seseorang untuk menempuh jalur karir tertentu. Suatu rencana karir yang telah dibuat oleh seseorang pekerja harus disertai oleh suatu tujuan karir yang realistis. Karena perdefinisi perencanaan, termasuk perencanaan karir, menurut Simamora

dalam Badriyah (2018:197) perencanaan karir adalah upaya individu untuk mengidentifikasi dan mengambil langkah yang tepat untuk mencapai tujuan karirnya.

. Menurut Badriyah (2018:196) pengembangan karir yang dilaksanakan dan dikembangkan pada SDM aparatur (PNS) dilakukan melalui pembinaan karir dan penilaian sistem prestasi kerja. Sistem karir pada umumnya melalui kenaikan pangkat, mutasi jabatan serta promosi (pengangkatan ke jabatan lain). Malayu dalam Badriyah (2018:196) pengembangan karir melalui promosi (*promotion*) bagi PNS merupakan suatu yang sangat diidam-idamkan. Promosi adalah perpindahan yang memperbesar *authority* dan *responsibility* karyawan ke jabatan yang lebih tinggi di dalam suatu organisasi, sehingga kewajiban, hak, status dan penghasilan semakin besar.

Penelitian ini menggunakan factor - faktor yang mempengaruhi pengembangan karir milik Rivai (2013:65) dimana pernyataan - pernyataan disusun untuk mengukur apakah perusahaan telah menciptakan kondisi yang menunjang upaya - upaya individu untuk mewujudkan perencanaan karirnya, di mana di dalamnya juga mencakup upaya organisasi dalam menciptakan kesadaran pegawai akan pentingnya mengetahui sasaran karir, serta langkah langkah yang perlu diketahui oleh individu karyawan untuk mencapai sasaran karir tersebut. Namun komponen bawahan yang mempunyai peran kunci (*key subordinate*) tidak dipergunakan, karena hubungan antara atasan dan bawahan sudah terwakili oleh aspek loyalitas organisasi serta aspek pembimbing dan sponsor. Namun komponen bawahan pengunduran diri dan pengalaman internasional tidak dipergunakan, karena hubungan antara atasan dan bawahan sudah terwakili oleh aspek eksposur dan aspek peluang untuk tumbuh.

B. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan masih harus dibuktikan kebenarannya melalui metode analisis yang digunakan. Hipotesis yang diambil penulis adalah sebagai berikut:

1. $H_0 = 0$ artinya penerapan Sistem Informasi Manajemen Kepegawaian (SIMPEG) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan karir pegawai baik secara simultan maupun parsial.
2. $H_a \neq 0$ artinya penerapan Sistem Informasi Manajemen Kepegawaian (SIMPEG) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan karir pegawai baik secara simultan maupun parsial.

III. METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode dan Desain Penelitian

Metode dan desain penelitian yang digunakan dalam penulisan penelitian ini adalah:

1. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Dalam metode ini, penelitian dilakukan langsung dengan cara membaca, mencari informasi melalui alat elektornik (*browsing*) dan mempelajari buku-buku karangan ilmiah, catatan kuliah dan referensi lainnya yang berhubungan dengan sistem informasi manajemen kepegawaian (SIMPEG) dan pengembangan karir pegawai.

2. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data dan wawancara dengan pegawai pada Satuan Polisi Pamong Praja Kota Pematangsiantar.

B. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2019:81) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Populasi penelitian ini adalah Pegawai Negeri Sipil pada

Satuan Polisi Pamong Praja Kota Pematangsiantar. Menurut *Roscoe (Research Methods For Business)* dalam Sugiyono (2012:133) salah satu saran tentang penentuan ukuran sampel untuk penelitian yaitu ukuran yang layak dalam penelitian adalah antara 30-500 sampel. Berdasarkan uraian tersebut, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sejumlah 30 responden.

C. Jenis Data dan Sumber Data

Adapun jenis-jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Dalam penelitian ini data kuantitatif didapatkan dari data jumlah karyawan dan data-data yang diperoleh dari kuesioner.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1) Data Primer

Dalam penelitian ini data primer bersumber dari pegawai Satuan Polisi Pamong Praja Kota Pematangsiantar

2) Data Sekunder

Dalam penelitian ini, data-data sekunder diperoleh dari buku-buku pustaka dan internet yang berhubungan dengan masalah penelitian.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1) Metode Kuesioner

Penulis memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Skala pengukuran dalam penelitian ini adalah skala likert gradasi dari terendah sampai tertinggi yang jika dinyatakan dalam bentuk kata-kata dapat berupa:

Tabel
Skala Likert

| Kategori Pertanyaan/Pernyataan | Skala Likert |
|---|--------------|
| Sangat Setuju/Sangat Baik/Sangat Puas | 5 |
| Setuju/Baik/Puas | 4 |
| Kurang Setuju/Cukup Baik/Cukup Puas | 3 |
| Tidak Setuju/Tidak Baik/Tidak Puas | 2 |
| Sangat Tidak Setuju/Sangat Tidak Baik/Sangat Tidak Puas | 1 |

Sumber: Sugiyono (2019:93)

2) Metode Wawancara

Penulis melakukan wawancara langsung kepada pihak-pihak yang terkait dengan objek yang diteliti yaitu Ka. Subbag Umum dan Kepegawaian dan PNS.

3) Metode Dokumentasi

Penulis memperoleh data dari buku-buku dan literature yang bersifat teoritis yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Responden

Untuk mengetahui keadaan secara umum, berikut adalah deskripsi pegawai Satuan Polisi Pamong Praja Kota Pematangsiantar:

Tabel 4.1
Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

| | | Frekuensi | Persentase | Persentase Valid | Persentase Kumulatif |
|-------|-----------|-----------|------------|------------------|----------------------|
| Valid | Laki-Laki | 28 | 93,3 | 93,3 | 93,3 |
| | Perempuan | 2 | 6,7 | 6,7 | 100,0 |
| | Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |

Sumber: hasil pengolahan kuesioner, 2020

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 28 orang (93,3%), dan yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 2 orang (6,70%).

Untuk mengetahui keadaan secara umum, berikut tabel deskripsi responden berdasarkan usia :

Tabel 4.2
Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

| | | Frekuensi | Persentase | Persentase Valid | Persentase Kumulatif |
|-------|---------|-----------|------------|------------------|----------------------|
| Valid | 31 - 40 | 18 | 60,0 | 60,0 | 60,0 |
| | 41 - 50 | 12 | 40,0 | 40,0 | 100,0 |
| | Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |

Sumber: hasil pengolahan kuesioner, 2020

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden yang berusia 31-40 tahun berjumlah 18 orang (60%) dan yang berusia 41-50 tahun berjumlah 12 orang (40%).

Untuk mengetahui keadaan secara umum, berikut tabel deskripsi berdasarkan pendidikan

Tabel 4.3

| Deskripsi responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir | | | | | |
|--|---------|-----------|------------|------------------|----------------------|
| | | Frekuensi | Persentase | Persentase Valid | Persentase Kumulatif |
| Valid | SMA/SMK | 26 | 86,7 | 86,7 | 86,7 |
| | S1 | 4 | 13,3 | 13,3 | 100,0 |
| | Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |

Sumber: hasil pengolahan kuesioner, 2020

Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa responden yang berpendidikan SMA/SMK berjumlah 26 orang (86,7%) dan yang berpendidikan S1 berjumlah 4 orang (13,3%).

Untuk mengetahui keadaan secara umum, berikut adalah tabel deskripsi responden berdasarkan masa kerja :

Tabel 4.4

| Deskripsi Responden Berdasarkan Masa Kerja | | | | | |
|---|-------------|-----------|------------|------------------|----------------------|
| | | Frekuensi | Persentase | Persentase Valid | Persentase Kumulatif |
| Valid | 1-10 Tahun | 1 | 3,3 | 3,3 | 3,3 |
| | 11-20 Tahun | 27 | 90,0 | 90,0 | 93,3 |
| | > 20 Tahun | 2 | 6,7 | 6,7 | 100,0 |
| | Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |

Sumber: hasil pengolahan kuesioner, 2020

Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa responden dengan masa kerja 1-10 tahun berjumlah 1 orang (3,3%), responden dengan masa kerja 11-20 tahun berjumlah 27 orang (90,0%) dan responden dengan masa kerja > 20 tahun berjumlah 2 orang (6,7%).

Untuk mengetahui keadaan secara umum, berikut adalah tabel deskripsi responden berdasarkan pangkat/golongan ruang

Tabel 4.5

| Deskripsi responden Berdasarkan Pangkat/Golongan Ruang | | | | | |
|---|-------|-----------|------------|------------------|----------------------|
| | | Frekuensi | Persentase | Persentase Valid | Persentase Kumulatif |
| Valid | II | 26 | 86,7 | 86,7 | 86,7 |
| | III | 3 | 10,0 | 10,0 | 96,7 |
| | IV | 1 | 3,3 | 3,3 | 100,0 |
| | Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |

Sumber: hasil pengolahan kuesioner, 2020

Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa responden yang bergolongan ruang II (pangkat pengatur) berjumlah 26 orang (86,7%), yang bergolongan ruang III (pangkat penata)

berjumlah 3 orang (10,0%) dan yang bergolongan ruang IV (pangkat pembina) berjumlah 1 orang (3,3%).

B. Hasil Penelitian

a. Deskripsi Variabel Pengumpulan Data Kepegawaian (X_1)

Analisis deskripsi jawaban responden tentang pengumpulan data kepegawaian didasarkan pada jawaban responden atas pernyataan-pernyataan seperti yang terdapat dalam kuesioner yang disebarakan kepada responden.

Tabel 4.6
Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Pengumpulan Data Kepegawaian (X_1)

| No | Tanggapan Responden | | | | | | | | | | Jumlah | |
|----|---------------------|------|--------|------|-----------|------|--------------|---|---------------------|---|--------|------|
| | Sangat Setuju | | Setuju | | Ragu-Ragu | | Tidak Setuju | | Sangat Tidak Setuju | | | |
| | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % |
| 1 | 11 | 36,7 | 15 | 50 | 4 | 13,3 | - | - | - | - | 30 | 100% |
| 2 | 8 | 26,7 | 17 | 56,7 | 5 | 16,7 | - | - | - | - | 30 | 100% |
| 3 | 7 | 23,3 | 20 | 66,7 | 3 | 10 | - | - | - | - | 30 | 100% |

Sumber: hasil pengolahan kuesioner, 2020

Berdasarkan tabel 4.6 dapat dilihat persentase dari 30 responden untuk variabel pengumpulan data kepegawaian (X_1) yaitu :

- Pada butir 1, proses pengumpulan data pegawai berjalan dengan baik, 11 responden (36,7%) menyatakan sangat setuju, 15 responden (50%) menyatakan setuju, 4 responden (13,3%) menyatakan ragu-ragu dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju
- Pada butir 2, respon pegawai saat pengumpulan data sangat positif/antusias, 8 responden (26,7%) menyatakan sangat setuju, 17 responden (56,7%) menyatakan setuju, 5 responden (16,7%) menyatakan ragu-ragu dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.
- Pada butir 3, penyelesaian masalah di lapangan dilakukan dengan kebijakan pimpinan, 7 responden (23,3%) menyatakan sangat setuju, 20 responden (66,7%) menyatakan setuju dan 3 responden (10%) menyatakan ragu-ragu dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

b. Deskripsi Variabel Pengolahan Data Kepegawaian (X_2)

Analisis deskripsi jawaban responden tentang pengolahan data kepegawaian didasarkan pada jawaban responden atas pernyataan-pernyataan seperti yang terdapat dalam kuisisioner yang disebarakan kepada responden.

Tabel 4.7
Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Pengolahan Data Kepegawaian (X_2)

| No | Tanggapan Responden | | | | | | | | | | Jumlah | |
|----|---------------------|------|--------|------|-----------|------|--------------|---|---------------------|---|--------|------|
| | Sangat Setuju | | Setuju | | Ragu-Ragu | | Tidak Setuju | | Sangat Tidak Setuju | | | |
| | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % |
| 1 | 6 | 20 | 18 | 60 | 6 | 20 | - | - | - | - | 30 | 100% |
| 2 | 3 | 10 | 20 | 66,7 | 7 | 23,3 | - | - | - | - | 30 | 100% |
| 3 | 11 | 36,7 | 19 | 63,3 | - | - | - | - | - | - | 30 | 100% |

Sumber: hasil pengolahan kuesioner, 2020

Berdasarkan tabel 4.7 dapat dilihat persentase dari 30 responden untuk variabel pengolahan data kepegawaian (X_2) yaitu :

- Pada butir 1, proses pengolahan data dilakukan dengan baik, 6 responden (20%) menyatakan sangat setuju, 18 responden (60%) menyatakan setuju, 6 responden (20%) menyatakan ragu-ragu dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju
- Pada butir 2, respon bidang lain dalam lembaga mengenai proses pengolahan data sangat mendukung, 3 responden (10%) menyatakan sangat setuju, 20 responden (66,7%) menyatakan setuju, 7 responden (23,3%) menyatakan ragu-ragu dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.
- Pada butir 3, penyatuan data dari berbagai sumber dapat dilakukan dengan baik dan saling keterkaitan, 11 responden (36,7%) menyatakan sangat setuju, 19 responden (63,3%) menyatakan setuju dan tidak ada yang menyatakan ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

c. Deskripsi Variabel Penyimpanan Data Kepegawaian (X_3)

Analisis deskripsi jawaban responden tentang penyimpanan data kepegawaian didasarkan pada jawaban responden atas pernyataan-pernyataan seperti yang terdapat dalam kuisisioner yang disebarakan kepada responden.

Tabel 4.8

Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Penyimpanan Data Kepegawaian (X_3)

| No | Tanggapan Responden | | | | | | | | | | Jumlah | |
|----|---------------------|------|--------|------|-----------|------|--------------|---|---------------------|---|--------|------|
| | Sangat Setuju | | Setuju | | Ragu-Ragu | | Tidak Setuju | | Sangat Tidak Setuju | | | |
| | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % |
| 1 | 8 | 26,7 | 22 | 73,3 | - | - | - | - | - | - | 30 | 100% |
| 2 | 7 | 23,3 | 18 | 60 | 5 | 16,7 | - | - | - | - | 30 | 100% |
| 3 | 10 | 33,3 | 17 | 56,7 | 3 | 10 | - | - | - | - | 30 | 100% |

Sumber: hasil pengolahan kuesioner, 2020

Berdasarkan tabel 4.8 dapat dilihat persentase dari 30 responden untuk variabel penyimpanan data kepegawaian (X_3) yaitu :

- Pada butir 1, penyimpanan data dilakukan dengan sistem aplikasi yang telah disediakan Pemerintah Kota Pematangsiantar dan telah diuji, 8 responden (26,7%) menyatakan sangat setuju, 22 responden (73,3%) menyatakan setuju, dan tidak ada menyatakan ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju.
- Pada butir 2, pegawai dapat menambahkan data baru dalam format yang telah ada dengan mudah, 7 responden (23,3%) menyatakan sangat setuju, 18 responden (60%) menyatakan setuju, 5 responden (16,7%) menyatakan ragu-ragu dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.
- Pada butir 3, kerahasiaan data pegawai terjamin, 10 responden (33,3%) menyatakan sangat setuju, 17 responden (56,7%) menyatakan setuju dan 3 responden (10%) menyatakan ragu-ragu dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

d. Deskripsi Variabel Pelaporan Data Kepegawaian (X_4)

Analisis deskripsi jawaban responden tentang pelaporan data kepegawaian yang telah menjadi informasi baru didasarkan pada jawaban responden atas pernyataan-pernyataan seperti yang terdapat dalam kuisisioner yang disebarakan kepada responden.

Tabel 4.9

Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Pelaporan Data Kepegawaian (X_4)

| No | Tanggapan Responden | | | | | | | | | | Jumlah | |
|----|---------------------|------|--------|------|-----------|------|--------------|---|---------------------|---|--------|------|
| | Sangat Setuju | | Setuju | | Ragu-Ragu | | Tidak Setuju | | Sangat Tidak Setuju | | | |
| | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % |
| 1 | 7 | 23,3 | 18 | 60 | 5 | 16,7 | - | - | - | - | 30 | 100% |
| 2 | 7 | 23,3 | 18 | 60 | 5 | 16,7 | - | - | - | - | 30 | 100% |
| 3 | 9 | 30 | 13 | 43,3 | 8 | 26,7 | - | - | - | - | 30 | 100% |

Sumber: hasil pengolahan kuesioner, 2020

Berdasarkan tabel 4.9 dapat dilihat persentase dari 30 responden untuk variabel pelaporan data kepegawaian (X₄) yaitu :

- a) Pada butir 1, data SIMPEG sangat akurat untuk dapat dimanfaatkan oleh para pengguna informasi (PNS), 7 responden (23,3%) menyatakan sangat setuju, 18 responden (60%) menyatakan setuju, 5 responden (16,7%) menyatakan ragu ragu dan tidak ada menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju
- b) Pada butir 2, dengan sistem yang telah diterapkan, penggunaan data yang ada dapat diakses dengan sangat mudah dimana saja, 7 responden (23,3%) menyatakan sangat setuju, 18 responden (60%) menyatakan setuju, 5 responden (16,7%) menyatakan ragu-ragu dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.
- c) Pada butir 3, pimpinan dapat menggunakan data ketika proses pengambilan keputusan dilakukan secara mendadak, 9 responden (30%) menyatakan sangat setuju, 13 responden (43,3%) menyatakan setuju, 8 responden (26,7%) menyatakan ragu-ragu dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

e. Deskripsi Variabel Pengembangan Karir (Y)

Analisis deskripsi jawaban responden tentang pengembangan karir didasarkan pada jawaban responden atas pernyataan-pernyataan seperti yang terdapat dalam kuisisioner yang disebarkan kepada responden.

Tabel 4.10

Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Pengembangan Karir (Y)

| No | Tanggapan Responden | | | | | | | | | |
|----|---------------------|-----|--------|------|-----------|------|--------|------|---------------|-----|
| | Sangat Tinggi | | Tinggi | | Ragu-Ragu | | Rendah | | Sangat Rendah | |
| | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % |
| 1 | - | - | 20 | 66,7 | 10 | 33,3 | - | - | - | - |
| 2 | 2 | 6,7 | 13 | 43,3 | 11 | 36,7 | 4 | 13,3 | - | - |
| 3 | - | - | 14 | 46,7 | 7 | 23,3 | 8 | 26,7 | 1 | 3,3 |

Sumber: hasil pengolahan kuesioner, 2020

Berdasarkan tabel 4.10 dapat dilihat persentase dari 30 responden untuk variabel pengembangan karir (Y) yaitu :

- a) Pada butir 1, tingkat peluang pengembangan karir yang dilakukan, tidak ada responden yang menyatakan sangat tinggi, 20 responden (66,7%) menyatakan tinggi, 10 responden (33,3%) menyatakan ragu-ragu, serta dan tidak ada menyatakan rendah dan sangat rendah.
- b) Pada butir 2, kesempatan untuk mengembangkan karir terbuka bagi semua pegawai, 2 responden (6,7%) menyatakan sangat tinggi, 13 responden (43,3%) menyatakan tinggi, 11 responden (36,7%) menyatakan ragu-ragu, 4 responden (13,3%) menyatakan rendah dan tidak ada responden yang menyatakan sangat rendah.
- c) Pada butir 3, tingkat penyebaran informasi karir yang dilakukan, tidak ada responden yang menyatakan sangat tinggi, 14 responden (46,7%) menyatakan tinggi, 7 responden

(23,3%) menyatakan ragu-ragu, 8 responden (26,7%) menyatakan rendah dan 1 responden(3,3%) yang menyatakan sangat rendah.

2. Validasi dan Reliabelitas

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji sejauh mana ketepatan alat pengukur dapat mengungkapkan konsep gejala/kejadian yang diukur dengan menggunakan bantuan SPSS versi 24, dilakukan uji validitas untuk mengetahui kuesioner valid maupun tidak valid. Kuesioner dinyatakan valid apabila nilai apabila signifikansi $0,05$

Tabel. 4.11

Hasil Uji Validitas Pengumpulan Data Pegawai (X₁)

| Variabel | | Butir Instrumen | Rhitung | Ttabel | Probabilitas | Ket. |
|---|------------------------------|-----------------|---------|------------|--------------|-------|
| Penerapan Sistem Informasi Manajemen Kepegawaian (SIMPEG) X | Pengumpulan Data Kepegawaian | X1.1 | 0,904 | 0,349 | 0,000 0,05 | Valid |
| | | X1.2 | 0,680 | 0,349 | 0,000 0,05 | Valid |
| | | X1.3 | 0,769 | 0,349 | 0,000 0,05 | Valid |
| | Pengolahan Data Kepegawaian | X2.1 | 0,700 | 0,349 | 0,000 0,05 | Valid |
| | | X2.2 | 0,728 | 0,349 | 0,000 0,05 | Valid |
| | | X2.3 | 0,422 | 0,349 | 0,000 0,05 | Valid |
| | Penyimpanan Data Kepegawaian | X3.1 | 0,552 | 0,349 | 0,000 0,05 | Valid |
| | | X3.2 | 0,532 | 0,349 | 0,000 0,05 | Valid |
| | | X3.3 | 0,493 | 0,349 | 0,000 0,05 | Valid |
| | Laporan Data Kepegawaian | X4.1 | 0,858 | 0,349 | 0,000 0,05 | Valid |
| | | X4.2 | 0,858 | 0,349 | 0,000 0,05 | Valid |
| | | X4.3 | 0,510 | 0,349 | 0,000 0,05 | Valid |
| Pengembangan Karir Y | Y1 | 0,503 | 0,349 | 0,000 0,05 | Valid | |
| | Y2 | 0,684 | 0,349 | 0,000 0,05 | Valid | |
| | Y3 | 0,724 | 0,349 | 0,000 0,05 | Valid | |

Sumber: hasil pengolahan kuesioner, 2020

Dari hasil uji validitas diatas dapat disimpulkan bahwa semua indikator dalam penelitian ini adalah valid, karena nilai $R_{hitung} > t_{tabel} > 0,05$.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengatur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel. Reliabilitas diukur dengan uji *statistic cronbach's Alpha* $> 0,60$. tabel dibawah ini baik menunjukkan hasil pengujian reliabilitas dengan menggunakan alat bantu SPSS 24.00.

Tabel.4.12 Hasil Uji Reliabilitas

| Item-Total Statistics | | | | | |
|-----------------------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|------------|
| Butir Instrumen | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted | Keterangan |
| X1.1 | 55,43 | 17,357 | ,390 | ,709 | Reliabel |
| X1.2 | 55,57 | 18,254 | ,235 | ,726 | Reliabel |
| X1.3 | 55,53 | 18,326 | ,280 | ,721 | Reliabel |
| X2.1 | 55,67 | 16,161 | ,667 | ,679 | Reliabel |
| X2.2 | 55,80 | 17,407 | ,480 | ,702 | Reliabel |
| X2.3 | 55,30 | 18,976 | ,189 | ,728 | Reliabel |
| X3.1 | 55,40 | 19,352 | ,119 | ,733 | Reliabel |
| X3.2 | 55,60 | 18,800 | ,147 | ,734 | Reliabel |
| X3.3 | 55,43 | 17,633 | ,380 | ,711 | Reliabel |
| X4.1 | 55,60 | 16,524 | ,594 | ,687 | Reliabel |
| X4.2 | 55,60 | 16,524 | ,594 | ,687 | Reliabel |
| X4.3 | 55,63 | 18,792 | ,097 | ,744 | Reliabel |
| Y1.1 | 56,00 | 18,138 | ,405 | ,711 | Reliabel |
| Y1.2 | 56,23 | 16,323 | ,459 | ,699 | Reliabel |
| Y1.3 | 56,53 | 18,120 | ,129 | ,749 | Reliabel |

Sumber: hasil pengolahan kuesioner, 2020

Berdasarkan tabel 4.12 hasil pengujian menggunakan SPSS versi 24, maka pada hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel *Cronbach's Alpha is Item Deleted* lebih besar dari 0,60. Hal ini berarti indikator dalam penelitian ini adalah reliabel.

C. Hasil Perhitungan

1. Analisis Deskriptif Kuantitatif

a. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk membuktikan hipotesis mengenai pengaruh variabel pengumpulan data kepegawaian (X_1), pengolahan data kepegawaian (X_2), penyimpanan data kepegawaian (X_3) dan pelaporan data kepegawaian (X_4) secara parsial maupun bersama-sama terhadap pengembangan karir (Y). Perhitungan statistik dan analisis regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan bantuan program SPSS 24.00 *for windows*. Hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel. 4.13
Hasil Regresi Linear Berganda

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 3,357 | 3,308 | | 1,015 | ,320 |
| | Total_x1 | ,079 | ,178 | ,080 | ,444 | ,661 |
| | Total_x2 | ,937 | ,338 | ,680 | 2,770 | ,010 |
| | Total_x3 | ,565 | ,327 | ,343 | 1,728 | ,096 |
| | Total_x4 | ,125 | ,219 | ,126 | ,570 | ,574 |

a. Dependent Variable: Total_Y

Sumber: hasil pengolahan kuesioner, 2020

b. Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi untuk dua variabel bebas digunakan *Adjusted R Square*, sebagai berikut :

Tabel 4.14
Hasil Koefisien Determinasi

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1 | ,656 ^a | ,430 | ,338 | 1,202 | 2,269 |

a. Predictors: (Constant), Total_x4, Total_x1, Total_x3, Total_x2
b. Dependent Variable: Total_Y

Sumber: hasil pengolahan kuesioner, 2020

Dari hasil koefisien determinasi pada tabel 4.14 diatas diperoleh nilai $R = 0,338$, artinya tinggi rendahnya pengembangan karir pegawai (Y) pada Satuan Polisi Pamong Praja Kota Pematangsiantar sebesar 33,8% dapat dijelaskan oleh adanya penerapan sistem informasi manajemen kepegawaian (pengumpulan data kepegawaian X_1 , pengolahan data kepegawaian X_2 , penyimpanan data kepegawaian X_3 dan pelaporan data kepegawaian X_4), sedangkan sisanya sebesar 66,2% dipengaruhi oleh faktor lain dan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan dalam bab sebelumnya, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian hipotesis secara simultan dapat disimpulkan bahwa penerapan sistem informasi manajemen kepegawaian (SIMPEG) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan karir.

2. Hasil pengujian hipotesis secara parsial untuk variabel X_1 dengan perolehan uji H_0 diterima, yang artinya terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan pengumpulan data kepegawaian terhadap pengembangan karir.
3. Hasil pengujian hipotesis secara parsial untuk variabel X_2 dengan perolehan uji H_0 ditolak, yang artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan pengolahan data kepegawaian terhadap pengembangan karir.
4. Hasil pengujian hipotesis secara parsial untuk variabel X_3 dengan perolehan uji H_0 diterima, yang artinya terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan penyimpanan data kepegawaian terhadap pengembangan karir.
5. Hasil pengujian hipotesis secara parsial untuk variabel X_4 dengan perolehan uji H_0 diterima, yang artinya terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan pelaporan data kepegawaian terhadap pengembangan karir.
6. Dari hasil koefisien determinasi diperoleh nilai $R = 0,338$, artinya tinggi rendahnya pengembangan karir pegawai (Y) pada Satuan Polisi Pamong Praja Kota Pematangsiantar sebesar 33,8% dapat dijelaskan oleh adanya penerapan sistem informasi manajemen kepegawaian (pengumpulan data kepegawaian X_1 , pengolahan data kepegawaian X_2 , penyimpanan data kepegawaian X_3 dan pelaporan data kepegawaian X_4), sedangkan sisanya sebesar 66,2% dipengaruhi oleh faktor lain dan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. SARAN

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka dikemukakan beberapa saran yang dapat berguna bagi instansi yaitu sebagai berikut:

1. Bahwa dalam meningkatkan pengembangan karir, disarankan kepada Pemerintah Kota Pematangsiantar agar tetap memberikan pembinaan dan pemahaman kepada Pegawai Negeri Sipil untuk dapat mengumpulkan berkas-berkas kepegawaiannya.
2. Pemerintah Kota Pematangsiantar sebaiknya melaksanakan kegiatan pengolahan data kepegawaian dengan lebih baik lagi, sehingga dapat menghasilkan informasi yang cepat dan akurat.
3. Pemerintah Kota Pematangsiantar disarankan untuk menyiapkan sebuah wadah aplikasi yang telah teruji untuk menjamin keamanan penyimpanan berkas-berkas kepegawaian dan memberikan jaminan kerahasiaan berkas pegawai.
4. Pemerintah Kota Pematangsiantar sebaiknya melaporkan data kepegawaian secara berkala untuk dapat mengetahui keadaan kepegawaian sehingga dapat memberikan solusi kepada pegawai yang mengalami keterlambatan kenaikan pangkat dan pangkat tertunda.
5. Pemerintah Kota Pematangsiantar sebaiknya menjadikan data SIMPEG sebagai salah satu faktor dalam pengambilan keputusan untuk memberikan promosi jabatan kepada Pegawai Negeri Sipil dan memberikan kesempatan yang sama bagi semua Pegawai Negeri Sipil untuk mengembangkan karirnya.
6. Meskipun bekerja dilapangan, Pegawai Negeri Sipil pada Satuan Polisi Pamong Praja Kota Pematangsiantar diharapkan dapat memberikan respon positif dan memiliki rasa kepedulian dalam mengumpulkan data berkas-berkas kepegawaian untuk mengembangkan karir dan memenuhi kelengkapan berkas-berkas sampai pada masa pensiun.

Daftar Pustaka

- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta
- Badriyah, Mila. 2018. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Pustaka Setia.
- Daft, Rirchard L. 2012. *Era Baru Manajemen New Era Of Management*. Jakarta Selatan: Salemba Empat
- Handoko, Hani. 2012 *Manajemen* Yogyakarta: BPFE
- Hasibuan, Malayu. 2013 *Manajemen Sumber Daya Manusia* Jakarta: Bumi Aksara

- Keputusan Menteri Dalam Negeri No.17 tahun 2000 tentang *Sistem Informasi Manajemen Kepegawaian Departemen Dalam Negeri dan Pemerintah Daerah*.
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2016. *Perencanaan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Bandung: RefikaAditama
- Manullang, M. 2014. *Manajemen*. Bandung: Citapustaka Media.
- McLeod, Raymond, Jr., George P.Shell. 2012 *Management Information System (Sistem Informasi Manajemen)*, Salemba Empat, Jakarta
- Noe. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: SalembaEmpat
- RivaiZainal. 2015 *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan Dari Teori dan Praktik*. Jakarta: Rajawali Pers
- Peraturan Pemerintah Nomor 2 Tahun 2006 tentang *Pola Karir Pegawai Negeri Sipil*
- Siagian, Sondang P. 2014 *Sistem Informasi Manajemen*, Bumi Aksara, Jakarta
- Sihombing. 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia* Jakarta: Inmedia
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sunyoto. 2014. *Sistem Informasi Manajemen Perspektif Organisasi*. Jakarta: CAPS
- Keputusan Menteri Dalam Negeri No.17 tahun 2000 tentang *Sistem Informasi Manajemen Kepegawaian Departemen Dalam Negeri dan Pemerintah Daerah*.
- Peraturan Pemerintah Nomor 2 Tahun 2006 tentang *Pola Karir Pegawai Negeri Sipil*

PENGARUH POTONGAN HARGA DAN BONUS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MINIMARKET INDOMARET SERBELAWAN

Novitasari Nainggolan

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun (USI)
Jl. Sisingamangaraja No. 1 P.siantar
Jurnalmanajemenfeusi@gmail.com

Taufik Parinduri, SE.M.Si

Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun (USI)
Jl. Sisingamangaraja No.1 P.siantar

Abstrak: Persaingan bisnis ritel di masa sekarang ini sangatlah ketat. Saat ini sebagian masyarakat indonesia menyukai aktivitas promosi yang memberikan bonus langsung kepada konsumen terlebih aktivitas promosi yang ada di dalam toko. Salah satu keunggulan dalam persaingan ini terutama adalah diskon harga yang dapat menciptakan minat konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh potongan harga dan bonus terhadap pembelian konsumen minimarket Indomaret Serbelawan. Penelitian ini dilakukan pada Minimarket Indomaret di Serbelawan, untuk data primer pengumpulan data yang dilakukan melalui Kusioner dan dokumentasi. Dan penyebaran kusioner yang dilakukan kepada 65 konsumen yang berbelanja di minimarket Indomaret Serbelawan. Sedangkan uji validitas, Uji reabilitas, Uji normalitas, Uji Heterokedastitas, Uji t, Uji Regresi Linier berganda dan Uji Koefisien Determinasi, pengujian menggunakan analisis data SPSS Ver.24. Hasil Analisis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan Variabel potongan harga (X1) t_{hitung} lebih besar daripada nilai t_{tabel} yaitu $2.286 > 1.997$ dengan tingkat signifikan $0.000 < 0.05$. Dan variabel bonus (X2) nilai t_{hitung} lebih besar daripada nilai t_{tabel} yaitu $3.275 > 1.997$ dengan tingkat signifikan $0.000 < 0.05$. Secara simultan potongan harga dan bonus berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 38,147 dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Apabila semakin tinggi potongan harga dan bonus yang diberikan kepada calon konsumen, maka semakin tinggi pula calon konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian.

Kata Kunci : potongan harga, bonus pembelian dan pembelian konsumen.

Abstrack : *Competition in the retail business today is very tight. Currently, some Indonesian people like promotional activities that provide direct bonuses to consumers, especially promotional activities in stores. One of the advantages in this competition, especially the price discount that can create consumer interest. This study aims to examine and analyze the effect of discounts and bonuses on consumer purchases of Indomaret Serbelawan minimarkets. This research was conducted at the Indomaret Minimarket in Serbelawan, for primary data data collection was carried out through questionnaires and documentation. And the distribution of questionnaires conducted to 65 consumers who shop at the Indomaret Serbelawan market. While the validity test, reliability test, normality test, heterochemical test, t test, multiple linear regression test and the coefficient of determination test, the examiner used SPSS Ver.24 data analysis. The results of the analysis show that there is a positive and significant effect on the discount variable (X1) t count is greater than the t table value, namely $2.286 > 1.997$ with a significant level of $0.000 < 0.05$. And the bonus variable (X2), the value of t count is greater than the value of t table, namely $3.275 > 1.997$ with a significant level of $0.000 < 0.05$. Simultaneously, discounts and bonuses have a positive and significant effect on consumer purchases. This is evidenced by the calculated F value of 38.147 with a significant level of $0.000 < 0.05$. If the higher the discount and bonus given to potential customers, the higher the potential customers will decide to make a purchase.*

Keywords: discounts, purchase bonuses and consumer purchases.

1. PENDAHULUAN

Keputusan konsumen mengenai tingkat pembelian produk akan sangat ditentukan oleh pengetahuannya. Konsumen mungkin lebih senang mengunjungi toko-toko yang sudah dikenalnya untuk belanja, karena konsumen telah mengetahui di mana letak produk-produk di dalam toko tersebut. Hal ini akan memudahkan konsumen untuk berbelanja sehingga konsumen bisa menghemat waktu. Selain itu, konsumen saat ini juga lebih tertarik dengan toko-toko yang menawarkan diskon, sehingga terkadang sifat spontan konsumen akan muncul seketika melihat produk yang memiliki potongan harga. Konsumen saat ini menjadi lebih berbelanja karena adanya berbagai faktor. Salah satunya yaitu meningkatnya pertumbuhan ekonomi dan peradaban manusia. Hal ini mengakibatkan masyarakat mulai beralih berbelanja di pasar modern. Potongan harga merupakan pengurangan harga pembelian pada suatu batasan waktu yang telah ditentukan. Penetapan harga diskon telah menjadi kebiasaan dari sejumlah perusahaan yang menawarkan produk atau jasa. Sedangkan bonus pembelian yaitu bonus yang menawarkan konsumen sebuah muatan ekstra dari sebuah produk dengan membayar harga normal. Kebanyakan perusahaan akan menyesuaikan daftar harganya serta memberikan potongan harga dan bonus untuk pembelian dalam jumlah besar, dan pembelian diluar keinginan.

Pembelian konsumen merupakan suatu proses pemilihan salah satu dari beberapa alternatif penyelesaian masalah dengan tindak lanjut yang nyata. Konsumen juga sering membeli produk dengan secara tiba-tiba. Hal inilah yang sering terjadi pada konsumen setelah melihat adanya diskon dan bonus pada suatu toko. Saat ini, salah satu bisnis ritel yang berkembang sangat pesat yaitu PT. Indomarco Prismatama yang mewujudkan dengan mendirikan indomaret yang memiliki visi “*menjadi jaringan ritel unggul*” dengan moto “*mudah dan hemat*”. Seiring berjalannya waktu, saat ini manajemen indomaret telah menguasai pengetahuan dan pengoperasional jaringan ritel dalam skala besar. Oleh karena itu manajemen Indomaret berkomitmen untuk menjadikan Indomaret sebagai aset nasional. Dalam pembangunan nasional, bisnis ritel tidak hanya sebagai ujung tombak dari pemasaran produk, tetapi juga salah satu sumber pendapatan Negara dan dapat mengurangi pengangguran yang cukup besar.

Saat ini, salah satu bisnis ritel yang berkembang sangat pesat yaitu PT. Indomarco Prismatama yang mewujudkan dengan mendirikan indomaret yang memiliki visi “*menjadi jaringan ritel unggul*” dengan moto “*mudah dan hemat*”. Seiring berjalannya waktu, saat ini manajemen indomaret telah menguasai pengetahuan dan pengoperasional jaringan ritel dalam skala besar. Oleh karena itu manajemen Indomaret berkomitmen untuk menjadikan Indomaret sebagai aset nasional. Dalam pembangunan nasional, bisnis ritel tidak hanya sebagai ujung tombak dari pemasaran produk, tetapi juga salah satu sumber pendapatan Negara dan dapat mengurangi pengangguran yang cukup besar.

Seperti yang kita ketahui, sudah banyak toko-toko Indomaret yang berdiri di penjuru daerah, sehingga tidak menyulitkan kita untuk berbelanja dimanapun. Indomaret juga banyak menawarkan diskon dan bonus pembelian kepada konsumen, sehingga banyak konsumen yang khusus berbelanja karena adanya potongan harga atau tidak sengaja berbelanja pada saat adanya potongan harga dan bonus pembelian. Untuk beberapa kasus terkait potongan harga dan bonus pembelian yang pernah terjadi di beberapa minimarket Indomaret akan menjadi salah satu cara untuk rujukan dan menarik kembali minat beli pelanggan. Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan sebelumnya maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Potongan Harga dan Bonus terhadap Pembelian Konsumen Minimarket Indomaret Serbelawan”.

2. KAJIAN PUSTAKA

2.1. Pembelian

Menurut Alma (2019:96), para pembeli dipengaruhi oleh stimuli yang datang dari informasi mengenai produk, harga, lokasi dan promosi. Dalam pemasaran jasa ditambah lagi dengan *physical evidence*, *people* dan *process* kemudian dengan mempertimbangkan faktor lain seperti keuangan, budaya, teknologi. Konsumen mengolah segala informasi tersebut dan diambillah kesimpulan berupa response yang muncul produk apa yang dibeli, merek, toko, dan waktu kapan membeli. Menurut Alma (2019:97), motif-motif pembelian yaitu sebagai berikut:

- a. *Primary buying motive*, yaitu motif untuk membeli yang sebenarnya. Misalnya, kalau orang mau makan ia akan mencari nasi
- b. *Selective buying motive*, yaitu pemilihan terhadap barang, ini berdasarkan rasio, misalnya apakah ada keuntungan bila membeli karcis.
- c. *Patronage buying motive*, Ini adalah selektive buying motive yang ditunjukkan kepada tempat atau toko tertentu. Pemilihan ini bisa timbul karena layanan memuaskan, tempatnya dekat, cukup persediaan barang, ada halaman parkir, orang-orang besar suka berbelanja kesitu.

Menurut Alma (2019:101), faktor yang mempengaruhi pembelian dapat dikelompokkan berupa:

1. *Social faktor*, yaitu berupa grup-grup yang turut mempengaruhi, dimana seorang anak masuk sebagai anggota, misalnya kelompok keluarga, teman, tetangga, teman sekerja, klub olahraga, dsb
2. *Cultural factors*, yaitu faktor budaya yang begitu banyak kelompoknya, mulai dari kelompok negara, sampai kelompok etnis/suku memiliki budaya dan kebiasaan dan adat sendiri.
3. *Personal factors*, yang menyangkut masalah usia, pekerjaan, jabatan, keadaan ekonomi pribadi, gaya hidup, kepribadian
4. *Psychological factors*, yaitu menyangkut motivasi seseorang untuk membeli apakah mengikuti teori motivasi maslow atau dorongan lainnya.

Menurut Engel dkk (dalam Sunyoto 2015:113), pembelian merupakan fungsi dari dua determinan, yaitu:

- a. Niat pembelian, ketika konsumen diminta untuk melakukannya, sering kali konsumen untuk mengutarakan niat pembelian mereka, dan ini masuk kedalam dua kategori, yaitu: baik produk maupun merek, dan kelas produk saja. Kategori pertama ini umumnya dirujuk sebagai pembelian yang terencana sepenuhnya. Sering kali ini merupakan hasil dari keterlibatan tinggi dari pemecahan masalah yang diperluas. Kategori kedua (produk saja) sebagai pembelian yang terencana walaupun pilihan merek dibuat ditempat penjualan. Berbelanja sekarang dapat menjadi bentuk penting pencarian informasi, khususnya ketika keterlibatan tinggi. Keputusan akhir sekarang mungkin bergantung pada pengaruh promosi seperti pengurangan harga atau peragaan dan pengemasan khusus.
- b. Pengaruh situasi, banyak faktor situasi seperti cuaca dan pengangguran sementara berada diluar pengaruh pemasar atau pengecer, tetapi tidak selalu demikian halnya. Pemasar memiliki kendali langsung atas peragaan, promosi dan pemaparan produk, pengurangan harga, situasi toko, dan keadaan kehabisan stok adalah beberapa diantaranya

Indikator dari keputusan pembelian menurut Kotler (dalam Soewito 2013:222) yaitu:

- c. kebutuhan yang dirasakan
- d. Kegiatan sebelum membeli
- e. Perilaku waktu memakai
- f. Perilaku pasca pembelian

2.2. Potongan Harga

Menurut Tjiptono (2020:80) diskon merupakan potongan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atau aktivitas-aktivitas tertentu yang dilakukan pembeli, misalnya membayar tagihan lebih cepat, membeli dalam jumlah besar, atau membeli diluar musim atau periode permintaan puncak. Menurut Alma (2019:178), Potongan-potongan harga diberikan kepada konsumen disebabkan oleh beberapa hal seperti ini:

- a. Konsumen membayar lebih cepat dari waktu yang telah ditentukan
- b. Pembelian dalam partai besar
- c. Adanya perbedaan timbangan
- d. Dari pihak produsen sendiri kemungkinan merupakan suatu program

Menurut Tjiptono dkk (2020:280) ada beberapa macam bentuk dari harga diskon yaitu:

- a. Diskon kuantitas, merupakan potongan harga yang diberikan guna mendorong konsumen agar membeli dalam jumlah yang lebih banyak, sehingga meningkatkan volume penjualan secara keseluruhan. Selain itu, diskon kuantitas juga dapat memberikan manfaat berupa penurunan unit cost sebagai akibat pesanan dan produk dalam jumlah yang besar
- b. Diskon musiman adalah potongan harga yang diberikan kepada konsumen yang membeli produk di luar musim atau periode permintaan puncak. Diskon musiman digunakan untuk mendorong konsumen agar membeli produk atau jasa yang sebenarnya baru akan dibutuhkan beberapa waktu mendatang
- c. Diskon kas merupakan potongan yang diberikan apabila pembeli membayar tunai barang-barang yang dibelinya atau membayarnya dalam jangka waktu tertentu sesuai dengan perjanjian transaksi.
- d. *Trade (functional) discount* diberikan oleh produsen kepada para distributor yang terlibat dalam pendistribusian barang dan pelaksanaan fungsi-fungsi tertentu, seperti penjualan, penyimpanan, dan *record keeping*.
- e. Harga obral yakni diskon sementara dari daftar harga. Tipe diskon ini bertujuan mendorong pembelian segera. Dengan kata lain, untuk menikmati harga obral, pelanggan mengorbankan kenyamanan membeli pada saat mereka memang ingin membeli dan sebagai gantinya malah melakukan pembelian justru pada saat penjual ingin menjual.

Dasar-dasar pemberian potongan tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Potongan kesusutan kering diberikan kepada barang yang dibeli dalam keadaan basah atau mengembul.
- b. Potongan kesusutan timbangan diberikan kepada pedagang pengecer, dikarenakan kemungkinan yang akan terjadi adanya perbedaan timbangan pada saat membeli dan pada saat menjual serta pembelian dalam partai besar.
- c. Ekstra *tarra* (potongan berat) diberikan kepada pedagang pengecer yang membeli dalam partai besar dikarenakan adanya pembungkus tambahan. *Tarra* diberikan kepada jenis barang yang dibungkus.
- d. Rafaksi yaitu potongan berat untuk barang-barang yang menurun mutunya dalam perjalanan/pengangkutan, misalnya: karena pengangkutan barang tersebut terlalu lama di perjalanan atau kerusakan dalam angkutan mobil.
- e. Potongan atas tangkai biasanya untuk barang-barang yang bertangkai, misalnya: daun tembakau, teh, dll.

Menurut Belch dkk (dalam Wilujeng 2018:12), ada beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur variabel potongan harga yaitu:

- a. Memicu konsumen untuk membeli dalam jumlah yang banyak.
- b. Mengantisipasi promosi pesaing
- c. Mendukung perdagangan dalam jumlah yang besar

2.3. Bonus

Menurut Wilujeng (2017:462), bonus penjualan merupakan promosi penjualan yang dilakukan perusahaan dalam menawarkan produk tambahan secara gratis dengan harga normal bahkan harga yang telah diturunkan sebelumnya untuk mendorong konsumen melakukan pembelian.

Menurut Belch dkk (dalam Putri 2015), menyebutkan ada beberapa manfaat dari penggunaan strategi bonus pembelian yang dilakukan oleh suatu perusahaan, yaitu:

1. Memberikan pemasar cara langsung untuk menyediakan nilai ekstra
2. Merupakan strategi bertahan yang efektif terhadap kemunculan promosi produk baru dari pesaing
3. Menghasilkan pesanan yang lebih besar.

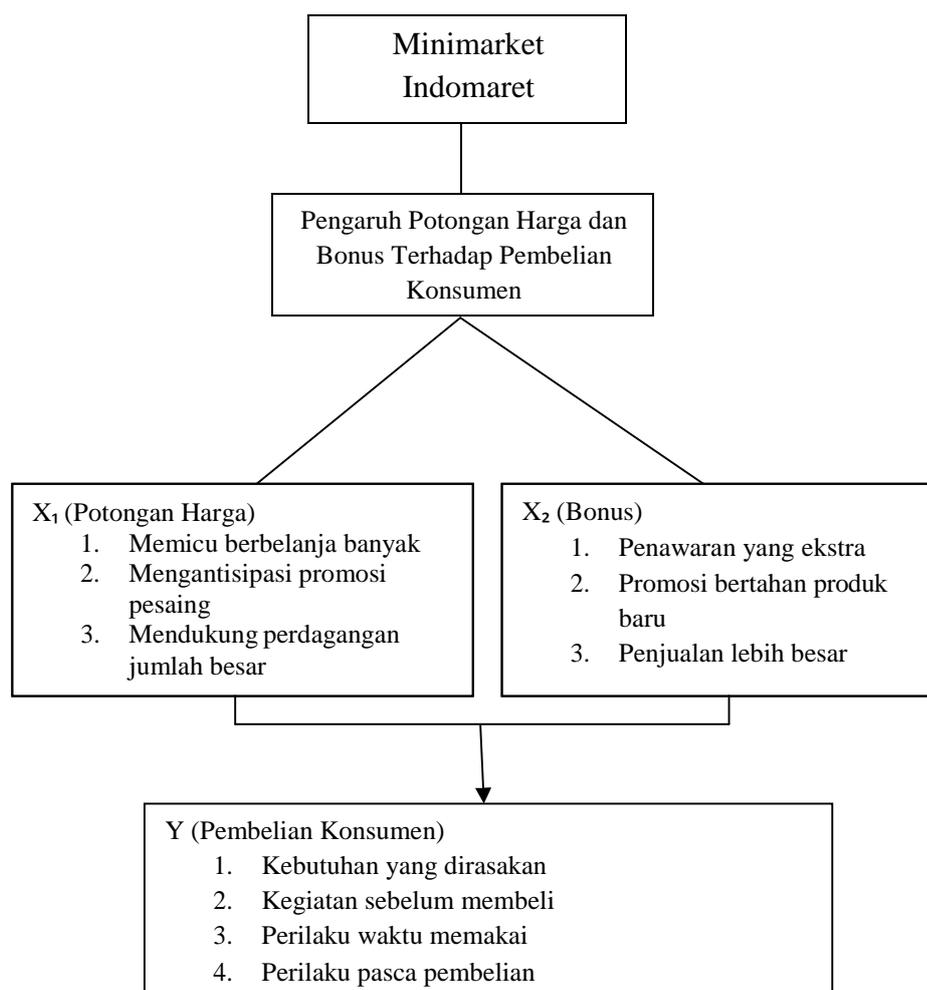
Melalui bonus pembelian perusahaan berkeyakinan jika produk ekstra yang diberikan akan sampai kepada konsumen apa tujuan promosi penjualan yang dilakukan produsen dan juga merupakan cara paling cepat yang diprediksikan oleh perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan

dengan memberikan penawaran waktu terbatas pada produk yang diberi label *bonus pack* (bonus pembelian).

Menurut Belch dkk (dalam Wilujeng 2017:462) Bonus pembelian juga menawarkan konsumen muatan ekstra dari sebuah produk dengan harga biasa yang tersusun dari tiga indicator, yaitu:

1. Memberikan penawaran dengan manfaat ekstra.
2. Strategi bertahan terhadap promosi produk baru dari pesaing.
3. Menghasilkan pesanan penjualan yang lebih besar.

KERANGKA PEMIKIRAN



HIPOTESIS PENELITIAN

Hipotesis adalah dugaan sementara yang kebenarannya masih harus dilakukan pengujian. Hipotesis ini dimaksudkan untuk memberi arah bagi analisis penelitian. Hipotesis pada penelitian ini yaitu:

- a. $H_0 = 0$, diduga bahwa tidak adanya pengaruh potongan harga dan bonus pembelian terhadap pembelian konsumen Indomaret Serbelawan.
- b. $H_a \neq 0$, diduga bahwa adanya pengaruh potongan harga dan bonus pembelian konsumen Indomaret Serbelawan.

3. METODE PENELITIAN

3.1. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan pada bulan Mei s/d Juni 2020, di minimarket Indomaret Jalan Merdeka Serbelawan, Kec. Dolok Batunanggar, Kab. Simalungun, Sumatera Utara.

3.2. Metode dan Desain Penelitian

a. Metode

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif. Metode ini sebagai metode ilmiah karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Metode kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari generalisasi.

b. Desain Penelitian

Dalam penelitian ini, metode survey dipilih sebagai sumber data primer, berfokus pada pengumpulan data responden yang memiliki informasi tertentu sehingga memungkinkan peneliti untuk menyelesaikan masalah. Pengumpulan data dilakukan menggunakan instrument kuesioner yang disebarakan keseluruh responden. Hasil data yang ada digunakan untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis yang diajukan.

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Pengumpulan data primer adalah data yang berasal langsung dari responden. Metode pengumpulan data primer dalam penelitian ini yaitu data yang diperoleh dengan melakukan penelitian secara langsung ke lokasi penelitian yang dapat dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada sampel penelitian.
- b. Pengumpulan data sekunder adalah alat yang diperoleh melalui data yang diteliti dan dikumpulkan oleh pihak lain yang berkaitan dengan permasalahan penelitian. Pengumpulan data sekunder dalam penelitian ini dilakukan dengan mendapatkan data-data tertulis yang berkaitan dengan penelitian melalui buku-buku, dokumen-dokumen, penelitian terdahulu, dan internet.

3.3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian di minimarket Indomaret Jl. Merdeka serbelawan.

b. Sampel

Dalam penelitian kualitatif, teknik penarikan sampel yang sering digunakan adalah purposive sampling dan aksidental sampling. Purposive sampling merupakan teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek/situasi sosial yang diteliti. Aksidental sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu sebagai sumber data. Dalam aksidental sampling, pengambilan sampel tidak ditetapkan lebih dahulu. Peneliti langsung saja mengumpulkan data dari unit sampling yang ditemui Dalam penelitian ini, jumlah indikator penelitian sebanyak 10 dan jumlah variabel ada 3, total adalah 13. Sehingga jumlah sampel minimum adalah 5 kali jumlah indikator atau sebanyak $5 \times 13 = 65$ sampel.

3.4. Prosedur Pengumpulan Data

Prosedur pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner dan dokumentasi.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Karakteristik Responden

Dari 65 responden yang telah disebar didapatkan informasi hasil konsumen yang berjenis kelamin perempuan sebesar 63.1% dan laki-laki sebesar 36.9%, serta persentase umur usia 25 sebesar 86.2%, umur 25 sebesar 13.8%. Sedangkan persentase berdasarkan pekerjaan, mahasiswa sebesar 40.0%, karyawan swasta 10.8%, ASN 1.5%, wirausaha 18.5%, dll 29.2%.

4.2. Hasil Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Merupakan hasil penelitian dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat dengan kriteria sebagai berikut :

1. Valid : nilai $r_{hitung} > \text{nilai } r_{tabel}$
2. Tidak Valid : nilai $r_{hitung} < \text{nilai } r_{tabel}$

Dalam uji validitas, instrumen Potongan Harga, bonus, dan pembelian yang memiliki masing-masing pertanyaan. Setelah diuji, seluruh item pernyataan potongan harga memiliki nilai $r_{hitung} > \text{nilai } r_{tabel}$, sehingga dapat dikatakan bahwa keseluruhan item pernyataan pada setiap variabel potongan harga, bonus dan pembelian dinyatakan valid dan mempunyai hubungan positif (+).

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula.

Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel | Cronbach's Alpha | Batas Reliabel | Keterangan |
|--------------------|------------------|----------------|------------|
| Potongan Harga | 0,764 | 0.60 | Reliabel |
| Bonus | 0.782 | 0.60 | Reliabel |
| Pembelian konsumen | 0.784 | 0.60 | Reliabel |

Dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa masing-masing variabel instrumen memiliki nilai *cronbach's alpha* > 0,60, sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh variabel instrumen penelitian ini reliabel.

4.3. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Hal ini penting diketahui berkaitan dengan ketetapan pemilihan uji statistik yang dipergunakan. Dari uji normalitas dengan melihat P-Plot X-Y, bahwa titik pada gambar mengikuti garis diagonal atau garis miring, data yang diolah menggunakan SPSS ver.24 maka hasil data dinyatakan normal. Dari hasil uji normalitas Kolmogorov smirnov dapat diketahui nilai *asympt.sig.(2-tailed)* bernilai lebih besar dari 0.05 maka datanya normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah variabel pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Dari hasil penelitian ini, terlihat bahwa semua variabel mempunyai nilai toleransi di atas 0,1 dan nilai VIF di bawah 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Pemeriksaan asumsi heteroskedastisitas dengan menggunakan hasil scatter plot, jika pancaran data menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu maka dinyatakan tidak ada problem heteroskedastisitas. Dari hasil penelitian ini ditrmukan titik-titik yang menyebar da tidak ada titik yang berkumpul maka dinyatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

4.4. Hasil Metode Analisis Regresi Linier Berganda

Metode Analisis Linier Berganda

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Coefficients ^a | | t | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Standardized Coefficients | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 3.070 | 3.628 | | | .846 | .401 |
| | X1 | .577 | .252 | .322 | | 2.286 | .026 |
| | X2 | .721 | .220 | .461 | | 3.275 | .002 |

a. Dependent Variable: Y

Menurut hasil analisis regresi linnear berganda pada tabel diatas, maka dapat disusun persamaan regresi dari rumus $Y = a + bX1 + bX2$ adalah sebagai berikut:

$$Y = 3.070 + 0.577X1 + 0.721X2$$

- Dimana:
- Y : Pembelian Konsumen
 - X1 : Potongan Harga
 - X2 : Bonus
 - A : Bilangan Konstanta

Menurut persamaan regresi linnear berganda diatas dapat dijelaskan:

1. Nilai konstanta sebesar 3.070 dapat diartikan apabila variabel potongan harga dan bonus dianggap nol, maka besarnya pembelian konsumen di minimarket Indomaret adalah positif 3070.
2. Nilai koefisien pada variabel potongan harga sebesar 0.577, artinya setiap peningkatan variabel potongan harga (X1) sebesar satu satuan maka pembelian meningkat sebesar 0.577 satuan, dengan asumsi-asumsi yang lain adalah tetap. Sebaliknya penurunan satu satuan pada variabel potongan harga akan menurunkan pembelian konsumen minimarket Indomaret sebesar 0.577 satuan.
3. Nilai koefisien pada variabel bonus pembelian sebesar 0.721, artinya setiap peningkatan variabel bonus (X2) sebesar satu satuan maka pembelian konsumen meningkat sebesar 0.721 satuan, dengan asumsi-asumsi yang lain adalah tetap. Sebaliknya penurunan satu satuan pada variabel potongan harga akan menurunkan pembelian konsumen minimarket Indomaret sebesar 0.721 satuan.

4.5. Uji Hipotesis

a. Uji t

Hasil Uji t

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 3.070 | 3.628 | | .846 | .401 | | |
| | X1 | .577 | .252 | .322 | 2.286 | .026 | .365 | 2.737 |
| | X2 | .721 | .220 | .461 | 3.275 | .002 | .365 | 2.737 |

a. Dependent Variable: Y

Dari Tabel diatas dapat diketahui bahwa hasil dengan menggunakan SPSS Ver.24, Nilai t pada variabel Potongan Harga (X1) yaitu 2.286 dan nilai sig yaitu 0.000, jika nilai sig nya lebih kecil dari 0.05 maka uji t berpengaruh atau diterima, dalam penelitian ini nilai sig nya lebih kecil dari 0.05 maka uji t berpengaruh atau di terima. Dan nilai t pada variabel Bonus Pembelian (X2) yaitu 3.275 dan nilai sig yaitu 0.000, jika nilai sig lebih kecil dari 0.05 maka uji t berpengaruh atau diterima, dalam penelitian ini nilai sig nya lebih kecil dari 0.05 maka uji t berpengaruh atau diterima.

b. Uji F-Hitung

Hasil F-Hitung

| Model | | ANOVA ^a | | | | |
|-------|------------|--------------------|----|-------------|--------|------|
| | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 1934.220 | 2 | 967.110 | 38.147 | .000 |
| | Residual | 1571.842 | 62 | 25.352 | | |
| | Total | 3506.062 | 64 | | | |

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Nilai yang diambil dari nilai F yaitu 38,147 dan nilai signifikannya 0.000. jadi, jika nilai signifikannya lebih kecil dari 0.05, maka uji F dinyatakan berpengaruh atau diterima.

c. Uji Koefisien Determinasi

Hasil Koefisien Determinasi (Adjusted R²)

| Model | Model Summary ^b | | | | | | | | | |
|-------|----------------------------|----------|-------------------|----------------------------|-----------------|----------|-----|-----|---------------|--|
| | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | R Square Change | F Change | df1 | df2 | Sig. F Change | |
| 1 | 0.743 | 0.552 | 0.537 | 5.035 | 0.552 | 38.147 | 2 | 62 | 0.000 | |

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Hasil uji *Adjusted R2* pada penelitian ini diperoleh nilai sebesar 0.552. Hal ini menunjukkan bahwa pembelian spontan pada pelanggan minimarket Indomaret dipengaruhi oleh

potongan harga dan bonus pembelian sebesar 55.2%, sedangkan sisanya 44.8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan:

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan maka kesimpulan yang dapat dikemukakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Potongan harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} lebih besar daripada nilai t_{tabel} yaitu $2.286 > 1.997$ dengan tingkat signifikan $0.000 < 0.05$.
2. Bonus secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pembelian konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} lebih besar daripada nilai t_{tabel} yaitu $3.275 > 1.997$ dengan tingkat signifikan $0.000 < 0.05$.
3. Secara simultan potongan harga dan bonus berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai F_{hitung} sebesar 38,147 dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$.
4. Hasil uji determinasi (R^2) menunjukkan potongan harga dan bonus signifikan terhadap pembelian konsumen yang berbelanja di minimarket Indomaret Jl. Merdeka Serbelawan sebesar 55,2% dan sisanya 44.8% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Saran:

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian yang telah diuraikan diatas selanjutnya penulis membuat kesimpulan sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini terlihat bahwa potongan harga dan bonus merupakan faktor yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap pembelian konsumen Indomaret Serbelawan. Oleh karena itu, pihak Indomaret Serbelawan diharapkan dapat mempertahankan atau bahkan meningkatkan diskon dan bonus yang ada di Indomaret Serbelawan.
2. Selain menawarkan potongan harga dan bonus, Indomaret Serbelawan juga harus memperhatikan kualitas pelayanan dan penawaran produk baru atau produk yang terdapat bonus dan diskonnya. Sehingga konsumen dapat mengetahui produk-produk apa saja yang ada diskon dan bonusnya sehingga dapat memicu konsumen untuk berbelanja lebih banyak.
3. Produk yang ada potongan harga dan bonus pembeliannya sebaiknya adalah produk yang masih bagus dan jauh dari tanggal kadaluarsa, karena dengan ini maka konsumen akan lebih percaya untuk berbelanja di Indomaret Serbelawan.
4. Untuk penelitian yang akan datang, diharapkan dapat memperluas obyek dan subyek penelitian, tidak hanya pada Indomaret Serbelawan saja, tetapi bila memungkinkan .diperluas lagi pada perusahaan jasa lainnya yang ada di sekitarnya. Dan diharapkan untuk dapat menambahkan variabel lain yang diduga berpengaruh terhadap pembelian spontan, seperti lokasi, kualitas pelayanan, dan suasana toko. Sehingga diperoleh informasi secara lengkap terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian konsumen Indomaret Serbelawan. Selain harga dan kualitas pelayanan sehingga diharapkan hasil penelitian dapat lebih maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma Buchari. 2019. *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*, Bandung Alfabeta
- Kotler Philip, dan Kevin Lane Keller. 2010. *Manajemen pemasaran jilid 2, edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Peter J. Paul, & C. Olson Jerry. 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Jakarta: McGraw-Hill Education (Asia) and Salemba Empat.
- Putri Y.T. & Edwar M. 2015. Pengaruh *Bonus Pack* dan *Price Discount* Terhadap *Impulse Buying* Pada Konsumen *Giant Hypermarket* Diponegoro Surabaya. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya*.
- Rohman Fatchur. 2012. *Peran Faktor Situasional dan Perilaku Pembelian Impulsif*, Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press).
- Sunyoto Danang. 2013. *Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana untuk Mengenal Konsumen)*. Yogyakarta: Caps (Center Of Academic Publishing Service).
- , 2012. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)*. Yogyakarta: Caps (Center Of Academic Publishing Service).
- , 2015. *Perilaku konsumen dan Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)*. Yogyakarta: Caps (Center Of Academic Publishing Service).
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran Edisi-4*, Yogyakarta : Cv. Andi Offset
- , & Diana, Anastasia. 2020. *Pemasaran*, Yogyakarta : Cv. Andi Offset
- Sri welujeng. 2017. Pengaruh *Price Discount* dan *Bonus Pack* Terhadap *Impulse Buying* Konsumen Indomaret Dikecamatan Sukun Kota Malang. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Kanjuruhan Malang*
<https://semnas.unikama.ac.id/feb/unduh/publikasi/29079939pdf>
<https://www.paper.id/blog/bisnis/strategi-pemasaran-produk/>
<https://text-id.123dok.com/document/7qv13x0lq-pengertian-bonus-pack-bonus-pack.html>
- Yudhi Soewito. 2013. Kualitas Produk, Merek dan Desain Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio. *Jurnal Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado*

PENGARUH REKRUTMEN DAN SELEKSI TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PD. SINARMAS PEMATANGSIANTAR

SYAFRIZAL

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun (USI)
Jalan Sisingamangaraja No. 1 Pematangsiantar
zhalasking0@gmail.com

Dr. Pinondang Nainggolan, SE, M.Si

Resna Napitu, SE, M.Si

Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun (USI)

Abstrak : Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh proses rekrutmen dan seleksi terhadap kinerja pegawai pada PD. Sinarmas Pematangsiantar. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diolah dari hasil pengisian kuesioner yang telah diedarkan ke seluruh karyawan, dalam hal ini pimpinan cabang pada PD. Sinarmas Pematangsiantar dan staf perusahaan yang berjumlah 32 orang mulai dari administrasi, *marketing* dan kolektor yang sesuai dengan kebutuhan dalam penelitian ini. Sedangkan data sekunder diperoleh dari sumber data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber dari literatur dan buku-buku.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa rekrutmen dan seleksi dalam uji hipotesis secara parsial (uji t) bahwa variabel rekrutmen (X1) berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan (Y) dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan signifikan $0,001 < 0,05$, begitu juga dengan variabel seleksi (X2) berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan (Y) dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan signifikan $0,025 < 0,05$. Selanjutnya dengan uji bersama (uji F) bahwa secara bersama variabel rekrutmen (X1) dan seleksi (X2) berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan (Y) dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau signifikan $0,000 < 0,05$. Dalam uji determinasi (R^2) menyatakan bahwa variabel rekrutmen dan seleksi mempengaruhi variabel kinerja karyawan sebesar 71,4%.

Kata Kunci: Rekrutmen, Seleksi, Kinerja Karyawan

Abstract : The purpose of this study was to determine how much influence the recruitment and selection process on employee performance in PD. Sinarmas Pematangsiantar. The data used in this study are primary data and secondary data. Primary data is data that is processed from the results of filling out a questionnaire that has been circulated to all employees, in this case the branch leadership at PD. Sinarmas Pematangsiantar and company staff totaling 32 people ranging from administration, *marketing* and collectors according to the needs in this study. While secondary data obtained from data sources obtained by reading, studying and understanding through other media sourced from literature and books.

The results of this study indicate that recruitment and selection in the partial hypothesis test (t test) that the recruitment variable (X1) has a significant effect on employee performance (Y) where $t_{count} > t_{table}$ and significant $0.001 < 0.05$, as well as the selection variable (X2) significantly influence employee performance (Y) where

$t_{count} > t_{table}$ and significant $0.025 < 0.05$. Furthermore, with the joint test (F test) that the recruitment variable ($X1$) and selection ($X2$) together had a significant effect on employee performance (Y) with $F_{count} > F_{table}$ or significant $0,000 < 0.05$. In the determination test (R^2) states that the recruitment and selection variables affect employee performance variables by 71.4%.

Keywords : *Recruitment, Selection, Employee Performance.*

1. PENDAHULUAN

Sumber daya manusia (SDM) adalah salah satu unsur yang sangat menentukan keberhasilan suatu organisasi untuk mencapai tujuan. Manusia merupakan suatu unsur yang sangat terpenting dalam suatu organisasi. Proses rekrutmen dimulai ketika organisasi itu mencari calon tenaga kerja yang dibutuhkan melalui berbagai cara, dengan penyerahan berkas lamaran oleh pelamar kepada organisasi tersebut. Hasil dari proses ini merupakan sejumlah berkas lamaran dari para pencari kerja, dan selanjutnya untuk diseleksi.

Untuk mendapatkan SDM yang handal, professional, dan amanah maka perlu adanya proses rekrutmen dan seleksi yang tepat. Rekrutmen merupakan kegiatan mencari dan menarik para pelamar pekerjaan dengan motivasi kemampuan, keahlian dan pengetahuan sumber daya manusia yang diperlukan oleh organisasi untuk mengisi lowongan kerja yang telah diidentifikasi sebelumnya di dalam rencana kepegawaian.

Alasan sebuah perusahaan melakukan proses rekrutmen karena berdirinya organisasi baru, adanya perluasan (*ekspansi*) kegiatan organisasi, terciptanya pekerjaan-pekerjaan dan kegiatan-kegiatan baru, adanya pekerjaan yang pindah ke organisasi lain, adanya pekerja yang berhenti baik dengan hormat maupun tidak dengan hormat, adanya pekerja yang berhenti karena memasuki usia pensiun dan adanya pekerja yang meninggal dunia.

Tujuan umum rekrutmen yaitu menyediakan calon karyawan yang memenuhi syarat bagi perusahaan. Sedangkan arti penting dari proses rekrutmen antara lain agar konsisten dengan strategi, wawasan dan nilai perusahaan, untuk menentukan kebutuhan rekrutmen perusahaan di masa sekarang dan masa yang akan datang berkaitan dengan perubahan besar dalam perusahaan, perencanaan SDM, pekerjaan desain dan analisa jabatan, untuk mendukung inisiatif perusahaan dalam mengelola tenaga kerja yang beragam, untuk membantu meningkatkan keberhasilan proses seleksi dengan mengurangi calon karyawan yang sudah jelas tidak memenuhi syarat atau yang terlalu tinggi kualifikasinya, untuk membantu mengurangi keluarnya

karyawan yang belum lama bekerja, untuk mengoordinasikan upaya rekrutmen dengan program seleksi dan pelatihan, untuk mengevaluasi efektif tidaknya berbagai teknik dan lokasi rekrutmen bagi semua jenis pelamar kerja, serta untuk memenuhi tanggung jawab perusahaan terhadap program-program tindakan afirmatif dan pertimbangan hukum dan sosial lain menurut komposisi tenaga kerja.

Setelah dilakukannya proses rekrutmen, maka untuk mendapatkan karyawan yang baik, handal, bermutu dan sesuai jumlah yang dibutuhkan perusahaan, maka diperlukan adanya proses seleksi. Penyeleksian adalah pemilihan.

Menyeleksi merupakan suatu pengumpulan dari suatu pilihan. Proses seleksi melibatkan pilihan dari berbagai objek dengan mengutamakan beberapa objek saja yang dipilih. Dalam kepegawaian, seleksi lebih secara khusus mengambil keputusan dengan membatasi jumlah pegawai yang dapat dikontrakkasikan dari pilihan sekelompok calon-calon pegawai yang berpotensi.

Proses seleksi bertujuan untuk mempertemukan syarat-syarat yang diinginkan dengan orang yang akan diterima menjadi karyawan yang dapat bekerja sebagaimana yang diharapkan perusahaan sesuai dengan yang tertera pada uraian jabatan, sehingga semboyan daripada the right man on the right place akan menjadi kenyataan.

Besarnya pelamar kerja di berbagai bidang mengharuskan sebuah perusahaan atau instansi untuk mengadakan rekrutmen dan seleksi tenaga kerja yang memiliki sumber daya yang mumpuni. Sehingga Pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM) dalam sebuah perusahaan atau instansi merupakan hal yang penting dalam pencapaian tujuan. Sehingga diperlukan tenaga kerja atau SDM yang baik bagi perusahaan atau instansi. Perusahaan atau instansi menyadari bahwa Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan modal dasar dalam proses pembangunan perusahaan bahkan nasional, oleh karena itu kualitas SDM senantiasa harus dikembangkan dan diarahkan agar tercapainya tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

Proses rekrutmen dan seleksi pada suatu organisasi dapat menentukan kemajuan dalam segi kinerja pegawai pada organisasi. Pada PD. Sinarmas kota Pematangsiantar dalam hal penerimaan karyawan banyak mengabaikan proses rekrutmen dan seleksi ini. Dimana PD. Sinarmas dalam penerimaan karyawan hanya mencantumkan surat lamaran kerja

dan dilakukan *interview* langsung oleh pimpinan cabang dan dari hasil *interview* itu bisa diputuskan bagi pelamar kerja diterima atau tidak. Karena untuk menjadi karyawan di PD. Sinarmas sebagai *marketing* yang menjadi prioritasnya bagi pelamar kerja dituntut untuk bisa berjualan produk PD. Sinarmas yaitu berupa alat masak yang diberi merek dagang Hakasima.

Kriteria calon karyawan yang sesuai kebutuhan organisasi akan menghasilkan karyawan yang baik, karena karyawan tersebut akan menentukan pelayanan yang baik pula untuk konsumen. Untuk itu dibutuhkan proses rekrutmen dan seleksi karyawan yang baik demi mendapatkan calon karyawan yang dibutuhkan oleh perusahaan. Permasalahan yang menarik untuk dikaji dalam judul adalah bagaimana menentukan orang yang tepat untuk mengisi suatu jabatan yang kosong pada PD. Sinarmas kota Pematangsiantar. Dari uraian di atas penulis tertarik untuk meneliti dengan judul **“Pengaruh Rekrutmen dan Seleksi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PD. Sinarmas Kota Pematangsiantar”**.

2. LANDASAN TEORI Rekrutmen

Rekrutmen merupakan jumlah dan kategori pegawai yang diperlakukan dan ditetapkan dalam perencanaan pegawai atau pengelolaan SDM secara formal. Rekrutmen disusun melalui perencanaan rekrutmen yang terperinci. (Priansa, 2014 : 92).

Penarikan adalah suatu proses atau tindakan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mendapatkan tambahan pegawai yang melalui tahapan yang mencakup identifikasi dan evaluasi sumber-sumber penarikan pegawai, menentukan kebutuhan pegawai yang diperlakukan perusahaan, proses seleksi, penempatan dan orientasi pegawai (Mangkunegara, 2015:33)

Seleksi

Seleksi (*selection*) adalah proses memilih calon karyawan yang memiliki kualifikasi sesuai dengan persyaratan pekerjaan. Kegiatan seleksi dilakukan untuk mengurangi sebagian jumlah pelamar, sehingga diperoleh calon karyawan yang terbaik. Tanpa karyawan-karyawan berkualitas, sulit bagi perusahaan untuk mencapai keberhasilan (Bangun, 2012:159)

Seleksi adalah proses pemilihan individu-individu yang memiliki kualifikasi yang relevan untuk mengisi pekerjaan-pekerjaan dalam suatu organisasi (Ardana dalam Sumual, 2017:42).

Kinerja

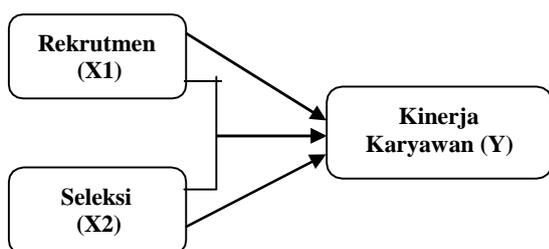
Kinerja berasal dari kata “kerja” atau dalam bahasa Inggris dikenal dengan istilah *performance* yang berarti pelaksanaan, keberlangsungan, perbuatan dan prestasi. Dalam kamus besar bahasa Indonesia (KBBI:570), kinerja diartikan dengan sesuatu yang dicapai, prestasi yang diperlihatkan dan kemampuan kerja

Kinerja (*performance*) adalah hasil pekerjaan yang dicapai seseorang berdasarkan persyaratan-persyaratan pekerjaan (*Job Recruitment*) (Kinerja, 2012:231)

Kinerja (prestasi kerja) adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggungjawab yang diberikan kepadanya (Mangkunegara, 2015:67).

3. METODE PENELITIAN Kerangka Pemikiran

Pelaksanaan rekrutmen yang sesuai dengan perencanaan sumber daya manusia (MSDM) yang dibuat oleh perusahaan akan membantu perusahaan untuk mengetahui posisi yang akan direkrut, proses seleksi dibuat untuk memperoleh karyawan yang berpotensi dan tepat untuk menduduki posisi yang luang, dan pengembangan yang dilakukan oleh perusahaan akan membantu peningkatan skill dan kemampuan karyawan sehingga kinerja dan prestasi mereka meningkat dan tujuan perusahaan dapat direalisasikan dengan baik. Pengaruh proses rekrutmen dan seleksi terhadap kinerja karyawan studi kasus di PT. Dian Bahari Sejati dapat dilihat pada gambar paradigma dibawah ini :



Gambar : Kerangka Pemikiran

Hipotesis

| | |
|----|--|
| 1. | <ul style="list-style-type: none">• $H_0 = 0$ yaitu tidak ada pengaruh rekrutmen terhadap kinerja karyawan PD. Sinarmas Pematangsiantar.• $H_a \neq 0$ yaitu ada pengaruh rekrutmen terhadap kinerja karyawan PD. Sinarmas Pematangsiantar. |
| 2. | <ul style="list-style-type: none">• $H_0 = 0$ yaitu tidak ada pengaruh seleksi terhadap kinerja karyawan PD. Sinarmas Pematangsiantar.• $H_a \neq 0$ yaitu ada pengaruh seleksi terhadap kinerja karyawan PD. Sinarmas Pematangsiantar. |

- | | |
|----|---|
| 3. | <ul style="list-style-type: none"> • $H_0 = 0$ yaitu tidak ada pengaruh secara bersama-sama rekrutmen dan seleksi terhadap kinerja karyawan PD. Sinarmas Pematangsiantar. • $H_a \neq 0$ yaitu ada pengaruh secara bersama-sama rekrutmen dan seleksi terhadap kinerja karyawan PD. Sinarmas Pematangsiantar. |
|----|---|

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek / subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2017:80). Dalam penelitian ini jumlah populasi sebanyak 32 orang dan yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah jumlah keseluruhan karyawan PD. Sinarmas kota Pematangsiantar sebanyak 32 orang.

Jenis Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan teknik analisis data berupa Analisis Deskriptif jenis Kuantitatif. Metode kuantitatif disebut sebagai metode *positivistic* karena berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini sebagai metode ilmiah (*scientific*) karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistic (Sugiyono, 2017:7).

Lokasi dan Periode Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada PD. Sinarmas kota Pematangsiantar yang beralamat di Jalan H. Adam Malik No.100 Kelurahan Simarito, Kecamatan Siantar Barat, Kota Pematangsiantar. Penelitian ini dimulai pada Bulan April 2020 sampai Juni 2020.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik Regresi Linear Berganda. Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk melihat ada tidaknya pengaruh Rekrutmen dan Seleksi Terhadap Kinerja Karyawan. Untuk menguji hipotesis

tersebut, maka persamaan regresi yang digunakan :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Keterangan :

= Konstanta dari keputusan regresi

β_1 = Koefisien regresi dari variabel X1

β_2 = Koefisien regresi dari variabel X2

X_1 = Rekrutmen (*independen*)

X_2 = Seleksi (*independen*)

Y = Kinerja Karyawan (*dependen*)

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Validitas dan Reliabilitas

Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan maka diketahui bahwa seluruh item pertanyaan yang diajukan dinyatakan *valid*. Dari semua butir pertanyaan untuk masing-masing variabel proses rekrutmen, seleksi dan kinerja karyawan (X_1 , X_2 , dan Y) yang diuji, ternyata semua butir pertanyaan mempunyai status *valid*, yaitu dengan membandingkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan taraf signifikan $= 0,05$ atau $sig.(2-tailed) < 0,05$.

Selanjutnya butir instrumen yang *valid* diuji reliabilitasnya. Uji reliabilitas instrumen dapat dilihat dari besarnya nilai *cronbach alpha* pada masing-masing variabel. *Cronbach alpha* digunakan untuk mengetahui reliabilitas konsisten inter item. Instrumen untuk mengukur masing-masing variabel dikatakan reliabel jika *cronbach alpha* lebih besar dari 0,60.

Tinggi rendahnya reliabilitas, secara empirik ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut nilai koefisien reliabilitas. Reliabilitas yang tinggi ditunjukkan dengan nilai r_{hitung} mendekati angka 1. Kesepakatan secara umum reliabilitas yang dianggap sudah cukup memuaskan jika 0,60. Hasil penelitian uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut ini :

| Variabel | <i>Cronbach alpha</i> | Ket. |
|--------------------------|-----------------------|----------|
| Rekrutmen (X_1) | 0,725 | Reliabel |
| Seleksi (X_2) | 0,764 | Reliabel |
| Kinerja karyawan (Y) | 0,706 | Reliabel |

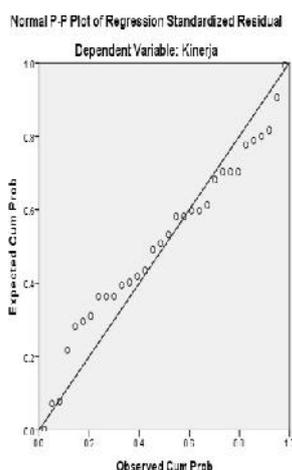
Berdasarkan tabel diatas maka dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki Cronbach Alpha $> 0,60$. Dengan demikian variabel (Rekrutmen, Seleksi dan Kinerja Karyawan) dapat dikatakan reliabel.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Untuk menghasilkan suatu model penelitian yang baik, analisis *regresi* memerlukan pengujian asumsi klasik sebelum melakukan pengujian hipotesis. Apabila terjadi penyimpangan dalam pengujian asumsi klasik perlu dilakukan perbaikan terlebih dahulu, pengujian asumsi klasik tersebut meliputi uji normalitas, uji multikolonieritas, uji heteroskedasitas, uji linearitas dan uji autokorelasi.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel *dependen* dan variabel *independen* mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal, deteksi normalitas dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Cara yang bisa ditempuh untuk menguji kenormalan data adalah dengan menggunakan *Grafik Normal P-P Plot* dengan cara melihat penyebaran datanya. Jika pada grafik tersebut penyebaran datanya mengikuti pola garis lurus, maka datanya normal. Jika pada tabel *test of normality* dengan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* nilai $sig > 0,05$, maka data berdistribusi normal. Adapun Uji Normalitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar Grafik Normalitas P-Plot Berdasarkan *grafik normal P-Plot*

didasar menunjukkan jika sebaran data berada pada posisi disekitar daerah garis lurus dan mengikuti garis diagonal yang membentuk garis miring dari arah kiri ke kanan atas yang menunjukkan bahwa data tersebut terdistribusi normal.

Nilai Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 32 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | .87147520 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .151 |
| | Positive | .113 |
| | Negative | -.151 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | .852 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .462 |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Diketahui bahwa nilai signifikansi *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar $0,462 > 0,05$. Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas *Kolmogorov-smirnov* dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi atau persyaratan normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi.

2. Uji Multikolinieritas

Tujuan digunakannya uji multikolinieritas dalam penelitian adalah untuk menguji model regresi ditemukan adanya korelasi (hubungan kuat) antar Variabel bebas (*Independent*) dalam suatu model regresi linier berganda. Model regresi yang baik seharusnya “tidak terjadi” korelasi diantara variabel bebas atau tidak terjadi gejala multikolinieritas. Uji multikolinieritas dapat dilakukan dengan melihat VIF (*Variance Inflation Factors*) dan nilai *Tolerance*.

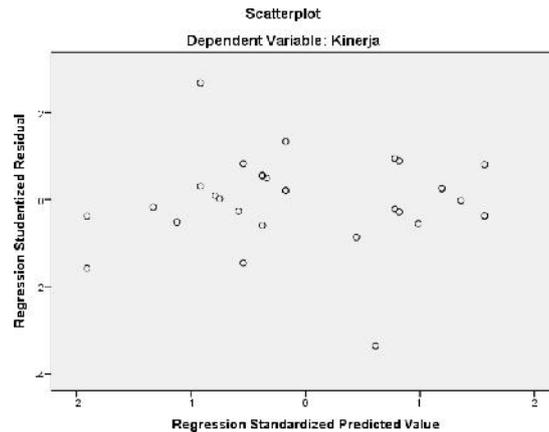
Tabel Uji Multikolinieritas

| Model | Collinearity Statistics | |
|-------------|-------------------------|-------|
| | Tolerance | VIF |
| (Constant) | | |
| 1 Rekrutmen | .423 | 2.364 |
| Seleksi | .423 | 2.364 |

Berdasarkan tabel diatas pada bagian "*Collinearity Statistics*" diketahui nilai *Tolerance* untuk variabel Rekrutmen dan Seleksi adalah $0,423 > 0,10$. Sementara, nilai VIF untuk Variabel Rekrutmen dan Seleksi adalah $2,364 < 10,00$. Maka mengacu pada dasar pengambilan keputusan dalam uji multikolinieritas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam model regresi.

3. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dasar analisis *scatter plot* adalah jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur, maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Sedangkan jika tidak membentuk pola atau jika titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, berarti terjadi heteroskedastisitas.



Gambar Uji Heteroskedastisitas Berdasarkan gambar diatas, titik-titik data menyebar diatas dan dibawah sekitar angka 0 dan menyebar secara acak dan merata diatas sumbu X dan Y, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah Heteroskedastisitas.

4. Uji Linearitas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui linieritas data, yaitu apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Test For Linearity* pada taraf signifikansi 0,05.

Tabel Hasil Uji Linearitas Rekrutmen dengan Kinerja Karyawan

ANOVA Table

| | | | Sig. |
|-------------------|------------------|--------------------------|------|
| Kinerja Rekrutmen | * Between Groups | (Combined) | .000 |
| | | Linearity | .000 |
| | | Deviation from Linearity | .449 |

Tabel Hasil Uji Seleksi dengan Kinerja Karyawan

ANOVA Table

| | | | Sig. |
|-----------------|------------------|--------------------------|------|
| (Combined) | | | .000 |
| Kinerja Seleksi | * Between Groups | Linearity | .000 |
| | | Deviation from Linearity | .713 |

Berdasarkan tabel diatas dalam pengambilan keputusan uji linearitas diperoleh nilai *Sig. Deviation from Linearity* pada variabel Rekrutmen sebesar $0,449 > 0,05$ dan *Sig. Deviation from Linearity* variabel Seleksi sebesar $0,713 >$ Tabel Uji Autokorelasi

Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1 | .856 ^a | .732 | .714 | .901 | 2.340 |

a. Predictors: (Constant), Seleksi, Rekrutmen

b. Dependent Variable: Kinerja

Kriteria tidak terjadi autokorelasi jika DW berada pada kondisi $dU < DW < 4-dU$. Berdasarkan tabel 18 diketahui bahwa nilai Durbin-Watson (DW) sebesar 2,340 dengan menggunakan nilai signifikan $=0,05$. Jumlah sampel (n) sebanyak 32, dan jumlah variabel *independen* sebanyak 2 dan variabel

0,05 artinya dua variabel tersebut mempunyai hubungan yang linier dan dapat dipergunakan untuk menjelaskan pengaruh antara Rekrutmen dan Seleksi secara signifikan terhadap Kinerja Karyawan.

5. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menghasilkan nilai Durbin Watson (DW) yang nantinya akan dibandingkan dengan kriteria penerimaan atau penolakan yang akan dibuat dengan nilai dL dan dU yang ditentukan berdasarkan jumlah variabel bebas dalam model regresi (k) dan jumlah sampelnya (n). Nilai dL dan dU dapat dilihat pada tabel DW dengan tingkat signifikan (*error*) 5% ($\alpha=0,05$). *dependen* 1 jadi (k) sebanyak 3, maka pada tabel Durbin-Watson akan didapat nilai dL sebesar 1,2437 dan nilai dU sebesar 1,6505. Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai dU (1,6505) < DW (2,340) < 4-dU (2,3495) sehingga dapat ditentukan bahwa tidak terjadi autokorelasi pada penelitian ini.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah regresi dimana variabel terikat (Y) dihubungkan atau dijelaskan oleh lebih dari satu variabel, bisa dua, tiga, dan seterusnya variabel bebas ($X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$) namun masih menunjukkan diagram hubungan yang linear.

Tabel Regresi Linear Berganda

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients |
|-------------|-----------------------------|------------|---------------------------|
| | B | Std. Error | Beta |
| (Constant) | 4.311 | 2.567 | |
| 1 Rekrutmen | .537 | .142 | .560 |
| Seleksi | .296 | .125 | .349 |

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa bahwa hasil analisis regresi diperoleh koefisien untuk variabel rekrutmen sebesar 0,537 untuk variabel seleksi sebesar 0,296 dengan konstanta sebesar 4,311 sehingga model persamaan regresi yang di peroleh adalah sebagai berikut

$$Y = 4,311 + 0,537X_1 + 0,296X_2$$

Koefisien-koefisien hasil dari persamaan regresi linier berganda diatas maka dapat dijelaskan bahwa :

- a. Nilai konstanta sebesar 4,311 hal tersebut dapat menjelaskan bahwa, jika variabel rekrutmen dan seleksi dianggap tidak ada maka kinerja karyawan (Y) bernilai 4,311.
- b. Nilai koefisien regresi rekrutmen sebesar 0,537 bernilai positif artinya pengaruh rekrutmen terhadap kinerja karyawan adalah bersifat positif. Sehingga jika skor rekrutmen meningkat, maka kinerja karyawan akan semakin tinggi.
- c. Nilai koefisien regresi seleksi sebesar 0,296 bernilai positif artinya pengaruh seleksi terhadap kinerja karyawan adalah bersifat positif. Sehingga jika skor seleksi meningkat maka kinerja karyawan akan semakin tinggi.

Hasil Uji Hipotesis

Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji t (parsial), uji F (Simultan) dan uji koefisien determinasi (R^2).

A. Uji t (Parsial)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel *independent* secara individual dalam menerangkan variabel *dependent*. Uji ini dilakukan dengan menggunakan signifikan level 0,05 ($\alpha = 5\%$).

Tabel Uji t

| Model | t | Sig. |
|-------------|-------|------|
| (Constant) | 1.680 | .104 |
| 1 Rekrutmen | 3.789 | .001 |
| Seleksi | 2.361 | .025 |

Besarnya angka t_{tabel} dengan ketentuan $\alpha = 0,05$ dan $df = n-2$ yang berarti $32-2=30$, sehingga diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,697. Berdasarkan tabel 20 diatas, maka dapat diketahui pengaruh masing-masing variabel sebagai berikut :

a. Variabel Rekrutmen terhadap Kinerja Karyawan.

Berdasarkan hasil uji t (parsial) variabel rekrutmen (X_1) terhadap kinerja karyawan (Y) diperoleh t_{hitung} sebesar 3,789 dan t_{tabel} sebesar 1,697 maka ($3,789 > 1,697$) dan nilai signifikan ($0,001 < 0,05$). dapat disimpulkan bahwa variabel rekrutmen secara parsial (individu) berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Nilai hitung positif, artinya pengaruh yang terjadi positif atau dapat diartikan semakin meningkatnya atau membaiknya proses rekrutmen maka akan membuat semakin meningkatnya kinerja karyawan.

b. Variabel Seleksi terhadap Kinerja Karyawan.

Berdasarkan hasil uji t (parsial) variabel seleksi (X_2) terhadap kinerja karyawan (Y) diperoleh t_{hitung} sebesar 2.361 dan t_{tabel} sebesar 1,697 maka (2.361 > 1,697) dan nilai signifikan ($0,025 < 0,05$). dapat disimpulkan bahwa variabel seleksi secara parsial (individu) berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Nilai hitung positif, artinya pengaruh yang terjadi positif, atau dapat diartikan semakin meningkatnya atau membaiknya proses seleksi maka akan membuat semakin meningkatnya kinerja karyawan.

B. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah rekrutmen dan seleksi berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan pada PD. Sinarmas secara simultan. Caranya dengan membandingkan antara F_{hitung} dengan F_{tabel} .

Perlu diketahui pada penelitian ini jumlah sampel (n) adalah 32 orang dan variabel keseluruhan (k) adalah 3 sehingga diperoleh :

A. df (pembilang) $k-1 \rightarrow 3-1 = 2$

B. df (penyebut) $n-k \rightarrow 32-3 = 29$ Dilihat dari F tabel dengan

ketentuan diatas (2:29) didapat F tabel 3,33. Hasil uji secara simultan (F) sebagai berikut :

Tabel Uji F

| ANOVA ^a | | | | | |
|--------------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| Regression | 64.331 | 2 | 32.166 | 39.620 | .000 ^b |
| 1 Residual | 23.544 | 29 | .812 | | |
| Total | 87.875 | 31 | | | |

a. Dependent Variable: Kinerja

b. Predictors: (Constant), Seleksi, Rekrutmen

Berdasarkan pada tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} sebesar 39,620 > F_{tabel} sebesar 3,33 dengan signifikan $0,000 < 0,05$ dapat disimpulkan bahwa hasil tersebut memenuhi kriteria yang menyatakan bahwa hipotesis diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa secara simultan rekrutmen dan seleksi berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan di PD. Sinarmas.

C. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koesfisien determiansi (R^2) digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan

pengaruh serentak variabel- variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

Tabel Uji Koefisien Determinasi (R^2)

| Model Summary ^b | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .856 ^a | .732 | .714 | .901 |

a. Predictors: (Constant), Seleksi, Rekrutmen

b. Dependent Variable: Kinerja

Berdasarkan tabel diatas hasil Nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) diketahui berpengaruh dari kedua variabel *independent* (Rekrutmen dan Seleksi) terhadap variabel *dependent* (Kinerja Karyawan) yang di nyatakan dalam nilai *Adjusted R Square* yaitu sebesar 0,714 (71,4%). Artinya bahwa sebesar 71,4% variabel *independent* (rekrutmen dan seleksi) dapat mempengaruhi variabel *dependent* (kinerja karyawan). Sementara sebesar 28,6% dipengaruhi oleh variabel *independent* lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dan analisis data yang telah dilakukan maka kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Hasil pengujian membuktikan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara rekrutmen terhadap kinerja karyawan pada PD. Sinarmas. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikan ($0,001 < 0,05$). Diperoleh t_{hitung} sebesar 3,789 dan t_{tabel} sebesar 1,697 maka ($3,789 > 1,697$), Maka hipotesis yang menyatakan secara parsial rekrutmen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan PD. Sinarmas Pematangsiantar dapat diterima.
2. Hasil pengujian membuktikan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara seleksi terhadap kinerja karyawan pada PD. Sinarmas. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikan ($0,025 < 0,05$). Diperoleh t_{hitung} sebesar 2.361 dan t_{tabel} sebesar 1,697 maka ($2.361 > 1,697$),. Maka hipotesis yang menyatakan secara parsial seleksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan PD. Sinarmas Pematangsiantar dapat diterima.
3. Hasil pengujian membuktikan bahwa rekrutmen dan seleksi secara bersama- sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan pada PD. Sinarmas Pematangsiantar. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji simultan yang menunjukkan nilai F_{hitung} sebesar 39,620 $> F_{tabel}$ sebesar 3,33 dengan signifikan $0,000 < 0,05$. Maka hipotesis yang menyatakan secara simultan rekrutmen dan seleksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan PD. Sinarmas Pematangsiantar dapat diterima.
4. Hasil pengujian berdasarkan koefisien determinasi (R^2) diketahui bahwa *Adjusted R Square* yaitu sebesar 0,714 (71,4%). Artinya bahwa sebesar 71,4% variabel *independent* (rekrutmen dan seleksi) dapat mempengaruhi variabel *dependent* (kinerja karyawan). Sementara sebesar 28,6% dipengaruhi oleh variabel *independent* lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Saran

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dan pembahasan setelah ditarik kesimpulan yang menyatakan bahwa rekrutmen dan seleksi berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan, maka penulis dapat memberi saran sebagai berikut :

1. Bagi Pihak PD. Sinarmas Pematangsiantar

- a. Proses rekrutmen yang dilakukan pada PD. Sinarmas Pematangsiantar sudah baik, akan tetapi hendaknya proses rekrutmen dipertahankan atau lebih dikembangkan metode rekrutmen yang selama ini diterapkan agar menghasilkan kinerja karyawan yang tinggi.
- b. Proses seleksi yang dilakukan pada PD. Sinarmas Pematangsiantar sudah baik, akan tetapi hendaknya proses seleksi dipertahankan atau lebih ditingkatkan proses seleksinya agar mendapatkan calon-calon karyawan dengan kriteria yang dibutuhkan PD. Sinarmas Pematangsiantar.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Kinerja yang dimiliki PD. Sinarmas Pematangsiantar tidak hanya dipengaruhi faktor Rekrutmen dan Seleksi saja tetapi juga masih banyak hal lain yang dapat mempengaruhi tingkat kinerja tersebut.

Sehingga disarankan bagi peneliti selanjutnya agar dapat memperluas jangkauan penelitian dengan menambah variabel independen bebas lainnya seperti Motivasi, Kepemimpinan, Kualitas produk dan Kepuasan konsumen sehingga untuk mendapatkan penelitian yang lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Bangun, Wilson. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung : Erlangga
- KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) Mangkunegara, Anwar Prabu. 2015. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya Offset
- M.Irfan, 2018. Analisis Rekrutmen dan Seleksi Terhadap Kinerja Pegawai pada PT. Bank Sumsel Babel Syariah KC.Palembang. (<http://eprints.radenfatah.ac.id/3361/1/M.%20Irfan%20%2814180113%29.pdf>). Diakses pada 15 Mei 2020
- Poernomo,Hadi. 2019. *Pengaruh Rekrutmen Dan Seleksi Terhadap Kinerja Karyawan Pt. Telkom Indonesia,Tbk Cabang Sidoarjo*. (<https://media.neliti.com/media/publications/280007-pengaruh-rekrutmen-dan-seleksi-terhadap-9d8afcd7.pdf>). diakses pada 4 Juli 2020.
- Priansa, Donni Junni. 2014. *Perencanaan & Pengembangan SDM*. Bandung : Alfabeta
- Riana, Anita Ulfa. 2016. *Analisis Rekrutmen Dan Seleksi Karyawan RSU Fastabiq Sehat Pku Muhammadiyah Pati*. (<http://eprints.walisongo.ac.id/6295/1/122411061.pdf>) diakses pada 4 Juli 2020.
- Rothwell, William J and Dubois, 2014. *Competency –Based Human Resource Management*.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta
- Sumual, Tinneke Evie Meggy. 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia (Edisi kedua)*. CV. R.A.De.Rozarie
- Wibowo. 2014. *Manajemen Kinerja*. Pt.
- Rajagrafindo Persada. Jakarta Yulasmi, 2016. *Pengaruh Rekrutmen, Seleksi dan Penempatan Terhadap Kinerja Karyawan*".(<http://lppm.upiypk.ac.id/majalahilmiah/index.php/majalahilmiah/article/viewFile/33/27>) diakses pada 15 Mei 2020.

Keputusan Pembelian *On - Line* Melalui Sosial Media Pemasaran Usaha Mikro Dan Kecil Sebuah Pendekatan Literatur

Oleh :

Liharman Saragih, Wico J Tarigan
Universitas Simalungun

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh media sosial pemasaran (SMM) terhadap keputusan pembelian konsumen berbelanja Online pada usaha mikro dan kecil dimana minat beli sebagai variabel intervening dan e-serqual sebagai variabel moderating. Media social pemasaran terdiri dari Sosial Media Adverstising (SMA) , Elektronik Word of Mouth (E - WOM), Social Costumer Relationship (SCRM). Hasil penelitian Diharapkan dapat membangun sebuah model keputusan pembelian secara online. Model ini akan membantu pelaku usaha mikro dan kecil memahami keputusan penting konsumen dalam keputusan pembelian secara online

Kata Kunci : Sosial media Pemasaran, Minat Beli, Keputusan Pembelian, E - Serqual

1.Latar Belakang

Indonesia merupakan urutan 5 besar pengguna internet di dunia dengan jumlah pengguna sebesar 150 juta pengguna (e.marketer, 2018). Data aktif menggunakan media sosial hampir mencapai jumlah pengguna internet di Indonesia yang diakses dengan menggunakan *mobile phone* sebesar 91 %.sedangkan waktu yang diperlukan untuk berselancar sebesar 8 jam 36 menit.

Pengguna media sosial sebanyak 56 % penduduk Indonesia.Waktu yang dihabiskan untuk bermedia sosial rata - rata 3 jam 26 menit sedangkan yang aktif terlibat berkontribusi ke media sosial sebesar 92 %. Media sosial yang paling banyak dikunjungi adalah *Youtube* mencapai 88 %. Usia pengguna media sosial di Indonesia paling banyak berusia 18 - 34 tahun. Total pemirsa iklan(pengguna aktif bulanan) adalah paling banyak *Facebook* sebanyak 130 juta, jika diperhatikan pemirsa iklan pada media sosial umumnya adalah kaum perempuan (Social and Hootsuite, 2019)

Dari hasil survei di atas dapat diketahui bahwa perkembangan media sosial di Indonesia memiliki peluang yang besar untuk dijadikan sebagai tempat pemasaran bagi para pelaku usaha yang ingin memasarkan produk atau jasanya. Media sosial merupakan bagian penting dari strategi penjualan, pelayanan, komunikasi, dan pemasaran yang lebih besar dan lebih lengkap (Pradiani, 2018)(Herman & Athar, 2018) menggunakan media sosial dalam perusahaannya. Media sosial yang paling banyak digunakan adalah Facebook, Twitter dan Instagram (Purwudiantoro, S.W, & Hadi, 2016)(Indika & Jovita, 2017)

Dampak yang ditimbulkan oleh media sosial sangat nyata terhadap peningkatan trafik situs web dan peningkatan penjualan online (O'Donohoe, 2010). Media sosial telah dijadikan sebagai salah satu sarana yang digunakan untuk melakukan pemasaran produk atau yang biasa juga disebut dengan *social media marketing*.*Social media marketing* adalah sebuah proses yang mendorong individu untuk melakukan promosi melalui situs web, produk, atau layanan mereka melalui saluran sosial online dan untuk berkomunikasi dengan memanfaatkan komunitas yang jauh lebih besar yang memiliki kemungkinan lebih besar untuk melakukan pemasaran daripada melalui saluran periklanan tradisional. Media social pemasaran merupakan bentuk periklanan secara *online* yang menggunakan konteks kultural dari komunitas sosial meliputi jejaring sosial, dunia virtual, situs berita sosial, dan situs berbagi pendapat sosial untuk menemui tujuan komunikasi.

Lingkungan pemasaran digital berubah dengan cepat, dan, untuk perusahaan mikro, pemasaran digital saat ini merupakan peluang yang sangat penting. Menarik pelanggan, menarik minat dan partisipasi pelanggan, mempertahankan pelanggan, mempelajari pelanggan preferensi dan berhubungan dengan

pelanggan adalah strategi kunci dalam membangun hubungan pelanggan yang kuat

Pemasaran digital menciptakan peluang untuk mengembangkan bisnis yang sukses dengan cara yang sebelumnya tidak mungkin dilakukan oleh perusahaan kecil, (Eid & El-Gohary, 2013), memahami perubahan mendasar dalam sifat komunikasi yang disebabkan oleh digitalisasi (Taiminen & Karjaluoto, 2015). Saluran digital dalam pemasaran telah menjadi bagian penting dari strategi banyak perusahaan (Yasmin, et al. 2015). Penelitian ini menekankan bahwa mengintegrasikan Teknologi Komunikasi Informasi (TIK) berhasil dalam pemasaran membutuhkan pemasar untuk mengambil peran manajerial aktif jauh melampaui bidang kompetensi dan otoritas tradisional mereka (Millman & El - Gohary, 2011).

Penelitian digerakkan atas studi literature yang dilakukan oleh (Stephen, 2016) yang mengkategorikan lima bidang penelitian yang berkembang dalam literature tahun 2013-2015 dimana kajian tentang media sosial pemasaran (SMM) pada keputusan konsumen. Adapun kelima kategori tersebut adalah budaya digital, iklan digital, lingkungan digital, elektronik-word of mouth dan privacy. Namun dalam penelitian ini dipergunakan dua variabel Sosial Media Adverstising (SMA) dan elektronik Word of Mouth (E-WOM). Kemudian peneliti mengembangkan pada Variabel ketiga yaitu Social Costumer Relationship (SCRM). Dengan menggunakan ketiga variabel tersebut peneliti juga menggunakan variabel intervening yaitu Minat beli dan variabel moderating yaitu Kualitas Pelayanan.

Dengan menggunakan kualitas pelayanan sebagai variabel moderating maka penelitian masih hal yang baru dan fokuskan pada usaha mikro dan kecil, dengan pertimbangan jumlah pelaku usaha ini mencapai 58,91 juta dan usaha kecil 59.260 (2018) namun yang sudah go digital baru 5 persen. Sisanya masih sangat konvensional dalam pengembangan usahanya. (kompas, 2019). Masih tingginya pelaku usaha tradisional akan memberikan dampak yang positif dalam peralihan online.

Pentingnya pemahaman perilaku konsumen terutama dalam berbelanja *on - line* tidak terlepas dari pemasaran media sosial yang dilakukan oleh para pengusaha kecil dan mikro. Dengan jumlah pelaku usaha mikro dan kecil mencapai 58,91 juta dan usaha kecil 59.260 (tahun 2018) dan yang sudah *go digital* baru 5 persen (Kompas, 2019) maka perubahan teknologi yang begitu cepat akan merubah pelaku tradisional ke *on - line*. Dengan memahami faktor - faktor media sosial pemasaran akan membantu pelaku usaha mikro dan kecil mampu bersaing.

2. Tujuan Penelitian

Membangun sebuah model keputusan pembelian secara online. Model ini akan membantu pelaku usaha mikro dan kecil memahami keputusan penting konsumen dalam keputusan pembelian secara online.

II. Tinjauan Pustaka

Literatur menunjukkan berbagai definisi yang muncul untuk pemasaran media sosial (SMM). SMM memicu komunikasi viral konsumen di seluruh komunitas online, halaman merek dan penggemar, dan konten terkait promosi dihasilkan oleh perusahaan / organisasi di situs jaringan populer seperti Twitter, Facebook, dan banyak lainnya (Pentina, Koh, & Le, 2012). Jara mendefinisikan SMM sebagai alat pemasaran generasi baru mendorong perhatian dan partisipasi yang lebih tinggi dari konsumen melalui penggunaan social jaringan (Jara, Parra, & Skarmeta, 2014). Kim dan Ko menggambarkan SMM sebagai komunikasi yang didorong oleh empati untuk anak muda konsumen dengan upaya juga menjadi sasaran konsumen dari kelompok usia yang lebih tinggi (Kim & Ko, 2012).

Pada penelitian maka media sosial pemasaran dibatasi hanya pada tiga variabel yaitu *social media periklanan*, *social Elektronik Word of Mouth*, dan *Sosial Costumer Relationship Management* yang akan mempengaruhi keputusan pembelian dimana minat beli sebagai variabel intervening dan *E-Serquel* sebagai variabel *moderating*

2.1. Social Media Advertising

Iklan digital dan konten media digital sebagai elemen yang berkontribusi pada perjalanan media digital, yang idealnya mengarah pada pembelian. Konten iklan dianggap sebagai sumber daya yang digunakan oleh konsumen dalam proses penciptaan nilai yang mendasarinya. Dengan demikian, proses periklanan digital dikonseptualisasikan sebagai proses yang didorong oleh pelanggan untuk terlibat dengan konten media digital, di mana pembelian dimasukkan dalam (dan secara alami mengikuti dari) tema keterlibatan (Nyström & Mickelsson, 2019).

Iklan digital diharapkan bisa dinamis sesuai tingkat carry-over untuk format dinamis lebih besar

daripada untuk format statis; namun, format statis masih bisa efektif untuk iklan harga dan penargetan ulang (Bruce, Murthi, & Rao, 2017), namun di sisi lain adalah pada bagaimana untuk mengatasi reaktansi psikologis karena personalisasi penargetan iklan digital. Hal negatif bisa saja terjadi namun bisa diatasi dengan mempertimbangkan bagaimana reaksi negatif terhadap personalisasi dapat diatasi dengan banding timbal balik normatif (bukan banding utilitas) Jereth (Jerath, Ma, & Park, 2014) mempelajari tanggapan terhadap iklan mesin pencari, menemukan bahwa ketika konsumen mencari kata kunci yang kurang populer pencarian mereka lebih mudah. Penelitian Dinner, mempertimbangkan bagaimana tampilan digital dan iklan pencarian mendorong pembelian online dan offline untuk pengecer, menemukan bahwa iklan digital lebih efektif daripada iklan offline dalam mengarahkan perilaku online (Dinner, Van Heerde, & Neslin, 2014).

2.2. Sosial Elektronik Word Of Mouth (E-WOM)

Eisingerich dkk mempelajari perbedaan antara mentransmisikan WOM di media sosial (mis., Di Facebook) versus *offline* (secara langsung), menunjukkan bahwa konsumen kurang cenderung untuk mentransmisikan WOM di media sosial karena risiko sosial yang lebih tinggi (Eisingerich, Chun, Liu, Jia, & Bell, 2015). Barasch dan Berger meneliti perilaku transmisi sosial ketika konsumen menyiarkan (ke banyak orang, misalnya, melalui posting audiens masa di Facebook atau Twitter) versus penyiaran (untuk beberapa, misalnya, melalui pesan ke beberapa teman), menemukan bahwa orang-orang berbagi informasi yang membuat diri mereka tidak terlihat buruk saat membagi pesan (mis. fokus diri) tetapi berbagi informasi yang akan membantu penerima ketika mempersempit berbagi pesan (mis. fokus lain) (Barasch & Berger, 2014). E-WOM menurut Hennig-Thurau et al., (2004) terdiri dari bantuan platform, kepedulian terhadap orang lain, extraversion / pengembangan diri positif, insentif ekonomi, membantu perusahaan. Namun dalam penelitian penelitian yang dilakukan Jeong and Jang menyatakan bahwa *Electronic Word – of - Mouth* (eWOM) positif direfleksikan melalui tiga dimensi, yaitu: *Concern for Others*, *Expressing Positive Feelings*, *Helping the Company* (Jeong & Jang, 2011). Goyette menyatakan bahwa dimensi Electronic Word of Mouth (e-WOM) adalah sebagai berikut: Intensitas, Konten, Pendapat Positif, Pendapat Negatif (Goyette, Ricard, Bergeron, & Marticotte, 2010).

2.3. Sosial Manajemen Hubungan Pelanggan (SCRM)

Manajemen hubungan pelanggan (SCRM) adalah pendekatan strategis untuk pemasaran yang didukung oleh teori pemasaran (Morgan & Hunt, 1994) yang telah didefinisikan sebagai "strategi dan proses komprehensif yang memungkinkan organisasi untuk mengidentifikasi, memperoleh, mempertahankan dan memelihara pelanggan yang menguntungkan dengan membangun dan memelihara hubungan jangka panjang dengan mereka" (Sin, Tse, & Yim, 2005).

Untuk meningkatkan SCRM dalam perusahaan, maka perusahaan akan menggunakan content yang baik. Dengan demikian konsumen akan mengharapkan informasi yang dapat dijadikan sebagai pertimbangan lebih lanjut (Harrigan, Soutar, Choudhury, & Lowe, 2015) mengatakan bahwa informasi yang baik (rich information) tentang konsumen akan mendorong keterlibatan pelanggan melalui media sosial. Kubina dan Lendel menyatakan bahwa dalam model SCRM, konsumen berharap mereka memiliki *access, transparency, honesty dan collaboration* dengan perusahaan yang mereka pilih (Kubina & Lendel, 2015).

2.4. Minat Beli

Didefinisikan sebagai proses yang ada diantara evaluasi alternatif dan keputusan pembelian. Setelah konsumen melakukan evaluasi terhadap alternatif yang ada, konsumen memiliki minat untuk membeli produk Cherie (Kotler dan Keller, 2016:198-199). Menurut Abzari, et al. (2014) :indicator minat beli adalah Minat Transaksional, Minat Refrensial, Minat Preferensial, Minat eksploratif

2.5. Keputusan Pembelian

Indikator Keputusan Pembelian menurut pandangan (Kotler & Keller, 2016):

1. Konsumen memiliki kebutuhan yang dapat dipenuhi oleh perusahaan
2. Konsumen mengumpulkan informasi mengenai kebutuhan yang dapat dipenuhi oleh perusahaan
3. Konsumen memilih perusahaan dibanding pesaing
4. Konsumen memutuskan membeli produk yang disediakan oleh perusahaan
5. Konsumen merasa puas setelah membeli produk perusahaan

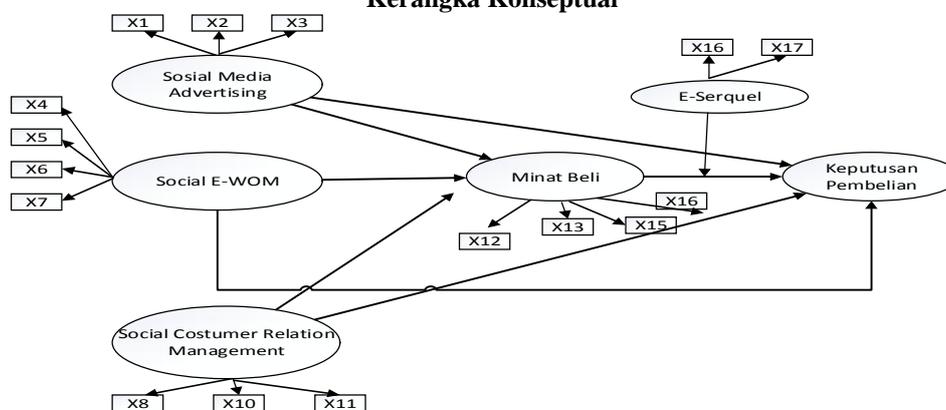
2.6. E - SERVQUAL

Dimensi E-Servqual (Zavareh et al., 2012) adalah Security /trust, Site aesthetic, Responsiveness/contact, dengan pertimbangan penelitian pada usaha mikro dan kecil. Dimensi tersebut adalah 1.Keamanan : *Customer authentication*, keamanan: *Feel safe in transactions*, *Confidence in Sosial media service*, 2. Tanggungjawab : Langsung dan Cepat, cepat menolong, terhubung langsung.

2.7. Sosial Media Social Pemasaran Usaha Mikro Dan Kecil

Dahnil, dkk studi mengungkapkan bahwa penggunaan Facebook memiliki dampak positif yang kuat pada kinerja keuangan UKM; sama halnya juga ditemukan bahwa penggunaan Facebook berdampak positif terhadap kinerja non-keuangan UKM dalam hal pengurangan biaya pemasaran dan layanan pelanggan, peningkatan hubungan pelanggan dan peningkatan aksesibilitas informasi. Selain itu, faktor-faktor seperti kompatibilitas, efektivitas biaya dan interaktivitas diidentifikasi sebagai faktor yang mempengaruhi penggunaan Facebook di kalangan UKM (Dahnil, Marzuki, Langgat, & Fabeil, 2014). Studi ini mengungkapkan beberapa wawasan baru dan mengembangkan model pendukung keputusan yang terdiri dari faktor-faktor penting untuk keberhasilan adopsi media sosial oleh bisnis kecil. (He, Wang, Chen, & Zha, 2017). Temuan ini memiliki implikasi dan nilai penting bagi komunitas riset, UKM dan pembuat kebijakan (khususnya, Otoritas Publik untuk Pengembangan UKM) dalam hal merumuskan strategi yang lebih baik untuk adopsi media sosial. Model penelitian yang dihasilkan yang diusulkan dalam tesis ini dapat meningkatkan pemahaman para pemangku kepentingan tentang mengapa beberapa UKM memilih untuk mengadopsi teknologi media sosial, sedangkan UKM lainnya yang menghadapi kondisi pasar yang sama tidak (Ahamat, Shahkat Ali, & Hamid, 2017). Temuan mengungkapkan beberapa faktor yaitu kegunaan, kemudahan penggunaan dan kenikmatan mempengaruhi penggunaan media sosial oleh UKM Malaysia, dan menghasilkan mengusulkan kerangka kerja konseptual. Bukti-bukti yang dikumpulkan dalam penelitian ini bermanfaat dan dapat dijadikan pedoman bagi pengusaha dan pemasar UKM dalam menggunakan media sosial di masa depan (Razak, Azrin, & Latip, 2016).

Gambar 1
Kerangka Konseptual



X1 = Informatif, X2 = entertainment, X3 = Consumen Response, X4 = Intensitas

X5 = Konten, X6 = Pendapat positif, X7 = Pendapat negative, X8 = access, X9 = transparency, , 10 = honesty, X11 = collaboration, X12 = Minat Transaksional, X13 = Minat Refrensial, X14 = Minat Preferensial, X15 = Minat eksploratif, X16 = Security / trust, , X17 = Responsiveness / contact

2.8. Hipotesis

1. a. Social media advertising berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen online pada usaha mikro dan kecil
 - b. Minat Beli memediasi (intervening) hubungan social media advertising terhadap keputusan pembelian konsumen online pada usaha mikro dan kecil
2. a. Social Elektronik Word of Mouth berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen online pada usaha mikro dan kecil
 - b. Minat Beli memediasi (intervening) hubungan Social Elektronik Word of Mouth terhadap keputusan pembelian konsumen online pada usaha mikro dan kecil
3. a. Social Costumer Relation Managment berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian

- konsumen online pada usaha mikro dan kecil
- b. Minat Beli memediasi (intervening) hubungan Social Customer Relation Management terhadap keputusan pembelian konsumen online pada usaha mikro dan kecil
4. Minat Beli berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen online pada usaha mikro dan kecil dengan E - Serquel sebagai Variabel Moderating.

III. Metode Penelitian

Populasi penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja setelah dipengaruhi oleh media sosial pemasaran usaha mikro dan kecil. Kategori usaha mikro dan kecil akan menggunakan **Undang - Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah**. Kuesioner dipergunakan dengan menggunakan skala likert yang disebar secara on-line. Beberapa uji yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah Uji validitas, uji Reliabilitas, metode analisis jalur, Uji Normalitas (uji statistik *non - parametric Kolmogorov-Sminornov*), Uji Autokorelasi, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas, Uji Linearitas, Uji Mediasi.

Untuk mengatasi ukuran sampel cukup besar, sehingga hubungan di antara variabel yang sangat kompleks, tetapi ukuran sampel data kecil maka dalam penelitian *Partial Least Square* (PLS) dipergunakan sebagai alternatif penggunaan *Structural Equation Modeling* (SEM) (Achjari, 2004).

IV. Kontribusi Potensial Dalam Pengetahuan

Penelitian diharapkan memiliki kontribusi pada ilmu pemasaran secara khusus pada penggunaan variabel moderating yaitu kepercayaan dan keamanan dalam mempengaruhi keputusan akhir konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Achjari, D. (2004). Partial Least Squares: Another Method Of Structural Equation Modeling Analysis. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*.
- Ahamat, A., Shahkat Ali, M. S., & Hamid, N. (2017). Factors Influencing The Adoption Of Social Media In Small And Medium Enterprises (SMES). *IJASOS- International E-Journal of Advances in Social Sciences*. <https://doi.org/10.18769/ijasos.337151>
- Barasch, A., & Berger, J. (2014). Broadcasting and narrowcasting: How audience size affects what people share. *Journal of Marketing Research*. <https://doi.org/10.1509/jmr.13.0238>
- Bruce, N. I., Murthi, B. P. S., & Rao, R. C. (2017). A dynamic model for digital advertising: The effects of creative format, message content, and targeting on engagement. *Journal of Marketing Research*. <https://doi.org/10.1509/jmr.14.0117>
- Dahnil, M. I., Marzuki, K. M., Langgat, J., & Fabeil, N. F. (2014). Factors Influencing SMEs Adoption of Social Media Marketing. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.025>
- Dinner, I. M., Van Heerde, H. J., & Neslin, S. A. (2014). Driving online and offline sales: The cross-channel effects of traditional, online display, and paid search advertising. *Journal of Marketing Research*. <https://doi.org/10.1509/jmr.11.0466>
- Dwivedi, Y. K., Kapoor, K. K., & Chen, H. (2015). Social media marketing and advertising. *The Marketing Review*. <https://doi.org/10.1362/146934715x14441363377999>
- Eid, R., & El-Gohary, H. (2013). The impact of E-marketing use on small business enterprises' marketing success. *Service Industries Journal*. <https://doi.org/10.1080/02642069.2011.594878>
- Eisingerich, A. B., Chun, H. E. H., Liu, Y., Jia, H. M., & Bell, S. J. (2015). Why recommend a brand face-to-face but not on Facebook? How word-of-mouth on online social sites differs from traditional word-of-mouth. *Journal of Consumer Psychology*. <https://doi.org/10.1016/j.jcps.2014.05.004>
- Goyette, I., Ricard, L., Bergeron, J., & Marticotte, F. (2010). E-WOM scale: Word-of-mouth measurement scale for e-services context. *Canadian Journal of Administrative Sciences*. <https://doi.org/10.1002/cjas.129>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). *Sage Publisher*. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Harrigan, P., Soutar, G., Choudhury, M. M., & Lowe, M. (2015). Modelling CRM in a social media age. *Australasian Marketing Journal*. <https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2014.11.001>
- Hassan, S., Nadzim, S. Z. A., & Shiratuddin, N. (2015). Strategic Use of Social Media for Small Business Based on the AIDA Model. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*.

- <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.363>
- He, W., Wang, F. K., Chen, Y., & Zha, S. (2017). An exploratory investigation of social media adoption by small businesses. *Information Technology and Management*. <https://doi.org/10.1007/s10799-015-0243-3>
- Herman, L. E., & Athar, H. S. (2018). Pengembangan Model Social Media Marketing dan Keputusan Berkunjung: Sebuah Pendekatan Konseptual. *J-IKA*. <https://doi.org/10.31294/kom.v5i2.4688>
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*. <https://doi.org/10.24123/jbt.v1i01.296>
- Jara, A. J., Parra, M. C., & Skarmeta, A. F. (2014). Participative marketing: Extending social media marketing through the identification and interaction capabilities from the Internet of things. *Personal and Ubiquitous Computing*. <https://doi.org/10.1007/s00779-013-0714-7>
- Jaya, I. G. N. M., & Sumertajaya, I. M. (2008). Pemodelan Persamaan Structural dengan Partial Least Square. *Semnas Matematika Dan Pendidikan Matematika 2008*.
- Jeong, E. H., & Jang, S. C. S. (2011). Restaurant experiences triggering positive electronic word-of-mouth (eWOM) motivations. *International Journal of Hospitality Management*. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2010.08.005>
- Jerath, K., Ma, L., & Park, Y. H. (2014). Consumer click behavior at a search engine: The role of keyword popularity. *Journal of Marketing Research*. <https://doi.org/10.1509/jmr.13.0099>
- Kim, A. J., & Ko, E. (2012). Do social media marketing activities enhance customer equity? An empirical study of luxury fashion brand. *Journal of Business Research*. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.10.014>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). MarkKotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. Global Edition (Vol. 15E). In *Global Edition*. <https://doi.org/10.1080/08911760903022556>
- Kubina, M., & Lendel, V. (2015). Successful Application of Social CRM in The Company. *Procedia Economics and Finance*. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(15\)00487-6](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(15)00487-6)
- Millman, C., & El-Gohary, H. (2011). New Digital Media Marketing and Micro Business. *International Journal of Online Marketing*. <https://doi.org/10.4018/ijom.2011010104>
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing*. <https://doi.org/10.2307/1252308>
- Nyström, A. G., & Mickelsson, K. J. (2019). Digital advertising as service: introducing contextually embedded selling. *Journal of Services Marketing*. <https://doi.org/10.1108/JSM-01-2018-0043>
- O'Donohoe, S. (2010). Engage! The complete guide for brands and businesses to build, cultivate, and measure success in the new web. *International Journal of Advertising*. <https://doi.org/10.2501/S0265048710201300>
- Pentina, I., Koh, A. C., & Le, T. T. (2012). Adoption of social networks marketing by SMEs: Exploring the role of social influences and experience in technology acceptance. *International Journal of Internet Marketing and Advertising*. <https://doi.org/10.1504/IJIMA.2012.044959>
- Pradiani, T. (2018). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>
- Purwiantoro, M. H., S.W, K. D. F., & Hadi, W. (2016). Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM). *Jurnal EKA CIDA*.
- Razak, S. A., Azrin, N., & Latip, B. (2016). Factors That Influence The Usage of Social Media In Marketing. *Quest Journals Journal of Research in Business and Management*.
- Sin, L. Y. M., Tse, A. C. B., & Yim, F. H. K. (2005). CRM: Conceptualization and scale development. *European Journal of Marketing*. <https://doi.org/10.1108/03090560510623253>
- Stephen, A. T. (2016). The role of digital and social media marketing in consumer behavior. *Current Opinion in Psychology*. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2015.10.016>
- Taiminen, H. M., & Karjaluoto, H. (2015). The usage of digital marketing channels in SMEs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*. <https://doi.org/10.1108/JSBED-05-2013-0073>
- Yasmin, A., Tasneem, S., & Fatema, K. (2015). Effectiveness of Digital Marketing in the Challenging Age: An Empirical Study. *The International Journal of Management Science and Business Administration*. <https://doi.org/10.18775/ijmsba.1849-5664-5419.2014.15.1006>
- Zavareh, F. B., Ariff, M. S. M., Jusoh, A., Zakuan, N., Bahari, A. Z., & Ashourian, M. (2012). E-Service Quality Dimensions and Their Effects on E-Customer Satisfaction in Internet Banking Services.

Procedia - Social and Behavioral Sciences. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.03.213>
<https://datareportal.com/reports/digital-2019-ecommerce-in-indonesia>
<https://ekonomi.kompas.com/read/2019/02/12/152246426/mengapa-masih-banyak-umkm-indonesia-yang-belum-go-digital>.

