

ISSN 2808-1757 (Cetak)
ISSN 2808-1668 (Online)

JURNAL CAKRAWALA ILMIAH

Vol.2 No.6 Februari 2023

<http://bajangjournal.com/index.php/JCI>

JCI: JURNAL CAKRAWALA ILMIAH
Vol.2 No.6 Februari 2023

SUSUNAN REDAKSI

Penanggung Jawab

Ketua Bajang Institute
Lale Desi Ratnaningsih

Pimpinan Redaksi

Kasprihardi

Editor In Chef/Pelaksana

Lalu Masyhudi

Section Editor

Dewi Ramadhani

Reviewer

[Ilham Syahrul Jiwandono, M.Pd](#), Universitas Mataram, Scopus Id: 57222336720

[Hijjatul Qamariah, M.Pd., M.TESOL](#), Universitas Bina Bangsa Getsempena, Scopus
Id:57218559998

[FX Anjar Tri Laksono, S.T., M.Sc](#), Universitas Jenderal Soedirman, Scopus Id: [57221225628](#)

[Baiti Hidayati, S.T., M.T](#), POLITEKNIK SEKAYU, Scopus Id: [57217136885](#)

[Rahmad Bala, M.Pd](#), STKIP Biak, Scopus Id: [57214800254](#)

[Yusvita Nena Arinta, M. Si](#), IAIN SALATIGA Scopus Id: [57219157407](#)

Copy Editor

[Dr. Sunarno, S.Si, M.Si](#), Diponegoro University

Layout Editor

[Yusvita Nena Arinta, M. Si](#), IAIN SALATIGA Scopus Id: [57219157407](#)

Proofreader

[Gatot Iwan Kurniawan, SE., MBA., CRA., CSF., CMA](#), STIE Ekuitas



ISSN 2808-1757 (Cetak)
ISSN 2808-1668 (Online)

JCI
JURNAL CAKRAWALA ILMIAH
Vol.2 No.6 Februari 2023

DAFTAR ISI

1	PENGARUH CONTENT MARKETING APLIKASI TIKTOK TERHADAP PEMBENTUKAN BRAND AWARENESS PADA ENGLISH ACADEMY BY RUANGGURU Oleh: Gabriella Mayrene, Natalia Junaidi	2237-2252
2	PENGARUH AUDIT OPERASIONAL DAN PENGENDALIAN INTERNAL TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN (STUDI KASUS PADA CV. KYNI SUKSES) Oleh: Yeni Elfiza Abbas, Endang Setyorini, Budiandru	2253-2274
3	KONDISI EKSPOR MINYAK KELAPA SAWIT INDONESIA SELAMA PERIODE COVID-19 Oleh: Bulan Febriana, Qanitah Qushayyi Qamarani, Qonita Azzahra Salsabila, Sarah Tamara Sinaga, Shabrina Kansa Aulia	2275-2282
4	EVALUATION OF FURNACE-02 EFFICIENCY USING THE HEAT LOSS METHOD IN REFINERY UNITS AT PUSAT PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA MINYAK DAN GAS BUMI CEPU - JAVA Oleh: Aliyah Shahab, Achmad Faisal F	2283-2290
5	ANALISIS COMPANY CULTURE PADA PT. GLOBAL WELINDO BATAM Oleh: Antony Sentoso, Stefani Woro Asmarani, Benwanto Ardiyano, Gelasia Gwyneth, Sherina Romaithe Br Hutagaol, Supriyadi Arifin	2291-2302
6	PENGARUH UPAH KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWANPADA YAYASAN INSAN MEGA MULIA BREBES Oleh Muhamad Agus Teguh Herlambang	2303-2314
7	"DIMSPIVES" (DIMSUM <i>SPINACH LEAVES</i>): INOVASI MIKROBIOLOGI PANGAN BAGI PENDEKITA DIABETES MELITUS Oleh: Desi Kartikasari, Desy Fadilah Adina Putri, Desi Dwi Anissa, Muhammad Riszky Wahyu Pradana	2315-2324
8	PENGARUH TERAPI ABA PADA ANAK TERDIAGNOSA <i>AUTISM SPECTRUM DISORDER</i> Oleh: Karyani Tri Tialani, Nurul Hadi Solikhin, Susilo	2325-2334
9	FACTORS ASSOCIATED WITH SUBJECTIVE COMPLAINTS OF LOW BACK PAIN IN TAILORS AT THE CHILDREN'S PALACE MARKET, JAMBI CITY Oleh: Fhala Sasqia Ashar, Putri Sahara Harahap, Sugiarto	2335-2342
10	PERANAN SISTEM INFORMASI MANAJEMEN DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PENDIDIKAN Oleh: Adelia Marwah Ujung, Muhammad Irwan Padli Nasution, Sri Suci Ayu Sundari	2343-2346
11	ANALISIS PENGELOMPOKAN KONSUMEN DALAM MENENTUKAN KONTEN PEMASARAN Oleh: Dian Sabrina Syaharni, Erika Gustian Fauzi, Lydia Then, Salsabilah Sirait, Fitriana Aidnilla Sinambela	2347-2366

12	THE MEASUREMENT OF PROPER HANDWASH KNOWLEDGE ON ELEMENTARY AND HIGHSCHOOL STUDENTS Oleh: Yesita Sandi Langitan, Maria Paulina Wauran, Sara Agustina, Sondang Lusiana Sitinjak, Lyna Hutapea	2367-2372
13	PENGARUH INTELLECTUAL CAPITAL, GOOD CORPORATE GOVERNANCE, DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN DIMEDIASI OLEH PROFITABILITAS Oleh: Hafidh Ahmad Rizqi Pratama, Vera Maria	2373-2388
14	PERANAN STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK PERUSAHAAN Oleh: Ghazendra Sadika Putra Pratama, Eloh Bahiroh	2389-2392
15	PERKEMBANGAN INDUSTRI TRANSPORTASI OJEK ONLINE DI ERA 5.0 DARI PT. GOJEK INDONESIA Oleh: Jumhadi, Ana Susi Mulyani	2393-2402
16	ASPEK YURIDIS (LANDASAN HUKUM) DAN DASAR HUKUM OPERASIONAL PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA Oleh: Emilia Hasanah, Heri Sunandar, Nur Nasrina	2403-2410
17	ANALISA KONSUMEN & MEDIA SOSIAL RM. PANGKAL OMBILIN Oleh: Fiolitha Alfinda, Hendry Charles, Febby Lionna, Ryan Harsana Jasa	2411-2426
18	PENGAMBILAN KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMBUKA REKENING BANK BSI DI LINGKUP MAHASISWA UHAMKA Oleh: Marsya Surinabila, Wanda Diah Pratiwi, Rahmawati, Krisna Ayuningtyas, Sri Rahayu, Budiandru	2427-2440
19	HUBUNGAN SINDROM LANSIA LEMAH DENGAN KUALITAS HIDUP LANSIA Oleh: Riani Pradara Jati, Rina Anggraeni, Dian Lestari	2441-2448
20	BAGAIMANA MINAT MAHASISWA TERHADAP PEMBELIAN PRODUK DI MEDIA SOSIAL Oleh: Tiara Arsilla, Riza Wandriyani, Amalia Kusuma Mafazi, Nur Anisa, Budiandru	2449-2460
21	MENINGKATKAN EFEKTIVITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL PADA MAHASISWA DAN HUBUNGANNYA DENGAN BISNIS ONLINE Oleh: Cut Puspita, Marisa Anggraini, Ainun Salsabila, Bagus Kusuma Wardhana, Budiandru	2461-2470
22	KECEMASAN MASYARAKAT AKAN VAKSINASI COVID-19 DI DESA BALOK KABUPATEN KENDAL Oleh : Riani Pradara Jati, Sri Mulyani, Azidatun Nasikhah, Dian Fazira	2471-2476
23	PELUANG BAGI MAHASISWA DALAM MEMANFAATKAN BISNIS ONLINE BERBASIS DIGITAL Oleh : Robiatul Adawiyah, Erika Ananda Arum, Aulia Ifah Lubanah, Reza Fadhlika, Elviyani Limbong, Budiandru	2477-2488
24	PENINGKATAN PELAKU BISNIS MAHASISWA MENGGUNAKAN INVESTASI PASAR MODAL SYARIAH Oleh: Husnul Hotimah, Istika Ratna, Duwi Mega Utami, Jihan Fahira, Budiandru	2489-2502
25	ANALISIS STRATEGI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT BERBASIS POTENSI LOKAL MELALUI PROGRAM PENGEMBANGAN MENUJU DESA WISATA PATUGURAN (STUDI KASUS PADA DESA WISATA PATUGURAN) Oleh: Bambang Sutikno, Sri hastari, Yufenti Oktavia	2503-2516
26	JAMUR ENTOMOPATHOGEN BEAUVERIA BASSIANA SEBAGAI PENGENDALI HAYATI NYAMUK Oleh: Lisa Hidayati, Yoli Zulfanedi	2517-2524

27	RELATIONSHIP OF AGE, REPETITIVE ACTIVITIES, WORK POSTURE AND WORKING PERIOD WITH SUBJECTIVE COMPLAINTS OF MUSCULOSKELETAL DISORDERS (MSDS) IN LAUNDRY WORKERS IN JAMBI CITY IN 2022 Oleh: Dwi Fuja Netasya, Eko Mirsiyanto, Novi Berliana	2525-2534
28	PRINSIP KEJUJURAN DALAM JUAL BELI MENURUT PERSPEKTIF AL-QUR'AN Oleh: Citra Andanari. M, Achmad Abubakar, Halimah Basri	2535-2546
29	ANALISIS CAR, NPF, BOPO DAN FDR TERHADAP PROFITABILITAS PADA BANK SYARIAH DI INDONESIA: SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW Oleh: Ahmad Afwan Alwi¹, Novianda Zulti, ElyantiRosmanidar, Usdedy	2547-2570
30	WACANA DIALOG KEAGAMAAN DALAM PLURALISME (SUATU TINJAUAN HERMENEUTIKA HANS-GEORG GADAMER) Oleh Hariyanto	2571-2580
31	KEKERASAN SEKSUAL DALAM TINJAUAN HUKUM ISLAM Oleh: Adinda Cahya Magfirah, Kurniati, Abd. Rahman	2581-2590
32	PENDEKATAN HUMANISTIK DALAM PENGKAJIAN ISLAM DI KELAS IV MADRASAH IBTIDAIYAH NAHDLATUL WATHAN KARANG BATA (HUMANISTIC APPROACH TO ISLAMIC STUDY IN CLASS IV ISLAMIC SCHOOL NAHDLATUL WATHAN KARANG BATA) Oleh: Rizki Isma Wulandari	2591-2602
33	COMPARASION OF LEVICA AND BUNASCAN IN SPINAL ANESTHESIA ACTION ON WORK ONCE AND SENSORIC BLOCKED IN ANALGESIA IN SECTIO CAESAREAN PATIENTS Oleh: Papo Lutfhie Chandra, Tophan Heri Wibowo, Mariah Ulfah	2603-2608

PENGARUH CONTENT MARKETING APLIKASI TIKTOK TERHADAP PEMBENTUKAN BRAND AWARENESS PADA ENGLISH ACADEMY BY RUANGGURU

Oleh

Gabriella Mayrene¹, Natalia Junaidi²

^{1,2}Manajemen, Fakultas Ilmu Ekonomi dan Bisnis, Universitas Matana, Tangerang, 15810, Indonesia

E-mail: ¹gabriella.mayrene@student.matanauniversity.ac.id,

²natalia.junaidi@student.matanauniversity.ac.id

Article History:

Received: 16-12-2022

Revised: 25-12-2023

Accepted: 01-02-2023

Keywords:

Content Marketing,

Brand Awareness,

TikTok, English

Academy, Online Course.

Abstract: *The advancement of time is followed by the advancement of technology and information that ease mankind to share information, as well as to be used in marketing that now has transformed itself into digital marketing. The real form of technological development is the TikTok application that can be used as a digital marketing medium, which content marketing plays a big role in it and related to brand awareness as well. One of business that partake in the advantage of TikTok is English Academy, an online course product owned by Ruangguru that has a TikTok account under the name of @englishacademy_id. Through qualitative method in a form of literature review, this research aims to determine the effect of @englishacademy_id's content marketing on its brand awareness, the effectiveness of content marketing and brand awareness, and the effectiveness of using TikTok as a medium used by @englishacademy_id. The result of this research are there is a significant effect between content marketing and brand awareness @englishacademy_id on TikTok, content marketing and brand awareness' effectiveness are relative, and TikTok is the right medium for @englishacademy_id*

PENDAHULUAN

Pemasaran adalah proses di mana para perusahaan *engage* (berhubungan) dengan para pelanggan, membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, dan menciptakan *value* (nilai) pada pelanggan dalam rangka mendapatkan *value* (nilai) dari customer sebagai pengembaliannya (Kotler, 2018). Perkembangan dunia pemasaran telah terjadi dengan pesatnya. Model pemasaran yang kini digunakan oleh berbagai pihak adalah *digital marketing*. Dimana di dalamnya terdapat *engagement*, *rentention*, *loyalty program*, dan konten media sosial yang dipersonalisasi dengan melibatkan *audience* atau pelanggan. Suatu perusahaan atau bisnis tentunya melakuakn pemasaran untuk mampu menjual produknya, baik dalam satu bentuk pemasaran saja ataupun lebih. Seiring perkembangan jaman, teknologi dan informasi juga berkembang. Salah satu tanda perkembangan teknologi dalam bidang informasi dan komunikasi yang semakin mutakhir adalah dengan adanya *marketing* yang didukung oleh hasil dari evolusi *search engine* hingga *World Wide Web* (www).

Ditambah dengan eksistensi *smartphone* dan internet menyebabkan penggunaanya dapat mengakses berita dan informasi dalam hitungan detik dan satu tombol saja. Informasi ada dalam genggaman manusia dan tidak dapat dipisahkan. Tanpa adanya perkembangan teknologi dan informasi, dapat dikatakan bahwa eksistensi *digital marketing* tidak terwujud seperti sekarang dan pemasaran masih dilakukan secara konvensional saja.

Menyimpulkan dari berbagai sumber, *digital marketing* adalah sebuah metode pemasaran yang terdiri atas perencanaan hingga pelaksanaan konsep, harga, promosi, dan distribusi agar dapat memelihara hubungan yang baik dan memiliki hubungan yang berkualitas antara produsen dengan konsumen yang dilakukan lewat berbagai media yang sifatnya tidak langsung tetapi berpengaruh besar. Meningkatnya penggunaan *platform digital* juga diiringi dengan intensitas interaksi 2 arah dalam *platform digital* yang tinggi dan cenderung dilakukan lewat jarak jauh. Pemasaran ini menggunakan berbagai alat seperti situs, video daring, surel, *blog*, media sosial, periklanan *mobile* dan aplikasi, dan *platform digital* lainnya untuk berhubungan langsung dengan konsumen dimanapun, kapanpun lewat komputer, *smartphone*, tablet, *internet ready TV*, dan gawai *digital* milik mereka lainnya. Luasnya penggunaan internet dan teknologi *digital* memberikan pengaruh dramatis pada keduanya, baik pembeli dan pemasar yang melayani mereka. (Kotler, 2018). *Digital marketing* telah berperan dalam mensukseskan bisnis dalam dunia perdagangan dan tidak hanya sebatas menjadi alat berkomunikasi, tetapi untuk membangun hubungan dengan *audiens* dan calon pelanggan. Para pelaku bisnis dapat memahami pola perilaku para pembeli dan calon pembeli serta apa yang menjadi keinginan mereka (Alkharabsheh dan Zhen, 2021). Maka dari itu, dapat dikatakan bahwa dengan memanfaatkan teknologi dan menggabungkannya dengan teknik *marketing*, *digital marketing* telah menjadi sebuah konsep baru yang mengubah dunia pemasaran, sehingga menjadi lebih mudah, lebih dekat, dan lebih efektif serta efisien.

Secara global, TikTok merupakan aplikasi terfavorit yang menduduki peringkat ke 5 dengan 3,5% pengguna (di bawah WhatsApp sebesar 23,3%, Facebook sebesar 22,2%, Instagram sebesar 20,6%, dan Twitter sebesar 4,2%). TikTok mengalahkan aplikasi-aplikasi lain diantaranya FB Messenger, Line, Telegram, Pinterest, Snapchat, dll. Berdasarkan *range* umur penggunaanya pada 2021, ditemukan bahwa TikTok didominasi oleh pengguna dalam rentang usia 18-24 tahun dengan komposisi 24,7% wanita dan 18,1% pria dibandingkan pengguna dalam rentang usia 25-34 dengan komposisi 17% wanita dan 13,6% pria; dalam rentang usia 35-44 tahun dengan komposisi 6,8% wanita dan 5,9% pria; dalam rentang usia 45-54 tahun; dan di atas 55 tahun. Sedangkan secara lokal di Indonesia, TikTok didominasi oleh pengguna dalam rentang usia 18- 24 tahun dengan komposisi 14,8% wanita dan 15,9% pria; dan pengguna dalam rentang usia 25-34 tahun dengan komposisi 14,8% wanita dan 19,3% pria (Datareportal, 2021). Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa TikTok merupakan salah satu aplikasi terkenal dan tengah digunakan oleh banyak orang Indonesia. Sehingga menjadi peluang yang nyata untuk menjadi *platform digital marketing*. Berawal dari asal aplikasinya yang diisi oleh video menari sambil diiringi musik, kini kontennya semakin beragam. Mulai dari kehidupan sehari-hari hingga edukasi. TikTok digemari oleh banyak orang karena memiliki konten yang menarik, mempunyai kekuatan untuk menjadi *trend setter* (dimana memiliki potensi besar untuk menjadi viral), mudah untuk digunakan, dan memiliki berbagai fitur yang mampu memaksimalkan kreativitas para

pembuat kontennya. Disamping itu, berkonten di TikTok juga dapat dijadikan sebagai karir (pekerjaan) dan sumber yang tentunya membuka lapangan pekerjaan bagi banyak orang, yaitu dengan menjadi TikToker. Kepopulerannya juga ditambah dengan tren media yang terjadi sekarang, dimana mengarah pada konsep *short portrait* video.

Dalam rangka penggunaan TikTok yang efisien, tentunya terdapat sebuah strategi agar dapat mengelola dan menyukkseskan sebuah konten. Strategi itu dinamakan *Content marketing*, yaitu merupakan rangkaian mekanisme promosi baik secara langsung maupun tidak langsung demi kepentingan *brand* yang dilakukan lewat konten tulisan (teks), video, audio (suara) yang memiliki online maupun offline added *value* (Gunelius, 2011). Terdapat 6 indikator *Content marketing*, yaitu: relevansi, akurasi, bernilai, mudah dipahami, mudah ditemukan, dan konsisten. Salah satu komponen yang penting dalam *content marketing* adalah *content quality* yang memengaruhi akurasi, kelengkapan, relevansi dan ketepatan waktu dari konten yang mampu memengaruhi perilaku pembeli secara daring (Dabbous dan Barakat, 2019). Dapat dikatakan bahwa indikator-indikator yang ada mampu memberikan kejelasan atas target yang harus dicapai dalam melakukan *content marketing*. Sehingga dapat memberikan manfaat positif yang maksimal untuk pihak yang menggunakannya, dalam hal ini adalah para pelaku bisnis atau usaha (perusahaan).

Brand awareness merupakan kemampuan konsumen untuk mampu mengenali atau mengingat kembali merek sehingga konsumen dapat menghubungkannya dengan satu kategori produk. Menurut Paramitha dan Doho (2021), *brand awareness* mampu memiliki peran untuk menandakan keberadaan, komitmen dan makna yang terpenting bagi penyedia jasa. Terdapat 4 indikator *brand awareness*, yaitu: *brand recognition*, *brand recall*, *purchase*, dan *consumption*. Menurut Duriyanto (2004) di dalam Paramitha dan Doho (2021), merek (*brand*) yang memiliki *top of mind* tinggi juga memiliki nilai pertimbangan yang tinggi. Hal ini bermaksud bahwa apabila sebuah merek mampu berada pada peringkat pertama dalam benak seseorang, maka akan besar kemungkinan bahwa orang tersebut akan mempertimbangkan merek tersebut (bisa dalam artian bahwa selanjutnya akan membuat keputusan pembelian, rekomendasi, dan lainnya). Dapat disimpulkan bahwa hal ini terjadi karena merek selalu tersimpan dalam ingatan, maka menjadi rekomendasi pertama untuk memutuskan ke tahap selanjutnya. Lewat pemasaran yang efektif, merek yang dipasarkan diharapkan dapat dikenal luas, menjadi *top of mind* dan menjadi pilihan bagi pelanggannya ketika membuat keputusan dalam pembelian. Penggunaan *digital marketing* lewat *content marketing* pada *platform* media sosial salah satunya TikTok bertujuan untuk menjadi *top of mind* dalam benak konsumen.

Pandemi COVID-19 memberi dampak bagi seluruh elemen masyarakat, mengubah cara manusia melakukan berbagai aktivitas, dan memlimitasi pergerakan kegiatan manusia di berbagai bidang, baik di Indonesia, maupun seluruh dunia. Terkhususnya pada bidang pendidikan yang sebelumnya dilakukan secara tatap muka, harus berubah dilakukan secara daring. Dengan meningkatnya tren pendidikan lewat daring, Ruangguru, yaitu sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang *education technology*, mengeluarkan sebuah produk kursusnya yang dilakukan dan berjalan lewat daring, yaitu English Academy. Peluncuran produk kursus ini tentunya diiringi dengan berbagai kegiatan pemasaran yang diaplikasikan dalam berbagai bentuk. Salah satunya adalah dengan *digital marketing* (pastinya menjadi sebuah hal yang lumrah dan paling efektif ketika masa pandemi COVID-19 guna menjaga jarak), lebih spesifiknya adalah dengan melakukan *content marketing*. Salah

satu media yang digunakan dalam proses ini adalah TikTok, dimana akun English Academy berada di bawah nama pengguna @englishacademy_id. Lewat lahirnya English Academy ketika pandemi COVID-19, maka begitu juga sama halnya dengan akun TikTok @englishacademy_id. Akun ini seringkali mengunggah video-video yang bertemakan edukasi bahasa Inggris dan promosi kursus daringnya yang bersifat *subscribe*, dengan harapan mampu mengambil hati para pengguna TikTok, selalu diingat, dan pada akhirnya untuk membuat mereka bergabung dalam kursus daringnya (tujuan awal adalah untuk menghasilkan *brand awareness*). Maka dari itulah peneliti memutuskan untuk meneliti tentang Pengaruh *Content marketing* Aplikasi Tiktok Terhadap Pembentukan *Brand awareness* Pada English Academy By Ruangguru.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *content marketing* terhadap *brand awareness* @englishacademy_id, efektivitas dari *content marketing*, *brand awareness*, dan efektivitas penggunaan TikTok sebagai media promosi yang digunakan oleh @englishacademy_id untuk melakukan kegiatan *content marketing* dan menghasilkan *brand awareness*.

Guna mendukung penelitian yang dilakukan oleh penulis, terdapat sepuluh referensi jurnal terdahulu yang dapat menjadi pendukung. Penelitian terdahulu pertama yang berhubungan dengan penelitian ini adalah “Pengaruh *Brand awareness* Properti: Analisis *Content marketing* dan *Social media* (Kasus: Citra Garden City Jakarta)” oleh Waoma dan Dwihartono (2020), terdapat pengaruh yang signifikan dan positif diberikan oleh *content marketing* terhadap *brand awareness* pada sampel Citra Garden City Jakarta. Sehingga dengan *content marketing* yang semakin menarik juga akan meningkatkan *brand awareness*. Maka dari itu dapat dikatakan bahwa *content marketing* dan *brand awareness* berjalan secara bersamaan. Kedua, pada penelitian berjudul “*Bridging the Online Offline Gap: Assessing The Impact of Brands’ Social Network Content Quality on Brand awareness and Purchase Decision*” oleh Dabbous dan Barakat (2019) menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan positif dari seluruh variabel di atas. Selain itu, *brand awareness* juga mampu menjadi variabel mediasi yang bersifat positif terhadap kualitas konten, interaktivitas merek, dan keputusan pembelian luring (Dabbous dan Barakat, 2019). Penelitian terdahulu ketiga dengan judul “Pengaruh Konten Instagram Ads @Luxebarbershop Terhadap Peningkatan *Brand awareness*” oleh Paramitha dan Doho (2021) menyatakan terdapat korelasi yang sangat kuat diantara kedua variabelnya. Hal ini dikarenakan oleh hasil responden yang mayoritasnya setuju dengan pertanyaan pada ruang lingkup Instagram ads yang berasal dari faktor sikap dan kognitif suatu individu dalam memproses dan menganalisis pesan yang bersifat persuasif dan *brand awareness* (Paramitha dan Doho, 2021).

Keempat, dalam penelitian terdahulu berjudul “Strategi *Content marketing* Untuk Membangun *Brand awareness* (Studi Kasus Video *Aftermovie Djakarta Warehouse Project*)” oleh Aprilia, et al. menyatakan bahwa strategi yang digunakan adalah lima pilar penting yang harus terkandung dalam *aftermovie* DWP, disebarluaskan lewat sosial media adalah hal yang penting dan menyebabkan adanya keterlibatan konsumen dalam membangun *brand awareness* dari penontonnya terhadap DWP (Aprilia, et al., 2019). Kelima, Penelitian dengan judul “Pengaruh *Content marketing* Terhadap Pembentukan *Brand awareness* Pada Kalbis Institute” yang dilakukan oleh Pertiwi dan Gustafa (2018) menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara *content marketing* terhadap *brand awareness* Kalbis Institute. Hal ini dapat

terjadi karena medianya sering memberikan informasi secara rutin tentang Kalbis Institute (lewat gambar dan video yang diunggah di Instagram) dan adanya konsistensi dalam menjalankan bisnis, serta penggunaan foto profil yang berupa logo *brand* membantu membangun *brand awareness* (Pertiwi dan Gustafa, 2018). Penelitian keenam, oleh Anita dan Ardiansyah (2019) yang berjudul “The Effect of *Brand awareness, Brand image, and Media Communication on Purchase Decision in The Context of Urban Area Restaurant*” memberikan hasil dimana *brand awareness* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, karena konsumen akan tetap membeli meskipun tidak mengenal mereknya; terdapat pengaruh signifikan antara *brand image* terhadap keputusan pembelian, karena *brand image* membuat konsumen paham bahwa merek itu layak untuk dikunjungi; terdapat pengaruh signifikan antara media komunikasi terhadap keputusan pembelian, karena pembeli menemukan merek restoran Gubuk Makan Mang Engking lewat *website, Zomato, dan lainnya*; dan terdapat pengaruh signifikan antara *brand awareness, brand image, dan media komunikasi* terhadap keputusan pembelian, hal ini dlandasi oleh variabel independen yang memiliki pengaruh yang kuat terhadap keputusan pembelian (Anita dan Ardiansyah, 2019).

Penelitian terdahulu ketujuh dilakukan oleh Muthiah dan Setiawan (2019) dengan judul “Pengaruh *Brand awareness, Brand Characteristic, dan Emotional Branding Terhadap Keputusan Pembelian*”. Penelitian ini menyatakan bahwa *brand awareness, brand characteristic, dan emotional branding* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian; *brand awareness* tidak memengaruhi keputusan pembelian, karena keputusan pembelian dalam kasus ini lebih dipengaruhi oleh *review* produk yang berasal dari luar negeri (*brand awareness* terhadap produk kosmetik luar negeri ditemukan lebih tinggi pada sampel; *brand characteristic* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, karena konsumen menilai dahulu sebelum melakukan pembelian; dan *emotional branding* berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Muthiah dan Setiawan, 2019). Kedelapan, penelitian dengan judul “*The Impact of Content marketing, Social media Marketing and Online Convenience on Consumer Buying Decision Process*” oleh Alkharabsheh dan Zhen (2021). Penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara *content marketing* terhadap proses keputusan pembelian pelanggan (terjadi karena faktor konten yang dibuat oleh selebriti); *Social media marketing* memiliki pengaruh signifikan terhadap proses keputusan pembelian pelanggan; dan *online convenience* berpengaruh signifikan terhadap proses keputusan pembelian pelanggan (jasa pengiriman bisa menjadi faktor yang mendukungnya) (Alkharabsheh dan Zhen, 2021).

Kesembilan, penelitian yang berjudul “*The Influence of Using Instagram as a Promotional Media in Building Brand awareness and Its Impact on Purchase Decision of Bulog Products in Shopee*” oleh Simbolon, et. al (2022), menyatakan bahwa *Social media marketing* lewat Instagram berpengaruh signifikan terhadap *brand awareness*; *Social media marketing* lewat Instagram berpengaruh signifikan terhadap pembelian keputusan; *brand awareness* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian; dan *brand awareness* memediasi pengaruh dari *Social media marketing* terhadap keputusan pembelian. Perusahaan dapat memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan *brand awareness*, membangun merek, meningkatkan image perusahaan dan menciptakan komunikasi yang interaktif. Nantinya di masa depan, media sosial akan menjadi pusat aktivitas pemasaran. (Simbolon, et al., 2022). Berdasarkan penjelasan ini, maka dari itu dapat disampaikan bahwa pemasaran lewat media sosial akan menjadi suatu hal yang lumrah dan semakin digandrungi lagi di masa depan,

maka dari itu dalam melakukannya juga harus memiliki pengetahuan yang tepat dan mendalam. Salah satunya yang berperan di dalam pemasaran lewat media sosial adalah *content marketing*. Terakhir, kesepuluh, penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ansari, et al. (2019) dengan judul “*Impact of Brand awareness and Social media Content marketing on Consumer Purchase Decision*”. Penelitian yang dilakukan di Pakistan ini menyatakan bahwa konten dapat dikemas dalam banyak bentuk, diantaranya adalah blog, video, gambar, ulasan, dan lainnya. Konten biasanya digunakan oleh perusahaan B2C lewat media sosial, artikel situs, dan lainnya. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa *brand awareness* memiliki pengaruh positif yang signifikan, tetapi lemah terhadap keputusan pembelian pelanggan (karena *brand awareness* membantu memberikan kejelasan sebelum pelanggan memutuskan untuk melakukan pembelian) dan *Social media content marketing* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan (karena konten yang kuat menyebabkan pelanggan untuk cenderung membeli sebuah produk) (Ansari, et al., 2019).

LANDASAN TEORI

Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler [1] pemasaran adalah proses di mana para perusahaan *engage* (berhubungan) dengan para pelanggan, membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, dan menciptakan *value* (nilai) pada pelanggan dalam rangka mendapatkan *value* (nilai) dari *customer* sebagai pengembaliannya.

Berdasarkan pengertian di atas, dapat dikatakan bahwa pemasaran adalah kegiatan yang melibatkan peran pelanggan dalam interaksi 2 arah secara konsisten dan kontinu sehingga tercipta makna yang didapatkan bagi satu sama lain.

Digital Marketing

Pemasaran digital dan media sosial adalah bentuk pemasaran langsung yang paling cepat bertumbuh. Pemasaran ini menggunakan berbagai alat seperti situs, video daring, surel, *blog*, media sosial, periklanan *mobile* dan aplikasi, dan platform digital lainnya untuk berhubungan langsung dengan konsumen dimanapun, kapanpun lewat komputer, *smartphone*, tablet, *internet ready TV*, dan gawai digital milik mereka lainnya. Luasnya penggunaan internet dan teknologi digital memberikan pengaruh dramatis pada keduanya, baik pembeli dan pemasar yang melayani mereka [1]. Berdasarkan pengertian ini, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan media digital dan sosial merupakan cara pemasaran praktis yang berkembang dengan pesat.

Menurut Caffey (2013) di dalam Ramadhan, et al. [2], *digital marketing* adalah pemanfaatan teknologi dalam membantu kegiatan pemasaran dengan tujuan untuk menyajikan informasi kepada pelanggan dengan cara yang sesuai dengan kebutuhannya. Selat itu menurut Caviello & Marcolin (2001) di dalam Ramadhan, et al. [2] juga, tujuan pemasaran digital adalah guna menghubungkan konsumen dengan perusahaan sehingga dapat bertukar informasi dan saling berkomunikasi.

Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa pemasaran digital merupakan kegiatan pemasaran dengan teknologi dengan menyajikan informasi pada khalayak umum untuk mengundang interaksi dan komunikasi antar produsen dan konsumen.

Online Course

Kursus (*course*) adalah pendidikan nonformal yang ada untuk mengganti, menambah, dan atau menjadi pelengkap pendidikan formal. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional Pasal 26 [3], kursus dan pelatihan diadakan untuk masyarakat yang membutuhkan bekal pengetahuan, keterampilan, kecakapan hidup, dan sikap untuk mengembangkan diri, profesi, bekerja, usaha mandiri, dan/atau melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi.

Menurut Riyana, C. dalam Modul 1 Konsep Pembelajaran *Online, online learning* adalah sistem yang memberikan fasilitas kepada para siswa untuk belajar lebih luas, banyak, dan bervariasi sehingga mereka dapat belajar kapanpun dan dimanapun tanpa dibatasi jarak, ruang dan waktu lewat materi baik verbal maupun visual, audio, dan gerak. Sistem ini menekankan siswa untuk teliti dan jeli dalam memproses informasi yang diberikan, didukung dengan komunikasi yang interaktif antar siswa dan pengajar baik lewat internet, telepon, dan lainnya. Menurut Williams [4], *online learning* adalah koleksi besar dari komputer dalam jaringan yang terikat menjadi satu sehingga ada banyak pengguna yang mampu membagikan sumber dayanya dengan luas.

Berdasarkan pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kursus *online* adalah pendidikan informal yang ditujukan untuk pengembangan diri dalam hal ilmu pengetahuan baik teori maupun terapan yang dilakukan lewat jarak jauh, memanfaatkan teknologi dan internet dan dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun.

Social Media

Menurut Kaplan & Haenlein (2010) di dalam Anwar, F. [5], media sosial merupakan kumpulan dari aplikasi berbasis internet, berlandaskan ideologi dan dengan teknologi Web 2.0 yang memungkinkan untuk membuat dan membagikan konten oleh para penggunanya. Menurut Khan GF, et al (2013) di dalam Anwar, F. [5], keuntungan dari media sosial adalah konektivitas sosial (jejaring), keterlibatan sosial (aktif), pembaharuan (*update*) informasi, dan *entertainment*. Manfaat positif lebih dirasakan oleh penggunanya. Setiap individu pengguna media sosial harus memiliki kesadaran diri mengenai konten yang diunggah dapat memengaruhi citra diri dan hubungan sosial dengan berbagai pihak [5].

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah sebuah kumpulan dari berbagai aplikasi dengan basis internet dengan kegiatan penggunaannya berupa termasuk membuat dan mengunggah konten guna menambah relasi, interaksi, dan menghibur diri. Para penggunanya juga harus memiliki batasan diri dan berhati-hati dalam mengunggah konten agar tidak mencoreng citra diri dan hubungan dengan pihak lainnya.

TikTok

TikTok merupakan aplikasi jejaring sosial dan *platform music video* yang memungkinkan penggunaannya untuk membuat, mengedit, dan membagikan video dengan durasi pendek dengan berbagai pilihan *filter* dan *music* sebagai atribut pendukungnya. Durasi maksimal dari video adalah 5 menit. Aplikasi ini didirikan sejak tahun 2016 di Tiongkok oleh Zhang Yiming di bawah naungan perusahaan ByteDance dan dengan nama asal aplikasinya adalah Douyin. Dengan respon positif pengguna, maka Byte Dance merambah ke dunia internasional. TikTok menjadi aplikasi yang viral di Indonesia sejak tahun 2018, namun sempat diblokir pada awal Juli 2018 oleh Kementerian Komunikasi dan

Informatika (Kominfo) karena belum mematuhi ketentuan yang ada di Indonesia dan pemblokiran tersebut diangkat sekitar satu minggu setelahnya.

Aplikasi ini memiliki kurang lebih 92 juta pengguna di Indonesia (per Juli 2021) dan memiliki berbagai fitur, yaitu penambah music, filter video, stiker dan efek video, pengubah suara, *beautify*, *caption* otomatis, hapus komen dan blokir pengguna secara massal, dan *live*.

Content Marketing

Content marketing adalah pendekatan *marketing* yang melibatkan pembuatan, kurasi, pendistribusian, dan penguatan konten yang menarik, relevan dan berguna untuk kelompok audiens yang terdefinisi jelas untuk menciptakan percakapan tentang konten. *Content marketing* adalah salah satu bentuk dari jurnalisme dan publikasi merek yang menciptakan koneksi lebih dalam di antara *brand* dan pelanggan. *Brand* yang mengimplementasikan konten *marketing* yang baik menyediakan pelanggan akses pada konten *original* berkualitas tinggi sambil menceritakan kisah tentang merek mereka dalam prosesnya. *Content marketing* mulai berperan sebagai penyampai cerita. [6]

Menurut Kotler [1], *content marketing* adalah membuat, menginspirasi dan membagikan pesan merek dan percakapan dengan dan terhadap sesama pelanggan dari berbagai campuran *channel* baik berbayar, dimiliki, didapatkan, dan dibagikan.

Maka dari itu, berdasarkan pengertian-pengertian di atas, dapat dikatakan bahwa *content marketing* adalah sebuah kegiatan menciptakan dan mengreasikan konten untuk menyampaikan makna merek dan mengundang interaksi pelanggan pada berbagai kanal lewat menceritakan kisah sebuah *brand* dalam bentuk konten yang *original* dan berkualitas tinggi.

Menurut Rebecca Lieb di dalam Yusuf et al [7] *content marketing* merupakan strategi pemasaran lewat menghasilkan konten guna menginformasikan konsumen dengan persuasif (mengajak) mengenai produk yang dipasarkan. Berfokus pada membuat dan mendistribusikan konten yang bermakna, relevan, dan konsisten sehingga mampu mendapatkan perhatian penontonnya.

Dapat disimpulkan bahwa tujuan dari *content marketing* adalah mengedukasi para pelanggan dengan cara menjembatani produsen dan konsumen untuk saling bertukar informasi.

Indikator Content Marketing

Menurut Mihinhos (2015) di dalam Amalia [8], indikator dari *content marketing* yang harus dipenuhi agar konten dapat diukur adalah:

- a. Relevansi: Pemasar mampu menyajikan konten yang relevan atau sesuai dengan konteks masalah yang dihadapi oleh pelanggan dan tidak melebar dari kebutuhan.
- b. Akurasi: Pemasar mampu menyajikan konten yang akurat atau tepat sesuai realita yang terjadi dalam kehidupan nyata.
- c. Bernilai: Pemasar mampu menyajikan konten yang bermakna, berguna, bermanfaat, dan bernilai jual bagi pelanggan agar mampu menstimulasi perilaku konsumen.
- d. Mudah Dipahami: Pemasar mampu menyediakan konten yang tidak berbelit-belit, mudah dibaca dan dicerna oleh konsumen.
- e. Mudah Ditemukan: Pemasar mampu mendistribusikan konten lewat penggunaan media yang tepat, sehingga isi informasi dapat segera didapatkan oleh konsumen.

- f. Konsisten: Pemasar mampu memberikan kualitas dan kuantitas konten yang stabil, kontinu, dan tepat waktu kepada konsumen agar tidak ada informasi yang tertinggal atau terlambat disampaikan.

Konsep *Content* TikTok

Jumlah penggunaannya yang tinggi di Indonesia menjadi refleksi bahwa aplikasi ini memiliki banyak kelebihan dan konsep yang menarik sehingga diminati oleh banyak orang. Konsep konten yang dimiliki oleh TikTok adalah:

- a. *Home*: Halaman utama yang menampilkan video-video rekomendasi yang sedang *trend*, banyak disukai, dan banyak dilihat. Terdiri atas 2 *tab*, yaitu FYP dan *Following*.
 - a) *For you Page* (FYP): Menampilkan video-video rekomendasi yang sedang menjadi tren, bisa berasal dari akun yang pengguna ikuti maupun tidak. Bisa juga berisi video dengan jenis sama seperti yang biasa dilihat atau akun yang diikuti.
 - b) *Following*: Menampilkan video-video yang diunggah oleh akun-akun yang diikuti oleh pengguna.
- b. *Discover*: Menampilkan video yang sedang tren dalam bentuk berbagai kategori tagar. Bisa juga melakukan pencarian video atau *music* di kolom pencariannya. Selain itu juga ditampilkan berbagai *banner* iklan dari berbagai *event* yang tengah diadakan oleh TikTok.
- c. *Post*: Tempat dimana pengguna bisa membuat video baru dengan durasi maksimal 5 menit dan dapat memanfaatkan fitur *effects*, filter, *beautify*, timer, dan *reply*.
- d. *Inbox*: Menampilkan notifikasi dari komen, *likes*, *mentions*, tag, *comment like*, *profile views*, *reply*, pengikut baru, TikTok sendiri, dan akun-akun yang sedang melakukan *live*. Selain itu juga bisa melihat pesan pada *direct message* dari berbagai sumber (baik pengikut, akun yang diikuti, maupun orang asing).
- e. *Comment*: Bentuk interaksi dari para penonton video kepada pemilik akun.
- f. *Reply*: Bentuk interaksi dari pemilik akun kepada komentar-komentar yang diberikan oleh para penonton di bagian *comment*.
- g. *Follow*: Pengguna bisa mengikuti akun-akun pengguna lainnya yang bisa terhubung dengan kontak, akun-akun yang direkomendasikan, dan lain-lain.
- h. *Privacy Setting*: Pemilik video dapat mengatur siapa saja yang dapat melihat video tersebut, siapa saja yang dapat berkomentar, duet, dan *stitch*.
- i. *Filters*: Untuk mempercantik video yang dibuat agar terlihat lebih baik lagi. Terdapat 42 filter yang dapat digunakan.
- j. *Effects*: Memanfaatkan teknologi *face recognition*, tampilan wajah maupun gambar dapat berubah menjadi berbagai bentuk dan warna tergantung dari efek yang digunakan. Misalnya topeng *spiderman*, garis lampu neon, maupun lainnya. Efek dapat berupa hasil karya dari seseorang yang dapat digunakan oleh khalayak luas
- k. *Beautify*: Untuk mempercantik video dengan *touch up*. Bisa membuat wajah terlihat lebih putih, lebih gelap, tirus, halus, dan lainnya.
- l. *Timer*: Berupa hitungan mundur saat mau mulai merekam video yang dapat dimanfaatkan oleh pembuat video agar lebih siap di depan kamera. Durasi hitungan mundur bervariasi, dimulai dari 0 detik hingga 10 detik.

- m. *Sound*: Pembuat video dapat memasukkan berbagai musik milik sendiri, orang lain, maupun lagu-lagu yang memiliki hak cipta yang dapat digunakan dengan bebas pada aplikasi ini.
- n. *Caption*: Berupa tulisan (teks) judul video atau pesan yang ingin disampaikan pada penonton yang terletak di bagian bawah kiri video.
- o. *Hashtag*: Merupakan kata kunci yang diawali dengan tagar untuk mempermudah pencarian, meningkatkan *view*, dan lain-lain. Dapat dikatakan sebagai label juga.
- p. *Location*: Menandakan lokasi sesuai dengan tempat video tersebut diambil, diunggah, maupun sesuai dengan keinginan pemilik video.
- q. *Likes*: Bentuk interaksi para penonton dengan pemilik video, berupa reaksi menyukai video yang diberikan oleh penonton kepada pembuatnya atau pengunggahnya. Dilakukan dengan menekan tombol hati pada sisi kanan video maupun mengetuk video sebanyak 2 kali.
- r. *Mentions*: Pengguna dapat memanggil pengguna lainnya untuk melihat video, ikut mengomentari, maupun lainnya. Bisa disematkan pada *caption* ataupun pada kolom komentar, biasa diawali dengan “@”.
- s. *Duet*: Merupakan fitur yang dapat digunakan pengguna lain yang ingin mengolaborasikan videonya dengan pemilik awal video. Video nantinya akan diputar pada saat bersamaan dan diletakkan berdampingan dengan pemilik video aslinya. Namun tidak semua pengguna bisa melakukan ini, tergantung pada pengaturan privasi video pemiliknya.
- t. *Stitch*: Merupakan fitur yang memungkinkan pengguna lain untuk menampilkan video awal milik orang lain selama beberapa detik saja, kemudian dilanjutkan dengan video miliknya. Ini bisa dilakukan sebagai pemberian komentar maupun apresiasi, maupun lainnya. Namun tidak semua pengguna bisa melakukan ini, tergantung pada pengaturan privasi video pemiliknya.
- u. *Add to Favorites*: Penonton dapat menyimpan video tersebut ke dalam album favoritnya, sehingga akan lebih mudah untuk dicari atau untuk ditonton kembali pada lain waktu. Namun tidak semua pengguna bisa melakukan ini, tergantung pada pengaturan privasi video pemiliknya.

Brand Awareness

Menurut Aaker di dalam Fahira & Mustikasari [9], *brand awareness* merupakan kemampuan pelanggan untuk mencari, mendapatkan, dan mengingat merek dari kategori produk yang ada.

Menurut Keller (1998) di dalam Pertiwi & Gustafa [10], *brand awareness* adalah kekuatan dari merek untuk melekat pada ingatan konsumen yang direfleksikan lewat kemampuan mereka dalam mengenali merek pada kondisi yang berbeda-beda. Kesadaran merek juga merujuk pada kekuatan dari eksistensi suatu merek dalam benak konsumen. Agar menarik, merek harus unik dan berbeda dari pesaing lainnya.

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa *brand awareness* atau kesadaran merek adalah kekuatan dari sebuah merek untuk berada dan menempel pada ingatan dan benak konsumen.

Indikator dan dimensi *Brand Awareness*

Menurut Kotler & Keller (2012) di dalam Kinanti & Imran [11] dan Kotler & Keller [6], indikator *brand awareness* adalah:

- a. *Brand Recognition*: Sejauh mana konsumen mampu mengidentifikasi (mengenal) merek pada sebuah kategori. Dideskripsikan dalam 3 pernyataan, yaitu masyarakat menyadari, mengenali, dan mengetahui keberadaan merek.
- b. *Brand Recall*: Sejauh mana konsumen mampu mengingat merek apabila ditanyakan merek apa saja yang diingat. Dideskripsikan dalam 4 kalimat pernyataan, yaitu masyarakat mengetahui, mengingat, menyukai, dan memiliki produk pada merek tersebut.
- c. *Purchase*: Sejauh mana konsumen memilih merek ketika akan melakukan pembelian produk. Dideskripsikan dalam 2 kalimat pernyataan, yaitu masyarakat yakin dan memiliki produk pada merek tersebut.
- d. *Consumption*: Sejauh mana konsumen mengingat merek tersebut ketika menggunakan produk dari pesaing. Dideskripsikan dalam 2 kalimat pernyataan, yaitu merek selalu menjadi pilihan masyarakat dan sudah menjadi *top of mind* bagi masyarakat.

Menurut Aaker di dalam Fahira & Mustikasari [9], dimensi *brand awareness* adalah:

- a. *Unaware of Brand* (tidak menyadari keberadaan merek): Kondisi responden sama sekali tidak mengenal merek tersebut.
- b. *Brand Recognition* (pengenalan merek): Responden menjawab lewat bantuan.
- c. *Brand Recall* (pengingatan kembali): Merek apa saja yang diingat oleh responden setelah menyebutkan merek pertama saat ditanya tentang produk tertentu.
- d. *Top of Mind* (puncak pikiran): Merek diingat paling pertama kali oleh responden saat ditanya tentang produk tertentu.

METODE PENELITIAN

Teknik pengumpulan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode *literature review* dengan menggunakan data sekunder yang berasal dari penelitian terdahulu, buku terkait, serta *website* organisasi/perusahaan tertentu. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu *content marketing*. Variabel dependen yang terdapat dalam penelitian ini yaitu *brand awareness*. Sampel dalam penelitian ini yaitu akun TikTok @englishacademy_id.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pemaparan di atas dan analisis penulis, pada permasalahan pertama dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh dari *content marketing* yang dilakukan oleh @englishacademy_id di TikTok terhadap *brand awareness* @englishacademy_id. Hal ini terjadi karena *content marketing* yang disajikan berupa video lewat TikTok akan mendapat kesempatan untuk ditemui oleh audiens apabila sudah memenuhi indikator dari *content marketing*. Kemudian lewat paparan konten (video) yang berjumlah lebih dari 1 buah dan frekuensi paparan yang seiring waktu semakin meningkat, maka *brand awareness* dapat terbentuk pada pelanggan maupun calon pelanggan. *Content* yang dikemas dengan sebaik dan semenarik mungkin akan berjalan beriringan dan selaras dengan *brand awareness*. Maka dari itu apabila *content*nya menarik, maka akan meningkatkan *brand awareness* juga.

Hasil penelitian ini juga telah didukung oleh berbagai penelitian terdahulu yang telah dipaparkan di atas. Khususnya pada penelitian pertama, ketiga, dan kelima, serta didukung oleh teori dasar dari variabel yang digunakan dalam penelitian ini lewat kutipan yang bersumber dari penelitian terdahulu lainnya yang sudah dimuat di atas.

Pada permasalahan kedua, dapat dinyatakan bahwa efektivitas *content marketing* dan *brand awareness* @englishacademy_id di TikTok harus dilakukan penelitian yang lebih merinci lagi karena bersifat relatif, yaitu tergantung pada untuk tujuan apa. Agar *content marketing* kemudian dapat memberikan signifikansi yang jauh lebih besar lagi terhadap *brand awareness*, maka indikator *content marketing* dapat dipenuhi sebaik dan semaksimal mungkin. Salah satunya adalah, *content marketing* pada penelitian ini dapat dikatakan efektif apabila membahas pada *insight* yang akan didapatkan oleh para audiensnya. Karena *content* yang disajikan adalah berupa video yang menjelaskan tentang bahasa Inggris yang tinggal didengarkan maupun ditonton hingga akhir durasinya oleh audiens. Dengan penjelasan yang mudah dimenegerti, tidak bertele-tele, dan dikemas dengan tampilan menarik sehingga nyaman untuk dilihat, dan tepatnya memenuhi indikator *content marketing* yang sudah dimuat di atas, maka *content marketing* dikategorikan efektif. *Brand awareness* pada penelitian ini dapat dikatakan efektif ketika *insight* yang telah didapatkan dari konten membekas di benak audiens sehingga dapat terus diingat. *Brand awareness* bisa didapatkan baik dari *insight* yang bersifat positif maupun negatif. *Brand awareness* juga mampu menjadi variabel mediasi yang bersifat positif terhadap kualitas konten, interaktivitas merek, dan keputusan pembelian luring (Dabbous dan Barakat, 2019).

Terakhir, pada permasalahan ketiga dapat dinyatakan bahwa penggunaan TikTok sebagai media bagi @englishacademy_id sudah efektif. Karena berdasarkan data yang telah disediakan di atas pada bagian pendahuluan, dimana mayoritasnya digunakan oleh pengguna dalam rentang usia 18- 24 tahun dengan komposisi 14,8% wanita dan 15,9% pria di Indonesia. Umumnya berupa pelajar dan mahasiswa yang aktif bermain media sosial dan cenderung mengikuti tren. Disamping itu juga tengah bersiap-siap untuk masuk pada usia produktif dan terjun ke dunia kerja, dimana umumnya membutuhkan *skill* berbahasa Inggris. Kisaran umur ini memiliki daya beli (meskipun terbatas), namun telah dapat membuat keputusan sendiri, mengerti apa yang dibutuhkan oleh dirinya sendiri. Sehingga sudah tepat sasaran untuk membangun *brand awareness* pada pengguna dalam rentang usia ini. Lewat paparan konten dengan frekuensi yang cukup tinggi memungkinkan proses difusi materi berbahasa Inggris dari akun @englishacademy_id juga baik dalam jangka waktu cepat atau lambat. Ketika proses difusi ini terjadi, maka lama kelamaan, pengguna dapat mengenali merek English Academy dan terbangunlah *brand awareness*. Namun untuk semakin memaksimalkan potensi yang ada di TikTok untuk melakukan pemasaran, maka hendaknya terdapat penguasaan pengetahuan teoritis dan teknis dari media yang digunakan harus lebih dimaksimalisasi lagi guna dapat memahami selah dan dapat mengambil kesempatan dalam melakukan *content marketing* di TikTok.

PENUTUP

Kesimpulan

Media sosial akan menjadi masa depan bagi pemasaran *digital*. Besar manfaat yang telah dirasakan dengan adanya media sosial, salah satunya TikTok yang memungkinkan

penggunaannya untuk menerima banyak informasi, tak terkecuali pengetahuan. Pemaparan dan pembahasan yang telah diberikan di atas memungkinkan peneliti untuk menyampaikan kesimpulan berupa adanya pengaruh yang signifikan terjadi antara *content marketing* dan *brand awareness* pada objek penelitian akun TikTok @englishacademy_id. Hal ini terwujud dengan pemenuhan indikator *content marketing* dan *brand awareness*. Selain itu *content marketing* dan *brand awareness* @englishacademy_id di TikTok bersifat relatif. Maka dari itu penelitian lebih lanjut harus dilakukan lagi di masa mendatang guna mengetahui lebih pasti efektivitasnya. Terakhir, penggunaan TikTok dapat dikategorikan sebagai media pilihan yang tepat, karena mayoritas penggunaannya di Indonesia ada pada rentang usia yang gemar mengikuti tren dan memiliki daya beli.

Adapun keterbatasan penelitian ini yang dirasakan oleh peneliti berupa waktu penelitian yang relatif pendek, sehingga penyempurnaan kelengkapan penelitian diharapkan dapat diwujudkan pada penelitian lainnya di masa mendatang dengan durasi yang lebih panjang lagi. Selain itu sumber literatur yang meneliti tentang TikTok masih bersifat terbatas karena merupakan aplikasi yang cenderung baru, sehingga kekayaan informasi dapat lebih ditingkatkan lagi pada penelitian yang akan dilakukan di masa mendatang.

Peneliti menyarankan untuk dilaksanakannya penelitian dengan metode kuantitatif guna mendapatkan hasil yang lebih rinci lagi kedepannya. Dengan besar harapan setelah pandemi COVID-19 berakhir, penelitian dapat dilaksanakan seperti dahulu lagi, sehingga bisa mendapatkan sampel dari populasi yang lebih tepat. Karena membandingkan dengan penelitian yang dilakukan secara *digital* memiliki populasi dan sampel yang terlampaui lebih besar dibandingkan dengan secara konvensional. Serta peneliti menyarankan untuk penelitian yang akan datang untuk menambahkan variabel bebas lainnya yang masih berhubungan dengan konten juga seperti *customer engagement* dan *content quality* guna mampu memahami *content* secara lebih holistik lagi.

Rekomendasi yang dapat penulis berikan kepada objek penelitian, yaitu akun TikTok @englishacademy_id adalah untuk menghasilkan konten yang lebih menarik dan berkualitas lagi lewat mengikuti berbagai tren, memberikan bantuan atau solusi para audiens, dan lainnya. Selain itu juga memenuhi indikator-indikator *content marketing* agar semakin baik sehingga mampu untuk membangun *brand awareness* lebih baik lagi.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya yang telah Ia berikan, serta kepada pihak-pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan penelitian ini.

DAFTAR REFERENSI

- [1] P. Kotler, G. Armstrong and M. O. Opresnik, "Principles of Management," Pearson, 2018, p. 515.
- [2] Ramadhan, Priatama, Az-Zuhaida, Akalili and Kulau, "Analisis Teknik Digital Marketing pada Aplikasi TikTok (Studi Kasus Akun TikTok @jogjafoodhunterofficial)," Socia: Jurnal Ilmu-ilmu Sosia, vol. 18, no. 1, pp. 49-60, 2021.
- [3] Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional.
- [4] B. Williams, The Internet For Teachers, IDG Books Worldwide Inc., 1999.

- [5] F. Anwar, "Pengaruh Content di Instagram Stories @lcheesefactory Terhadap Minat Beli Konsumen," JOM FISIP, vol. 7, no. 1, 2020.
- [6] P. Kotler, H. Kartajaya and I. Setiaw, Marketing 4.0 Moving from Traditional to Digital, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc, 2017.
- [7] R. Yusuf, H. Hendrayati and L. A. Wibowo, "Pengaruh Konten Pemasaran Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan," Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosisal, vol. 1, no. 2, pp. 506-515, 2020.
- [8] C. Amalia, "Pengaruh Content di Instagram Stories@lcheesefactory Terhadap Minat Beli Konsumen," JOM FISIP, vol. 7, no. 1, 2020.
- [9] D. S. Fahira and A. Mustikasari, "Perancangan Promosi Melalui Media Sosial TikTok Untuk Meningkatkan Brand Awareness Sobat Indihome (Studi Kasus di PT Telkom Witel Bandung 2021)," e-Proceeding of Applied Science, vol. 7, no. 4, pp. 650-663, 2021.
- [10] D. Pertiwi and H. Gustafa, "Pengaruh Content Marketing Terhadap Pembentukan Brand Awareness Pada Kalbis Institute," Jurnal Media Kom, vol. VIII, no. 2, pp. 45-57, 2018.
- [11] A. Kinanti and A. Imran, "Pengaruh Digital Marketing Terhadap Brand Awareness Lemonilo Melalui Instagram," e-Proceeding of Management, vol. 8, no. 2, p. 1787, 2021.
- [12] O. Alhkarabsheh and B. Zhen, "The Impact of Content Marketing, Social Media Marketing and Online Convenience on Consumer Buying Decision Process," Conference on Management, Business, Innovation, Education and Social Science, vol. 1, no. 1, 2021.
- [13] Datareportal, 2021. [Online]. Available: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia?rq=indonesia>.
- [14] Datareportal, 2021. [Online]. Available: <https://datareportal.com/global-digital-overview>.
- [15] S. Gunelius, Content Marketing for Dummies, For Dummies, 2011.
- [16] A. Dabbous and K. A. Barakat, "Bridging the online offline gap: Assessing the impact of brands' social network content quality on brand awareness and purchase intention," Journal of Retailing and Consumer Services 53 (2020) 101966, 2019.
- [17] H. Paramitha and Y. Doho, "Pengaruh Konten Instagram Ads @Luxebarbershop Terhadap Peningkatan Brand Awareness," Journal of Research on Business and Tourism, vol. 1, no. 2, pp. 119-127, 2021.
- [18] G. Waoma and B. DwiHartono, "Pengaruh Brand Awareness Properti: Analisis Content Marketing Dan Social Media (Kasus: Citra Garden City Jakarta)," Jurnal Manajemen Bisnis dan Publik(JMBP), vol. 1, no. 1, pp. 41-47, 2020.
- [19] L. Aprilia, D. A. Candraningrum and N. Pandrianto, "Strategi Content Marketing Untuk Membangun Brand Awareness (Studi Kasus Video Aftermovie Djakarta Warehouse Project)," Prologia, vol. 3, no. 1, pp. 177-181, 2019.
- [20] T. L. Anita and I. Adiansyah, "The Effect of Brand Awareness, Brand Image, and Media Communication on Purchase Decision in The Context of Urban Area Restaurant," Journal of Business and Entrepreneurship, vol. 7, no. 2, pp. 40-50, 2019.
- [21] F. Muthiah and B. Setiawan, "Pengaruh Brand Awareness, Brand Characteristic, dan Emotional Branding Terhadap Keputusan Pembelian," Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan, vol. 7, no. 2, pp. 259-267, 2019.
- [22] S. Ansari, G. Ansari, M. U. Ghorri and A. G. Kazi, "Impact of Brand Awareness and Social Media Content Marketing on Consumer Purchase Decision," Journal of Public Value

- Administration Insights (JPVAI), vol. 2, no. 2, pp. 5-10, 2019.
- [23] F. P. Simbolon, R. A. Nurcholifa and M. Safarina, "The Influence of Using Instagram as a Promotional Media in Building Brand Awareness and Its Impact on Purchase Decision of Bulog Products in Shopee," *Binus Business Review*, vol. 13, no. 1, pp. 57-66, 2022.
- [24] F. Anwar, "Perubahan dan Permasalahan Media Sosial," *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, vol. 1, no. 1, pp. 137-144, 2017.
- [25] S. Sari, Syamsuddin and Syahrul, "Analsisi Brand Awareness dan Pengaruhnya Terhadap Buying Decision Mobil Toyota Calya di Makassar," *Journal of Business Administration (JBA)*, vol. 1, no. 1, pp. 37-48, 2021.
- [26] C. Riyana, *Produksi Bahan Pembelajaran Berbasis Online*, Universitas Terbuka.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN

PENGARUH AUDIT OPERASIONAL DAN PENGENDALIAN INTERNAL TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN (STUDI KASUS PADA CV. KYNI SUKSES)

Oleh

Yeni Elfiza Abbas¹, Endang Setyorini², Budiandru³

^{1,2}Progam Studi Akuntansi dan Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Swadaya, Jakarta,

³Universitas Muhammadiyah Prof Dr. Hamka, Jakarta

E-mail: ¹yeni.abbas@stieswadaya.ac.id, ²budiandru@uhamka.ac.id

Article History:

Received: 16-12-2022

Revised: 25-01-2023

Accepted: 29-01-2023

Keywords:

Operational Audit,
Internal Control,
Company Performance

Abstract: *The Effect Operational Audit and Internal Control of Company Performance (a Case Study Based on CV Kyni Sukses). Guided by Har Agus Jayawan, SE, SH, MM and Dr. Yenni Elfira Abbas, SE, Ak, MM. Dry clean laundry services are small and medium enterprizes (UKM) which are engaged in washing clothes, bed sheets, bed cover and others. Every laundry servies are required to be a service organization that focuses in customer service, so it has an ability to sustain the company operational audit and internal control are also implemented by CV Kyny Sukses for improving the company performance. This research is a causal comparative study with quantitative approach. This research proves that there is a positive and significant influence between operational audit on company performance. Meanwhile, internal control has a negative effect on CV Kyni Sukses's company performance and does not has a significant effect. From the test result of the coefficient of determination (R²) which produces independent variables, namely operational audits and internal control on CV Kyni Sukses performance is equal to 19,8%. While the remaining 80,2% can be influenced by other variable such as the company's financial condition, SOP system that applied in this company. This study proves that there is a positive and significant influence between operational audits on company performance.*

PENDAHULUAN

Jasa Binatu Dry Clean Loundry merupakan Usaha Kecil Menengah (UKM) yang bergerak dibidang jasa pencucian pakaian, spre, bed cover dan lain lain. Laundry memiliki peran yang cukup penting dalam menunjang kebutuhan sehari – hari masyarakat, terutama dikalangan masyarakat yang memiliki kesibukan diluar rumah. Namun seiring berkembangnya jaman, laundry bukan hanya dibutuhkan oleh kalangan masyarakat saja namun juga mulai merambah ke Perusahaan – perusahaan seperti Hotel, Restoran serta Pusat-pusat pendidikan dan pelatihan seperti Pusklat Kementrian Keuangan, Pusklat Kementrian Kesehatan. Bukan hanya harga yang terjangkau dan pelayanan saja yang menjadi daya tarik pengguna jasa Loundry akan tetapi Kualitas dan kuantitas pulalah yang menjadi

pertimbangan pengguna jasa.

Setiap Jasa Laundry dituntut untuk menjadi organisasi jasa yang berfokus pada pelayanan konsumen sehingga memiliki kemampuan untuk mempertahankan kelangsungan perusahaan. Efektivitas pelayanan jasa Laundry seperti Pencucian yang bersih dan wangi akan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen dalam jasa laundry. Mengingat masih terdapat keluhan dari beberapa konsumen dalam pelayanan binatu laundry mulai dari pencucian yang kurang bersih, kurang wangi dan beberapa hal yang dapat mempengaruhi kualitas dan layanan Laundry maka setiap jasa binatu laundry dituntut untuk menciptakan pelayanan yang baik dan memuaskan, untuk menciptakan hal tersebut diperlukan serangkaian kegiatan pemeriksaan dan evaluasi atas kegiatan operasional yang dilakukan oleh perusahaan laundry, berupa audit operasional. Hasil Audit Operasional tersebut digunakan untuk bahan evaluasi kedepan sehingga Perusahaan laundry dapat terus memberikan pelayanan yang lebih baik lagi.

Menurut Aprilia, Nazar, dan Zultilisna (2017), audit operasional dan pengendalian internal perusahaan dapat berpengaruh terhadap kinerja perusahaan, penelitian ini mengatakan bahwa audit operasional dapat mengukur efektivitas kinerja perusahaan.

Kinerja karyawan yang rendah antara lain menyelesaikan pekerjaan terlambat, pekerjaan tidak sesuai dengan Standar Operasional Prosedur, adanya kesalahan dalam bekerja, akibatnya target penyelesaian tugas sulit untuk terealisasi secara baik. Kramer dan Rinsum (2016) menyatakan perusahaan dalam mencapai tujuannya, manajemen perusahaan akan memeriksa kinerja karyawannya apakah sudah sesuai dengan Standar Operasional Prosedur.

Selain itu, pada penelitian Andriani (2013), melalui dilakukannya audit operasional pada perusahaan, dapat diidentifikasinya temuan audit dan dilakukan pengembangan yang bertujuan memberikan rekomendasi pada tahap pelaporan untuk improvement yang dapat dilakukan oleh pihak manajemen. Salah satu tujuan dilakukannya pengauditan ini adalah untuk memastikan apakah kriteria (kebijakan, tujuan, rencana, atau SOP (Standards Operating Procedure)) yang ditetapkan sebelumnya sudah sesuai dengan yang sebenarnya terjadi di lapangan. Dengan mengevaluasi dan membandingkan rencana dan realisasinya melalui audit ini, perusahaan dapat mengetahui apakah kegiatan yang dilakukan sudah efektif.

Pengendalian internal juga merupakan hal yang penting dalam kegiatan operasional yang dijalankan oleh perusahaan. Pengendalian internal berfungsi untuk mengendalikan seluruh kegiatan yang terdapat dalam sebuah perusahaan. Tujuan dari adanya pengendalian internal perusahaan adalah untuk menilai tingkat keefektivitasan dan efisiensi seluruh kegiatan apakah sudah sesuai dengan tujuan. Jika pengendalian internal dalam suatu perusahaan tersebut lemah, maka kemungkinan terjadinya kesalahan yang menyebabkan efektivitas pelayanan menjadi lemah juga. Sebaliknya, jika pengendalian internal perusahaan tersebut kuat, maka tingkat kesalahan yang terjadi pasti dapat di minimalisir sehingga ketika pelayanan tidak efektif dapat diketahui dengan cepat dan juga dapat diambil tindakan-tindakan perbaikan sedini mungkin. Perusahaan juga dapat menerapkan pengendalian internal dalam meningkatkan kinerja perusahaan untuk mendapatkan hasil yang lebih baik lagi, pengendalian internal sendiri diterapkan dalam perusahaan laundry agar dapat memberikan pelayanan yang memuaskan terhadap konsumen dan menghindari adanya

kecurangan – kecurangan dalam pelaksanaan produksi dan operasional perusahaan. Kecurangan yang dilakukan dalam perusahaan laundry bisa berupa pemberian chemical yang dikurangi sehingga dapat membuat hasil pencucian menjadi tidak maksimal. Kurangnya pengawasan yang diterapkan perusahaan CV. Kyni Sukses mulai dari kurangnya pengarsipan berkas, masih banyaknya karyawan yang bekerja sesuai dengan SOP perusahaan membuat kinerja perusahaan CV. Kyni Sukses memiliki kinerja perusahaan yang sangat buruk. Dilihat dari beberapa keluhan dan masalah yang dihadapi perusahaan ini menjadi nilai buruk untuk kinerja perusahaan.

Audit Operasional dan pengendalian internal juga diterapkan oleh CV KYNI SUKSES dalam meningkatkan kinerja perusahaan. CV Kyni Sukses bergerak dibidang jasa Binatu Laundry memiliki beberapa outlet yang tersebar di beberapa wilayah di daerah Jakarta dan Bekasi, menjadi pilihan penelitian penulis agar dapat memotivasi perusahaan untuk meningkatkan kinerja perusahaan yang berujung pada peningkatan pendapatan setiap tahunnya. Peningkatan kinerja ini perlu sekali dilakukan mengingat pesaing dari kegiatan pelayanan jasa terutana bidang laundry juga semakin meningkat. Peningkatan kinerja ini dapat dilakukan dengan memastikan bahwa kegiatan operasional dalam perusahaan berjalan dengan efisien, ekonomis, dan efektif melalui kegiatan audit operasional dan pengendalian internal. Dalam pencapaian kinerja perusahaan, lingkungan bisnis menuntut untuk membentuk suatu divisi yang didesain untuk melakukan pemantauan (monitoring) yang merupakan suatu kegiatan pemberian keyakinan dan konsultasi yang bersifat independen dan objektif dengan tujuan untuk meningkatkan nilai dan memperbaiki operasional perusahaan melalui pendekatan yang sistematis. Hal ini bisa dilakukan dengan mengevaluasi dan meningkatkan efektivitas manajemen risiko, pengendalian, dan proses tata kelola perusahaan (Srihana, 2012). Dengan uraian diatas, penulis tertarik untuk meneliti lebih jauh guna mengetahui bagaimana sebenarnya audit operasional dan pengendalian internal pada CV Kyni Sukses, sehingga penulis tertarik untuk mengangkat sebuah skripsi dengan judul “Pengaruh Audit Operasional Dan Pengendalian Internal Terhadap Kinerja Perusahaan Laundry(Studi Kasus Pada Cv Kyni Sukses)”.

Rumusan Masalah

Dari uraian yang disampaikan, maka penulis mencoba merumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut : 1)Bagaimana pengaruh Audit Operasional terhadap Kinerja Perusahaan?, 2)Bagaiman pengaruh Pengendalian Internal terhadap Kinerja Perusahaan?3)Bagaimana pengaruh Audit Operasional dan Pengendalian Internal terhadap Kinerja Perusahaan CV. Kyni Sukses secara Simultan?

TINJAUAN PUSTAKA

Konsep Dasar Audit Operasional

Didalam audit operasional atau yang sering juga dikenal dengan audit manajemen terdapat beberapa istilah yang digunakan untuk menggambarkan pengkajian ulang perusahaan untuk efektivitas dan efisiensi perusahaannya. Definisi audit operasional menurut Rosfitari, (2020: 15), merupakan penelaahan atau pemahaman atas prosedur dan metode operasi serta entitas untuk menentukan tingkat efesien dan efektivitas. Audit internal seringkali melakukan audit operasioanl untuk kepentingan organisasinya. Ketika melaksanakan suatu operasional, auditor internal biasanya memeriksa kebijakan dan prosedur entitas untuk menentukan apakah entitas telah mencapai sasaran manajemen.

Auditor operasional perlu memiliki suatu tahap tugas untuk pedoman baginya dalam bekerja. Tanpa adanya tahap yang tersusun baik pemeriksaan akan banyak menghadapi kesulitan dalam meaksanakan pekerjaan mengingat bahwa struktur ataupun kegiatan sudah semakin maju dan rumit.

Menurut Sukrisno Agoes (2012:11) mendefinisikan audit operasional dengan:

“Suatu pemeriksaaan terhadap kegiatan operasional yang telah ditentukan manajemen, untuk mengetahui apakah kegiatan operasi tersebut sudah dilakukan secara efektif, efisien, dan ekonomis”.

Menurut Sofjan Assauri (2007:431) mendefinisikan audit operasional dengan:

“Penilaian keberhasilan dan efisiensi manajemen dalam aspek -aspek tujuan organisasinya, fungsi-fungsi manajemen serta keputusan-keputusan dan tindakan-tindakan manajemen dalam menuju pencapaian tujuan organisasi”.

Audit operasional diketahui memiliki karakteristik tersendiri, menurut Tungga, dalam (Crisna, 2020:19) karakteristik tersebut meliputi: audit operasional merupakan prosedur yang bersifat investigative, mencakup semua aspek perusahaan, penelitian dipusatkan pada prestasi, dan penilaian terhadap keefektivan berdasarkan pada bukti atau data yang normal.

Berdasarkan kajian diata dapat disimpulkan audit operasional adalah bentuk penilaian dari segala aktivitas maupun kegiatan operasional dari suatu organisasi bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional organisasi, sehingga diperoleh rekomendasi dalam memperbaiki manajemen yang ada. Berdasarkan teori yang telah diuraikan sebelumnya, dimensi audit operasional yang digunakan dalam penelitian ini meliputi, pemeriksaan, ekonomi pada biaya operasi, efisiensi atsa metode operasi, dan efektivitas, evaluasi hasil audit serta laporan temuan.

Dasar Pengendalian Internal

Pengertian Pengendalian Internal

Pengendalian internal merupakan istilah yang sudah umum terutama bagi usaha – usaha yang bergerak dalam bidang industri, dagang maupun jasa yang berfungsi sebagai pembantu manajemen dalam melakukan pengawasan terhadap kebijaksanaan yang telah ditetapkan. Pengendalian internal merupakan prioritas dari manajemen, dan bukan hanya merupakan bagian dari sistem akuntansi saja. Dengan demikian tanggungjawab dari pengendalian internal tidak hanya berada pada akuntan saja tetapi juga pada manajer. Pengendalian internal harus menyediakan jaminan yang wajar mengenai pencapaian tujuan dalam kategori berikut: (a) efektivitas dan efisiensi operasi, (b) keandalan, ketepatan waktu, transparansi, dan peraturan kepatuhan pelaporan, dan (c) kepatuhan terhadap hukum, peraturan, dan anggaran rumah tangga yang berlaku (Chang et al., 2018: 5).

Pengendalian internal juga merupakan hal yang penting dalam kegiatan operasional yang dijalankan oleh perusahaan, pengendalian internal dapat meningkatkan pengawasan, kecermatan dan kepercayaan mengenai data informasi dari laporan keuangan maupun non keuangan (Yadiyana dan Dewi, 2018).

Pengendalian intern yaitu pengawasan yang obyektif dari berbagai divisi organisasi yang baik melalui bagian divisi sumber daya manusia secara langsung maupun tidak langsung bertanggung jawab untuk meningkatkan cara kerja dari berbagai divisi yang berbeda-beda. Arvianita (2015)

Pengendalian internal merupakan struktur suatu organisasi dan semua metode–

metode yang terorganisasi serta ukuran-ukuran yang ditetapkan dalam suatu perusahaan untuk tujuan menjaga keamanan harta kekayaan milik perusahaan, memeriksa ketepatan dan kebenaran data akuntansi, meningkatkan efisiensi operasi kegiatan (AICPA/American Institute Of Certified Public Accountants dalam Putri & Endiana, 2020:182).

Berdasarkan kajian di atas dapat disimpulkan Pengendalian Internal adalah Pengendalian internal adalah suatu proses mencapai tujuan tertentu, dengan melakukan tindakan yang pervasif dijalankan setiap orang di setiap jenjang organisasi, seperti dewan komisaris, manajemen dan personel lain. Untuk mencapai serangkaian tujuan: laporan keuangan, kepatuhan dan operasi.

Tidak semua pengendalian internal sesuai dengan audit atas laporan keuangan, tanggung jawab auditor dalam mematuhi standar pekerjaan lapangan kedua sebagaimana disajikan di atas hanya dibatasi pada golongan pertama kendala pelaporan keuangan. Oleh karena itu auditor harus memahami pengendalian internal agar dapat memberikan keyakinan yang memadai bahwa laporan yang disajikannya wajar atau sesuai dengan prinsip akuntansi secara umum di Indonesia.

Pengendalian internal berlaku untuk semua tingkatan manajemen, mulai dari tingkatan bawah sampai tingkatan pimpinan perusahaan. Pimpinan perusahaan secara khusus mempunyai kepentingan dalam merancang system pengendalian internal yang memadai. Kepentingan – kepentingan tersebut adalah memperoleh data yang diandalkan, mengamankan harta dan catatan perusahaan serta meningkatkan efisiensi dan mendorong ditaatinya kebijaksanaan yang telah ditetapkan.

Berdasarkan kajian di atas dapat disimpulkan pengendalian internal adalah suatu proses atau kegiatan yang dijalankan manajemen dan dilakukan secara sistematis dan teratur bertujuan untuk mengukur suatu aktivitas dengan membandingkan pelaksanaan kegiatan sesuai dengan standari yang telah ditetapkan. Adapun dalam penelitian ini dimensi pengendalian internal yang dimaksud antara lain meliputi, lingkungan pengendalian, penilaian risiko, aktivitas pengendalian, pemantauan dan informasi serta komunikasi.

Pengertian Kinerja Perusahaan

Kinerja adalah hasil yang diperoleh suatu organisasi baik organisasi atau perusahaan tersebut bersifat profit oriented atau non profit oriented yang dihasilkan selama satu periode waktu. Kinerja juga merupakan suatu usaha formal yang dilaksanakan perusahaan untuk mengevaluasi efisien dan efektivitas dari aktivitas perusahaan yang telah dilaksanakan pada periode waktu. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa kinerja perusahaan merupakan seluruh kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan yang berkaitan dengan pencapaian sasaran strategik manajemen selama periode tertentu (Nugroho, 2013:9).

Menurut Armstrong dan Baron dalam Irham Fahmi (2013:2) Kinerja adalah:

“Kinerja adalah hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan strategis organisasi atau perusahaan, kepuasan konsumen dan memberikan kontribusi ekonomi.”

Menurut Moehariono (2012:95) pengertian kinerja adalah:

“Kinerja adalah gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu program kegiatan atau kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi, dan misi perusahaan yang dituangkan melalui perencanaan strategis atau perusahaan”.

Kinerja perusahaan mencerminkan prestasi kerja perusahaan dalam mendapat laba agar aktivitas perusahaan dapat berjalan dengan lancar sehingga tujuan perusahaan dapat

tercapai. Menurut Chaizi Nasucha dalam Irham Fahmi (2013:3) Kinerja perusahaan adalah:

“Kinerja organisasi atau perusahaan adalah sebagai efektivitas organisasi secara menyeluruh untuk memenuhi kebutuhan yang ditetapkan dari setiap kelompok yang berkenaan dengan usaha – usaha yang sistematis dan meningkatkan kemampuan organisasi secara terus menerus mencapai kebutuhannya secara efektif”.

Perusahaan dalam mencapai tujuannya, manajemen perusahaan akan memeriksa kinerja karyawannya apakah sudah sesuai atau tidak dengan standar operasional perusahaan yang berlaku. . Kramer dan Rinsum (2016)

Kinerja adalah pencapaian hasil kerja karyawan secara kualitas dan kuantitas dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan (Mangkunegara, 2013). Kinerja adalah hasil yang dicapai oleh karyawan dalam melaksanakan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya. Lalu Hasibuan (2013) Kinerja merupakan suatu capaian atau hasil kerja dalam kegiatan atau aktivitas atau program yang telah direncanakan sebelumnya guna mencapai tujuan serta sasaran yang telah ditetapkan oleh suatu organisasi dan dilaksanakan dalam jangka waktu tertentu yang dipengaruhi oleh beberapa faktor.

kinerja dipengaruhi kualitas dan kemampuan pegawai, yaitu hal-hal yang berhubungan dengan pendidikan/pelatihan, etos kerja, motivasi kerja, sikap mental, dan kondisi fisik pegawai, dan sarana pendukung, yaitu hal yang berhubungan dengan lingkungan kerja dan hal-hal yang berhubungan dengan kesejahteraan pegawai. 3. Supra sarana, yaitu hal-hal yang berhubungan dengan kebijaksanaan Widodo (2015:132)

Jika dilihat dari berbagai definisi kinerja perusahaan diatas, maka diambil kesimpulan bahwa kinerja perusahaan merupakan suatu aktivitas dan penilaian formal yang dilakukan perusahaan untuk mengevaluasi efektivitas kinerja dan tanggung jawab perusahaan pada periode tertentu. Dalam penelitian ini, kinerja perusahaan diukur dengan dimensi perspektif keuangan, perspektif pelanggan, perspektif bisnis internal dan pembelajaran serta pertumbuhan.

Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini terdapat beberapa penelitian yang dapat digunakan sebagai bahan acuan, penelitian sebagai berikut.

Rezky Retno Arvianita , 2015 Pengaruh Audit Operasional dan Pengendalian Internal Terhadap Efektivitas Pelayanan Kesehatan pada Rumah Sakit Audit Operasional. Pengendalian internal berpengaruh positif dan signifikan terhadap efektivitas Pelayanan Kesehatan Rumah Sakit.

Risanda Rejina, 2014 Peranan Audit Operasional terhadap Efektivitas Kinerja karyawan, Studi kasus PT. Indosat , Tbk Bagian IT Data Center Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa audit operasional berdasarkan Uji F secara simultan (bersama-sama) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap efektivitas kinerja karyawan.

Zulkarnain Usman, 2013 Pengaruh Sistem Pengendalian Intern terhadap Kinerja Perusahaan pada PT. MNC Sky Vision Cabang Gorontalo Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa sistem pengendalian intern berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan pada PT MNC Sky Vision cabang Gorontalo.

Kerangka Pemikiran

Pengaruh Audit Operasional terhadap Kinerja Perusahaan

Audit Operasional sangat dibutuhkan dalam menunjang Kinerja Perusahaan. Audit

operasional dapat menjadi alat evaluasi untuk mencari hambatan atau kendala yang terjadi dalam kegiatan operasional instansi sehingga dapat dicarikan solusi untuk memperbaiki kendala tersebut. Berdasarkan penelitian Rezky Retno Avrianita (2015). Bahwa variabel Audit operasional memiliki pengaruh yang sangat positif dalam meningkatkan efektivitas pelayanan Kesehatan Rumah Sakit, Jika Perusahaan menerapkan Audit Operasional secara baik dan terstruktur maka akan tercipta Kinerja Perusahaan yang baik.

Pengaruh Pengendalian Internal Terhadap Kinerja Perusahaan.

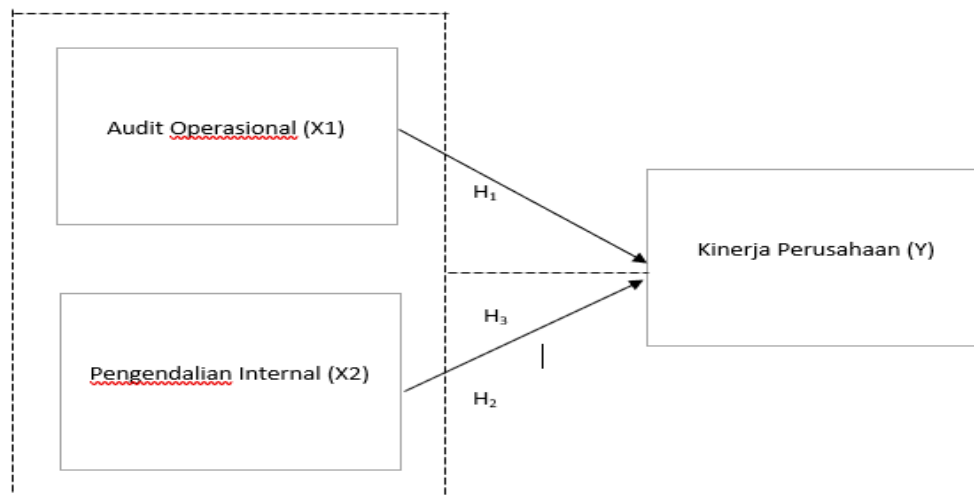
Pengendalian internal merupakan suatu proses yang dijalankan oleh dewan komisaris yang ditujukan untuk memberikan keyakinan terhadap efektivitas dan efisiensi operasional, kendala laporan keuangan dan kepatuhan terhadap hukum dan perundang-undangan. Jika perusahaan CV. Kyni Sukses menerapkan pengendalian internal maka kinerja perusahaan akan menjadi efektif dan efisien sesuai dengan tujuan dari diadakannya system pengendalian internal. Hal ini juga diperkuat dalam penelitian yang dilakukan oleh Zulkarnain Usman (2013), bahwa pengendalian intern berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan pada PT MNC Sky Vision cabang Gorontalo.

Pengaruh Audit Operasional dan Pengendalian Internal secara Simultan terhadap Kinerja Perusahaan

Berkembangnya suatu institusi tentu saja akan membuat ruang lingkup pekerjaan menjadi semakin luas, hal ini tentu saja mengakibatkan aktivitas yang terjadi pada suatu institusi tersebut semakin banyak. Oleh karena tingkat aktivitas yang semakin tinggi, pihak manajemen dituntut untuk mengendalikan pelaksanaan kegiatan secara efektif dan efisien. Audit Operasional dapat digunakan oleh manajemen untuk mengevaluasi setiap kegiatan operasional yang dilakukan oleh sebuah institusi. Audit ini sendiri bisa dilakukan oleh auditor internal ataupun auditor eksternal yang ditunjuk untuk memeriksa kegiatan di institusi tersebut. Hal yang ditekankan pada CV. Kyni Sukses adalah pengelolaan terhadap pelayanan, kualitas dan kuantitas operasional yang diberikan kepada konsumen.

Salah satu tujuan dari pengendalian internal adalah untuk mencapai efektivitas dan efisiensi operasional perusahaan. Hal ini tentu berkaitan dengan Kinerja Perusahaan yang dilakukan CV. Kyni Sukses, semakin baik pengendalian internal yang diterapkan perusahaan pasti akan semakin baik kinerja perusahaan yang dilaksanakan oleh perusahaan.

Berdasarkan hal di atas hubungan antara audit operasional dan pengendalian internal dengan Kinerja perusahaan CV. Kyni Sukses adalah audit operasional sebagai suatu pendekatan yang dilaksanakan untuk memenuhi criteria kinerja perusahaan CV. Kyni Sukses yang telah ditentukan. Artinya dengan dilaksanakannya audit operasional berupa kegiatan pemeriksaan, pengidentifikasian, pemantauan dan tahap pengevaluasian maka akan ditemukan hambatan-hambatan yang menyebabkan kinerja perusahaan tidak efektif sehingga akan dicarikan solusi untuk pencegahan dan penanggulangan terhadap hambatan tersebut. Sementara itu dengan adanya pengendalian internal juga dapat mencegah terjadinya kasus-kasus mengenai buruknya kinerja perusahaan sehingga apabila kedua variabel audit operasional dan pengendalian internal tersebut diterapkan akan tercipta efektivitas kinerja perusahaan yang diharapkan oleh CV. Kyni sukses.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2015: 64), hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Jadi hipotesis dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian. Berdasarkan definisi hipotesis diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H1= Audit operasional berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan pada CV Kyni Sukses.

H2= Pengendalian internal berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan pada CV Kyni Sukses.

H3= Audit operasional dan Pengendalian internal secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan pada CV Kyni Sukses.

METODOLOGI PENELITIAN

Desain Penelitian

Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kausal komparatif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian kausal komparatif merupakan tipe penelitian dengan karakteristik masalah berupa hubungan sebab-akibat antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2016:11). Metode penelitian kuantitatif adalah Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Tempat dan Waktu penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di CV Kyni Sukses. Waktu pelaksanaan penelitian dilakukan dari bulan Juni 2020 sampai bulan September 2020.

Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Populasi

Dalam penelitian ini, populasi yang dipilih adalah seluruh pegawai pada CV. Kyni

Sukses yang berjumlah 55 orang. Penelitian ini merupakan penelitian populasi. Hal ini dikarenakan jumlah karyawan tidak mencapai 100 orang.

Sampel

Menurut Prof. Dr. Sugiyono (2016:81) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karna keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sample yang diambil dari populasi tersebut. Apa yang dipelajari dari sample itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi, untuk itu sample yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).

Definisi Operasional dan Variabel Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian ini memiliki dua variabel yaitu Variabel Independen (Variabel yang mempengaruhi) dan Variabel Dependen (Variabel yang dipengaruhi). Variabel Independen (Variabel yang mempengaruhi) dalam penelitian ini adalah Audit Operasional dan Pengendalian Internal, sedangkan Variabel Dependen (Variabel yang dipengaruhi) dalam penelitian ini adalah Kinerja Perusahaan.

Variabel Independen (Bebas)

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel independen, yaitu Audit Operasional (X1) dan Pengendalian Internal (X2). Variabel independen yaitu variabel yang keberadaannya tidak dipengaruhi oleh variabel lain, tetapi keberadaan variabel ini akan mempengaruhi variabel lain. Audit Operasional (X1) adalah audit yang dilaksanakan untuk menilai efisiensi dan efektivitas kegiatan suatu organisasi dalam prosesnya untuk mencapai tujuan organisasi tersebut. Pengendalian Internal (X2) Pengendalian Internal merupakan suatu proses yang dijalankan oleh dewan komisaris yang ditujukan untuk memberikan keyakinan yang memadai tentang pencapaian tujuan pengendalian operasional yang efektif dan efisien, keandalan laporan keuangan dan kepatuhan terhadap hukum dan peraturan yang berlaku. Pengendalian Internal dapat dinilai dari lingkungan pengendalian, penilaian risiko manajemen, aktivitas pengendalian, sistem komunikasi dan informasi dan pemantauan.

Variabel Dependen (Terikat)

Kinerja Perusahaan (Y)

Kinerja perusahaan adalah hasil dari kegiatan manajemen. Parameter yang sering digunakan untuk menilai kinerja suatu perusahaan yang dilakukan dengan menggunakan pendekatan Balance Scorecard. Balance Scorecard mempunyai empat metode sebagai alat pengukuran, finansial, kustomer, bisnis internal, dan pembelajaran dan pertumbuhan (Nugroho, 2013).

Metode Pengumpulan Data

Sumber Data

Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian dengan menggunakan alat pengukuran atau alat pengambilan data secara langsung pada subyek sebagai sumber informasi untuk data yang dicari. Data primer yang diperoleh dari hasil observasi dengan cara wawancara serta memberikan atau membagikan kuesioner dengan pimpinan dan karyawan perusahaan CV. Kyni Sukses yang dapat memberikan data atau informasi yang berhubungan dengan penelitian.

Teknik Skala dan Instrumen Penelitian

Menurut Prof. Dr. Sugiyono (2016:92) menyatakan bahwa skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Dengan skala pengukuran ini, maka nilai variabel yang diukur dengan instrumen tertentu dapat dinyatakan dalam bentuk angka sehingga akan lebih akurat, efisien dan komunikatif.

Penelitian ini menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner. Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun social yang diamati, secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian (Sugiyono, 2016:102).

Pada penelitian ini skor untuk setiap jawaban dari pernyataan responden adalah menggunakan skala Likert. Menurut (Sugiyono, 2016:133) dengan skala Likert, maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Skala Likert yang digunakan adalah rentang nilai 1 sampai dengan 5 dengan skor sebagaimana yang tertera dalam tabel berikut:

Tabel 3.1 Skor Instrumen Penelitian

Jawaban atas pertanyaan	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Cukup Setuju	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Tabel 3.2 Instrumen Penelitian

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	No. Butir	Skala
Audit Operasional (X1)	Bentuk penilaian dari segala aktivitas maupun kegiatan operasional dari suatu organisasi bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional organisasi, sehingga diperoleh rekomendasi dalam memperbaiki manajemen yang ada	Pemeriksaan	Melaksanakan	1	Likert
			Menyusun	2	Likert
			Memantau	3	Likert
		Kegiatan	Usaha	4	Likert
			Produksi	5,6,7	Likert
		Efisiensi dan Efektifitas Pelaksanaan	Waktu	8,9	Likert
			Jumlah	10,12	Likert
			Kualitas	12	Likert
			pengujian Pengendalian Manajemen	13,14,15	Likert
		Hasil Audit Operasional	Pencapaian tujuan perusahaan	16,17	Likert
Penyampaian laporan keuangan	18,19		Likert		
Perbaikan dan Rekomendasi	20		Likert		
Pengendalian Internal (X2)	Pengendalian internal adalah berbagai teknik dan metode pemrosesan data yang dibangun dan dikembangkan	Lingkungan Pengendalian	Penegakan Integritas Nilai Etika	1	Likert
			Komitmen terhadap kompetensi	2	Likert
			Kepemimpinan yang kondusif	3	Likert
			pengawasan	4	Likert

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	No. Butir	Skala	
	sebagai tanggung jawab dari manajemen, untuk memberikan jaminan yang masuk akal bahwa tujuan perusahaan dapat tercapai		Pendelegasian dan penyusunan wewenang	5	Likert	
		Penilaian Resiko	Identifikasi Resiko dan Analisis Resiko	6,7	Likert	
				8	Likert	
		Aktivitas Pengendalian	Keberadaan kebijakan dan prosedur yang tepat atas aktivitas	Efektivitas pelaksanaan dari aktivitas pengendalian Pengendalian asset	9, 10	Likert
					11	Likert
					12	Likert
Pemantauan	Evaluasi dapat dilakukan oleh aparat pengawasan Intern Pelaporan kelemahan kepada pengawas internal	13,14,15	Likert			
Kinerja Perusahaan (Y)	Kinerja perusahaan adalah suatu tampilan keadaan secara utuh atas perusahaan selama periode waktu tertentu, merupakan hasil atau prestasi yang dipengaruhi oleh kegiatan operasional perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya-sumber daya yang dimiliki.	Perspektif pelanggan	Mutu	1	Likert	
			Peningkatan kepuasan pelanggan	2	Likert	
			Pengiriman barang pesanan	3	Likert	
		Perspektif pembelajaran dan pertumbuhan	Kemampuan pegawai, pendidikan	4-7	Likert	
			Motivasi dan pensejajaran	8	Likert	
			Kemampuan sistem informasi	9	Likert	
			Penelitian dan pengembangan	10,11		
		Perspektif proses bisnis internal	Tanggung jawab social	12		
				Peluncuran barang/produk/jasa baru	13	Likert
				Keberhasilan barang jual baru	14,15	Likert

Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang mudah dibaca, dipahami, dan diinterpretasikan. Data yang dianalisis merupakan data hasil pendekatan survei penelitian lapangan dan penelitian kepustakaan, kemudian peneliti melakukan analisis untuk menarik kesimpulan. Untuk menganalisis data dalam penelitian ini, maka digunakan metode statistik yang merupakan metode analisis data yang efektif dan efisien dalam suatu penelitian. Metode statistik yang digunakan adalah metode yang relevan dengan penelitian yang dilakukan.

Cara pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner, sehingga kualitas kuesioner, kesungguhan dalam menjawab kuesioner dan faktor situasional merupakan hal yang harus diperhatikan. Untuk alat uji data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan perangkat lunak yaitu Statistical Product and Service Solutions (SPSS).

Uji Hipotesis

Analisis regresi linier berganda merupakan analisis untuk mengetahui pengaruh variabel independen yang jumlahnya lebih dari satu terhadap satu variabel dependen. Teknik analisis data yang dapat digunakan dalam memecahkan masalah dan untuk mencapai tujuan dari penelitian ini adalah dengan instrumen berupa SPSS.

Kriteria pengambilan kesimpulan adalah sebagai berikut :

- 1). Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka hipotesis didukung yaitu, variabel independen secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
- 2). Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka hipotesis ditolak yaitu, variabel independen secara simultan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Objek Penelitian

Sejarah Singkat Perusahaan

CV. Kyni Sukses merupakan suatu perusahaan yang bergerak di bidang Jasa Laundry & Dry Cleaning berdiri sejak 1 Januari 2004 bertempat di Perumahan Harapan Baru Regency Jl. Nusa Indah, Kota Bekasi. Kala itu pemilik hanya dapat menyewa sebuah ruko kecil dan memiliki 4 unit mesin yang terdiri dari 1 unit mesin cuci ukuran 20Kg, 1 unit mesin ekstraktor, dan 2 unit pengering ukuran 30Kg. Berangkat dari jasa laundry untuk konsumen pribadi, pemilik memberanikan diri untuk menawarkan kerjasama dengan hotel berbintang 3 dan rumah sakit kecil di Jakarta dan Bekasi. Pasang surut perusahaan CV. Kyni Sukses sendiri dirasakan oleh sang pemilik, mulai dari kurangnya pegawai, biaya operasional sampai kurangnya pemahaman tentang pelayanan laundry, sampai pada akhirnya pemilik memberanikan diri merekrut pegawai-pegawai berkopentent dalam menangani laundry. Seiring berjalannya waktu dan meningkatnya konsumen hingga saat ini telah melayani dan bekerja sama dengan lebih dari 20 konsumen Hotel, Apartemen, Spa, Restoran, Pabrik dan Asrama serta pusdiklat dari berbagai kementerian di Jakarta, Bekasi dan Bogor.

Demi memberikan layanan yang maksimal terhadap konsumen CV. Kyni Sukses terus melakukan inovasi-inovasi baru agar memberikan kepuasan tersendiri terhadap pelayanan jasa laundry sesuai dengan kebutuhan masyarakat saat ini. Bentuk pelayanan yang diberikan meliputi laundry satuan, laundry kiloan.

Memiliki karyawan yang berpengalaman sesuai dengan bidangnya masing-masing, selain memiliki pengalaman yang baik, karyawan CV. Kyni Sukses memiliki latar belakang manajemen Laundry di berbagai Hotel berbintang, sehingga sangat mengerti kebutuhan konsumen secara mendalam.

Seiring dengan berjalannya waktu dan meningkatnya kebutuhan laundry CV. Kyni Sukses memperluas usaha dengan membeli tanah di daerah Cikeas Udik Gunung Putri Kab. Bogor yang saat ini menjadi Workshop Terbesar dari CV. Kyni Sukses dan memiliki beberapa cabang, mulai dari berupa kios-kios kecil hingga warung-warung sembako yang dijadikan rekanan dalam menarik konsumen agar menggunakan jasa laundry.

Karakteristik Responden

Dalam bab ini penulis menganalisis data yang telah terkumpul, data yang telah dikumpulkan tersebut berupa hasil jawaban responden untuk mengetahui pengaruh Audit Operasional dan Pengendalian Internal terhadap Kinerja Perusahaan pada CV. Kyni Sukses. Penelitian dilakukan dengan sampel seluruh populasi pegawai sebanyak 55 responden. Peneliti menyebar 55 dan seluruh kuesioner dapat dijadikan data penelitian.

Berikut ini disajikan karakteristik responden menurut tingkat pendidikan responden dalam penelitian ini sebegini besar dengan jenjang pendidikan SMP sebanyak 7 orang (12,7%), jenjang pendidikan SMA/SMK sebanyak 23 orang (41,80%), jenjang

pendidikan D3 sebanyak 9 orang (16,40%), dan yang memiliki jenjang pendidikan S1 sebanyak 16 orang (29,10%).

Uji Validitas dan Uji Realibilitas

Uji Validitas

Nilai r tabel diketahui dengan cara $df = n - 2$ ($n =$ jumlah responden) kemudian dicocokkan dengan tingkat signifikansi yang digunakan. Tingkat signifikansi yang digunakan adalah sebesar 5% atau 0,05 dan jumlah responden 55 orang maka $df = n - 2 = 53$ sehingga diperoleh angka kritis r tabel (tabel r product moment) adalah sebesar 0,361. Maka bila koefisien korelasi yang diperoleh lebih besar dari r tabel maka pernyataan tersebut adalah valid. Berdasarkan hasil pengolahan data untuk uji validitas, diperoleh hasil validitas Audit Operasional sebagai berikut:

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Audit Operasional

Variabel	Total Correlation	rtabel	Keterangan
A1	.600**	0,361	Valid
A2	.517**	0,361	Valid
A3	.674**	0,361	Valid
A4	.665**	0,361	Valid
A5	.483**	0,361	Valid
A6	.205	0,361	Gugur
A7	.510**	0,361	Valid
A8	.671**	0,361	Valid
A9	.643**	0,361	Valid
A10	.600**	0,361	Valid
A11	.488**	0,361	Valid
A12	.499**	0,361	Valid
A13	.665**	0,361	Valid
A14	.570**	0,361	Valid
A15	.368*	0,361	Valid
A16	.484**	0,361	Valid
A17	.624**	0,361	Valid
A18	.452*	0,361	Valid
A19	.567**	0,361	Valid

Berdasarkan Tabel 4.4 Audit Operasional dari 20 butir pernyataan menunjukkan 11 pernyataan dinyatakan valid dengan nilai korelasi Product Moment (rhitung) pernyataan lebih besar dari nilai rtabel sebesar 0,361 (taraf signifikan 5% dengan $n = 53$) dan 1 pernyataan dinyatakan gugur karena nilai korelasi Product Moment (rhitung) pernyataan lebih kecil dari nilai rtabel sebesar 0,361 (taraf signifikan 5% dengan $n = 53$). Pernyataan yang gugur adalah butir nomor 6 dalam indikator Kegiatan Produksi. Pernyataan tidak valid dapat disebabkan karena butir pernyataan pada instrumen tersebut tidak dipahami dengan baik oleh responden., sehingga ada 19 pernyataan yang dapat dijadikan data penelitian. Hasil uji validitas terhadap instrumen Pengendalian Internal adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5 Uji Validitas Pengendalian Internal

Variabel	Total Correlation	rtabel	Keterangan
P1	.668**	0,361	Valid
P2	.572**	0,361	Valid
P3	.544**	0,361	Valid
P4	.602**	0,361	Valid
P5	.726**	0,361	Valid
P6	.572**	0,361	Valid
P7	.572**	0,361	Valid
P8	.437*	0,361	Valid
P9	.518**	0,361	Valid
P10	.496**	0,361	Valid
P11	.516**	0,361	Valid
P12	.649**	0,361	Valid
P13	.491**	0,361	Valid
P14	.437*	0,361	Valid

Tabel 4.5 menunjukkan hasil uji validitas pada instrumen Pengendalian Internal terdapat 15 pernyataan. Seluruh pernyataan dinyatakan valid nilai korelasi Product Moment (rhitung) pernyataan lebih besar dari nilai rtabel sebesar 0,361 (taraf signifikan 5% dengan $n = 53$) sehingga ada 15 pernyataan yang dapat dijadikan data penelitian.

Hasil uji validitas terhadap instrumen Kinerja Perusahaan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6 Uji Validitas Kinerja

Variabel	Total Correlation	rtabel	Keterangan
K1	.582**	0,361	Valid
K2	.576**	0,361	Valid
K3	.693**	0,361	Valid
K4	.772**	0,361	Valid
K5	.594**	0,361	Valid
K6	.523**	0,361	Valid
K7	.602**	0,361	Valid
K8	.552**	0,361	Valid
K9	.458*	0,361	Valid
K10	.542**	0,361	Valid
K11	.504**	0,361	Valid
K12	.379*	0,361	Valid
K13	.816**	0,361	Valid
K14	.416*	0,361	Valid
K15	.474**	0,361	Valid

Tabel 4.6 menunjukkan hasil uji validitas pada instrumen Kinerja Perusahaan dari 15 butir pernyataan dinyatakan valid dengan nilai korelasi Product Moment (rhitung) pernyataan lebih besar dari nilai rtabel sebesar 0,361 (taraf signifikan 5% dengan $n = 53$) dan 1 per.

Uji Realibilitas

Berdasarkan hasil pengolahan data untuk uji reliabilitas, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.7 Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Audit Operasional	0.876	Realibilitas
Pengendalian Internal	0.823	Realibilitas
Kinerja Perusahaan	0,859	Realibilitas

Sumber: Data Primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.7 diatas, dapat diketahui bahwa variabel Audit Operasional, Pengendalian Internal dan Kinerja Perusahaan adalah reliabel. Hal ini dikarenakan nilai Cronbach's Alpha yang diperoleh oleh masing masing variabel $> 0,600$. Dengan kondisi ini maka seluruh variabel tersebut dapat digunakan untuk berbagai pengujian selanjutnya.

Analisis Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan software statistic SPSS (Statistic Package for Social Science) Versi 24. Data-data tersebut dianalisis dengan menggunakan tahapan mulai dari uji deskriptif seperti karakteristik responden, uji Validitas yang menguji kevalidan data yang telah diteliti, kemudian uji Reabilitas. Penelitian ini juga harus memenuhi uji prasyarat yang terdiri dari uji linearitas, uji asumsi klasik yang meliputi uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas. Kemudian dilanjutkan dengan uji hipotesis dalam uji ini peneliti menggunakan uji regresi linear berganda, uji koefisien determinasi (Adjusted R^2) dan uji f agar peneliti dapat mengetahui apakah hasil penelitian ini saling berpengaruh atau tidak disetiap variabelnya.

Uji Prasyarat Analisis

Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat hubungan yang linear atau tidak antara variabel independen dengan variabel dependennya. Jika signifikansi $> 0,05$ maka hubungan antar variabel bisa dikatakan linier (Sarjono dan Julianita, 2011:80). Hasil dari uji linearitas dapat dilihat pada tabel 4.8 berikut:

Tabel 4.8 Hasil Uji Linearitas

Variabel	Signifikasi	Keterangan
Audit Operasional Terhadap Kinerja Perusahaan	0.103	Linear
Pengendalian Internal terhadap Kinerja Perusahaan	0.247	Liner

Sumber : Data Primer yang Diolah

Berdasarkan tabel 4.8 diatas, antara Audit Operasional terhadap Kinerja Perusahaan Laundry mempunyai nilai sig sebesar 0,103 lebih besar dari nilai probabilitas 5% sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear. Hubungan antara Pengendalian Internal dengan Kinerja Perusahaan Laundry mempunyai nilai sig sebesar 0,247 lebih besar dari nilai probabilitas 5% sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinieritas

Menurut Husein Umar (2008:82) uji multikolinieritas adalah uji yang bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebasnya. Dengan menggunakan nilai toleransi, nilai yang terbentuk harus di atas 10% dengan menggunakan VIF (Variance Inflation Factor), nilai yang terbentuk harus kurang dari 10, jika tidak maka terjadi multikolinieritas, dan model regresi tidak layak untuk digunakan. Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada table 4.9 berikut:

Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	VIF	Tolerance	Keterangan
Audit Operasional	1.203	0,832	Tidak terjadi Multikolinieritas
Pengendalian Internal	1.203	0,832	Tidak terjadi Multikolinieritas

Sumber: Data Primer yang Diolah

2. Hasil Uji multikolinieritas antar variabel bebas menunjukkan bahwa Variance Inflation Factor (VIF) masing-masing variabel bebas tidak lebih dari 10 yaitu pada variabel Audit Operasional sebesar 1.203 dan Pengendalian Internal sebesar 1.203. Nilai Tolerance tidak kurang dari 0,1 yaitu variabel Audit Operasional sebesar 0,832 dan variabel Pengendalian Internal sebesar 0,832. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi tersebut.

Uji Heterokedastisitas

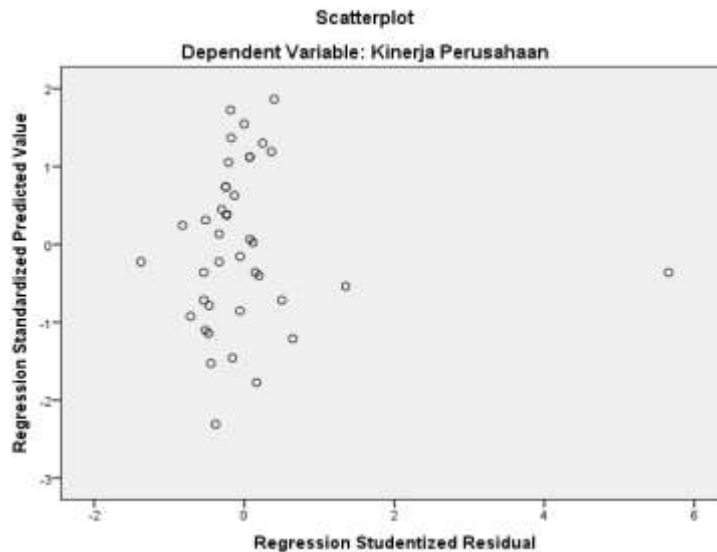
Heteroskedastisitas adalah situasi tidak konstannya varians. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dilakukan pengujian dengan menggunakan metode Glejser yang selanjutnya dilakukan perbandingan antara nilai sig t dengan 0,05. Heteroskedastisitas dapat diartikan yaitu hubungan X1 dan X2 dengan variabel di luar penelitian ini. Jika Sig t hitung lebih kecil dari 0,05 maka akan terjadi heteroskedastisitas, begitu juga sebaliknya jika sig t hitung lebih besar dari 0,05 maka tidak akan terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji Glejser dapat ditunjukkan pada table 4.10 berikut:

Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	t hitung	Sig t	Keterangan
Audit Operasional	1,211	0,232	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Pengendalian Internal	0,010	0,992	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber : Data Primer yang Diolah

Berdasarkan tabel di atas terdapat masing-masing variabel independen diperoleh p-value (sig-t) > 0,05. Variabel Audit Operasional memiliki nilai sig t hitung sebesar 0,232 dan variabel Pengendalian Internal memiliki sig t hitung sebesar 0,992. Kesimpulan dari pengujian tersebut adalah tidak terjadi adanya heteroskedastisitas.



Gambar 4.3 Grafik Scatterpiot Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar 4.3 scatterplot diatas terlihat bahwa sebaran data tidak membentuk pola yang jelas, titik-titik data menyebar secara acak baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas. Analisis dengan grafik plots memiliki kelemahan yang cukup signifikan, karena jumlah pengamatan mempengaruhi hasil plotting. Oleh sebab itu diperlukan uji statistik yang lebih dapat menjamin keakuratan hasil.

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk menjelaskan kekuatan dan arah pengaruh beberapa variabel independen terhadap suatu variabel dependen. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana dan regresi berganda untuk menguji hipotesis. Analisis data dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS 24. Metode-metode pengujian hipotesis yang digunakan adalah uji regresi berganda, uji t dan uji F untuk menguji signifikansi persamaan regresi. Dalam uji hipotesis ini $X=0$ tidak akan mungkin terjadi, sebab jumlah nilai pernyataan kuesioner tidak ada yang nilainya 0.

1. Analisis Regresi Berganda

Regresi ganda bertujuan untuk mencari pengaruh secara bersama-sama dari semua variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis regresi ganda ini digunakan untuk menguji hipotesis ketiga dalam penelitian ini yaitu Pengaruh Audit Operasional dan Pengendalian Internal secara Simultan Terhadap Kinerja Perusahaan Laundry CV. Kyni Sukses. Langkah-langkah dalam membuat regresi berganda yaitu:

1. Menentukan persamaan garis regresi dua prediktor

Membuat garis persamaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Kinerja Perusahaan

a = Constan

b_1X_1 = Audit Operasional

b_1X_2 = Pengendalian Internal

e = Error

Dengan bantuan SPSS 24 maka diperoleh hasil regresi linear berganda seperti tabel 4.11 berikut :

Tabel 4.11 Regresi Linear berganda Pengaruh Audit Operasional dan Pengendalian Internal terhadap Kinerja Perusahaan Laundry

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.019	.733		1.390	.171
Audit Operasional	.568	.182	.416	3.113	.003
Pengendalian Internal	.144	.162	.119	.889	.378

Sumber Data Primer yang Diolah

Dengan mempengaruhi model regresi dan hasil regresi linear berganda maka didapat persamaan faktor-faktor yang mempengaruhi Kinerja Perusahaan Laundry pada CV. Kyni Sukses yaitu, sebagai berikut :

$$Y = 1,019 + 0,568 X_1 + 0,144X_2 + 0,733$$

Berdasarkan Hasil dari rumus regresi dapat diketahui beberapa hal, yaitu:

Untuk variabel Kinerja Perusahaan diperoleh nilai konstanta sebesar 1,019 yang berarti nilai konstanta diatas rendah. Hal ini mengindikasikan bahwa nilai konstanta kinerja perusahaan tergolong baik, dikarenakan nilai tersebut berada pada interval lebih dari 1.

Variabel Audit Operasional memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,568 dimana t value 3,113 dan signifikansi 0,003. Oleh karena sig < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa audit operasional terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan

Variabel Pengendalian Internal memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,144 dimana t value 0,889 dan signifikansi 0,378. Oleh karena sig > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa pengendalian internal terbukti tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa jika Audit Operasional semakin baik atau mengalami peningkatan, maka akan meningkatkan Kinerja perusahaan. Diketahui pula bahwa dengan adanya Pengendalian Internal maka tidak akan menimbulkan pengaruh terhadap Kinerja Perusahaan.

2. Koefisien Determinasi (Adjusted R²)

Tabel 4.12 Koefisien Determinasi (Adjusted R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.477 ^a	.228	.198	.35346	1.257

Sumber Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.12, hasil koefisien determinasi (Adjusted R²) menunjukkan angka sebesar 0,198 atau menunjukkan 19,8 % yang berarti bahwa Kinerja Perusahaan Laundry pada CV. Kyni Sukses dapat dijelaskan oleh variabel Audit Operasional dan Pengendalian

Internal sedangkan sisanya 80,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Oleh karena itu selain memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi Kinerja Perusahaan yang menjadi variabel independen dalam penelitian ini, juga harus memperhatikan faktor-faktor lain diluar variabel independen yang diteliti dalam penelitian ini yang dapat dijadikan pertimbangan dalam mempengaruhi Kinerja Perusahaan.

3. Uji F

Tabel 4.13 Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1.916	2	.958	7.667	.001 ^a
Residual	6.497	52	.125		
Total	8.413	54			
Sumber Data yang Diolah					

Berdasarkan tabel 4.13 di atas, hasil uji F test hitung sebesar 7.667 dan F tabel 3.179 sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan tingkat signifikan 5% diperoleh signifikansi $0,001 < 0,05$, artinya hal ini menunjukkan bahwa antara Audit Operasional (X1) dan Pengendalian Internal (X2) secara simultan berpengaruh terhadap Kinerja Perusahaan Laundry pada CV. Kyni Sukses.

Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Audit Operasional (X1), Pengendalian Internal (X2) terhadap Kinerja Perusahaan Laundry pada CV. Kyni Sukses (Y). Berdasarkan hasil analisis, maka pembahasan tentang hasil penelitian adalah sebagai berikut.

Pengaruh Audit Operasional terhadap Kinerja Perusahaan CV. Kyni Sukses

Berdasarkan hipotesis pertama yang ditunjukkan oleh peneliti bahwa variabel Audit Operasional memiliki nilai thitung $>$ ttabel yaitu sebesar $3,113 > 2,005$, serta mempunyai nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, ini menunjukkan bahwa Audit Operasional berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Perusahaan. Hal ini berarti semakin baik Audit Operasional maka semakin tinggi Kinerja yang dimiliki perusahaan. Kondisi ini menunjukkan bahwa dengan adanya Audit Operasional yang baik, maka pelaksanaan kinerja perusahaan akan semakin maksimal.

Hasil dari penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang ditunjukkan arah koefisiennya konsisten yaitu berpengaruh positif. Penelitian ini mendukung penelitian dari Risanda rejina (2014) yang menyatakan bahwa Audit operasional memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Efektivitas Kinerja Karyawan.

Berdasarkan penelitian Hipotesis kedua peneliti bahwa variabel Pengendalian Internal memiliki nilai thitung $<$ ttabel yaitu sebesar $0,889 < 2,005$, serta mempunyai nilai signifikansi sebesar $0,140 < 0,05$, Hal ini menunjukkan bahwa Pengendalian internal tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Perusahaan. Hasil uji regresi untuk hipotesis kedua menunjukkan bahwa pengendalian internal tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan CV. Kyni Sukses.

Hasil dari penelitian ini tidak mendukung penelitian Zulkarnain Usman(2013) yang menyatakan bahwa Pengendalian Internal memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kinerja perusahaan pada PT MNC Sky Vision cabang Gorontalo.

Pengaruh Audit Operasional, Pengendalian Internal terhadap Kinerja Perusahaan CV. Kyni Sukses

Hasil penelitian mendukung hipotesis ketiga bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan Audit Operasional dan Pengendalian Internal secara simultan terhadap Kinerja Perusahaan pada CV. Kyni Sukses. Dari hasil analisis regresi berganda diperoleh nilai koefisien regresi X1 sebesar 3,113, nilai koefisien regresi X2 sebesar 0,889 dan nilai konstanta sebesar 1,019. Dengan demikian, persamaan garis regresi berganda yakni $Y = 1,019 + 3,113X_1 + 0,889X_2$. Artinya jika nilai X1 dan X2 dianggap konstan atau tidak mengalami perubahan, maka Y akan tetap sebesar 3,113, sehingga Audit Operasional (X1), Pengendalian Internal (X2) secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap Kinerja Perusahaan Laundry CV. Kyni Sukses.

Berdasarkan hasil perhitungan uji F diperoleh bahwa F-hitung sebesar 7,667 dan F tabel 3,179 sehingga F hitung > F tabel dengan tingkat signifikan 5% diperoleh signifikansi $0,001 < 0,05$ yang mengindikasikan bahwa hipotesis ketiga penulis diterima.

Dari hasil uji Koefisien determinasi (r^2) pengaruh yang diberikan dari variabel Audit Operasional dan Pengendalian Internal secara bersama-sama Terhadap Kinerja Perusahaan sebesar 0,198 atau 19,8%, sedangkan sisanya sebesar 80,2% Kinerja Perusahaan Laundry dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Dari hasil penelitian ini diperoleh bahwa, Pengaruh Audit Operasional dan Pengendalian Internal terhadap Kinerja Perusahaan secara simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan. Hal ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Rezky Retno Arvianita(2015) yang menyatakan bahwa Audit Operasional, Pengendalian Internal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Efektivitas Pelayanan Kesehatan Rumah Sakit. Dengan demikian, diterapkannya Audit Operasional dan Pengendalian Internal akan meningkatkan Kinerja Perusahaan merupakan suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target (kuantitas, kualitas dan waktu) yang telah dicapai oleh manajemen, yang mana target tersebut sudah ditentukan terlebih dahulu oleh CV. Kyni Sukses, dengan diterapkannya audit operasional maka akan membantu menilai efisiensi dan efektivitas kegiatan suatu organisasi dalam prosesnya untuk mencapai tujuan organisasi tersebut.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh Audit Operasional dan Pengendalian Internal terhadap Kinerja Perusahaan Laundry CV. Kyni sukses, dapat disimpulkan:

1. Penelitian ini membuktikan adanya pengaruh positif dan signifikan antara Audit operasional terhadap Kinerja perusahaan. Kondisi ini menunjukkan bahwa dengan adanya Audit Operasional yang baik, maka pelaksanaan kinerja perusahaan akan semakin maksimal.
2. Berdasarkan penelitian Hipotesis kedua peneliti bahwa variabel Pengendalian Internal memiliki nilai thitung < ttabel yaitu sebesar $0,889 < 2,005$, serta mempunyai nilai signifikansi sebesar $0,140 < 0,05$, Penelitian ini membuktikan bahwa pengendalian internal tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan CV. Kyni Sukses.
3. Dari hasil analisis regresi berganda diperoleh nilai koefisien regresi X1 sebesar 3,113, nilai koefisien regresi X2 sebesar 0,889 dan nilai konstanta sebesar 1,019. Dengan demikian,

persamaan garis regresi berganda yakni $Y = 1,019 + 3,113X_1 + 0,889X_2$. Artinya jika nilai X_1 dan X_2 dianggap konstan atau tidak mengalami perubahan, maka Y akan tetap sebesar 3,113, sehingga Audit Operasional (X_1), Pengendalian Internal (X_2) secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap Kinerja Perusahaan Laundry CV. Kyni Sukses.

4. Berdasarkan hasil pengujian Koefisien Determinasi (R^2) dapat diketahui bahwa pengaruh yang dihasilkan dari variabel independen yaitu Audit Operasional dan Pengendalian Internal terhadap Kinerja Perusahaan Cv. Kyni Sukses adalah sebesar 19,8%, sedangkan sisanya sebesar 80,2% dapat dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel lain yang diteliti seperti keadaan keuangan perusahaan, system SOP yang di terapkan di perusahaan CV. Kyni Sukses.
5. Hasil penelitian ini ada yang mendukung hasil penelitian terdahulu dan ada juga yang tidak mendukung hasil penelitian terdahulu. Perbedaan hasil penelitian ini diduga disebabkan oleh perbedaan jumlah sampel, tahun penelitian, tempat penelitian, responden penelitian dan metode analisis yang digunakan.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Arvianita, 2015, Pengaruh Audit Operasional Dan Pengendalian Internal Terhadap Efektivitas Pelayanan Kesehatan Pada Rumah Sakit (Studi Kasus Pada Rumah Sakit Umum Queen Latifa Yogyakarta), Skripsi, dipublikasikan, Yogyakarta, UNY.
- [2] Amin Widjaja Tunggal. (2008). Audit Manajemen. Jakarta: Rineka Cipta.
- [3] _____. (2012). Pedoman Pokok Operational Auditing. Jakarta: Harvarindo.
- [4] _____.
- [5] Arens, A. Alvin, Randal J. Elder, Mark S. Beasley, dan Amir Abadi Yusuf (2007). Jasa Audit dan Assurance: Pendekatan Terpadu (Adaptasi Indonesia). Jakarta: Salemba Empat.
- [6] Chang, Y.T., Chen, H., Cheng, R.K., & Chi, W. (2018). The impact of internal audit attributes on the effectiveness of internal control over operations and compliance, *Journal of Contemporary Accounting & Economics*, doi: <https://doi.org/10.1016/j.jcae.2018.11.002>
- [7] Crisna. (2020). Analisis Audit Operasional Penjualan Dan Retur Penjualan Pada PT. Sapta Warna Cemerlang Tahun 2017-2018. Skripsi: Universitas Buddhi Dharma.
- [8] Dewi, Permata Sarita. (2012). Pengaruh Pengendalian Internal dan Gaya Kepemimpinan terhadap Kinerja Karyawan SPBU Yogyakarta. *Jurnal Nominal* Vol. 1, No. 1 tahun 2012.
- [9] Divianto. (2012). Peranan Audit Operasional terhadap Efektivitas Pelayanan Kesehatan Rawat Inap. *Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi* Vol. 2, No. 2, 2012.
- [10] Hasibuan, M. (2013). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: PT.Bumi Aksara.
- [11] Heizer, J., & Render, B. (2015). Manajemen Operasi: Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan. Edisi 11. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- [12] Mangkunegara, A. P. (2013). Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- [13] Kramer dan Rinsum. 2016. "Relative Performance Information, Rank Ordering and Employee Performance: A Research Note". *Management Accounting Research*, Forthcoming, 33, 1624. <https://doi.org/10.1016/j.mar.2016.03.004>
- [14] Nanda Rizky Aprilia, (2015). Pengaruh Audit Operasional dan Pengendalian internal

- Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Kasus Pada Hotel Inna Bali), Bali.
- [15] Nugroho, W.A. (2013). Analisis Pengukuran Kinerja Perusahaan dengan Konsep Balance Scorecard (Studi Kasus PT. Wijaya Karya). Skripsi: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- [16] Putri, Pa.Y., & Endiana, I.D.M. (2020). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Dan Sistem Pengendalian Internal Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Kasus Pada Koperasi Di Kecamatan Payangan). Jurnal Krisna: Kumpulan Riset Akuntansi; Vol. 11, No. 2 Januari, Pp. 179-189 Issn: 2301-8879 E-Issn: 2599-1809 Available Online At: <https://Ejournal.Warmadewa.Ac.Id/Index.Php/Krisna>
- [17] Rezky, Retno Arvianita. (2015). Pengaruh Audit Operasional dan Pengendalian Internal terhadap Efektivitas Pelayanan Kesehatan Pada Rumah Sakit (Skripsi). Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jogjakarta,
- [18] Risandara Rejina. (2014). Peranan Audit Operasional terhadap Efektivitas Kinerja Karyawan (Studi Kasus PT Indosat,Tbk Bagian IT Data Center). Skripsi.Diunduh dari: <http://library.gunadarma.ac.id//repository/view/3768577/peranan-audit-operasional-terhadap-efektivitas-kinerja-karyawan-studi-kasus-pt-indosattbk-bagian-it-data-center.html/>,
- [19] Rosfitari, R. (2020). Pengaruh Audit Operasional Terhadap Peningkatan Efektivitas Produksi Pada Pabrik Kelapa Sawit Di Ptp Nusantara V Sei Galuh Kecamatan Tapung Kabupaten Kampar. Skripsi: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru.
- [20] Sukrisno Agoes. (2012). Auditing. Jakarta: Lembaga Penerbit FE UI, Salemba empat.
- [21] Valery G Kumaat. (2011). Internal Audit. Cetakan pertama. Jakarta: Erlangga.
- [22] Widjayanto Nugroho. 2006. Pemeriksaan Operasional Perusahaan. Jakarta: Lembaga
- [23] Penerbit FEUI.
- [24] Widodo, S. E. 2015. Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia. Yogyakarta : Pustaka Belajar.
- [25] Yadyana dan Dewi. 2018. "Pengaruh Profitabilitas dan Leverage Pada Earning Response Coefficient Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Pemoderasi". Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Udayana
- [26] Zulkarnain Usman. (2013). Pengaruh Sistem Pengendalian Intern terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Kasus pada PT MNC Sky Vision Cabang Gorontalo. Skripsi. Gorontalo: Universitas Negeri Gorontalo.
- [27] <https://www.spssindonesia.com>

KONDISI EKSPOR MINYAK KELAPA SAWIT INDONESIA SELAMA PERIODE COVID-19

Oleh

Bulan Febriana¹, Qanitah Qushayyi Qamarani², Qonita Azzahra Salsabila³,
Sarah Tamara Sinaga⁴, Shabrina Kansa Aulia⁵

^{1,2,3,4,5}Politeknik APP Jakarta

E-mail: ¹bulanfebriana365@gmail.com, ¹qanitahqushayyi@gmail.com,

³qonitaazzahras03@gmail.com, ⁴sarahtamarasinaga@gmail.com,

⁵shabrinakansa293@gmail.com

Article History:

Received: 26-12-2022

Revised: 15-01-2023

Accepted: 28-01-2023

Keywords:

Ekspor, Minyak Kelapa
Sawit, Pandemi Covid-19

Abstract: Tujuan dari penulisan ini adalah untuk mengetahui kondisi ekspor minyak kelapa sawit Indonesia pada saat pandemi covid-19 berlangsung, data yang digunakan adalah data tahun 2019-2022. Ekspor minyak kelapa sawit dalam penulisan ini identik dengan ekspor neto minyak kelapa sawit Indonesia terhadap negara tujuan utama ekspor selama pandemi covid-19 pada akhir tahun 2019-2022, dapat dikatakan tujuan lebih rincinya yaitu untuk mengetahui kondisi ekspor neto minyak kelapa sawit Indonesia pada saat pandemi berlangsung di akhir tahun 2019-2022. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kepustakaan. Sedangkan metode analisisnya menggunakan metode deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ekspor Ekspor Crude Palm Oil (CPO) masih berjalan dengan baik, walaupun sempat ada penurunan permintaan karena adanya pandemi covid-19 dan beberapa peraturan ekspor-impor yang ditetapkan pemerintah juga tidak hanya karena kondisi pandemi tetapi juga beberapa kondisi lain seiring adanya pandemi covid-19 ini.

PENDAHULUAN

Ekspor adalah kegiatan atau aktivitas mengeluarkan barang dari dalam negeri ke luar negeri dengan mengikuti ketentuan dan peraturan yang berlaku. Kegiatan ekspor, biasanya dilakukan suatu negara apabila negara menghasilkan produksi barang dalam jumlah besar dan kebutuhan akan barang tersebut sudah terpenuhi di dalam negerinya. Sehingga, kelebihan barang tersebut dikirim ke negara lain untuk dijual. Indonesia sendiri juga aktif berkontribusi dalam kegiatan perdagangan internasional, salah satu komoditi unggulan Indonesia yang dikutip oleh Kementerian Perdagangan Indonesia adalah Minyak Kelapa Sawit. Dalam laman Kementerian Perdagangan Indonesia, Minyak Kelapa Sawit merupakan komoditi ke-3 dari 10 komoditi ekspor unggulan Indonesia dengan negara tujuan ekspor minyak kelapa sawit yakni India, China, Malaysia, Pakistan, Singapore, Bangladesh, Vietnam, Yordania, Tanzania, Afrika Selatan, Mesir, Iran, Mozambik, Jerman, Spanyol, Itali, Turki, Rusia dan USA.

Seperti yang kita ketahui bersama sejak pandemi Covid-19 melanda di hampir seluruh

negara di dunia, hal tersebut sangat berdampak terhadap perekonomian negara, tak terkecuali Indonesia. Adapun kegiatan ekonomi Indonesia seperti ekspor juga ikut terdampak. Mulai dari permasalahan komoditi hingga izin ekspor-impor yang ditetapkan oleh pemerintah saat pandemi tersebut berlangsung. Minyak Kelapa Sawit sebagai salah satu kebutuhan pokok yang banyak diperlukan pun juga ikut terdampak. Hal ini juga diakui oleh GAPKI (Gabungan Pengusaha Kelapa Sawit Indonesia). Menurut GAPKI, Ketua Umum Gapki Joko Supriyono mengatakan, penurunan tersebut dipengaruhi kondisi pandemi *Covid-19* yang terjadi di seluruh dunia, di mana membuat permintaan sebagian besar negara menurun. Kemungkinan pandemi *Covid-19* yang terjadi, akan terus menekan harga minyak kelapa sawit (*crude palm oil*), selain pandemi *Covid-19*, industri sawit juga dihadapkan dengan musim kemarau pada beberapa bulan lagi (3 tahun lalu), dimana kebakaran hutan dan lahan menjadi momok menakutkan. Pada awal 2020 harga CPO dibuka meningkat dengan rata-rata harga CPO *Cif Rotterdam* sebesar 830 dolar AS/ton, dibandingkan pada Desember 2019 sebesar 3,72 juta ton. Penurunan ekspor CPO antara lain dipengaruhi karena harga minyak bumi yang tidak menentu akibat ketidaksepakatan antara OPEC dengan Rusia, serta terjadinya pandemi *Covid-19* di sejumlah negara. Penurunan CPO terjadi hampir ke semua negara tujuan yaitu ke China turun 381.000 ton (turun 57 %). Uni eropa turun 188.000 ton (turun 30%), ke India turun 141.000 ton (turun 22%) dan ke Amerika Serikat turun 129.000 ton (turun 64%). Sementara Bangladesh meningkat 40.000 ton atau sebesar 52% dari bulan sebelumnya.

LANDASAN TEORI

1. Analisis Ekspor Minyak Kelapa Sawit (CPO) Indonesia.

Indonesia sebagai negara produsen pertama yang mengekspor minyak kelapa sawit (CPO) (Syamsul Bahri,1996). Walaupun kedudukannya telah digeser oleh Malaysia, tetapi Indonesia masih menyuplai minyak sawit (CPO) sekitar 5 juta ton per tahun hingga saat ini karena dukungan yang optimal pengusaha kelapa sawit sejak tahun 1911 di Sumatera Utara (Hardianto,2003). Ekspor CPO perkembangannya dari tahun ke tahun masih menunjukkan kemampuannya untuk berproduksi cukup baik memberikan peluang untuk maju di masa yang akan datang, pangsa ekspor minyak sawit (CPO) Indonesia sebesar 21,2% dari ekspor minyak sawit dunia. Dengan meningkatnya pangsa ekspor minyak sawit (CPO) maka untuk potensi minyak sawit (CPO) tersebut membuktikan bahwa kedudukannya sangat besar di dalam maupun di luar negeri, karena dengan adanya potensi ekspor yang lebih baik tersebut memberikan prospek dan peluang yang cukup cerah bagi Indonesia (Amang,dkk.1996) (Abidin, Zainal, 2008)

2. Analisis ekspor minyak kelapa sawit di Indonesia.

Salah satu sektor penyumbang ekspor terbesar Indonesia berasal dari sektor pertanian subsektor perkebunan yaitu minyak kelapa sawit. Dapat dilihat dari prospek perkembangan industri kelapa sawit yang saat ini dapat dikatakan sangat pesat dibandingkan beberapa industri dari sektor lainnya. Industri perkebunan minyak kelapa sawit menyerap sekitar 4,5 juta tenaga kerja dan menyumbangkan sekitar 4,5 persen dari total nilai ekspor nasional (Suharto, 2007). Hal tersebut juga menjadikan Indonesia sebagai pengekspor minyak kelapa sawit terbesar di dunia. Industri ini juga memiliki peran yang cukup besar terhadap ekspor non-migas nasional dan setiap tahun cenderung mengalami peningkatan (Tryfino, 2006)

(Ega Ewaldo, 2015).

3. Mulai 28 April, Pemerintah Berlakukan Larangan Ekspor CPO dan Turunannya.

Mulai 28 April 2022, pemerintah mulai menetapkan kebijakan pelarangan ekspor produk minyak kelapa sawit mentah atau *crude palm oil* (CPO) dan produk turunannya. Pemerintah juga akan menindak tegas pihak-pihak yang melanggar aturan ini. Menteri Koordinator Bidang Perekonomian, Airlangga Hartarto mengatakan bahwa ditetapkannya kebijakan ini guna menjaga ketersediaan stok minyak kelapa sawit dalam negeri yang beberapa waktu lalu sempat mengalami kelangkaan. Kebijakan pelarangan ekspor ini ditetapkan sampai tersedianya produk minyak kelapa sawit dengan harga Rp 14.000 per liter yang merata di seluruh wilayah Indonesia. Meskipun kebijakan ini membawa pro kontra bagi masyarakat umum, namun pemerintah akan terus mengevaluasi dan melihat terkait ditetapkannya kebijakan pelarangan ekspor minyak kelapa sawit ini (Humas, 2022)

4. 41 Perusahaan Sawit Kantongi Izin Ekspor CPO, Berikut Perinciannya.

Mengevaluasi kebijakan pelarangan ekspor minyak kelapa sawit, pemerintah memberikan izin ekspor kepada 41 perusahaan yang telah mengantongi izin ekspor minyak kelapa sawit atau *crude palm oil* (CPO) dari Kementerian Perdagangan setelah Presiden Indonesia Jokowi membuka keran ekspor pada 23 Mei 2022. Namun dalam hal ini perusahaan yang telah diberikan izin ekspor diwajibkan membayar 200 USD per ton minyak kelapa sawit yang diekspor kepada pemerintah. Kebijakan tersebut diberlakukan agar tangki minyak kelapa sawit yang dimiliki oleh beberapa perusahaan tersebut dapat segera dikosongkan akibat dari pelarangan ekspor beberapa waktu lalu. (Indra Gunawan, 2022)

METODE PENELITIAN

Penulis menggunakan metode kepustakaan dalam melakukan penelitian terhadap isi tulisan. Dalam mengumpulkan data, penulis mengekstraksi dari situs resmi pemerintah Indonesia seperti Badan Pusat Statistika (BPS), Gabungan Pengusaha Kelapa Sawit Indonesia (GAPKI), serta beberapa sumber informasi lainnya yang didapat dari media online yang selaras dengan permasalahan yang dibahas. Kemudian untuk menjawab tujuan penulisan pada abstrak, penulis menggunakan metode deskriptif dalam melakukan analisis permasalahan melalui ulasan dari berbagai hasil penelitian sumber berita terkait.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Ekspor Minyak Kelapa Sawit Selama Pandemi Dilihat Dari Ukuran Ton

Minyak kelapa sawit merupakan salah satu komoditas ekspor unggulan dari beberapa komoditas lain yang dimiliki oleh Indonesia. Dimana Indonesia merupakan penghasil dan eksportir kelapa sawit terbesar di dunia. Dengan luas area yang mencapai kurang lebih 17 juta hektar di seluruh wilayah Indonesia, dengan total ekspor mencapai kurang lebih 70% dari total produksi keseluruhannya. Bahkan ekspor kelapa sawit beserta turunannya mencapai nilai yang sangat tinggi, yaitu sekitar Rp 300 triliun, dimana nilai ini merupakan penyumbang devisa terbanyak dibanding komoditas unggulan ekspor dalam sektor perkebunan lainnya. Maka dari itu peran perdagangan kelapa sawit terkhusus dalam produksi minyak kelapa sawit menjadi sangat penting terhadap pertumbuhan perekonomian negara. Kesenambungan produksi dari industri kelapa sawit sangat menjanjikan, permintaan kelapa sawit global terus meningkat dari tahun ke tahun. Ketersediaan lahan, tenaga kerja dan teknologi dalam pengolahan kelapa sawit ini pun sangat mendukung Indonesia dalam

hal peningkatan produksi industri komoditas yang satu ini.

Tabel. 1 Ekspor minyak kelapa sawit menurut negara tujuan utama tahun 2019-2021, dengan satuan 000 ton.

Berat bersih: 000 ton			
Negara Tujuan	2019	2020	2021
India	4.576,6	4.568,7	3.088,7
Tiongkok	5.791,1	4.390,5	4.703,1
Pakistan	2.215,9	2.487,0	2.674,3
Belanda	914,9	682,8	567,0
Amerika Serikat	1.189,0	1.123,7	1.640,2
Spanyol	1.078,8	1.135,9	992,8
Mesir	1.095,1	970,9	1.035,3
Bangladesh	1.351,5	1.026,6	1.319,4
Italia	751,3	944,7	622,7
Singapura	580,3	360,6	55,7
Lainnya	10.003,4	9.634,7	10.290,8
Jumlah	29 547,9	27 326,1	26 990,0

Sumber: (Badan Pusat Statistik, terakhir update Juli 2022)

Menelisik dari data Badan Pusat Statistik (BPS) di atas, pada kurun waktu tiga tahun terakhir tidaklah mengalami perubahan yang signifikan dalam kuantitas ekspor minyak kelapa sawit tersebut. Terlihat pada tiga teratas negara utama tujuan ekspor yaitu India yang diketahui adalah negara pengimpor minyak kelapa sawit terbesar di dunia, yang disebabkan oleh pertumbuhan jumlah penduduk dan industri pengolahan dan pemanfaat minyak kelapa sawit sebagai bahan pendukung dalam industri olahan makanan dan sebagainya. Dapat dilihat pada tahun 2019, India mengimpor sebesar sekitar 4.576 ton. Pada tahun 2020 India kembali mengimpor minyak kelapa sawit sebesar 4.568 ton, dapat dilihat jumlah ekspor minyak kelapa sawit Indonesia ke India pada tahun tersebut mengalami penurunan sebesar kurang lebih 8 ton. Pada tahun 2021 jumlah ekspor minyak kelapa sawit ke negara tersebut juga mengalami penurunan yang cukup signifikan, dibandingkan dua tahun sebelumnya.

Negara selanjutnya adalah Tiongkok, negara dengan penduduk terbanyak di dunia sekaligus negara dengan sektor industri terbesar di dunia ini juga mengimpor minyak kelapa sawit yang berasal dari Indonesia. Dapat dilihat pada tahun 2019, negara ini mengimpor sebesar 5.791 ton, pada tahun 2020 kembali mengimpor tetapi jumlahnya menurun menjadi sebesar 4.390 ton, tahun berikutnya 2021 kembali mengimpor dan jumlahnya meningkat dari tahun sebelumnya sebesar 4.703 ton.

Lalu ada negara selanjutnya yaitu Pakistan. Secara mengejutkan negara yang terletak di Asia Selatan ini menjadi negara tujuan utama ekspor minyak kelapa sawit Indonesia terbesar ketiga. Pada tahun 2019, Pakistan mengimpor sebesar 2.215 ton, di tahun 2020 kembali mengimpor sebesar 2.487 dimana jumlah ini mengalami peningkatan dibandingkan tahun sebelumnya. Dan pada tahun 2021 Pakistan kembali mengimpor minyak kelapa sawit sebesar 2.647, dapat dilihat dalam tiga tahun terakhir jumlah ekspor minyak kelapa sawit Indonesia ke negara Pakistan terus mengalami peningkatan jumlah. Kemudian diikuti oleh beberapa negara lain seperti, Belanda, Amerika Serikat, Spanyol, Mesir, Bangladesh, Italia, Singapura dan negara lainnya. Dengan jumlah ekspor keseluruhan dalam tiga tahun berturut-turut mengalami penurunan.

Kondisi Ekspor Minyak Kelapa Sawit Selama Pandemi Dilihat Dari Nilai FOB

Jika pada tabel sebelumnya adalah jumlah ekspor minyak kelapa sawitnya, pada tabel berikut ini dengan menggunakan data yang sama yaitu dari Badan Pusat Statistik (BPS), nilai FOB dalam kurs US Dollars pada tiga teratas negara tujuan utama ekspor minyak kelapa sawit Indonesia.

Tabel 2. Ekspor minyak kelapa sawit menurut negara tujuan utama tahun 2019-2021, dengan satuan nilai FOB 000 000 USD

Nilai FOB: 000 000 US \$			
Negara tujuan	2019	2020	2021
India	2.252,0	2.987,3	3.337,8
Tionggok	3.019,7	2.867,5	4.825,9
Pakistan	1.169,1	1.667,4	2.794,3
Belanda	480,2	460,2	615,7
Amerika Serikat	658,6	784,5	1.816,8
Spanyol	572,0	757,4	996,8
Mesir	581,1	657,7	1.119,2
Bangladesh	705,2	697,2	1.363,2
Italia	410,2	626,6	622,7
Singapura	274,7	234,4	63,6
Lainnya	5.451,6	6.703,8	11.050,0
Jumlah	15.574,4	18.444,0	28.606,0

Sumber: (Badan Pusat Statistik, terakhir update Juli 2022)

Dimulai dari negara pertama yaitu India pada tahun 2019 sampai dengan tahun 2021 mengalami peningkatan dari 2.252 juta USD sampai 3.337 juta USD. Negara selanjutnya ada

Tiongkok pada tahun 2019 sebesar 3.019 juta USD namun di tahun selanjutnya yaitu pada 2020 mengalami penurunan menjadi 2.867 juta USD dan di tahun 2021 kembali mengalami kenaikan yang cukup signifikan sebesar 4.825 juta USD. Selanjutnya ada negara Pakistan, pada tahun 2019 sampai dengan tahun 2021 terus mengalami peningkatan dari 1.169 juta USD sampai 2.794 juta USD. Disusul oleh beberapa negara lainnya seperti Belanda, Amerika Serikat, Spanyol, Mesir, Bangladesh, Italia, Singapura dan banyak negara lainnya. Dengan keseluruhan nilai FOB dalam kurun waktu tiga tahun terakhir terus mengalami peningkatan yang cukup signifikan.

Perihal Kebijakan dan Larangan Ekspor serta Pandemi Covid-19 Terhadap Industri Minyak Kelapa Sawit

Sebelumnya, dalam kurun dua tahun ke belakang Indonesia dan hampir seluruh negara di dunia mengalami pandemi, menyebabkan segala situasinya harus dibatasi dan dikurangi jumlahnya. Keadaan ini sedikit banyak menyebabkan beberapa sektor perekonomian hampir lumpuh, bahkan ada yang lumpuh total. Kebijakan-kebijakan baru dikeluarkan, larangan-larangan baru dikeluarkan terkait perdagangan, demi memutus mata rantai pandemi *Covid-19* ini. Melihat bagaimana peran serta kebijakan pemerintah saat ini menjadi penting bagi keberlangsungan hidup segala lapisan masyarakat, terutama mereka yang terdampak dalam sisi perekonomiannya. Bagaimana pemerintah mampu menjaga kestabilan perekonomian di waktu-waktu pandemi ini menyerang, dengan kebijakan-kebijakan efektif yang diharapkan dapat memulihkan keadaan perekonomian kembali.

Beberapa kebijakan baru itu turut mengguncang ekspor minyak kelapa sawit ini, mulai dari adanya pembatasan, bahkan larangan terkait ekspor. Terlebih dilihat dari kaca mata orang awam, betapa besarnya sumbangan devisa dari ekspor minyak kelapa sawit ini dan ketika melihat adanya kebijakan pembatasan ataupun larangan, pasti beranggapan bahwa perekonomian Indonesia akan menyentuh titik bawah karena adanya kebijakan-kebijakan tersebut. Dilihat lagi beberapa waktu belakangan dimana bersamaan dengan pandemi yang belum usai, Indonesia harus mengalami kelangkaan minyak kelapa sawit. Yang menyebabkan munculnya kebijakan larangan ekspor minyak kelapa sawit untuk menjaga stok dalam negeri tetap tercukupi. Tentu, kebijakan ini membawa pro kontra bagi seluruh kalangan masyarakat. Bagaimana jadinya di kondisi pandemi *Covid-19* yang belum usai, perekonomian masih dalam tahap pemulihan tetapi larangan ekspor diberlakukan. Banyak yang bertanya-tanya, apakah itu termasuk kebijakan yang efektif? Namun, mau tidak mau, suka tidak suka, pemerintah harus menetapkan kebijakan ini agar stok minyak kelapa sawit dalam negeri tetap aman, meskipun bayang-bayang pandemi *Covid-19* masih menghantui.

Meskipun begitu, tetap perlu diacungi jempol meskipun terdapat beberapa hambatan sektor kelapa sawit dan produk turunannya yang sampai sekarang masih bisa bertahan. Menelisik dari dua tabel di atas, walaupun jumlah ekspor mengalami penurunan tetapi nilai ekspor atau nilai FOB nya mengalami peningkatan. Maka dari itu, meskipun pandemi *Covid-19* masih melanda dan beberapa kebijakan pembatasan juga larangan ekspor dikeluarkan, industri minyak kelapa sawit masih bisa bertahan sampai sekarang. Meskipun dua tiga tahun ke belakang mengalami penurunan tetapi industri minyak kelapa sawit ini masih bisa menunjukkan eksistensinya sampai sekarang.

PENUTUP

Kesimpulan

Dilihat dari hasil penulisan di atas dapat disimpulkan bahwa Indonesia merupakan salah satu negara penghasil kelapa sawit dan ekspor kelapa sawit serta produk turunan yang terbesar di dunia. Hal tersebut menjadikan kelapa sawit sebagai salah satu komoditas ekspor unggulan yang dimiliki oleh Indonesia, dimana siklus perdagangan internasional terhadap komoditas kelapa sawit ini terkhusus pada produk turunannya yaitu minyak kelapa sawit membawa peran yang sangat penting bagi perekonomian Indonesia. Apalagi melihat pandemi *Covid-19* yang tengah melanda Indonesia dan banyak negara lainnya, menyebabkan sektor perekonomian menjadi terhambat oleh beberapa kebijakan baru dari pemerintah terkait hal perdagangan demi memutus mata rantai pandemi *Covid-19* ini.

Kebijakan ini berdampak juga terhadap siklus ekspor produk minyak kelapa sawit ini, dimana jumlah ekspor dalam kurun waktu tiga tahun terakhir menjadi menurun akibat adanya pandemi *Covid-19* dan kebijakan-kebijakan baru yang dikeluarkan oleh pemerintah. Belum lagi, saat Indonesia mengalami kelangkaan minyak kelapa sawit yang menyebabkan pemerintah harus cepat dalam mengambil keputusan saat itu. Larangan ekspor minyak kelapa sawit menjadi satu-satunya hal yang harus dilakukan demi menyelamatkan stok minyak kelapa sawit dalam negeri. Meskipun hal tersebut tentunya membawa pro dan kontra bagi seluruh lapisan masyarakat, banyak yang menyangkan hal tersebut dan banyak juga yang mendukung hal tersebut.

Namun dibalik cerita pandemi *Covid-19* yang terjadi, beberapa kebijakan juga larangan-larangan terkait ekspor maupun impor tidak membuat siklus perdagangan komoditas minyak kelapa sawit ini menjadi mati. Tetapi meskipun dalam hal jumlah mungkin menurun, bisa dilihat bahwa nilai FOB atau nilai ekspornya justru semakin meningkat. Hal tersebut dapat menjadi indikasi bahwa, walaupun terdapat beberapa hambatan yang menjadi penghalang, tetapi hal ini menjadikan perekonomian negara Indonesia dapat pulih kembali.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Puji dan Syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan rahmat dan karunia-Nya kami dapat menyelesaikan artikel penelitian ini dengan judul Kondisi Ekspor Minyak Kelapa Sawit Indonesia Selama Periode Covid-19. Ucapan terima kasih kepada Dosen Mata Kuliah Bahasa Indonesia yaitu Ibu Rinandita Wikansari, S.Psi., M.Psi yang telah membantu dalam penulisan artikel penelitian ini. Kepada orangtua yang senantiasa memberikan dukungan. Serta ucapan terima kasih kepada semua teman-teman yang dengan senang hati dan bersungguh-sungguh dalam penulisan artikel penelitian ini.

Akhir kata, kami menyadari bahwa dalam penulisan artikel penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kami memohon saran dan kritik yang sifatnya membangun, demi perbaikan pada penulisan berikutnya dan semoga artikel penelitian ini bermanfaat bagi kita semua. Terima kasih.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Abidin, Zainal. "Analisis Ekspor Minyak Kelapa Sawit (CPO) Indonesia." *JAM: Jurnal Aplikasi Manajemen* 6, no. 1 (2008): 139-144.
- [2] Ewaldo, Ega. "Analisis ekspor minyak kelapa sawit di Indonesia." *e-Jurnal Perdagangan*,

- Industri dan Moneter*, 2015: 10-15.
- [3] Humas. *Mulai 28 April, Pemerintah Berlakukan Larangan Ekspor CPO dan Turunannya*. April 27, 2022. <https://setkab.go.id/mulai-28-april-pemerintah-berlakukan-larangan-ekspor-cpo-dan-turunannya/>.
- [4] Gunawan, Indra. *41 Perusahaan Sawit Kantongi Izin Ekspor CPO, Berikut Perinciannya*. Juni 14, 2022. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20220614/12/1543376/41-perusahaan-sawit-kantongi-izin-ekspor-cpo-berikut-perinciannya>.
- [5] Ermawati, Tuti, and Yeni Saptia. "KINERJA EKSPOR MINYAK KELAPA SAWIT INDONESIA." *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan* 7, no. 2 (2013): 129-148.
- [6] Siradjuddin, Irsyadi. "DAMPAK PERKEBUNAN KELAPA SAWIT TERHADAP PEREKONOMIAN WILAYAH DI KABUPATEN ROKAN HULU." *Jurnal Agroteknologi*, 2015: 7-14.
- [7] Purba, Jan Horas V., and Tungkot Sipayung. "PERKEBUNAN KELAPA SAWIT INDONESIA DALAM PERSPEKTIF PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN." *Jurnal MI: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial Indonesia* 43, no. 1 (2017): 81-94.
- [8] GAPKI. *gapki.id*. Gabungan Pengusaha Kelapa Sawit Indonesia. 2020. <https://gapki.id/news/16613/pandemi-covid-19-ancam-harga-cpo-semakin-terjun-bebas>.
- [9] Hajar, Siti, Asril Andi Novany, Agus Perdana Windarto, Anjar Wanto, and Eka Irawan. "Penerapan K-Means Clustering Pada Ekspor Minyak Kelapa Sawit Menurut Negara Tujuan." *Seminar Nasional Teknologi Komputer & Sains (SAINTEKS)*, 2020: 314-318.
- [10] Suryana, Achmad, I Wayan Rusastra, Tahlim Sudaryanto, and Sahat M. Pasaribu. *DAMPAK PANDEMI COVID-19: Perspektif Adaptasi dan Resiliensi Sosial*. Jakarta: IAARD Press, 2020.
- [11] Kemenperin. *Tantangan dan Prospek Hilirisasi Sawit Nasional*. Jakarta: Pusdatin KEMENPERIN, 2021.
- [12] Anjani, Intan Giri, Alshalva Berliana Saputri, Azka Nabalih Putri Armeira, and Dwi Januarita. "Analisis Konsumsi Dan Produksi Minyak Kelapa Sawit Di Indonesia Dengan Menerapkan Metode Moving Average." *JURIKOM (Jurnal Riset Komputer)* 9, no. 4 (2022): 1014-1019.
- [13] Limanseto, Haryo. *Dinamika dan Perkembangan Terkini Terkait Minyak Sawit dan Minyak Nabati Lain di Uni Eropa*. Mei 11, 2022. <https://ekon.go.id/publikasi/detail/4076/dinamika-dan-perkembangan-terkini-terkait-minyak-sawit-dan-minyak-nabati-lain-di-uni-eropa>.
- [14] BPS. *bps.go.id*. Badan Pusat Statistik. Juli 26, 2022. <https://www.bps.go.id/statistik/2014/09/08/1026/ekspor-minyak-kelapa-sawit-menurut-negara-tujuan-utama-2012-2021.html>.

EVALUATION OF FURNACE-02 EFFICIENCY USING THE HEAT LOSS METHOD IN REFINERY UNITS AT PUSAT PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA MINYAK DAN GAS BUMI CEPU - JAVA

Oleh

Aliyah Shahab¹, Achmad Faisal F²

^{1,2}Program Studi Teknik Pengolahan Migas, Politeknik Akamigas Palembang, 30257, Indonesia

E-mail:: ¹aliyah@pap.ac.id, ²achmadfaisal@pap.ac.id

Article History:

Received: 06-01-2023

Revised: 13-01-2023

Accepted: 24-01-2023

Keywords:

Efficiency, Furnace, Petroleum, PPSDM

Abstract: *The production or processing of crude oil at PPSDM Migas Cepu using an atmospheric distillation system, which is a method of separating petroleum fractions based on differences in the boiling points of each fraction under atmospheric conditions. Oil processing at PPSDM Migas Cepu first raises the temperature by using a Heat Exchanger and Furnace to obtain the desired feed temperature or temperature. Furnace is heating equipment for processing petroleum which requires the largest operational costs in its processing business. Furnace-02 at the Refinery Unit at PPSDM Migas Cepu is more than 100 years old, and is still operating today. In petroleum processing, the furnace is very important because the furnace is a heat exchanger, which functions to raise the temperature of the petroleum before it is separated in the fractionation column. This study aims to evaluate the efficiency value of furnace-02 from calculations using the heat loss method. Furnace efficiency calculations must be carried out periodically in order to determine furnace performance so as to avoid long-term damage that can lead to maintenance. If the feed that enters the furnace is not in accordance with the specifications, it can burden the furnace's performance. From the results of calculations using the heat loss method, the performance of the furnace-02 at PPSDM Migas Cepu is 86.16%.*

PENDAHULUAN

PPSDM Migas Cepu merupakan Instansi Pemerintah Pusat di bawah Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Energi dan Sumber Daya Mineral (BPSDM ESDM), dan Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral (ESDM). Penggunaan minyak bumi sebagai sumber energi di bumi masih akan terus berlangsung seiring dengan masih adanya sumur-sumur minyak bumi yang masih menghasilkan minyak bumi, maka pengolahan minyak bumi sebagai sumber energi belum akan berhenti. Minyak bumi tidak dapat langsung digunakan tanpa adanya pengolahan terlebih dahulu. Hal ini dikarenakan banyaknya impurities yang terkandung dalam minyak bumi.

Minyak bumi sendiri jika diolah akan menghasilkan berbagai macam produk dengan

nilai daya jual tinggi. Di Indonesia sendiri terdapat beberapa lokasi pengolahan minyak bumi, salah satunya adalah Unit Kilang di PPSDM Migas Cepu. Kilang PPSDM Migas Cepu mengolah campuran crude oil dari lapangan Kawengan dan Ledok milik PT Pertamina EP Asset 4 Field Cepu. Produk utama dari pengolahan crude oil di PPSDM Migas saat ini adalah pertasol CA, pertasol CB, pertasol CC, solar dan residu. (Ditjen Migas, 2018)

Unit kilang di PPSDM Migas Cepu sudah berjalan selama lebih dari 100 tahun, sebagian alat masih dijaga keasliannya dan ada pula yang masih beroperasi hingga saat ini, salah satunya yaitu furnace. Pada pengolahan minyak bumi alat penukar panas sangatlah penting, seperti furnace. Furnace berfungsi untuk menaikkan temperatur crude oil sebelum dipisahkan di dalam kolom fraksinasi.

Furnace merupakan peralatan pemanas di kilang pengolahan minyak bumi, yang menyumbang biaya operasional terbesar di bisnis pengolahan minyak bumi. Furnace menurut (Shekarchian, 2013) adalah sebagai bagian dari pabrik yang berkontribusi paling besar terhadap unit pengolah energi dalam penyulingan minyak bumi dan industri petrokimia. Dan efisiensi termal furnace memainkan peran penting dalam penghematan energi pabrik. Jadi, sangat penting untuk memaksimalkan nilai kalor yang ditransfer ke proses pengolahan crude oil dan meminimalkan kalor yang hilang dari furnace.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh (Agus, 2016) terhadap furnace yang telah dibuat, didapatkan bahwa panas yang dihasilkan furnace didapatkan dari hasil perubahan energi listrik menjadi energi kalor. Furnace menyala atau bekerja pada saat temperatur di dalam kabin belum mencapai temperatur setting, sebaliknya furnace dalam keadaan off pada saat temperatur di dalam kabin sedikit melebihi temperatur setting.

Efisiensi furnace merupakan hal yang sangat penting dalam mengukur kinerja dari furnace. Perhitungan efisiensi furnace harus dilakukan secara berkala agar dapat mengetahui performa dapur sehingga dapat menghindari kerusakan jangka panjang yang dapat menyebabkan maintenance sehingga mempengaruhi produksi dan cost kilang. Umpan yang masuk ke furnace apabila tidak sesuai dengan spesifikasi, dapat memberatkan kinerja (duty) furnace, akan lebih serius apabila efisiensi furnace itu sendiri rendah.

Pada penelitian yang dilakukan oleh (Dwi, 2019) mengenai performa furnace di High Vacuum Unit I (HVU I) Pertamina Refinery Unit IV Cilacap didapatkan nilai 73.60855% sedangkan efisiensi desainnya adalah 79%. Rendahnya efisiensi energi furnace tersebut disebabkan oleh beberapa hal diantaranya adalah kondisi alat dan operasi atau proses. Sehingga performa furnace tersebut perlu dievaluasi.

Penelitian lain mengenai kinerja furnace juga dilakukan oleh (Kurniawan, 2020) mengenai evaluasi efisiensi dari furnace di PPSDM Migas Cepu pada tahun 2020 untuk membuktikan apakah furnace masih layak untuk digunakan. Furnace disini berfungsi memindahkan panas yang dihasilkan dari proses pembakaran bahan bakar dalam suatu ruangan ke fluida yang dipanaskan sampai mencapai suhu yang diinginkan. Sehingga perlu adanya perhitungan evaluasi kinerja dari furnace untuk mengetahui kelayakan alat tersebut. Dari penelitian didapatkan nilai efisiensi furnace sebesar 83,19 % yang berarti furnace layak digunakan.

Dari beberapa penelitian tersebut diatas dan umur furnace yang sudah tua maka pada penelitian ini dilakukan perhitungan efisiensi furnace 02 di PPSDM Migas Cepu dengan metode heat loss didapatkan sebesar 86,16%, hal ini menunjukkan bahwa furnace-02

walaupun sudah berumur lama namun masih layak dioperasikan, karena nilai efisiensinya tinggi.

TEORI DASAR

1. Prinsip Kerja Furnace

Di industri minyak dan gas bumi, furnace merupakan suatu alat yang dirancang sebagai tempat pemanas utama crude oil yang dilengkapi oleh burner. Tujuan pemanasan dalam furnace adalah untuk menguapkan fraksi-fraksi ringan yang terkandung di dalam crude oil (Jonas, 2017). Sumber panas furnace berasal dari proses pembakaran fuel oil, fuel gas atau gabungan dari keduanya. Setelah crude oil melewati heat exchanger, crude oil tersebut kemudian masuk ke dalam furnace melalui tube bagian atas pada suhu 110°C dan diteruskan ke bagian bawah, hal ini dilakukan untuk menghindari kerusakan pada crude oil karena adanya pemanasan mendadak sehingga menimbulkan cracking atau perekahan. Fraksi-fraksi ringan yang sudah berbentuk uap menyisakan fraksi berat sebagai crude oil yang kemudian keluar dari furnace pada suhu 340°C. Furnace yang diteliti adalah tipe box dengan burner horizontal.

Terdapat lima buah furnace di PPSDM Migas Cepu, yaitu furnace 01, 02, 03, 04, dan 05. Namun, furnace yang digunakan saat ini hanya furnace 02 dan 03 saja. Furnace 02 dan 03 merupakan furnace lama dengan usia lebih dari 100 tahun. Itulah sebabnya perlu adanya evaluasi tentang efisiensi serta kelayakan dari alat tersebut.

2. Sistem Pembakaran

Pembakaran adalah suatu runutan reaksi kimia antara suatu bahan bakar dan suatu oksidan, disertai dengan produksi panas yang kadang disertai cahaya dalam bentuk pendar atau api. Dalam suatu reaksi pembakaran lengkap, suatu senyawa bereaksi dengan zat pengoksidasi, dan produknya adalah senyawa dari tiap elemen dalam bahan bakar dengan zat pengoksidasi. (Rizqi, 2021). Proses Pemanasan Pada Furnace Setelah crude oil keluar dari HE (Heat Exchanger), crude oil masuk ke dalam furnace melalui tube bagian atas (daerah konveksi) dan diteruskan ke tube bagian bawah (daerah radiasi). Crude oil yang suhunya telah sesuai dengan yang diinginkan (330 – 340°C) akan keluar dari furnace, selanjutnya dialirkan ke dalam evaporator. Crude oil dimasukkan melalui bagian atas terlebih dahulu karena temperatur bagian atas lebih rendah daripada bagian bawah dan agar crude oil mendapatkan pemanasan yang bertahap dan untuk pemanfaatan energi yang keluar dari stack. Apabila crude oil dipanaskan secara mendadak maka akan terjadi cracking. Ketika terjadi cracking secara berlanjut maka dapat menyebabkan terbentuknya kerak yang menempel pada dinding dalam tube. Kerak tersebut akan menghambat perpindahan panas dari tube ke crude oil, bahkan dapat menyebabkan pemanasan setempat (hot spot) pada tube. Pemanasan setempat pada tube furnace dapat menyebabkan tube furnace pecah. Pemanasan crude oil dalam furnace dikendalikan secara otomatis dengan menggunakan peralatan instrumen, ahli instrumen tersebut mengatur tinggi rendahnya temperatur crude oil yang keluar dari furnace, yaitu dengan jalan aliran bahan bakar minyak diatur dengan control valve sesuai kebutuhan. Adanya pengaturan pemanasan crude oil secara otomatis apabila temperatur keluar crude oil lebih tinggi dari yang diharapkan maka alat instrumen secara otomatis mengirimkan sinyal ke control valve untuk menutup sehingga bahan bakar minyak ke burner alirannya akan berkurang. Hal ini akan berakibat api pada burner mengecil sehingga temperatur crude oil yang keluar furnace menurun. Sebaliknya apabila temperatur

crude oil yang keluar lebih rendah dari yang dikehendaki maka alat instrumen secara otomatis mengirim sinyal ke control valve untuk menambah bukaannya sehingga bahan bakar minyak yang menuju ke burner lebih besar alirannya. Hal ini menyebabkan temperatur crude oil yang keluar furnace bertambah.

Dalam pembakaran di furnace, digunakan bahan bakar fuel oil berupa R30 yaitu campuran residu dan solar (residu 30%, solar 70%) serta fuel gas (LPG) untuk pemantik. Aspek penting pada continuous furnace adalah perlu untuk memastikan temperatur pada ruang furnace memiliki keseragaman temperatur. (Muhammad, 2019).

Perpindahan panas secara konveksi pada furnace merupakan proses transport energi dengan kerja gabungan dari konduksi panas, penyimpanan energi dan gerakan mencampur. Konveksi sangat penting sebagai mekanisme perpindahan energi antara permukaan benda dan cair atau gas. Perpindahan panas secara konveksi dari suatu permukaan yang suhunya di atas suhu fluida sekitarnya berlangsung dalam beberapa tahapan. Pertama, panas mengalir dengan cara konduksi dari permukaan ke partikel-partikel fluida yang berbatasan. Energi yang berpindah dengan cara demikian akan menaikkan suhu dan energi dalam partikel-partikel fluida tersebut. Kedua, partikel-partikel tersebut akan bergerak ke arah suhu yang lebih rendah dan partikel tersebut akan bercampur dengan partikel-partikel fluida lainnya. (Khoirudin & La Ode Mohammad Firman. 2018).

3. Desain Furnace

Dinding furnace merupakan dinding dapur bagian luar dengan struktur baja untuk menahan, dinding furnace berfungsi untuk mengisolir panas sehingga panas yang diserap oleh umpan mencapai nilai maksimum. Dinding dapur di desain sedemikian rupa, yang terdiri dari bahan/campuran tertentu sehingga panas hilang akibat penyerapan dinding dapur dapat di minimalkan. Metode ADI (Alternating Directional Implicit) digunakan untuk mendiskritasi persamaan atur konduksi dan konveksi alami pada dinding tungku pembakaran. Dari hasil penelitian membuktikan ketebalan lapisan udara sebesar 0,05 m mempunyai kapasitas isolasi paling baik dengan koefisien perpindahan panas rata-rata sebesar 0,109 W/m²K (Saiful et al, 2014). Pada electric furnace yang menggunakan 3 fasa, lapisan dinding furnace yang digunakan meliputi semen tahan api, bata tahan api, dan glasswool. Hasil penelitian menunjukkan bahwa laju perpindahan panas cukup besar sehingga waktu untuk mencapai suhu maksimal relative singkat. (Yasinta, 2021). Simulasi numerik perpindahan panas pada dinding furnace lapis banyak yang berongga udara dengan metode beda hingga terjadi penurunan temperatur dinding luar yang dipengaruhi oleh variasi material hot face lining dikarenakan perbedaan konduktifitas termal pada masing-masing jenis material. (Saiful et al, 2014).

Terjadi kenaikan temperatur dinding luar yang dipengaruhi oleh variasi material refraktori dikarenakan perbedaan konduktifitas termal pada masing-masing jenis material serta terjadinya penurunan temperatur dinding luar yang dipengaruhi oleh variasi ketebalan material isolasi karena semakin tebal material isolasi akan semakin rendah pula temperatur dinding luar pada furnace (Khoirudin, 2018).

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian dan pengambilan data dilaksanakan di Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Minyak dan Gas Bumi (PPSDM Migas) Cepu. Adapun langkah-langkah perhitungan

efisiensi *furnace* 02 adalah sebagai berikut :

Metode Perhitungan :

1. Menghitung Nilai Specific Gravity

$$\text{Specific Gravity} \left(\frac{60}{60}^{\circ\text{F}} \right) = \frac{\text{density of liquid at } 60^{\circ\text{F}} \text{ in } \text{g/cm}^3}{0.999 \text{ g/cm}^3}$$

2. Menghitung °API untuk Crude Oil dan Fuel Oil :

$$^{\circ}\text{API} = \frac{141,5}{\text{spgr}} - 131,5$$

3. Menghitung Nilai KUOP :

$$K = \frac{\sqrt[3]{Tb}}{SG}$$

Keterangan :

K = KUOP (Characterization Universal Oil Product), angka untuk mencari entalpi

Tb = Titik didih rata-rata, °R = (°F + 460)

S = Specific gravity pada 60°F

4. Menghitung Panas Pembakaran Fuel Oil :

$$Q = m \cdot \text{GHV}$$

Keterangan :

m = Massa fuel oil, lb/jam

GHV = Gross Heating Value, Btu/lb

5. Menghitung Panas Sensibel Fuel Oil :

$$Q = m \cdot C_p \cdot \Delta T$$

Keterangan :

m = Massa fuel oil, lb/jam

Cp = Panas jenis rata-rata pada tekanan konstan, Btu/lb °F

T1 = Temperatur akhir, °F.

T2 = Temperatur akhir, °F.

6. Menghitung Panas Pembakaran Fuel Gas :

$$Q = m \cdot \text{LHV}$$

Keterangan :

m = Massa fuel oil, lb/jam

LHV = Low Heating Value, Btu/lb

7. Menghitung Jumlah Fuel Gas :

$$Q_s = 443.45 \frac{T_s}{P_s} \times D^{2,667} \times \frac{\sqrt{P_1^2 + P_2^2}}{L \times SG \times T}$$

Keterangan :

Qs = Gas flow (SCF/hari)

Ts = Standart absolute temperature (°R)

Ps = Standart pressure (14,7 psia)

D = Internal diameter (inch)

P1 = Initial pressure (psia)

P2 = Final pressure (psia)

L = Length of lines (mil)

T = Absolute temperature of following gas (°R)

8. Menghitung Panas Sensibel Fuel Gas :

$$Q = m \cdot Cp \cdot \Delta T$$

Keterangan :

m = Massa fuel oil, lb/jam

T2 = Temperatur akhir, °F

T1 = Temperatur awal, °F

Cp = Panas jenis rata-rata pada tekanan konstan

9. Menghitung Panas Udara Pembakaran dan Udara Berlebih :

$$\text{Excess air} = \frac{O_2 \text{ berlebih} - \sum O_2 \text{ pembakaran}}{\sum O_2 \text{ pembakaran}}$$

10. Menghitung Panas yang Keluar Lewat Dinding :

$$Q = Hi \times A \times \Delta T$$

Keterangan :

Hi = Koefisien perpindahan panas (konveksi dan radiasi), Btu/ft².°F.jam

A = Luas area dinding dan dasar furnace, ft²

ΔT = Temperatur dinding dapur - temperatur sekitar, °F

11. Efisiensi Furnace :

$$\text{efisiensi} = \frac{\text{Jumlah panas yang berguna}}{\text{Jumlah panas yang masuk dapu}} \times 100\%$$

PEMBAHASAN

Efisiensi furnace adalah performance dari suatu furnace untuk memberikan panas yang dihasilkan oleh pembakaran sejumlah fuel kepada fluida yang dipanaskan di dalam tube furnace. Untuk mengetahui besar efisiensi furnace terlebih dahulu menentukan neraca panasnya. Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan, didapatkan neraca panas sebagai berikut :

Tabel 1. Neraca Panas Furnace-02

Panas Masuk (Btu/jam)		Panas Keluar (Btu/jam)	
Q _{1a}	9.161.501,3858	Q ₅	2.661.880,9332
Q _{1b}	8.507,4736	Q ₆	1.593.146,4975
Q _{2a}	27.652.216.564	Q ₇	653.491,24193
Q _{2b}	65.167,94		
Q ₃	275.453,55349		
Q ₄	27.545,35536		
Total	37.190.392,272	Total	5.145.405,6524

Penentuan efisiensi suatu furnace dapat dilakukan dengan membandingkan panas yang diserap crude oil dengan total panas masuk ke dalam furnace. Dari perhitungan tersebut didapatkan besar efisiensi untuk furnace-02 pada Unit Kilang di PPSDM Migas Cepu sebesar:

$$\begin{aligned} \text{Efisiensi furnace} &= \frac{\text{PANAS MASUK} - \text{PANAS KELUAR}}{\text{PANAS MASUK}} \times 100\% \\ &= \frac{37.190.392,272 - 5.145.405,6524}{37.190.392,272} \times 100\% \\ &= 86,16\% \end{aligned}$$

Hal yang perlu dilakukan untuk menjaga kinerja furnace adalah dengan menjaga kapasitas crude oil yang masuk sesuai dengan spesifikasi desain furnace. Jika crude oil dibiarkan masuk dengan kapasitas kurang dari spesifikasi desainnya maka akan menyebabkan panas yang tidak merata, hal ini tentu berbahaya karena dapat menyebabkan tube menjadi pecah. Suhu keluaran flue gas juga berpengaruh terhadap efisiensi, dimana saat suhu keluaran flue gas sangat tinggi maka akan mengakibatkan panas yang terbuang melalui flue gas juga sangat banyak.

Kehilangan panas akibat suhu keluaran flue gas yang terlalu tinggi akan menurunkan efisiensi furnace. Selain itu revamping beberapa komponen dalam furnace juga dapat meningkatkan kinerja furnace seperti penelitian yang dilakukan (I Wayan, 2022) yang mere-desain furnace, berdasarkan hasil dari proses pengujian furnace yang sudah dire-desain, dapat disimpulkan bahwa furnace yang telah di re-desain dan diperbaiki mampu bekerja secara maksimal.

Melakukan maintenance secara berkala juga merupakan hal yang sangat penting dalam meningkatkan kinerja furnace. Penelitian yang dilakukan (Dian, 2019) mengenai Analisa energi furnace paska turn around didapatkan nilai efisiensi energi keseluruhan furnace pada waktu setelah TA sangat stabil diangka 97% sedangkan waktu sebelum TA nilai efisiensi energi cenderung fluktuatif dikisaran 68%-75%. Efisiensi energi pada waktu setelah TA lebih besar dan stabil di bandingkan dengan waktu sebelum TA.

Penelitian lain yang dilakukan (Stephen, 2022) untuk melihat pengaruh beberapa parameter desain dan operasional pada efisiensi furnace juga berpengaruh pada penghematan energi dan studi menemukan tren positif. Parameter tersebut meliputi suhu gas buang, suhu saluran masuk udara pembakaran, ketebalan, dan emisivitas dinding refraktori. Penurunan suhu gas buang meningkatkan efisiensi tungku hingga 73%, peningkatan suhu saluran masuk udara meningkatkan efisiensi tungku hingga 61%, dan peningkatan ketebalan dinding refraktori meningkatkan efisiensi tungku.

Berdasarkan perhitungan efisiensi furnace yang sudah dilakukan, didapatkan efisiensi furnace-02 PPSDM Migas Cepu sebesar 86,16%. Dapat disimpulkan dalam penelitian ini berdasarkan perhitungan yang didapat dan beberapa penelitian sebelumnya bahwa furnace-02 layak dioperasikan, tingginya nilai efisiensi furnace-02 dikarenakan alat yang digunakan selalu dibersihkan atau maintenance sehingga efisiensi furnace terjaga. Walaupun furnace-02 sudah berumur lama namun efisiensinya masih tinggi, karena furnace dijaga dalam keadaan yang baik dengan perawatan yang baik secara berkala, selain itu dikarenakan excess air yang masuk memiliki jumlah yang kecil sehingga panas yang terbuang melalui flue gas menjadi sedikit, selain itu panas yang hilang ke lingkungan pun kecil karena dinding dalam keadaan baik-baik saja dan tidak ada kebocoran.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada furnace-02 di Pusat Pengembangan Sumber Daya Mineral Minyak dan Gas Bumi (PPSDM Migas) Cepu, maka dapat disimpulkan bahwa crude oil yang dipanaskan hingga temperatur keluarannya berkisar (330 – 340°C) setelah dilakukan perhitungan dengan metode heat loss, diperoleh nilai efisiensi furnace-02 pada Unit Kilang di PPSDM Migas Cepu sebesar 86,16%. Dari hasil efisiensi furnace tersebut dapat dikatakan bahwa furnace-02 walaupun sudah berumur lama namun masih layak

dioperasikan, karena nilai efisiensinya tinggi.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Agus Rizal¹, Yudi Samantha², Asep Rachmat³. 2016. Pembuatan Tungku Pemanas (Muffle Furnace) Kapasitas 1200°C. Teknik Mesin, Fakultas Teknik Universitas Majalengka.
- [2] Ahmad, saiful Prasetyo, Eko B., Widodo, P. J. (2014). Simulasi Numerik Perpindahan Panas Pada Dinding Tungku Pembakaran Lapis Banyak berongga Udara Dengan Metode Beda Hingga, 1–7. Retrieved from digilib.uns.ac.id
- [3] Ajah, Stephen.A; Idorenyin, Donald. 2022. Thermal analysis to investigate the effects of operating parameters on conventional cupola furnace efficiency. Sage Journals
- [4] Dian Putra Satria, Romy. 2019. Analisa Energi Furnace 101-H-2 Pasca Turn Around 2017 PERTAMINA REFINERY UNIT II SEI. PAKNING. Laboratorium Konversi Energi, Jurusan Teknik Mesin, Fakultas Teknik Universitas Riau.
- [5] Ditjen Migas. 2018. Buku Minyak dan Gas Bumi. Direktorat Jenderal Minyak dan Gas Bumi. Kementrian ESDM.
- [6] Dwi Putera, Radita. 2019. Evaluasi Kinerja Furnace @1F-2 High Vacuum Unit (Unit 21) Area Lube Oil Complex I (LOC I) PT. PERTAMINA (PERSERO) REFINERY UNIT IV CILACAP
- [7] Fitri, Rizqi Naryanto. 2021. TEKNIK PEMBAKARAN. Literasi Nusantara.
- [8] Jonas Martua Tambunan. 2017. Studi Rancang Bangun dan Temperatur Zona Continuous Furnace Sintering Material Frangible Cu-5wt%Sn. Departemen Teknik Material. Institut Teknologi Sepuluh Nopember.
- [9] Khoirudin, La Ode Mohammad. 2018. Optimasi Desain Pada Dinding Furnace Dengan Temperatur 1000 °C. Magister Teknik Mesin, Universitas Pancasila.
- [10] Kurniawan, Noval (2020) *Evaluasi Efisiensi Furnace – 02 Pada Unit Kilang Di Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Minyak Dan Gas Bumi Cepu Jawa Tengah*.
- [11] Muhammad Fahmi Dwi Rizaldi. 2019. Analisis Kinerja Dan Efisiensi Continuous Furnace Untuk Aplikasi Produksi Frangible. Departemen Teknik Material. Institut Teknologi Sepuluh Nopember.
- [12] Sajiyo. 2017. Pemeliharaan Boiler Modul I dan Modul II. Badak LNG.
- [13] Shekarchian M., Zarifi F., Moghavemmi M. Motasemi F., Mahlia T.M.I., 2013. Energy, Eksergi, Environmental and Economic Analysis of Industrial Fired Heaters based on Heat Recovery and Preheating Techniques". NY, USA: Energy Conversion and Management, 71, 51–61.
- [14] Sindy Yasinta P; Ali Akbar. 2021. Analisa Heat Transfer Pada Electric Furnace 3 Fasa. Jurnal Mesin Nusantara.
- [15] Wayan, I, Sugita¹, Ferry Budhi Susetyo¹, Hanapi¹, Moh Sahal Rifai¹. 2022. Proses Re-Desain dan Perbaikan Furnace Dengan Daya 5000 W. Metalik: Jurnal Manufaktur, Energi, Material Teknik (2022), 1(1): 31-38.

ANALISIS COMPANY CULTURE PADA PT. GLOBAL WELINDO BATAM

Oleh

Antony Sentoso¹, Stefani Woro Asmarani², Benwanto Ardiyano³, Gelasia Gwyneth⁴,
Sherina Romaito Br Hutagaol⁵, Supriyadi Arifin⁶

Fakultas Ekonomi, Universitas Internasional Batam

E-mail: benwantoardiyano@gmail.com

Article History:

Received: 13-12-2022

Revised: 15-01-2023

Accepted: 26-01-2023

Keywords:

*Dimensions Of Culture,
Biz Culture Style, Biz
Communication, Barrier
In Communicating, Type
Of Corporate Culture*

Abstract: *PT. Global Welindo Batam merupakan bagian dari Golden Group Batam, perusahaan yang berbasis general supplier atau kita ketahui sebagai pemasok berbagai jenis barang yang dibutuhkan oleh pelanggan. PT. Global Welindo Batam berdiri pada bulan November tahun 2014. PT. Global Welindo Batam didirikan oleh seorang direktur yang berasal dari kota Tanjung Balai Karimun, Kepulauan Riau. Teori yang digunakan adalah Dimensions of Culture, Biz Communication, Barrier in Communicating, Type Of Corporate Culture. Penelitian ini menggunakan kualitatif dengan metode wawancara pada salah satu karyawan PT. Global Welindo Batam. Pada perusahaan Global Welindo Batam ini, pemimpinnya tidak menerapkan culture power distance yang dimana culture tersebut membuat karyawannya seolah-olah menjadi orang lain dan tidak terlalu memiliki hubungan yang dekat. Perusahaan Global Welindo Batam ini juga mempunyai gaya hidup yang lebih bersosialisasi dengan para karyawannya dibandingkan dengan negara barat yang cenderung lebih menyukai hidup sendiri. Perusahaan Global Welindo Batam lebih mengarah ke culture barat karena mempunyai karyawan yang sangat menghargai waktu dimana karyawan absen dengan tepat waktu. Perusahaan Global Welindo Batam lebih mengarah ke family culture dimana culture ini merupakan tipe figur ayah yang kuat dalam memimpin karyawannya untuk jangka panjang Solusi yang dapat diberikan kepada perusahaan Global Welindo Batam adalah harus lebih perdalam lagi hubungan antar karyawan sehingga dapat lebih baik, maju, dan berkembang lebih pesat lagi kedepannya.*

PENDAHULUAN

PT. Global Welindo Batam merupakan bagian dari Golden Group Batam, perusahaan yang berbasis *general supplier* atau kita ketahui sebagai pemasok berbagai jenis barang yang dibutuhkan oleh pelanggan. PT. Global Welindo Batam berdiri pada bulan November tahun 2014. PT. Global Welindo Batam didirikan oleh seorang direktur yang berasal dari kota Tanjung Balai Karimun, Kepulauan Riau.

Pemilik perusahaan ini memiliki keturunan tionghua. Perusahaan ini memiliki beberapa

divisi seperti *sales, sales coordinator, purchasing, accounting, store-man, admin* dan *driver*. Global Welindo Batam memiliki 88 karyawan yang berasal dari berbagai macam kota di Indonesia seperti, kota Batam, Tanjungpinang, Medan, Selatpanjang, Jakarta, dan lain sebagainya. Dari keberagaman asal tersebut, tentu saja PT. Global Welindo Batam memiliki beragam etnis di dalamnya dan Sebagian mayoritas berasal dari etnis tionghua.

PT. Global Welindo Batam memiliki budaya yang selalu diterapkan setiap bulan, yaitu acara internal bulanan yang bertujuan untuk melekatkan seluruh anggota yang ada. Acara ini telah rutin dilakukan dari bulan Mei 2022. Anggota PT. Global Welindo Batam juga selalu merayakan acara keagamaan yang ada, seperti saat puasa, direktur akan membuat acara buka puasa bersama seluruh anggota, termasuk yang menjalani ataupun tidak menjalani ibadah puasa. Kemudian disaat natal, perusahaan juga mengadakan acara dekor dan tukar kado untuk acara natal dan saat imlek, kantor juga mengadakan acara makan Bersama dan mengadakan beberapa tampilan untuk acara imlek.

Acara yang terbaru adalah dilakukan adalah acara nonton Bersama Golden Group, yaitu acara FIFA World Cup. Panitia nya berasal dari karyawan PT. Global Welindo Batam sendiri, dan dibantu oleh beberapa karyawan Golden Group yang terdiri dari Golden Visalux, Golden Hardware, Golden Batam Raya, dan anggota Golden Group lainnya. Dengan diadakannya acara nonton bersama Golden Group, karyawan lain bisa saling mengenal satu sama lain, walaupun berada di perusahaan yang berbeda, menambah atau memperluas koneksi merupakan salah satu dari visi misi PT. Global Welindo Batam untuk karyawannya karena direktur sendiri tidak ingin karyawannya diam di tempat. Direktur merasa akan merasa lebih baik jika karyawannya memiliki koneksi yang luas.

Dari sisi internal, direktur dan karyawan memiliki hubungan yang cukup dekat. Setiap bulan direktur akan makan siang dengan masing-masing divisi, makan siang ini dilakukan untuk mempererat hubungan antara direktur dan karyawan. Direktur tentu saja ingin mengenal karyawannya lebih dekat, hubungan yang erat tentu saja akan membuat karyawan yang bekerja lebih nyaman, dan karyawan bukan hanya bekerja, tetapi bisa saling mengerti antara satu sama lain.

Selain itu, biasanya setiap divisi juga akan merayakan ulang tahun setiap anggota masing-masing divisi. Jadi setiap karyawan yang sudah bekerja genap atau lebih dari satu tahun, akan diberikan jatah masing-masing Rp 350.000,- untuk membeli kue ulang tahun. Tentu saja karyawan yang dibawah satu tahun juga akan kita rayakan ulang tahunnya, tetapi kue tidak disediakan oleh perusahaan, melainkan oleh masing-masing rekan yang peka terhadap sesama.

LANDASAN TEORI

Dimensions of Culture

Geert Hofstede mengembangkan *dimensions of culture* menjadi kerangka komunikasi lintas budaya. Nilai-nilai yang berhubungan dengan perilaku ini menunjukkan efek budaya masyarakat. Menurut Hofstede analisis faktor dimensi budaya didasari dengan membandingkan 4 negara: AS, Cina, Jerman, dan Brasil di 6 dimensi model.

Pada tahun 1967 dan 1973, Hofstede mengembangkan modelnya sebagai hasil analisis faktor membuktikan hasil survei nilai karyawan di seluruh dunia oleh IBM. Ketika model tersebut disempurnakan. Teori Hofstede menyampaikan empat dimensi nilai budaya yang

dianalisis yaitu, individualisme-kolektivisme; penghindaran ketidakpastian, jarak kekuasaan (kekuatan hierarki sosial) dan maskulinitas-feminitas (orientasi tugas pada preferensi budaya yang luas). Hofstede mendasarkan penelitiannya pada preferensi budaya nasional daripada preferensi budaya individu seperti, enam aspek utama dari skala perbandingan negara budaya nasional, termasuk: *The Power Distance Index* (PDI), *Individualism vs. Collectivism* (IDV), *Masculinity vs Femininity* (MAS), *uncertainty avoidance index* (UAI), *long term orientation vs short term normative orientation* (LTO), dan *indulgence vs restraint* (IVR).

- *Power Distance Index* (PDI): diartikan sebagai “institusi dan anggota organisasi yang kurang berkuasa akan menerima dan mengharap bahwa kekuasaan didistribusikan secara tidak merata”.
- *Individualisme vs Collectivism* (IDV): “sejauh mana orang dalam masyarakat diintegrasikan ke dalam kelompok”. Masyarakat yang individualis mempunyai ikatan kurang erat yang mana hanya menghubungkan individu dengan keluarganya.
- *Uncertainty Avoidance* (UAI): diartikan sebagai “toleransi masyarakat terhadap ambiguitas”, yang mana orang menjauhi kejadian yang tidak terduga, tidak diketahui, dan jauh dari status.
- *Masculinity vs Femininity* (MAS): pada maskulinitas diartikan sebagai “preferensi dalam masyarakat untuk berprestasi, ketegasan, serta imbalan materi untuk sukses. Feminitas “preferensi untuk kerja sama, kesopanan, dan kualitas hidup. Wanita dalam masyarakat biasaya memperlihatkan nilai yang berbeda-beda. Dalam masyarakat feminin, berpandangan yang sederhana dan peduli sama dengan laki-laki. Dalam masyarakat maskulin, perempuan sedikit asertif dan kompetitif, tapi lebih sedikit dibandingkan laki-laki.
- *Long-term orientation vs Short-term orientation* (LTO): Dimensi ini berkaitan hubungan masa lalu dengan tantangan atau tindakan sekarang dan masa mendatang. Dari indeks ini (jangka pendek) tingkat yang lebih rendah Tingkat yang lebih rendah dari indeks ini (jangka pendek) memperlihatkan bahwa tradisi dihormati dan dijaga. Dari indeks (jangka panjang) Masyarakat dengan tingkat tinggi dalam Indeks ini (jangka panjang) mempertimbangkan adaptasi dan pemecahan masalah realistis sebagai kebutuhan.
- *Indulgence vs. restraint* (IND): Dimensi ini menunjukkan pada tingkat kebebasan yang diberikan norma masyarakat kepada warga negara dalam memenuhi kebutuhan manusiawi mereka.

Biz Culture Style

Budaya berpengaruh pada perilaku, yang mana mengembangkan kembali manifestasi dari budaya (Peter dan Olson, 1998). Seseorang yang mempunyai perilaku mungkin memandang dan meniru akan dihiraukan oleh individu lainnya. Hal tersebut membuat norma-norma perilaku dan diartikan sebagai bagian dari budaya yang ditampilkan dalam populasi. Tindakan manajemen sebagai sebuah sarana untuk mentransfer nilai-nilai kultural yang didapatkan dalam lingkungan eksternal untuk diambil ke dalam organisasi.

Budaya berpengaruh pada perilaku melalui manifestasi-manifestasinya, seperti yang diterangkan oleh Hofstede, yaitu: *Values, Heroes, Rituals, Symbols*. Itu adalah bentuk-bentuk yang mana secara *cultural* penetapan *knowledge* diungkapkan. Oleh karena itu, setiap budaya grup mengalami manifestasi-manifestasi budaya yang berbeda-beda.”

Menurut Soelaeman, budaya yang berkembang di Asia pada khususnya seperti

Indonesia adalah budaya timur. Sedangkan menurut Tylor, budaya yang berkembang di Eropa dan Amerika adalah budaya barat.

Beberapa perbedaan antara budaya barat dan timur, sebagai berikut :

1. Gaya Hidup
Orang barat biasanya bersifat individualis karena mereka lebih senang hidup sendiri, sedangkan orang timur biasanya lebih senang untuk bersosialisasi.
2. Sopan santun atau tata karma
Orang barat biasanya kurang mengetahui tata krama karena sifatnya yang individualis. Seperti saat berpakaian, orang barat sangat bebas ketika berpakaian, berbeda dengan orang timur yang lebih tau tentang tata krama dan sopan santun. Sehingga mereka biasanya berpakaian sopan dan bisa menyesuaikan pakaian dengan tempat yang ingin didatangi.
3. Mengemukakan pendapat
Dalam mengungkapkan pendapat yang berbeda antara budaya barat dan timur, orang di budaya barat biasanya mengungkapkan pendapatnya secara blak-blakan dan *straight to the point*. Maka dari itu jika kita berkomunikasi dengan orang budaya barat, sebagai orang budaya timur harus dapat menerima kritik dan saran. Berbeda dengan orang budaya timur, seringkali terbelit-belit ketika menyampaikan pendapat.
4. Mengatasi masalah
Saat mengatasi masalah, orang budaya barat biasanya menyelesaikan masalah secara langsung atau *to the point* sehingga masalahnya tersebut langsung terselesaikan. Sedangkan orang budaya timur yang biasanya menghindari masalah daripada mengatasi masalah tersebut.
5. Ketepatan waktu
Budaya barat sudah tidak asing dengan ketepatan waktu berbeda dengan budaya timur biasanya mempunyai kebiasaan tidak tepat waktu. Ketika berbisnis, waktu itu sangatlah penting apalagi untuk *first impression meeting* dengan investor atau klien. Oleh karena itu, kita harus mengurangi kebiasaan tidak tepat waktu saat bertemu dengan orang budaya barat maupun timur.

Biz Communication

Edward T. Hall mengungkapkan sebuah hal yang mendasari teori *individualism* dan *collectivism* adalah teori *High Context Culture & Low Context Culture*. *High context culture* dapat dijumpai pada masyarakat yang menganut budaya kolektif, sedangkan *low context culture* terdapat pada masyarakat yang menganut budaya individual. Edward T. Hall (1973) menjelaskan perbedaan konteks budaya tinggi dan konteks budaya rendah.

- ***High Context Culture***

Budaya konteks tinggi ditandai dengan komunikasi konteks tinggi, Edward T. Hall (1976) menyatakan bahwa, Dalam budaya konteks tinggi (seperti di Jepang, Cina, Korea, dan negara-negara Arab), komunikasi sangat bergantung pada makna budaya non-verbal, kontekstual, dan bersama. Dengan kata lain, komunikator konteks tinggi sangat mementingkan segala sesuatu yang mengelilingi pesan eksplisit, termasuk hubungan interpersonal, isyarat non-verbal, dan pengaturan fisik dan sosial. Informasi ditransmisikan tidak hanya melalui kata-kata tetapi juga melalui isyarat non-verbal seperti gerak tubuh, infleksi suara, dan ekspresi wajah, yang dapat

memiliki arti berbeda dalam budaya yang berbeda. Kontak mata, misalnya, yang dianjurkan di Amerika Utara, mungkin memiliki makna yang besar atau dianggap tidak sopan dalam beberapa hal. Makna ditentukan bukan oleh apa yang dikatakan tetapi oleh bagaimana hal itu dikatakan dan bagaimana implikasi sosial seperti status dan posisi komunikator berperan.

- **Low Context Culture**

Komunikator dalam budaya konteks rendah (seperti di Jerman, Skandinavia, dan Amerika Utara) menyampaikan makna mereka secara eksklusif dari konteks situasi. Makna tergantung pada apa yang dikatakan isi literal dari pesan daripada bagaimana hal itu dikatakan. Informasi harus eksplisit dan terperinci agar pesan dapat disampaikan tanpa distorsi.

Komunikator konteks rendah tidak perlu diberi banyak informasi latar belakang, tetapi mereka mengharapkan pesan menjadi profesional, efisien, dan linier dalam logika mereka. Kesimpulan dinyatakan secara eksplisit. Oleh karena itu, berkomunikasi secara efektif dalam budaya ini membutuhkan penyampaian pesan yang dianggap objektif, profesional, dan efisien.

Namun dalam kenyataannya, tidak semua kebiasaan dapat diklasifikasikan sebagai *high context culture* karena sebagian dari kebiasaan itu juga mempunyai kecenderungan yang termasuk dalam *low context culture*. Demikian pula sebaliknya dalam sebuah kebiasaan yang didominasi *low context culture* juga termasuk dalam kategori *high context culture*. *High Context* adalah sebuah pernyataan yang hanya untuk sekedar basa basi atau candaan yang tidak memberi keseriusan, maksudnya adalah *type high context* ini merupakan tipe yang suka berputar-putar dalam memberikan pernyataan sebelum menjelaskan maksud atau arti yang sebenarnya. Sedangkan *Low Context* adalah sebuah pernyataan yang menyatakan langsung perkataan yang tidak mengandung candaan dan langsung menjelaskan arti sebenarnya.

Barrier in Communicating

Menurut jurnal Hambatan Komunikasi Pendamping Sosial (2018) karya Imam Alfi dan Dedi Riyadin Saputro, secara teknis, hambatan adalah hak yang dapat membuat pesan menjadi keliru, baik dari segi pengiriman atau penerimaan pesan.

Hambatan komunikasi merupakan suatu masalah yang terjadi pada saat proses menyampaikan serta menerima pesan antar individu, ini biasanya terjadi karena adanya faktor lingkungan, fisik, ataupun psikis dari individu yang terlibat. Menurut Irene Silviani dalam buku Komunikasi Organisasi (2020), terdapat 3 bentuk hambatan komunikasi, yaitu sebagai berikut.

- Hambatan teknis
Adalah hambatan yang mempunyai masalah dalam keterbatasan fasilitas dan juga peralatan komunikasi. Contohnya, tidak meratanya perkembangan teknologi, dan adanya kerusakan yang terdapat pada alat komunikasi.
- Hambatan semantik
Adalah hambatan yang terjadi pada saat menyampaikan pesan secara efektif. Hambatan semantik lebih mengarah pada mengungkapkan suatu hal lewat kata-kata dan bahasa. Pada proses komunikasi, hambatan semantik dapat ditafsirkan sebagai pesan yang salah paham dalam mengetahui makna yang disampaikan oleh komunikator.

- Hambatan manusiawi
Adalah hambatan yang terjadi karena faktor-faktor yang diakibatkan oleh manusia seperti, prangsangka pribadi, persepsi, ketidakcakapan, kemampuan atau ketidakmampuan, emosi, dan lain sebagainya.

Type Of Corporate Culture

1. 4 types according to Trompenaars's and Wolliam

Fons Trompenaars and the Four Corporate Cultures Trompenaars (1993) berpendapat bahwa budaya perusahaan mencakup model dan standar yang mempengaruhi bagaimana karyawan bertindak, dan pengaturan budaya organisasi tercermin dari budaya perusahaan yang diadopsi perusahaan (Trompenaars & Hampden-Turner 2003:158). Trompenaars mengidentifikasi empat tipe ideal budaya perusahaan: Keluarga, Menara Eiffel, Peluru kendali, dan Inkubator. Keempat jenis tersebut menyarankan berbagai jenis interaksi yang ada antara karyawan dan organisasi mereka.

- ***The Family Culture***
Budaya keluarga adalah budaya yang berorientasi pada kekuatan yang berfokus pada orang dan apa adanya Berdasarkan hierarki (Trompenaars & Hampden-Turner 2003:158). Dalam budaya jenis ini, tipe kepala figur ayah yang kuat memimpin karyawan. Promosi dalam jenis organisasi ini diberikan menurut senioritas dan karyawan memiliki hubungan jangka panjang dengan organisasi, artinya mereka berkomitmen penuh pada organisasi dan kolega senior mereka.
- ***The Eiffel Tower Culture***
Budaya Menara Eiffel adalah budaya berorientasi tugas berdasarkan hierarki juga. Organisasi mengadopsi pembagian kerja yang kaku dan deskripsi pekerjaan yang spesifik. Trompenaars & Hampden-Turner (2003) mendalilkan bahwa mirip dengan Menara Eiffel Paris, jenis organisasi ini lebih mementingkan struktur mereka daripada tujuan bisnis.(2003:166).
- ***The Guide Missile Culture***
Budaya peluru kendali didorong oleh tugas-tugas di mana tujuannya sebagian besar dihargai, tetapi tidak didasarkan pada hierarki (Trompenaars & Hampden-Turner 2003:172). Karyawan di sini diharapkan untuk melakukan semua yang diperlukan untuk mencapai tujuan dan sasaran perusahaan, meskipun perannya tidak ditetapkan sebelumnya seperti dalam budaya jenis Menara Eiffel.
- ***The Incubator Culture***
Budaya inkubator menghargai pengembangan karyawan. Organisasi dengan budaya inkubator memiliki sedikit struktur dan hierarki minimum (Trompenaars & Hampden-Turner 2003:172). Karyawan menuntut otoritas hanya jika ide mereka memotivasi dan inovatif.

Trompenaars (1993) berpendapat bahwa pada kenyataannya keempat jenis budaya tersebut tidak berdiri sendiri-sendiri. Ini berarti bahwa lebih dari satu jenis budaya mungkin ada dalam suatu organisasi. Mungkin disarankan agar bisnis berhasil, organisasi harus memilih dasar-dasar positif dari empat jenis budaya Trompenaars.

2. Types In General (Biz Practitioner)

- ***Team-First Corporate Culture***
Adalah bisnis yang mempekerjakan orang berdasarkan budaya mereka terlebih

dahulu, dengan keterampilan dan pengalaman di urutan kedua. *Employee engagement* akan menjadi tujuan utama bagi perusahaan dengan budaya ini.

Ikatan dengan tim adalah kesempatan luar biasa untuk memberikan umpan balik; organisasi yang menganut budaya ini akan lebih fleksibel terhadap kehidupan keluarga anggota dan tim. Contoh yang bagus adalah Netflix, yang memberikan cuti dan liburan keluarga tanpa batas. Karyawan memiliki kebebasan untuk memilih apa yang terbaik bagi mereka, dan sebagai gantinya, mereka diharapkan untuk mendedikasikan dirinya pada organisasi.

Perusahaan dengan budaya ini percaya bahwa staf yang bahagia menghasilkan konsumen yang bahagia. Ini adalah budaya yang luar biasa untuk mewakili perusahaan yang berfokus pada pelanggan karena karyawan yang senang dengan pekerjaan mereka secara alami ingin mengungkapkan penghargaan mereka dengan bekerja lebih banyak untuk klien. Ciri perusahaan yang menganut budaya ini adalah setiap karyawan dapat berteman dengan karyawan dari berbagai departemen, dan mereka berinteraksi di luar pekerjaan secara teratur. Organisasi juga dapat memperoleh umpan balik mendalam dari pekerja melalui survei, dan setiap karyawan bangga dengan perusahaan tempat mereka bekerja.

- ***Elite Corporate Culture***

Perusahaan menginginkan pekerja yang tidak hanya mengikuti, tetapi juga memimpin, dan yang inovatif serta berani. Budaya perusahaan elit hanya memilih individu terbaik untuk mendorong inovasi. Kandidat yang sesuai dengan budaya ini percaya diri, berbakat, dan kompetitif.

Perusahaan dengan budaya elit sering mempengaruhi dunia dalam banyak cara. Pelanggan seringkali adalah bisnis lain dengan produk yang tampaknya relevan dan mampu bersaing di lingkungan baru. Perusahaan yang memiliki budaya ini sering disebut sebagai inovator. Contoh yang menarik adalah SpaceX, yang merupakan level berikutnya dari perusahaan inovatif dan cukup baru yang mampu mencapai prestasi besar dalam produksi ruang angkasa dan bahkan transportasi ruang angkasa. Menurut laporan tersebut, staf senang dan puas bahwa mereka telah meluncurkan roket, tetapi diperlukan 60 hingga 70 jam kerja per minggu. Namun, sebagian besar karyawan tetap termotivasi karena mereka menyadari bahwa mereka melakukan pekerjaan yang signifikan dan memiliki potensi untuk membuat sejarah.

Jika tidak diterapkan dengan benar, budaya ini dapat menimbulkan persaingan karyawan dan menekan karyawan untuk selalu terlibat. Beberapa inisiatif, seperti penghargaan rekan kerja, dan kepedulian perusahaan terhadap kesehatan fisik dan emosional karyawan, dapat membantu mengatasi hal ini.

Budaya ini telah dianut oleh suatu perusahaan, yang dapat ditunjukkan jika karyawan tidak takut mempertanyakan hal-hal yang perlu dibenahi dan diperbaiki. Karyawan juga lebih mau mengutamakan pekerjaan dan tidak merasa terbebani saat bekerja berjam-jam. Bakat terbesar akan meningkat dengan cepat dalam karir mereka. Selain itu, organisasi memiliki sejumlah besar pencari kerja yang berkualitas.

- ***Horizontal Corporate Culture***

Dalam budaya horizontal, gelar tidak berarti apa-apa. Budaya ini umumnya digunakan di antara para pemula karena membutuhkan kerja tim yang melibatkan semua orang. Korporasi sangat adaptif terhadap perubahan kondisi pasar, meskipun

dari segi usia, budaya ini biasanya diadopsi oleh organisasi yang relatif muda. Terlepas dari ukuran staf yang kecil, organisasi dapat memberikan layanan pelanggan yang sangat baik karena mereka memahami betapa banyak orang mengandalkan mereka. Posisi tidak terlalu menjadi masalah dalam budaya horizontal, di mana kontak antara direktur dan staf kantor terjadi secara tatap muka di tempat kerja mereka daripada melalui email atau memo. Ini adalah tahap eksperimental di mana risiko diantisipasi dan setiap rekrutmen harus diperiksa.

Kurangnya arah dan tanggung jawab mungkin diakibatkan oleh budaya horizontal ini. Konsekuensinya, pemimpin dituntut untuk membina kerjasama untuk mencapai tujuan tertentu dan menyampaikan informasi tentang siapa yang bertanggung jawab atas apa. Budaya horizontal tidak menyiratkan kurangnya struktur organisasi. Rekan tim terlibat dalam mendiskusikan ide produk baru di ruang istirahat, yang merupakan salah satu keunggulan perusahaan yang menganut budaya ini. Setiap karyawan tetap harus melakukan tugas apapun. CEO juga yang menyiapkan kopinya. Dan korporasi masih perlu meyakinkan orang yang skeptis tentang nilai produk tersebut.

- ***Conventional Corporate Culture***

Bisnis tradisional seringkali memiliki hierarki yang jelas, tetapi sebagian besar masih mengatasi kurva pembelajaran untuk berkomunikasi melalui media baru. Pada kenyataannya, perusahaan dengan budaya ini memiliki beberapa standar, seperti cara berpakaian formal. Selain itu, organisasi berkonsentrasi pada jumlah dan pengambilan keputusan yang menghindari risiko. Bank lokal dan dealer mobil, misalnya, mencontohkan karakteristik ini. Pelanggan tidak selalu benar, sehingga pengecualian tetap disukai untuk bisnis. Perusahaan dengan budaya ini, bagaimanapun, dapat berubah lebih cepat dengan mudah akibat era digital. Mode komunikasi baru, seperti media sosial dan perangkat lunak, juga populer. Pembatasan dapat menjadi peluang pembelajaran dan pengembangan yang sangat baik, selama manajemen tidak menolaknya. Teknologi kantor baru umumnya bukan prioritas manajemen dalam organisasi ini.

General Electric adalah ilustrasi yang menarik karena mereka relatif konvensional dan terkenal dengan prosedur manajemen *cut-and-dry* mereka. Namun, perusahaan baru-baru ini meninggalkan penilaian kinerja tradisional demi diskusi yang lebih teratur antara manajemen dan staf, dan bahkan telah meluncurkan aplikasi untuk membantu mengaktifkan umpan balik. Ini adalah contoh yang sangat baik dari perusahaan sekolah lama yang merangkul teknologi dan perubahan. Pendekatan normal dalam budaya ini relatif berumur pendek dan memberikan sedikit ruang untuk inspirasi atau eksperimen, yang dapat menyebabkan kurangnya kegembiraan atau kebencian dari karyawan karena dikelola secara mikro. Membuat pekerja memahami tujuan perusahaan lebih dalam juga dapat mempengaruhi kepercayaan diri karyawan untuk bekerja ke arah itu, bahkan jika skenario terburuknya adalah mereka dapat menolaknya.

- ***Progressive Corporate Culture***

Ketidakpastian adalah elemen yang menentukan budaya transisi. Merger, akuisisi, dan pergeseran pasar semuanya dapat berkontribusi pada budaya progresif.

Dalam hal ini, perusahaan seringkali memiliki tanggung jawab yang lebih besar untuk menanggapi dan mengkomunikasikan visi kepada karyawan. Ketidakpastian adalah aspek yang menentukan dari budaya progresif karena karyawan seringkali tidak tahu apa yang harus diantisipasi selanjutnya.

Namun, dalam posisi ini, korporasi dapat menggunakan perubahan penting untuk menentukan tujuan atau misi baru organisasi dan mengatasi masalah pekerja yang paling mendesak. Hal terbaik yang dapat dilakukan perusahaan untuk mencegah karyawan pergi adalah mengelola ekspektasi dan menangani rumor melalui komunikasi yang berkelanjutan. Perubahan bisa menakutkan, tetapi juga bisa bermanfaat, seperti yang dibuktikan oleh karyawan yang cerdas. Mereka akan melihat perubahan sebagai kesempatan untuk mengembangkan dan mencoba hal-hal baru. Akuisisi Whole Foods oleh Amazon senilai \$13,7 miliar adalah contoh perusahaan yang masih dalam proses transisi. Sementara Wall Street memandang akuisisi sebagai mimpi yang menjadi kenyataan, benturan antara mentalitas berbasis data Amazon dan budaya pemberdayaan Whole Foods menghasilkan mimpi buruk. Sebaliknya, pembelian Pixar dan Marvel oleh Disney memberi perusahaan persentase box office yang lebih tinggi serta pengakuan atas manajemen perubahan yang baik. Jadi perbedaannya adalah Disney mengambil upaya untuk menentukan tunjangan mana yang paling penting bagi pekerja barunya, berjanji untuk mempertahankan tunjangan tersebut, dan kemudian mewujudkan komitmen tersebut.

Karyawan mungkin mengalami kecemasan sebagai akibat dari budaya progresif. Setiap perubahan dalam manajemen, betapapun bermanfaatnya, tidak selalu dipandang baik. Komunikasi sangat penting dalam mengatasi masalah ini. Ini juga merupakan kesempatan bagus untuk mendengar masukan dan masalah karyawan, serta membuat personel puncak tetap termotivasi.

Karyawan yang bebas membicarakan pesaing dan potensi akuisisi merupakan indikasi perusahaan dengan budaya progresif. Perusahaan memiliki tingkat perputaran yang tinggi, dan fluktuasi pasar berdampak pada profitabilitas perusahaan.

METODOLOGI PENELITIAN

Menurut Sugiono (2005), penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang mendalami tentang fenomena sosial dari pandangan partisipan. Sederhananya, penelitian yang dilakukan untuk menganalisis situasi atau kondisi pada objek penelitian. Terdapat metode dalam penelitian kualitatif, yaitu

1. Metode wawancara adalah metode atau teknik untuk mengumpulkan data yang menunjukkan bahwa peneliti sebagai pewawancara untuk mengajukan pertanyaan kepada narasumber sebagai subjek yang diwawancarai (Surya, 2016). Menurut Muslihudin, Andriyanti, Mukodimah, & Informasi (2018), metode wawancara adalah sebuah metode atau teknik untuk mengumpulkan data dengan bertatap muka secara langsung dengan narasumber dengan tujuan untuk memperoleh informasi atau data yang diperlukan. Pada artikel ini menggunakan metode wawancara dengan tujuan untuk memperoleh informasi atau data mengenai PT. Global Welindo Batam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tidak setiap semua perusahaan yang berada di setiap negara ini mempunyai karakteristik yang sama, karena negara-negara lain juga memiliki *culture* nya sendiri. Pada perusahaan Global Welindo Batam ini, pemimpinnya tidak menerapkan *culture power distance* yang dimana *culture* tersebut membuat karyawannya seolah-olah menjadi orang lain dan tidak terlalu memiliki hubungan yang dekat. Pemimpin perusahaan ini sangat bagus karena dia sangat dekat dengan karyawannya dan juga sering mengadakan kegiatan bersama di hari besar seperti yang dikatakan sebelumnya pada saat berbuka puasa diadakannya acara berbuka bareng bersama semua karyawan perusahaan tersebut. Beda dengan pemimpin yang menerapkan *culture power distance* karena pemimpin yang menerapkan *culture* ini merasa dirinya sudah mempunyai derajat yang tinggi dan memiliki sifat yang sombong. Pemimpin yang mempunyai *culture power distance* juga sering menuntut karyawannya untuk selalu mengerjakan tugas yang pemimpin itu inginkan serta harus dapat mengejar target yang telah ditetapkan, oleh karena itu karyawan yang mempunyai pemimpin seperti ini sangat tertekan dan tidak termotivasi.

Perusahaan Global Welindo Batam ini juga mempunyai gaya hidup yang lebih bersosialisasi dengan para karyawannya dibandingkan dengan negara barat yang cenderung lebih menyukai hidup sendiri. *Culture* gaya hidup ini juga sangat bagus dikarenakan jika perusahaan sedang ada masalah atau ada suatu hal yang membuat perusahaan tersebut merasa tidak bisa diselesaikan, maka ada perusahaan lain yang dapat membantu agar masalah tersebut dapat diatasi dengan baik. Sosialisasi juga sangat penting bagi karyawan perusahaan agar dapat menjalani hubungan yang baik dan mempererat hubungan tersebut serta dapat saling membantu antar satu sama lain. Perusahaan Global Welindo Batam juga mempunyai tata krama atau sopan santun dimana para karyawannya mengenai pakaian yang tertutup dan terlihat lebih sopan dibandingkan dengan *culture* negara barat yang dimana pakaiannya lebih menuju ke arah yang terbuka dan tidak terlihat sopan. Tata krama ini sangat penting bagi perusahaan karena jika terjadi pertemuan dengan para perusahaan-perusahaan lain atau yang bekerja sama dengan perusahaan Global Welindo Batam, ini akan menjadi hal yang baik karena dapat membantu perusahaan untuk lebih menjadi perusahaan yang maju dan banyak perusahaan lain yang merasa perusahaan Global Welindo Batam merupakan perusahaan yang mempunyai tata Krama yang sangat bagus dan baik.

Perusahaan Global Welindo Batam lebih mengarah ke *culture* barat karena mempunyai karyawan yang sangat menghargai waktu dimana karyawan absen dengan tepat waktu. Perusahaan juga memberikan bonus absen terhadap karyawan yang rajin datang tepat waktu dan tidak pernah tidak masuk sama sekali dalam 1 bulan kerja. Ini memotivasi karyawan agar semangat terus dalam bekerja, perusahaan juga harus menghargai waktu karena pada saat pertemuan rapat dengan perusahaan lain perusahaan Global Welindo Batam wajib hadir dengan tepat waktu supaya perusahaannya di anggap baik. Dibandingkan dengan perusahaan lain yang cenderung tidak tepat waktu dan bermalasan dalam bekerja sehingga menyebabkan perusahaan dapat jatuh karena tidak menghargai waktu dan bersikap suka bebas. Perusahaan Global Welindo Batam juga tidak suka terhadap perkataan yang maknanya disembunyikan, perusahaan ini lebih suka dengan yang terbuka tanpa ada yang ditutupi. Perusahaan Global Welindo Batam masuk ke dalam *culture Low Context Culture* dimana *culture* ini terus terang dalam menyampaikan hal-hal yang ada.

Hambatan juga tidak selalu terjadi kepada perusahaan Global Welindo Batam karena perusahaan ini sangat membantu karyawannya dalam hal-hal yang tidak mampu dikerjakan oleh beberapa karyawan yang lain. Selain membantu, perusahaan ini juga membimbing karyawannya agar dapat terus berkembang dan lebih maju lagi serta sebagai sesama karyawan pun juga ada yang ikut membantu. Perusahaan Global Welindo Batam lebih mengarah ke *Family Culture* dimana *culture* ini merupakan tipe figur ayah yang kuat dalam memimpin karyawannya untuk jangka panjang. Karyawan perusahaan Global Welindo Batam juga sangat berkomitmen terhadap pemimpinnya, dan juga perusahaan ini menjalankan bisnis yang mementingkan kepentingan karyawannya juga seperti memberikan kebebasan. Kebebasan yang diberikan juga diharapkan agar karyawan juga dapat berdedikasi penuh terhadap organisasinya sehingga adanya *win-win solution* antar karyawan dengan perusahaan.

Solusi yang dapat diberikan kepada perusahaan Global Welindo Batam adalah harus lebih perdalam lagi hubungan antar karyawan sehingga dapat lebih baik, maju, dan berkembang lebih pesat lagi kedepannya. Dan juga terus kembangkan gaya hidup yang lebih berakhlak dan sopan serta dapat menghormati satu sama lain tanpa memandang rendah. Karyawan perusahaan Global Welindo Batam juga lebih terbuka lagi dan berterus terang dalam menghadapi masalah yang ada sehingga tidak terjadinya hambatan-hambatan yang membuat perusahaan semakin terpuruk dan jatuh. Perusahaan Global Welindo Batam juga dapat membangun *family culture* yang lebih baik lagi dibandingkan sebelumnya karena *family culture* ini sangat penting bagi perusahaan dan juga para karyawan agar dapat menjalin hubungan yang lebih harmonis.

PENUTUP

Kesimpulan

Perusahaan Global Welindo Batam merupakan perusahaan yang sangat memperhatikan karyawannya dan juga membangun sebuah hubungan yang dipererat dengan lebih baik lagi. Tidak hanya itu, perusahaan Global Welindo Batam juga mempunyai tata krama dan sopan santun terhadap perusahaan lainnya serta terbuka dan tidak menyembunyikan apapun terkait permasalahan yang ada. *Culture* ini bukan hanya diterapkan terhadap perusahaan lain melainkan diterapkan juga kepada karyawan perusahaan Global Welindo Batam, perusahaan ini pun bisa dibilang jarang terjadinya hambatan-hambatan yang dapat menyebabkan masalah serius. Perusahaan ini juga tidak terlalu mengikat karyawannya untuk dikerja paksa melainkan memberikan keuntungan terhadap karyawannya.

DAFTAR REFERENSI

- [1] _ Asmawiyah, 'Gaya Kepemimpinan Dan Budaya Organisasi: Pengaruhnya Terhadap Kinerja Karyawan', *Movere Journal*, 1.2 (2019), 150-63 <<https://doi.org/10.53654/mv.v1i2.57>>
- [2] Agustina, Feri, Zulfikar Adi Syahputra, and De Rosal Ignatius Moses Setiadi, 'Helm Pintar Berbasis Arduino Pro Mini Untuk Mendeteksi Kecelakaan', *Simetris: Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer*, 11.2 (2021), 352-62 <<https://doi.org/10.24176/simet.v11i2.5414>>
- [3] Arun, Korhan, Nesli Kahraman Gedik, Olcay Okun, and Cem Sen, 'Impact of Cultural

PENGARUH UPAH KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA YAYASAN INSAN MEGA MULIA BREBES

Oleh
Muhamad Agus Teguh Herlambang
Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Brebes
E-mail: teguhherlambang794@gmail.com

Article History:

Received: 14-01-2022

Revised: 12-01-2023

Accepted: 29-01-2023

Keywords:

Correlation, Wages,
Employee Performance

Abstract: *Human resources play an important role in a company, because the human factor (employees) is the prime mover in every activity within the company, because employees carry out company activities from planning, implementing, to controlling every activity and activity of the company. This study aims to determine the effect of wages on employee performance at the Insan Mega Mulia Brebes Foundation. The research conducted was descriptive quantitative research. The population in this study were employees who worked at the Insan Mega Mulia Brebes Foundation. Sampling using saturated sampling technique, with a total sample of 18 respondents. The data collection method in this study used a questionnaire. The method of data analysis in this study uses descriptive statistics using scores, percentages, and tables. Based on the analysis that has been done, it can be concluded that wages have an effect on employee performance. This can be seen from the average percentage of the wage variable as much as 85% positive response and the employee performance variable as much as 97% positive response given by respondents. This shows that the better the level of remuneration by the company, the better the level of employee performance. The results of this study indicate that wages affect employee performance.*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Sumber daya manusia memegang peran penting dalam sebuah yayasan, sebab faktor manusia (karyawan) merupakan penggerak utama disetiap kegiatan yang ada didalam yayasan, karena karyawan yang melakukan kegiatan yayasan mulai dari merencanakan, melaksanakan, hingga mengendalikan setiap kegiatan dan aktivitas perusahaan. Karyawan merupakan sumber daya yang penting bagi yayasan (Ekawati, 2022), karena memiliki bakat (Kurnia & Sitorus, 2022), tenaga dan kreativitas yang sangat dibutuhkan oleh yayasan untuk mencapai tujuannya (Pilar et al., 2022). Tingkat keberhasilan suatu perusahaan dapat dilihat dari kinerja perusahaan dalam mengelola sumber daya yang dimiliki. Perusahaan dengan kinerja yang baik, mempunyai efektivitas dalam menangani sumber daya manusianya, menentukan sasaran yang harus dicapai baik secara individu maupun organisasinya. Berbagai rangsangan faktor motivasi kerja dapat meningkatkan kinerja

karyawan, pada umumnya manusia bekerja pada suatu perusahaan mempunyai tujuan untuk mendapatkan upah guna memenuhi kebutuhan hidupnya dengan terpenuhinya kebutuhan karyawan maka akan terciptasuasana kerja yang menyenangkan dilingkungan perusahaan.

Upah dapat digunakan sebagai alat untuk memotivasi karyawan dalam rangka untuk meningkatkan kinerja mereka dan merangsang para karyawan untuk berperan aktif dalam peran pencapaian tujuan yayasan. Selain itu, upah merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan. Pada Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 78 Tahun 2015 Tentang Pengupahan pasal 1 ayat (1), upah didefinisikan sebagai hak pekerja atau buruh yang diterima dan dinyatakan dalam bentuk uang sebagai imbalan dari pengusaha atau pemberi kerja kepada pekerja/buruh yang ditetapkan dan dibayarkan menurut suatu perjanjian kerja, kesepakatan, atau peraturan perundang-undangan termasuk tunjangan bagi pekerja/buruh dan keluarganya atas suatu pekerjaan atau jasa yang telah atau akan dilakukan. Upah kerja tidak terlepas dari peran atau hasil pekerjaan (kinerja) karyawan itu sendiri, oleh karena itu aturan yang ditetapkan yayasan haruslah mencakup semua sisi yang dibutuhkan oleh para karyawan. Menurut (RIZKY, 2020) kinerja juga merupakan hasil dari pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan konsumen, dan memberikan kontribusi kepada ekonomi. (Purwanto, 2022) menjelaskan Kinerja adalah tentang melakukan pekerjaan dan hasil yang dicapai dari suatu pekerjaan tersebut serta tentang apa yang dikerjakan dan bagaimaimana cara mengerjakannya.

Dalam kenyataannya kinerja seseorang dapat berbeda dengan orang lain. Setiap perusahaan seringkali berhadapan dengan masalah kinerja karyawannya, setiap pimpinan dalam yayasan akan selalu berupaya agar setiap kegiatan yang dilaksanakan mencapai hasil yang maksimal dan dilakukan secara efektif dan efisien. Secara umum manusia merupakan elemen utama dalam keberhasilan suatu bisnis (Marjaya & Pasaribu, 2019) Bagaimana sumber daya manusia berupa etos kerja, keterampilan, pengetahuan, kejujuran, kedisiplinan, pengalaman, dan kepemimpinan dapat dioptimalisasikan. Pada Yayasan Insan Mega Mulia Brebes, karyawan diberikan upah berupa upah pokok, insentif, serta tunjangan lainnya. Dengan upah tersebut, jika dibandingkan dengan kebutuhan sehari-hari bisa cukup atau sebaliknya kurang, dan ada beberapa masalah terkait kinerja karyawan antara lain dapat terlihat dari rendahnya motivasi untuk berprestasi yang ditunjukkan oleh beberapa karyawan yang bekerja hanya kalau ada tugas dari pimpinan atau yayasan, mereka tidak secara mandiri menyelesaikan pekerjaan dengan baik dan cepat. Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis terdorong untuk mengangkat permasalahan ini dalam bentuk penelitian dengan judul "Pengaruh Upah Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Yayasan Insan Mega Mulia Brebes".

KAJIAN TEORI

Pengertian Upah

Pada Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 78 Tahun 2015 Tentang Pengupahan pasal 1 ayat (1), upah didefinisikan sebagai hak pekerja/buruh yang diterima dan dinyatakan dalam bentuk uang sebagai imbalan dari pengusaha atau pemberi kerja kepada pekerja/buruh yang ditetapkan dan dibayarkan menurut suatu perjanjian kerja,

kesepakatan, atau peraturan perundang-undangan termasuk tunjangan bagi pekerja/buruh dan keluarganya atas suatu pekerjaan atau jasa yang telah atau akan dilakukan. Upah merupakan salah satu rangsangan penting bagi para karyawan dalam perusahaan. Hal ini membuktikan bahwa tingkat upahlah yang merupakan pendorong utama. Menurut para ahli upah didefinisikan sebagai berikut:

- a. (Veithzal et al., 2015) menyatakan bahwa upah merupakan pembayaran atas penyerahan jasa yang dilakukan oleh pegawai pelaksana (buruh).
- b. (Joni & Hikmah, 2022) menyatakan bahwa upah diberikan atas dasar kinerja harian, biasanya praktik ini ditemukan pada pabrik. Upah adakalanya juga didasarkan pada unit kerja yang dihasilkan.
- c. (Hasibuan, 2011) menyatakan, "Upah adalah segala macam bentuk penghasilan (*earning*), yang diterima buruh/pegawai (tenaga kerja), baik berupa uang ataupun barang dalam jangka waktu tertentu pada suatu kegiatan ekonomi".

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa upah adalah pembayaran berupa uang atau lain sebagainya yang diberikan kepada tenaga kerja karena jasa yang diberikan, berdasarkan perjanjian yang telah disepakati oleh kedua belah pihak.

Faktor yang mempengaruhi Upah

Sistem upah dimaksudkan sebagai pemberian salah satu bentuk penghargaan kepada para karyawan atas jasa yang diberikan kepada organisasi yang terutama tercermin dari prestasi kerjanya. menjelaskan ada berbagai faktor yang mempengaruhi rancangan penentuan upah, antara lain:

1. Tingkat Kemampuan Perusahaan

Yayasan yang memiliki kemampuan tinggi akan dapat membayar tingkat upah yang tinggi pula bagi para karyawannya, sebaliknya yayasan yang tidak mampu tentu tidak mungkin dapat membayar upah yang diharapkan oleh para karyawan. Oleh sebab itu yayasan bijaksana harus menginformasikan kepada seluruh karyawannya tentang tingkat kinerja yayasan dari waktu ke waktu. Bila karyawan bekerja dengan baik, maka kinerja yayasan juga akan tinggi, sehingga yayasan dapat membayar upah lebih besar kepada karyawan.

2. Jenis dan Sifat Pekerjaan

Jika sifat pekerjaan sulit dan beresiko maka tingkat upah yang diberikan semakin besar, karena membutuhkan kecakapan dan ketelitian dalam melakukan pekerjaannya. Namun jenis pekerjaan yang berat dan sulit belum tentu mendapatkan upah yang lebih tinggi dari pada pekerjaan yang ringan dan mudah dikerjakan, namun sebaliknya seorang pesuruh kantor yang cenderung memiliki pekerjaan yang relatif lebih ringan akan memperoleh upah yang lebih tinggi dibandingkan golongan pekerja dibawah pimpinannya. Hal ini dapat diselesaikan dilihat dari faktor pemberian upah yang adil.

3. Posisi Jabatan Karyawan

Karyawan yang menduduki jabatan tertinggi akan mendapatkan upah tinggi sebaliknya karyawan yang menduduki jabatan paling rendah akan mendapatkan upah rendah. Hal ini karena karyawan dengan jabatan tertinggi mempunyai kemampuan, keterampilan dan keahlian dalam hal bekerja, serta tanggungjawabnya lebih besar dari karyawan yang jabatannya rendah.

Pengertian Kinerja

Yayasan dapat dikatakan berhasil apabila kinerja sumber daya manusia berusaha

untuk meningkatkan kinerja karyawan untuk mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan. Menurut (Maesaroh & Widodo, 2022) kinerja merupakan sebuah prestasi yang telah dicapai oleh karyawan dalam menjalankan pekerjaan yang telah diberikan. Sedangkan menurut (Octavia et al., 2022) kinerja atau prestasi kerja merupakan hasil kerja yang telah dicapai oleh seseorang berdasarkan tingkah laku kerjanya dalam menjalankan aktivitas dalam bekerja. Keberhasilan ataupun kegagalan dalam suatu organisasi dalam melaksanakan tugas sangat berhubungan dengan kinerja karyawan, pencapaian kinerja dalam organisasi merupakan faktor yang harus diperhatikan untuk mewujudkan perusahaan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Menurut (Jayanti & Syamsir, 2018) yang berpendapat kinerja karyawan merupakan hasil kerja seseorang secara kualitas maupun secara kuantitas yang telah dicapai oleh karyawan dalam menjalankan tugas sesuai tanggung jawab yang diberikan.

Faktor-Faktor yang mempengaruhi Pencapaian Kinerja

Di dalam dunia kerja, ada banyak faktor yang bisa mempengaruhi kinerja karyawan dalam menjalankan tanggung jawabnya. Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan ada yang berasal dari internal dan eksternal yayasan maupun dari diri karyawan itu sendiri serta dari lingkungan sekitar yayasan. Jika kinerja karyawan baik, maka target dan sasaran yang ingin dicapai dalam sebuah yayasan akan lebih mudah tercapai. Demikian sebaliknya, jika kinerja karyawan buruk, maka target dan sasaran yang ingin dicapai dalam sebuah yayasan akan lebih sulit tercapai. Berdasarkan teori yang menurut (Edison et al., 2017). Dengan meningkatkan faktor kompensasi atau upah pekerja atau pegawai adalah merupakan salah satu cara atau upaya meningkatkan faktor motivasi kerja yang akhirnya dapat meningkatkan kinerja pegawai. Dari teori tersebut maka didapat salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan adalah:

a. Upah

Upah merupakan sesuatu yang diterima oleh karyawan dari yayasan sebagai balas jasa untuk kerja mereka di perusahaan.

b. Motivasi.

c. Motivasi merupakan motif atau harapan yang mampu mendorong semangat kerja karyawan dalam melaksanakan pekerjaannya, agar dapat bekerja secara optimal untuk mencapai tujuan organisasi atau perusahaan.

Selain itu, (Moorhead & Griffin, 2013) mengatakan beberapa faktor yang mempengaruhi kinerja:

- a. Personal Factors, ditunjukkan oleh tingkat keterampilan, kompetensi yang dimiliki, motivasi dan komitmen individu.
- b. Leadership Factor, ditentukan oleh kualitas dorongan, bimbingan, dan dukungan yang dilakukan manajer dan team leader.
- c. Team Factors, ditunjukkan oleh kualitas dukungan yang diberikan oleh rekan sekerja.
- d. System Factor, ditunjukkan oleh adanya sistem kerja dan fasilitas yang diberikan organisasi.
- e. Contextual Situational, ditunjukkan oleh tingginya tingkat tekanan dan perubahan lingkungan internal dan eksternal.

Indikator Kinerja Indikator kinerja adalah alat untuk mengukur sejauh mana pencapaian kinerja karyawan. Menurut (Sutarno et al., 2019) ada 3 indikator dalam kinerja

karyawan, yaitu:

- a. Kewajiban Merupakan tugas yang harus dilaksanakan sebagai kewajiban karyawan di perusahaan berdasarkan kesepakatan kerja.
- b. Tanggung jawab Merupakan area tugas yang dibebankan kepada karyawan yang menjaditanggungjawab karyawan atas apa yang terjadi di area tugas tersebut.
- c. Persyaratan yang harus dipenuhi

Merupakan standar pekerjaan yang harus dijalani dan dicapai oleh karyawan termasuk didalamnya prosedur pekerjaan dan standar hasil pekerjaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian jenis kuantitatif, dengan menggunakan metode analisis regresi berganda dengan alat analisis menggunakan SPSS. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan pada Yayasan Insan mega Mulia Brebes yang berjumlah 18 orang, dengan teknik pengambilan sampling jenuh, sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel dimana semua anggota populasi digunakan menjadi sampel. Jadi jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 18 orang karyawan pada Yayasan Insan Mega Mulia Brebes. Dalam Penelitian laporan akhir ini, penulis mengambil objek penelitian pada Yayasan Insan Mega Mulia Brebes yang beralamat di Jalan Sangkal Putung Brebes Metode Pengumpulan Data dalam penelitian ini dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu:

a. Data Primer

Data yang berasal dari sumber asli atau sumber utama yang secara umum kita sebut sebagai nara sumber. Data yang diperoleh melalui wawancara langsung dan kuisisioner kepada responden untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data dengan mengajukan daftar pernyataan yang diberikan kepada responden baik secara langsung dengan menggunakan skala likert. Skala likert adalah skala yang dapat dipergunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap gejala atau fenomena yang diteliti.

Jawaban dari kuisisioner yang diberikan dengan menggunakan skala likert, berisikan skala sikap dengan skor pernyataan positif dan skor pernyataan negatif. Sangat setuju (Bobot 5), Setuju (Bobot 4), Kurang setuju (Bobot 3), Tidak Setuju (Bobot 2), Sangat tidak setuju (Bobot 1).

Tabel 1. Skala Likert

No	Pilihan Jawaban	Bobot Nilai
1	Sangat setuju	5
2	Setuju	4
3	Kurang Setuju	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat tidak setuju	1

b. Data Sekunder

Pengumpulan data dan informasi yang diperlukan didapat secara tidak langsung, Maksudnya data yang diperoleh dan didapat dengan mempelajari buku-buku, dan literatur yang berkaitan dengan permasalahan.

c. Teknik Analisa

Menurut (Sugiyono, 2019) Teknik analisa data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisa data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah”.

Teknik analisa data dalam penelitian ini menggunakan statistik deskriptif dengan pengumpulan data dan penyajian data berupa tabel, persentase, dan skor nilai. Yang menggambarkan hasil penelitian. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Observasi yang dilakukan adalah dengan melihat kinerja karyawan di Yayasan Insan Mega Mulia Brebes.
2. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner yang diberikan kepada para karyawan di Yayasan Insan Mega Mulia Brebes.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil

Penelitian ini dilakukan pada bulan Maret sampai dengan November 2022 terhadap karyawan Yayasan Insan Mega Mulia Brebes selaku populasi yang berjumlah 18 orang, dengan responden yang sesuai dengan teknik sampling yang digunakan berjumlah 18 orang. Data penelitian ini diperoleh dari angket (kuesioner) yang diberikan kepada responden berupa angket yang berisi beberapa pernyataan untuk menjangkau data tentang pengaruh upah terhadap kinerja karyawan.

a. Analisis Deskriptif variabel upah

Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui pengaruh upah terhadap kinerja karyawan pada Yayasan Insan Mega Mulia Brebes, berdasarkan distribusi frekuensi jawaban responden dan tanggapan atas pernyataan-pernyataan dalam kuesioner. Item-item pernyataan dalam variabel upah dan variabel kinerja karyawan tersebut secara keseluruhan digambarkan dalam bentuk tabel deskripsi frekuensi. Dalam hal ini penulis melakukan dengan analisis deskriptif, sehingga diketahui frekuensi, persen, dan nilai sertakategori lain.

Untuk memberikan gambaran hasil penelitian setiap variabel yang diteliti, maka ditentukan kategori penilaian berdasarkan skor nilai yang diperoleh dari hasil kuesioner. Adapun cara menentukan kategori penilaian dimaksudkan adalah sebagai berikut. Menentukan bobot penilaian untuk setiap pilihan yang terdapat pada tabel 1 yaitu tabel bobot nilai, dalam hal ini ditentukan berdasarkan skala penilaian yaitu skala *likert*.

Menghitung skor nilai untuk setiap item pernyataan, yaitu dengan cara mengalikan bobot nilai dengan jumlah frekuensi (jumlah jawaban responden setiap alternatif jawaban tiap item pernyataan) Nilai terendah dan nilai tertinggi, dalam hal ini nilai terendah = jumlah responden (jumlah responden 18, maka nilai terendah adalah 18).

Sedangkan nilai tertinggi, nilai terendah dikalikan dengan bobot nilai tertinggi yaitu $18 \times 5 = 90$. Dengan demikian nilai terendah adalah 18 dan nilai tertinggi adalah 90. Dikarenakan alternatif jawaban ada lima pilihan (sesuai dengan skala *likert*), maka kategori penilaian juga harus ada lima, untuk itu langkah selanjutnya adalah menentukan jarak interval dari nilai terendah sampai nilai tertinggi hingga didapat lima kategori penilaian. Jarak interval dapat dilakukan dengan perhitungan sebagai berikut:

$$JI = \frac{(90 - 18)}{5}$$

$$= 14,4$$

Dengan demikian maka kategori penilaian untuk setiap item pernyataan dan penilaian terhadap variabel yang diteliti adalah sebagai berikut:

Tabel 6. Kategori skor nilai

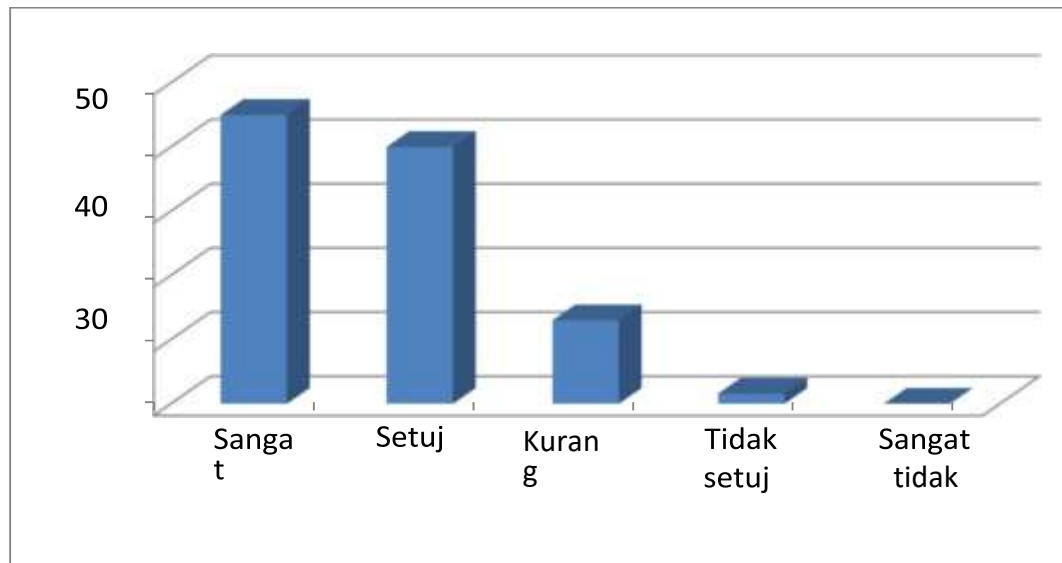
Skor nilai	Kategori
18 – 32,4	Tidak baik
32,4 – 46,8	Kurang baik
46,8 – 61,2	Cukup
61,2 -75,6	Baik
75,6 - 90	Sangat baik

Tabel 7. Deskripsi tanggapan responden terhadap variabel upah (X)

Pernyataan	SS (5)		S (4)		KS (3)		TS (2)		STS (1)		N	Skor	Kategori
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%			
Item 1	9	50	7	38,9	2	11,1	0	0	0	0	18	79	Sangat baik
Item 2	8	44,4	10	55,6	0	0	0	0	0	0	18	80	Sangat baik
Item 3	8	44,4	9	50	1	5,6	0	0	0	0	18	88	Sangat baik
Item 4	5	27,8	11	61,1	2	11,1	0	0	0	0	18	75	Sangat baik
Item 5	9	50	3	16,7	4	22,2	2	11,1	0	0	18	69	Baik
Item 6	8	44,4	5	27,8	5	27,8	0	0	0	0	18	75	Baik
Item 7	10	55,6	6	33,3	2	11,1	0	0	0	0	18	80	Sangat baik
jumlah		316,6		283,4		88,9		11,1		0		546	
rata-rata		45,2		40,4		12,7		1,58		0			

persentase		286		857				571				
rata-rata skor												78

Gambar 1. Rata-rata persentase variabel upah



Pertanyaan penulis kepada responden terhadap pernyataan “pemberian upah sesuai dengan standar yang ditentukan” sebagian besar menyatakan sangat setuju ada 9 orang (50%) dengan skor nilai 79 dalam kategori sangat baik. Ini berarti Pemberian upah karyawan sudah sesuai standar yang ditentukan. Tanggapan responden atas pernyataan “Yayasan menggunakan prosedur pembayaran upah yang baik” sebagian responden menyatakan Sangat setuju sebanyak 10 orang (55,6%) dengan skor nilai 80 dalam kategori. Artinya menurut penilaian karyawan prosedur pemberian upah sudah dilakukan dengan sangat baik.

Tanggapan responden atas pernyataan “kenaikan upah dapat meningkatkan kinerja karyawan” yaitu 9 orang menyatakan setuju (50%) dengan skor nilai 81 dalam kategori sangat baik. Hal ini berarti Upah merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kinerja karyawan. Tanggapan responden atas pernyataan “Upah yang diberikan yayasan sesuai kinerja karyawan”. Sebagian responden menyatakan setuju 11 orang (61,1%) dengan skor nilai 79 dalam kategori sangat baik. Hal ini berarti upah yang diberikan yayasan sesuai dengan kinerja karyawan.

Tanggapan responden atas pernyataan diberikan insentif saat kerja lembur. Sebagian menyatakan setuju sebanyak 9 orang (50%) dengan skor nilai 69 dalam kategori baik. Artinya insentif saat kerja lembur sering diberikan kepada karyawan.

Tanggapan responden atas pernyataan “Upah secara keseluruhan mampu memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari”. Sebagian Menyatakan sangat setuju sebanyak 8 orang (44,4%) dengan skor nilai baik. Hal ini menunjukkan bahwa upah yang diberikan yayasan sudah cukup mampu memenuhi kebutuhan karyawan sehari-hari. Tanggapan responden atas pernyataan “Yayasan” memperhatikan pemenuhan kebutuhan dan fasilitas karyawan”. Menyatakan sangat setuju sebanyak 10 orang (55,6%) dengan skor nilai 81 dalam Kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa yayasan sudah dengan baik memperhatikan

pemenuhan kebutuhan dan fasilitas karyawan. Secara umum variabel upah termasuk dalam kategori sangat baik dengan totalskor nilai 546. Dan rata-rata variabel upah sebesar 78.

b. Analisis deskriptif variabel kinerja karyawan

Pada kuisisioner selanjutnya terdapat 5 pertanyaan mengenai variabel kinerja karyawan. Adapun data yang didapat adalah sebagai berikut:

Tabel 8. Deskripsi tanggapan responden terhadap variabel kinerja karyawan (Y)

Pernyataan	SS (5)		S (4)		KS (3)		TS (2)		STS (1)		N	Skor	Kategori
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%			
Item 1	14	77,8	0	0	4	22,2	0	0	0	0	18	82	Sangat baik
Item 2	8	44,4	10	55,6	0	0	0	0	0	0	18	80	Sangat baik
Item 3	9	50	9	50	0	0	0	0	0	0	18	81	Sangat baik
Item 4	5	27,8	11	61,1	0	0	2	11,1	0	0	18	72	Baik
Item 5	13	72,2	3	16,7	0	0	2	11,1	0	0	18	81	Sangat baik
jumlah		272,2		183,4		22,2		22,2		0		396	
rata-rata persentase		54,44		36,68		4,44		4,44		0			
rata-rata skor												79,2	

Tanggapan responden atas pernyataan “saya selalu berinisiatif dalam menjalankan pekerjaan” sebanyak 14 orang menyatakan sangat setuju (77,8%) dengan skor nilai 82 dalam kategori sangat baik. Ini berarti mayoritas karyawan pada yayasan selalu berinisiatif dalam menjalankan pekerjaan. Tanggapan responden atas pernyataan “Pekerjaan saya selalu diselesaikan tepatwaktu”. menyatakan setuju sebanyak 10 orang (55,6%) dengan skor nilai 80 dalam kategori sangat baik. Hal ini berarti karyawan sudah melaksanakan disiplin waktu kerja dengan baik.

Tanggapan responden atas pernyataan “karyawan bertanggung jawab atas pekerjaannya”. Menyatakan sangat setuju sebanyak 9 orang (50%), dan menyatakansetuju sebanyak 9 orang (50%) dengan skor nilai 81 dalam kategori sangat baik.

Hal ini berarti karyawan telah bertanggung jawab dengan baik atas pekerjaannya.

Tanggapan responden atas pernyataan “memiliki antusias tinggi dalam melaksanakan pekerjaan”Menyatakan setuju sebanyak 11 orang (61,1%) dengan skor nilai 72 dalam kategori baik.

Hal ini berarti sebagian karyawan memiliki antusias tinggi dalam melaksanakan pekerjaan. Tanggapan responden atas pernyataan “Bisa bekerja secara mandiri dan bekerja sama sedengan semua karyawan”. Menyatakan sangat setuju sebanyak 13 orang (72,2%).Hal ini berarti mayoritas karyawan dapat bekerja dengan baik secara mandiri dan juga tim. Secara umum variabel kinerja karyawan dalam kategori sangat baik. Dengan total skor nilai 396, dan rata-rata nilai variabel kinerja karyawan sebesar 79.

Pembahasan

Pada Yayasan Insan Mega Mulia Brebes pemberian upah berdasarkan oleh beberapa faktor diantaranya: peraturan perundang-undangan yang berlaku, posisi jabatan karyawan, dan juga lama masa kerja. Hasil analisis data telah menunjukkan bahwa karyawan pada Yayasan Insan Mega Mulia Brebes telah menilai bahwa standar pemberian upah, prosedur yang diberlakukan, insentif, dan pemenuhan kebutuhan dan fasilitas yang diberikan oleh yayasan dapat dikatakan sudah sesuai dengan harapan karyawan dalam mendukung motivasi kerja mereka, sehingga upah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan motivasi kerja karyawan.

Secara umum dapat dilihat bahwa kinerja karyawan pada Yayasan Insan Mega Mulia Brebes ini sudah dalam kategori baik. Hanya saja masih ada beberapa karyawan, yang melaksanakan pekerjaan secara tidak maksimal (kinerja rendah). Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang telah dilakukan, bahwa bukan hanya upah yang mempengaruhi kinerja karyawan tetapi juga beberapa faktor lain seperti, motivasi, factor personal individu, kualitas dukungan sesama rekan kerja, dan sebagainya. Kinerja dalam menjalankan fungsinya tidak berdiri sendiri melainkan selalu berhubungan dengan kepuasan kerja karyawan dan tingkat besaran imbalan yang diberikan serta dipengaruhi keterampilan, dan kemampuan.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan yang dijelaskan pada BAB sebelumnya, maka dapat diperoleh kesimpulan terkait penelitian pengaruh upah terhadap kinerja karyawan pada Yayasan Insan Mega Mulia Brebes adapun kesimpulannya adalah sebagai berikut:

1. Sistem pengupahan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat ditarik kesimpulan bahwa upah yang diberikan yayasan secara keseluruhan (upah pokok, tunjangan, insentif, dan fasilitas) sudah dilakukan dengan baik. Hal ini didukung oleh banyaknya respon positif yang diberikan responden pada indikator upah. Namun demikian berdasarkan observasi hasil penelitian masih terdapat masalah terkait dengan pengupahan seperti sistem gaji mengikuti yayasan pusat, dan keterlambatan pemberian insentif.

2. Tingkat kinerja karyawan

Berdasarkan hasil perhitungan kuisioner yang dilakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa secara keseluruhan kinerja di yayasan tersebut berada pada kategori baik. Hanya

ada beberapa karyawan saja yang memiliki kinerja rendah.

3. Pengaruh Upah terhadap kinerja

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, didapat kesimpulan bahwa upah berpengaruh terhadap kinerja karyawan. Hal ini dapat dilihat dari rata-rata persentase pada variabel upah sebanyak 85 % respon positif dan pada variabel kinerja karyawan sebanyak 97 % respon positif yang diberikan responden. Hal ini menunjukkan Semakin baik tingkat pemberian upah oleh yayasan, maka semakin baik pula tingkat kinerja karyawan.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Abdul Ghoni, Nurhayati, P. (2022). Jurnal Impresi Indonesia (JII). Jurnal Impresi Indonesia, 1(1), 1–6. <https://doi.org/10.36418/jii.v1i3.38>.Melawati
- [2] Edison, E., Anwar, Y., & Komariyah, I. (2017). Manajemen Sumber Daya Manusia: Strategi dan perubahan dalam rangka meningkatkan kinerja pegawai dan organisasi.
- [3] Ekawati, zuni. (2022). Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Motivasi Kerja Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Ud. Plastik Brontoseno Di Kabupaten Nganjuk.
- [4] Hasibuan, M. (2011). Manajemen Sumber Daya Manusia, Cetakan Kelima belas. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- [5] Jayanti, N. P., & Syamsir, S. (2018). Pengaruh Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Perangkat Nagari dalam Pengelolaan Keuangan Nagari di Kabupaten Tanah Datar. JESS (Journal of Education on Social Science), 2(1), 35. <https://doi.org/10.24036/jess/vol2-iss1/60>
- [6] Joni, J., & Hikmah, H. (2022). Pengaruh Kepemimpinan, Lingkungan Kerja dan Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan. Value : Jurnal Manajemen Dan Akuntansi, 17(1), 13–24. <https://doi.org/10.32534/jv.v17i1.2520>
- [7] Kurnia, N. A., & Sitorus, D. H. (2022). Pengaruh Beban Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. Value : Jurnal Manajemen Dan Akuntansi, 17(1), 48–57. <https://doi.org/10.32534/jv.v17i1.2536>
- [8] Kusumo, H. (2017). Pengaruh Budaya Organisasi Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Komitmen Organisasi Sebagai Variabel Moderasi Pada Stekom Semarang. Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis, 2(2), 75. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v2i2.801>
- [9] Maesaroh, S., & Widodo, S. (2022). Pengaruh Budaya Organisasi Dan Komitmen Organisasi Terhadap Organizational Citizenship Behavior Perawat Ruang Igd Rsau Dr. Esnawan Antariksa Halim Perdana Kusuma Jakarta Timur. JIMEN, 2(2), 58–66. <http://www.tjyybjb.ac.cn/CN/article/downloadArticleFile.do?attachType=PDF&id=9987>
- [10] Marjaya, I., & Pasaribu, F. (2019). Pengaruh Kepemimpinan, Motivasi, Dan Pelatihan Terhadap Kinerja Pegawai. Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen, 2(1), 129–
- [11] 147. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v2i1.3650>
- [12] Moorhead, G., & Griffin, R. W. (2013). Perilaku Organisasi: Manajemen Sumber Daya Manusia dan Organisasi. Jakarta: Salemba Empat.
- [13] Nurhaeni, N., & Winerungan, R. (2022). Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Semangat Kerja Terhadap Efektivitas Kerja Karyawan Pada Hotel Sintesa Peninsula Manado.

- Jurnal Manajemen Dan Bisnis, 7(5).
- [14]
- [15] Octavia, D., Lubis, D. S., & Halim, J. (2022). Motivasi dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan di Politeknik Unggul LP3M Medan Motivation. *Jurnal Ilmiah Bisma*, 2(3), 130–138.
- [16] Pilar, C. V, Mandiri, P., & Kunci, K. (2022). Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Cv. Pilar Perkasa Mandiri Muhamad Agus Teguh Herlambang, Suci Fitriana Pramudya Wardani, Asih Yuliatwati Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Brebes. *Jurnal Ilmu Kesehatan Bhakti Husada*, 13(01), 94.
<https://doi.org/10.34305/jikbh.v13i1.393>
- [17] Purwanto, M. B. (2022). Pengembangan Kain Khas Kabupaten Musi Banyuasin Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Ekonomi Lokal. *Jurnal Pariwisata Darussalam*, 1(2).
- [18] Qadri, M. Al, & Syukri, M. (2022). Pengaruh Upah Karyawan Terhadap Kinerja Staf StAl Jam 'iyah Mahmudiyah dalam Perspektif Islam. *Edukasi Islami: Jurnal ...*, 545–552.
<https://doi.org/10.30868/ei.v11i01.2025>
- [19] RIZKY, Y. M. (2020). Pengaruh Employee Engagement Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Cv Amifa Keluarga Lestari Pekanbaru. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- [20] Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (1st ed.). Alfabeta.
- [21] Sutarno, S., Yenny, Y., Supriyanto, S., Anggraini, D., & Umar, Z. (2019). Pengaruh Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan CV. Bintang Jaya Abadi. *Jurnal Ilmiah Maksitek*, 4(2).
- [22] Veithzal, R. Z., Ramly, M., Mutis, T., & Arafah, W. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan Dari Teori Ke Praktik Edisi ketiga*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

"DIMSPIVES" (DIMSUM *SPINACH LEAVES*): INOVASI MIKROBIOLOGI PANGAN BAGI PENDERITA DIABETES MELITUS

Oleh

Desi Kartikasari¹, Desy Fadilah Adina Putri², Desi Dwi Anissa³, Muhammad Riscky Wahyu Pradana⁴

^{1,4}Program Studi Tadris Biologi, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Indonesia.

²Program Studi D3 Kebidanan STIKES Griya Husada, Sumbawa, Indonesia.

³Program Studi Tadris Kimia, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Indonesia.

E-mail: ¹desi.kartikasari88@gmail.com, ²desyfadilstikesghs@gmail.com

Article History:

Received: 24-12-2022

Revised: 21-01-2023

Accepted: 29-01-2023

Keywords:

Dim sum, Tempe,
Bayam, Tepung MOCAF,
Diabetes Melitus.

Abstract: *Penderita diabetes melitus di Indonesia menempati peringkat ke-5 di dunia. Kandungan nutrisi makanan perlu diperhatikan bagi penderita diabetes melitus. Dim sum merupakan makanan yang digemari masyarakat, namun seringkali dibuat dengan bahan yang tinggi kalori dan lemak. Salah satu konsep penting pemilihan jenis makanan bagi penderita diabetes melitus adalah makanan yang memiliki indeks glikemik rendah. Pada penelitian ini tempe dibuat sebagai isian dim sum serta bayam dan tepung MOCAF sebagai kulit dim sum. Penelitian ini bertujuan mengetahui manfaat produk berbahan dasar tempe dengan penambahan bayam dan tepung MOCAF sebagai makanan alternatif bagi penderita diabetes melitus serta mengetahui pengaruh penambahan tempe pada dim sum dengan uji organoleptik. Metode penelitian menggunakan Rancangan Acak Lengkap (RAL) dengan 4 perlakuan yaitu P0: tanpa tempe, P1: 25% tempe, P2: 50% tempe, P3: 75% tempe. Analisis data menggunakan ANOVA dan Duncan. Berdasarkan uji ANOVA berpengaruh nyata ($P < 0,05$) terhadap warna dan rasa sedangkan pada tekstur dan aroma tidak berpengaruh nyata ($P > 0,05$). Dim sum yang paling disukai panelis adalah dim sum dengan penambahan 25% tempe (P1), sedangkan yang paling tidak disukai panelis adalah dim sum dengan penambahan 75% tempe (P3). Berdasarkan studi literatur, tempe, bayam dan tepung MOCAF merupakan bahan yang bermanfaat dan aman bagi penderita diabetes melitus.*

PENDAHULUAN

Hampir 70% kematian di dunia disebabkan oleh Penyakit Tidak Menular (PTM), salah satunya adalah diabetes melitus. Diabetes merupakan penyebab kematian terbesar ketiga di

Indonesia dengan persentase sebesar 7,9%¹. Data International Diabetes Federation (IDF) menunjukkan bahwa 436 juta penduduk dunia menderita diabetes pada tahun 2019. Jumlah tersebut diperkirakan akan meningkat menjadi 578 juta penduduk pada tahun 2030 dan 700 juta penduduk pada tahun 2045. Adapun jumlah penderita diabetes di Indonesia juga mengalami peningkatan dari 10,3 juta penduduk pada tahun 2017 menjadi 10,7 juta penduduk pada tahun 2019. Hal ini menempatkan Indonesia pada peringkat ke lima dengan jumlah penderita diabetes terbesar di dunia²

Diabetes Melitus (DM) merupakan penyakit kronis berupa gangguan metabolisme yang ditandai peningkatan kadar gula darah hingga melebihi batas normal. DM dapat dikelompokkan kedalam DM tipe 1 dan DM tipe 2. DM tipe 1 terjadi karena kerusakan sel beta pankreas sehingga produksi insulin tidak ada sama sekali. Adapun DM tipe 2 disebabkan penurunan sekresi insulin oleh kelenjar pankreas³. Pengendalian DM dapat dilakukan melalui pengaturan pola makan, aktivitas fisik, dan terapi farmakologi. Pengaturan pola makan dilakukan dengan menyesuaikan asupan makanan dengan kebutuhan kalori penderita DM dengan memperhatikan aspek kandungan, kuantitas, dan waktu asupan makanan (3J Jenis, Jumlah, Jadwal). Dengan demikian, penderita DM memiliki berat badan ideal dan gula darah dapat terkontrol dengan baik.

Salah satu konsep penting dalam memilih jenis diet bagi penderita diabetes adalah indeks glikemik (IG). IG adalah ukuran kecepatan makanan meningkatkan kadar glukosa darah setelah dikonsumsi (Riccardi G., 2008). Nilai IG dapat diklasifikasikan sebagai IG I rendah (<55), IG sedang (55-69), dan IG tinggi (>70)⁴. Makanan IG tinggi tidak dapat dicerna atau diserap lebih lambat daripada makanan IG rendah. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa makanan dengan IG rendah dapat menurunkan resistensi insulin pada pasien DM, sedangkan pada individu normal dapat menurunkan faktor risiko penyakit metabolik dan degeneratif⁵. Namun, ketersediaan pangan IG yang rendah menjadi masalah utama bagi penduduk Indonesia.

Dimsum adalah makanan tradisional Cina disebabkan bentuk yang indah, unik dan rasanya yang enak. Keunikan tersebut menjadi daya tarik masyarakat Indonesia. Teknik memasak yang digunakan dalam dim sum yaitu menggunakan teknik menggoreng dan mengukus⁶. Dimsum pada umumnya berbahan dasar daging ayam dan tepung terigu yang memiliki IG tinggi, sehingga diperlukan inovasi mikrobiologi pangan untuk penderita diabetes melitus yang memiliki IG rendah. Pada penelitian ini membuat inovasi mikrobiologi pangan berupa dim sum yang berbahan dasar tempe dengan kombinasi campuran daun bayam dengan menggunakan tepung MOCAF.

Tempe sering dianggap sebelah mata atau diremehkan, namun ternyata khasiat tempe

¹ Sabil, Anisa. "Hubungan Health Literacy Dengan Self Care Management di Puskesmas Tamalanrea Kota Makassar") 10, no. 2 (2021): 200–205

² Atlas, International Diabetes Federation, vol. 266, .

³ Sabil, Anisa. "Hubungan Health Literacy Dengan Self Care Management di Puskesmas Tamalanrea Kota Makassar") 10, no. 2 (2021): 200–205

⁴ Atlas, *International Diabetes Federation*, vol. 266, .

⁵Junita et al., "Komponen Gizi , Aktivitas Antioksidan dan Karakteristik Sensori Bubuk Fungsional Labu Kuning (Cucurbita Moschata) dan Tempe" 12, no. 2 (2017): 109–116.

⁶ (Rafika Apriany, N Ira Sari, "Karakteristik Mutu Kulit Dim Sum Hakau yang Difortifikasi Dengan Tepung Rumput Laut (Eucheuma spinosum) Berbeda". Jom, 1, (2015):1–12.

memiliki banyak kandungan nutrisi dan khasiat bagi kesehatan. Pada tempe terdapat dua kelompok vitamin yaitu vitamin B kompleks (larut dalam air) dan vitamin A, D, E, dan K (larut dalam lemak), mineral, antioksidan. Kandungan protein yang tinggi terdapat salah satunya pada pangan tempe dengan nilai PER (*Protein Efficiency Ratio*) yang sama dengan kasein dan susu skim. Kandungan gizi protein dan zink sangat penting untuk pertumbuhan anak, zat gizi kecerdasan otak seperti karnohidrat, protein, lemak, zink, zat besi, vitamin B12⁷. Zat besi yang ada dalam darah (hemoglobin dan mioglobin) dapat mengatasi anemia. Selain itu, di dalam tempe terdapat kandungan isoflavon seperti karetonoid, vitamin C, E. Isoflavon merupakan jenis antioksidan yang dibutuhkan tubuh yang digunakan untuk menangkalkan pembentukan radikal bebas⁸.

Pada penelitian ini bayam digunakan sebagai pewarna kulit dari sim sum. Bayam merupakan sayuran hijau yang biasa ditanam untuk dikonsumsi daunnya. Bayam memiliki kandungan nutrisi yang baik bagi kesehatan yaitu sumber kalsium, vitamin (A, B1, B2, C, dan E) betakaroten dan serat. Kandungan mineral dalam bayam cukup tinggi, terutama Fe yang digunakan untuk mencegah anemia. Mineral lain yang juga terdapat pada bayam adalah asam folat. Fe dan asam folat berperan dalam produksi dan ketersediaan darah. Selain itu, terdapat kandungan protein, lemak, karbohidrat, serat, dan mineral (kalium, kalsium, magnesium, dan besi)⁹. Bayam merupakan salah satu sayuran yang dapat mengontrol kadar gula dalam darah. Kadar gula dalam darah dapat dikontrol apabila penderita Diabetes Melitus mengkonsumsi asupan serat sesuai anjuran yaitu $\geq 25\text{g/hari}$.

MOCAF (*Modified Cassava Flour*) merupakan produk tepung singkong termodifikasi yang diproses secara fermentasi¹⁰. Tepung MOCAF digunakan sebagai pengganti tepung terigu dengan persentase 5-75% bahkan hingga 100%. Kandungan IG pada tepung MOCAF relatif lebih rendah dibandingkan tepung terigu dan dapat mencegah naiknya kadar gula darah¹¹. Penggunaan tepung MOCAF jika dikonsumsi secara rutin selama kurang lebih 3 minggu dapat menurunkan kadar gula darah pada penderita diabetes hingga 24,2%. Sehingga penulis membuat penelitian berupa inovasi mikrobiologi pangan "DIMSPIVES" (*Dim sum Spinach Leaves*) yang berbahan dasar tempe, dengan menggunakan bahan daun bayam sebagai pewarna alami, serta menggunakan tepung MOCAF yang memiliki kandungan IG rendah. Oleh karena itu, DIMSPIVES ini sangat cocok bagi penderita diabetes khususnya dan masyarakat pada umumnya.

LANDASAN TEORI

Dimsum merupakan makanan tradisional dan populer dari Negara Cina disebabkan bentuk yang indah dan rasanya yang enak. Selain itu, terdapat keunikan dari dim sum yaitu pada variasi bentuk dan warnanya. Keunikan tersebut menjadi daya tarik masyarakat Indonesia. Teknik memasak yang digunakan dalam dim sum yaitu menggunakan teknik menggoreng dan mengukus [8]. Tempe adalah salah satu olahan kedelai yang sering

⁷ Nugroho, et al. "PKM Diversifikasi Produk Olahan Tempe", (2019):2.

⁸ Mu dkk., "Inovasi Pembuatan Tempe Berbagai Rasa Guna Meningkatkan Nilai Jual Sekaligus Komoditas Utama Kelurahan Purwosari Pendahuluan. Jurnal Bina Desa 3(1), (2021):18-23.

⁹ (Sari dan Hijau, "Mutu Kimiawi dan Mutu Organoleptik Kaldu Ayam Bubuk dengan. 6(2), (2017):2-5

¹⁰ Nia Putri, Achmad Subagio, and Universitas Jember, "Karakteristik Mocaf (Modified Cassava Flour) Berdasarkan Metode," Juni (2018).

¹¹ Ibid.

dikonsumsi di Indonesia. Nutrisi pada tempe terdapat dua kelompok vitamin yaitu vitamin B kompleks (larut dalam air) dan vitamin A, D, E, dan K (larut dalam lemak), mineral, antioksidan, selain itu tempe juga tinggi akan protein[5]. Tepung MOCAF (*Modified Cassava Flour*) adalah produk tepung singkong termodifikasi yang diproses secara fermentasi. Tepung MOCAF digunakan sebagai pengganti tepung terigu dengan persentase 5-75% bahkan hingga 100%. Kandungan IG pada tepung MOCAF relatif lebih rendah dibandingkan tepung terigu dan dapat mencegah naiknya kadar gula darah [7].

METODE PENELITIAN

Alat yang digunakan: blender, kukusan, baskom, pisau, timbangan, sendok, piring dan *rolling pin*. Bahan kulit dim sum adalah tepung MOCAF, daun bayam, air dan garam. Bahan isian dim sum adalah tempe, tepung MOCAF, daging ayam, bawang putih, daun bawang, gula, merica dan garam. Rancangan penelitian yang digunakan adalah metode Rancangan Acak Lengkap (RAL) dengan 4 perlakuan penambahan tempe pada isian dim sum yaitu: P0: tanpa tempe, P1: 25% tempe, P2: 50% tempe, P3: 75% tempe. Parameter yang diamati adalah uji organoleptik dengan menggunakan 15 orang panelis dalam evaluasinya. Pengumpulan data dilakukan dengan mengumpulkan respon terhadap warna, rasa, aroma dan tekstur. Respon terhadap warna, rasa, aroma dan tekstur berkisar dari sangat tidak suka, tidak suka, tidak berbeda, suka dan sangat suka (skala 1-5). Data yang dihasilkan akan dianalisis menggunakan analisis varians (ANOVA). Jika perlakuan memberikan pengaruh yang nyata maka akan dilanjutkan dengan uji Duncan untuk melihat perbedaan pada masing-masing sampel perlakuan (Widodo dkk., 2015).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Formulasi Produk "DIMSPIVES" (*Dim sum Spinach Leaves*)

Formulasi Produk "DIMSPIVES" (*Dim sum Spinach Leaves*) diharapkan dapat memenuhi kebutuhan nutrisi yang aman bagi penderita diabetes melitus. Formulasi produk didasarkan pada perbedaan komposisi penambahan tempe dan daging ayam pada isian dim sum, sedangkan untuk kulit dim sum formulasinya sama tiap perlakuan (tabel 1). Proses Pembuatan Kulit Dim sum; dengan mencampurkan semua bahan yaitu tepung MOCAF, daun bayam yang dihaluskan, air dan garam. Setelah dicampurkan adonan diuleni dan diistirahatkan selama 30 menit, selanjutnya adonan dibentuk menjadi bundar tipis. Proses Pembuatan Isian Dim sum; dengan mencampurkan semua bahan berupa tepung MOCAF, bawang putih, daun bawang, gula, merica, garam dan penambahan perbedaan formulasi tempe dan daging ayam pada tiap perlakuan. Setelah itu 10 gram isian dim sum dimasukkan ke kulit dim sum dan dim sum dikukus selama 20 menit.

Tabel 1. Formulasi "DIMSPIVES" (*Dim sum Spinach Leaves*).

Komposisi Bahan	Formulasi (g)			
	F0 (kontrol)	F1	F2	F3
Kulit Dim sum				
Tepung MOCAF	200	200	200	200
Daun Bayam	200	200	200	200
Air	70	70	70	70

Garam	1	1	1	1
Isian Dim sum				
Tempe	0	15	30	45
Tepung MOCAF	5	5	5	5
Daging Ayam	60	45	30	15
Bawang Putih	10	10	10	10
Daun Bawang	15	15	15	15
Gula	3	3	3	3
Merica	4	4	4	4
Garam	3	3	3	3

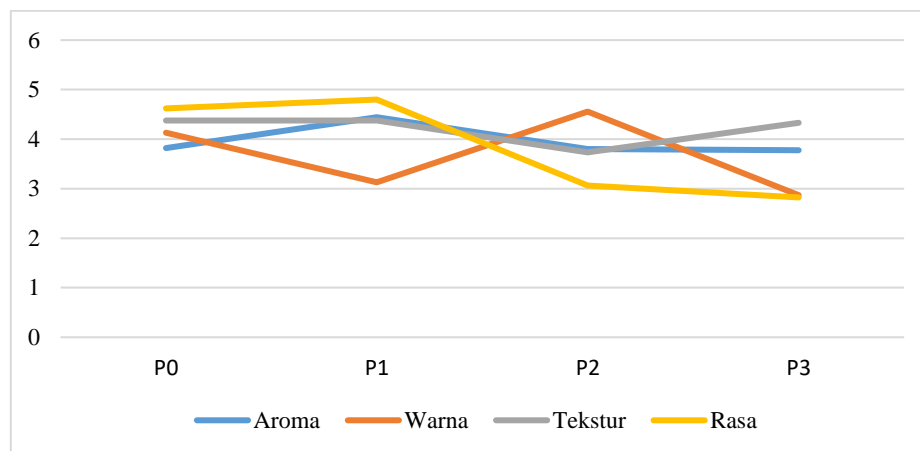
2. Hasil Uji Organoleptik terhadap Produk “DIMSPIVES” (Dim sum Spinach Leaves)

Uji organoleptik dilakukan dengan empat parameter uji yang meliputi warna, rasa, tekstur, dan aroma. Adapun hasil rata-rata dan uji jarak berganda Duncan uji organoleptik “DIMSPIVES” berdasarkan aroma, warna, tekstur dan rasa disajikan dalam Tabel 1 dan Gambar 1.

Tabel 2. Hasil Rataan dan Uji Jarak Berganda Duncan Uji Organoleptik “DIMSPIVES” Berdasarkan Aroma, Warna, Tekstur dan Rasa.

Jenis Perlakuan	P0	P1	P2	P3	Nilai P
Warna	4.1333 ^c	3.1300 ^b	4.5567 ^d	2.8700 ^a	0,000<0,05
Rasa	4.6233 ^c	4.8000 ^d	3.0667 ^b	2.8233 ^a	0,000<0,05
Aroma	3.8233	4.4433	3.8000	3.7767	0,732>0,05
Tekstur	4.3767	4.3767	3.7333	4.3300	0,499>0,05

Gambar 1. Hasil Rataan dan Uji Jarak Berganda Duncan Uji Organoleptik “DIMSPIVES” Berdasarkan Aroma, Warna, Tekstur dan Rasa.



Hasil uji organoleptik menunjukkan bahwa pada empat parameter uji sebagai berikut :

a. Warna

Warna pada makanan memiliki peranan penting karena dilihat dari

penampilan ketika disajikan dan memberikan pengaruh selera panelis¹². Pada hasil uji organoleptik dim sum (tabel 2 dan gambar 1) dengan penambahan tempe terhadap aroma menunjukkan rata-rata perlakuan penambahan 50% tempe (P2) lebih tinggi yaitu 4.5567 dan terendah pada perlakuan penambahan 75% tempe (P3) yaitu 2.8700. Nilai rata-rata tersebut menunjukkan panelis merasa bahwa warna dim sum di keempat perlakuan berbeda satu sama lain, dengan warna yang disukai panelis pada dim sum perlakuan penambahan 50% tempe (P2).

Hasil analisis ragam (tabel 2 dan gambar 1) menunjukkan, bahwa penambahan tempe pada dim sum berpengaruh nyata berdasarkan warna pada taraf nyata ($0,000 < 0,05$), sehingga dilakukan uji Duncan. Hasil uji jarak berganda Duncan menunjukkan, bahwa kontrol (P0), penambahan 25% tempe (P1), 50% tempe (P2), 75% tempe (P3) pada dim sum berdasarkan warna saling berbeda nyata satu sama lain. Dengan rata-rata tertinggi pada dim sum perlakuan penambahan 50% tempe (P2). Nilai tersebut menunjukkan bahwa selera panelis cenderung memilih warna dim sum yang ditambahkan dengan tempe sebanyak 50% (P2). Hal ini disebabkan karena terdapat perubahan warna pada dim sum awalnya berwarna putih pucat menjadi putih kecoklatan, karena kebanyakan panelis lebih menyukai dim sum berwarna putih kecoklatan. Sebelum penambahan tempe warna yang dihasilkan oleh daging ayam dicampurkan dengan tepung terigu membuat hasil warna putih pucat, sehingga kurang menarik minat panelis¹³.

b. Rasa

Makanan dapat dirasakan menggunakan lidah sebagai indra pengecap. Pada proses memasak terdapat pengaruh yang melekat dari segi senyawa kimia, suhu, perpaduan antara bahan pangannya dengan bahan tambahan lainnya¹⁴. Pada hasil uji organoleptik dim sum (tabel 2 dan gambar 1) dengan penambahan tempe terhadap rasa menunjukkan rata-rata perlakuan penambahan 25% tempe (P1) lebih tinggi yaitu 4.8000 dan terendah pada perlakuan penambahan 75% tempe (P3) yaitu 2.8233. Nilai rata-rata tersebut menunjukkan panelis merasa bahwa rasa dim sum di keempat perlakuan berbeda satu sama lain, dengan rasa yang disukai panelis pada dim sum perlakuan penambahan 25% tempe (P1). Nilai tersebut menunjukkan bahwa selera panelis cenderung memilih rasa dim sum yang ditambahkan tempe sebanyak 25% (P1). Hal ini disebabkan karena terdapat kombinasi rasa yang pas dengan lidah panelis.

Hasil analisis ragam (tabel 2 dan gambar 1) menunjukkan, bahwa penambahan tempe pada dim sum berpengaruh nyata berdasarkan rasa pada taraf nyata ($0,000 < 0,05$), sehingga dilakukan uji Duncan. Hasil uji jarak berganda Duncan menunjukkan, bahwa kontrol (P0), penambahan 25% tempe (P1), 50% tempe (P2), 75% tempe (P3) pada dim sum berdasarkan rasa saling berbeda nyata satu sama lain. Dengan rata-rata tertinggi pada dim sum perlakuan penambahan 25% tempe (P1). Nilai tersebut menunjukkan bahwa selera panelis cenderung memilih warna dim sum yang ditambahkan dengan tempe sebanyak 25% (P1). Hal ini disebabkan karena terdapat

¹² E L A Sulistiana, *Uji Organoleptik Nugget Ayam dengan Penambahan Tepung Wortel (Daucus Carota L.)*, 2020.

¹³ Nugroho, Faritsy, and Sugiharto, "PKM Diversifikasi Produk Olahan Tempe."

¹⁴ Sulistiana, *Uji Organoleptik Nugget Ayam dengan Penambahan Tepung Wortel (Daucus Carota L.)*.

rasa kombinasi yang pas antara tempe dengan bahan dim sum tanpa mengurangi khasiat yang ada didalamnya. Sebelum penambahan tempe pada uji rasa ini menunjukkan bahwa rasa yang dominan hanya daging ayam sehingga membuat rasa amis pada dim sum masih melekat ¹⁵.

c. Aroma

Makanan tidak lepas dari unsur terpenting yaitu aroma. Aroma merupakan unsur terpenting dalam produk untuk mengetahui kualitas makanan berdasarkan bau-bau yang ditimbulkan dari makanan atau minuman tersebut ¹⁶. Rataan hasil uji organoleptik dim sum (tabel 2 dan gambar 1) dengan penambahan tempe terhadap aroma menunjukkan bahwa secara rata-rata perlakuan penambahan 25% tempe lebih tinggi yaitu 4.4433 dan terendah pada penambahan 75% tempe P3 yaitu 3.7767. Nilai tersebut menunjukkan bahwa penilaian aroma dim sum dengan penambahan tempe pada kisaran 3.7767-3.8233 menandakan panelis merasa tidak ada perbedaan namun menghampiri kisaran suka, sedangkan pada kisaran 4.4433 menandakan bahwa panelis merasa suka dengan aroma dim sum.

Hasil analisis ragam (tabel 2 dan gambar 1) menunjukkan bahwa penambahan tempe tidak berpengaruh nyata ($0,732 > 0,05$). Nilai ini menunjukkan bahwa panelis memilih aroma dim sum tanpa penambahan tempe, karena berdasarkan kajian tempe menimbulkan bau yang kurang sedap. Semakin bertambahnya jumlah tempe pada dimsum membuat para panelis seperti hanya mencium aroma tempe yang dirasa kurang enak. Hal tersebut sesuai dengan penelitian, ketika kapasitas tempe ditambahkan pada dim sum maka aroma yang ditimbulkan kurang sedap ¹⁷.

d. Tekstur

Tekstur merupakan bagian dari makanan atau bagian dilihat dari segi ukuran dan susunan yang ada. Tekstur dapat dilihat dengan indra penglihatan seperti halus, kasar, lunak, keras ¹⁸. Rataan hasil uji organoleptik dim sum (tabel 2 dan gambar 1) dengan penambahan tempe terhadap tekstur secara rata-rata control menunjukkan bahwa perlakuan penambahan 25% tempe lebih tinggi yaitu 4.3767 dan terendah pada penambahan 50% tempe P2 yaitu 3.7333. Nilai tersebut menunjukkan bahwa penilaian tekstur dim sum dengan penambahan tempe pada kisaran 3.7333-4.3300 menandakan panelis merasa tidak berbeda dan menghampiri kisaran suka, sedangkan pada kisaran 4.3767 menunjukkan bahwa panelis merasa suka dengan tekstur dim sum.

Hasil analisis ragam (tabel 2 dan gambar 1) menunjukkan bahwa penambahan tempe tidak berpengaruh nyata ($0,499 > 0,05$). Nilai tersebut menunjukkan bahwa panelis memilih tekstur dim sum tanpa penambahan tempe, karena berdasarkan beberapa kajian membuat tekstur yang tidak lembut. Hal ini didukung dengan sebuah penelitian, sebelum ditambahkan tempe dim sum memiliki tekstur yang lembut,

¹⁵ Mu et al., "Jurnal Bina Desa Inovasi Pembuatan Tempe Berbagai Rasa Guna Meningkatkan Nilai Jual Sekaligus Komoditas Utama Kelurahan Purwosari Pendahuluan."

¹⁶ Sulistiana, *Uji Organoleptik Nugget Ayam dengan Penambahan Tepung Wortel (Daucus Carota L.)*.

¹⁷ Nizmawaty Amra, "Hubungan Konsumsi Jenis Pangan Yang Mengandung Indeks Glikemik Tinggi Dengan Glukosa Darah Pasien DM Tipe 2 Di Uptd Diabetes Center Kota Ternate," *AcTion: Aceh Nutrition Journal* 3, no. 2 (2018): 110.

¹⁸ Sulistiana, *Uji Organoleptik Nugget Ayam dengan Penambahan Tepung Wortel (Daucus Carota L.)*.

namun ketika ditambahkan dengan tempe membuat tekstur dim sum menjadi kasar dan tidak lembut ketika dikunyah ¹⁹.

3. Korelasi Produk “DIMSPIVES” dengan Penderita Diabetes Melitus

Diabetes Melitus (DM) merupakan penyakit kronis berupa gangguan metabolisme yang ditandai peningkatan kadar gula darah melebihi batas normal. DM dapat dicegah dan dikendalikan melalui pengaturan pola makan, aktivitas fisik, dan terapi farmakologi. Pengaturan pola makan dilakukan dengan menyesuaikan asupan makanan dengan kebutuhan kalori penderita DM dengan memperhatikan prinsip 3J (Jenis, Jumlah, Jadwal).

Salah satu konsep penting dalam pemilihan jenis makanan bagi penderita DM adalah indeks glikemik (IG). IG merupakan ukuran kecepatan suatu pangan dalam meningkatkan kadar glukosa darah setelah dikonsumsi ²⁰. Nilai IG dapat digolongkan kedalam IG rendah (< 55), IG sedang (55-69) dan IG tinggi (>70) (Atkinson, 2008). Beberapa penelitian menunjukkan bahwa pangan dengan IG rendah mampu menurunkan resistensi insulin pada penderita DM (Pangribo, 2020). Adapun nilai IG pada beberapa bahan kacang-kacangan dan sayur-sayuran disajikan pada Tabel 3 berikut.

Tabel 3. Nilai Indeks Glikemik pada Kacang-kacangan.

Jenis Makanan	Bahan Makanan	Indeks Glikemik
Kacang-Kacangan	Kacang Merah	28
	Kacang Kedelai	18
	Kacang-Kacangan	29
Sayuran	Wortel	39
	Kacang Arab	33
	Bayam	15
	Ubi Jalar	61
	Ketela	37
	Labu	75

Sumber : *The American Journal of Clinical Nutrition*

Berdasarkan tabel 3 tersebut menunjukkan bahwa kacang merah dan kacang-kacangan tergolong bahan kacang-kacangan yang memiliki IG rendah, namun pada kacang kedelai memiliki IG yang lebih rendah. Sedangkan pada jenis makanan sayuran yang tergolong memiliki IG tinggi yaitu labu, yang tergolong memiliki IG sedang yaitu ubi jalar dan yang tergolong memiliki IG rendah yaitu wortel, kacang arab, bayam dan ketela ²¹. Oleh karena itu, pemilihan jenis makanan tersebut tidak lepas dari IG yang rendah seperti kedelai, bayam, dan ketela sebagai bahan pembuatan “DIMSPIVES” ini sehingga tergolong aman dikonsumsi bagi penderita diabetes maupun masyarakat pada umumnya.

PENUTUP

Kesimpulan

Uji organoleptik pada “DIMSPIVES” dengan penambahan tempe dapat disimpulkan sebagai

¹⁹ Nugroho, Faritsy, and Sugiharto, “PKM Diversifikasi Produk Olahan Tempe.”

²⁰ Bobby Manullang Et Al., “Efektifitas Biskuit Tepung Komposit Beras Hitam (*Oryza Sativa* L.), Inulin Umbi Bunga Dahlia dan Tepung Mocaf Terhadap Kadar Glukosa Darah Pada Tikus (*Rattus Norvegicus*) Penderita Diabetes Melitus Tipe II The Effectiveness Of Black Rice Composite Flour Bis”.

²¹ Putri, Subagio, and Jember, “Karakteristik Mocaf (Modified Cassava Flour) Berdasarkan Metode.”

berikut:

1. Penambahan tempe terhadap dim sum berpengaruh nyata ($P < 0,05$) terhadap warna dan rasa, sedangkan pada aroma dan tekstur tidak berpengaruh secara nyata ($P > 0,05$).
2. Dim sum yang paling disukai panelis adalah dim sum dengan penambahan 25% tempe (P1), sedangkan yang paling tidak disukai panelis adalah dim sum dengan penambahan 75% tempe (P3).
3. Kandungan IG yang rendah terletak pada bahan makanan kedelai, ketela dan bayam sehingga sangat baik untuk penderita diabetes melitus.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Penelitian ini dilakukan dengan melibatkan beberapa responden untuk terlibat dalam uji produk "DIMSPIVES". Ucapan terima kasih diucapkan kepada responden yang turut membantu dalam jalannya penelitian.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Amra, Nizmawaty. "Hubungan Konsumsi Jenis Pangan Yang Mengandung Indeks Glikemik Tinggi Dengan Glukosa Darah Pasien DM Tipe 2 Di Uptd Diabetes Center Kota Ternate." *AcTion: Aceh Nutrition Journal* 3, no. 2 (2018): 110.
- [2] Atlas, I D F Diabetes. *International Diabetes Federation. The Lancet*. Vol. 266, 1955.
- [3] Junita, Dini, Budi Setiawan, Faisal Anwar, and Tjahja Muhandri. "Komponen Gizi , Aktivitas Antioksidan dan Karakteristik Sensori Bubuk Fungsional Labu Kuning (*Cucurbita moschata*) dan Tempe" 12, no. 2 (2017): 109–116.
- [4] Manullang, Bobby, Elisa Julianti, Rona J Nainggolan, Teknologi Pangan, Fakultas Pertanian, and Usu Medan. "Efektifitas Biskuit Tepung Komposit Beras Hitam (*Oryza Sativa* L.), Inulin Umbi Bunga Dahlia dan Tepung Mocaf Terhadap Kadar Glukosa Darah Pada Tikus (*Rattus Norvegicus*) Penderita Diabetes Melitus Tipe II The Effectiveness of Black Rice Composite Flour Bis".
- [5] Mu, Khasan, Rizka Ayu, Atik Saputri, and Sabila Chusna Masithoh. "Jurnal Bina Desa Inovasi Pembuatan Tempe Berbagai Rasa Guna Meningkatkan Nilai Jual Sekaligus Komoditas Utama Kelurahan Purwosari Pendahuluan" 3, no. 1 (2021): 18–23.
- [6] Nugroho, Yohanes Anton, Ari Zaqi Al Faritsy, and Ari Sugiharto. "PKM Diversifikasi Produk Olahan Tempe" 1, no. 2 (2019).
- [7] Putri, Nia, Achmad Subagio, and Universitas Jember. "Karakteristik Mocaf (Modified Cassava Flour) Berdasarkan Metode," no. June (2018).
- [8] Rafika Apriany1, N Ira Sari, Dahlia. "Karakteristik Mutu Kulit Dim Sum Hakau yang Difortifikasi Dengan Tepung Rumput Laut (*Eucheuma Spinosum*) Berbeda." *Jom* 1 (2015): 1–12.
- [9] Sabil, Fitri A, and Nurul Rezki Anisa. "Hubungan Health Literacy Dengan Self Care Management di Puskesmas Tamalanrea Kota Makassar" 10, no. 2 (2021): 200–205.
- [10] Sari, Penambahan, and Bayam Hijau. "Mutu Kimiawi Dan Mutu Organoleptik Kaldu Ayam Bubuk Dengan" 6, no. 2 (2017): 2–5.
- [11] Sulistiana, E L A. *Uji Organoleptik Nugget Ayam dengan Penambahan Tepung Wortel (*Daucus Carota* L .), 2020.*

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN

PENGARUH TERAPI ABA PADA ANAK TERDIAGNOSA *AUTISM SPECTRUM DISORDER*

Oleh

Karyani Tri Tialani¹, Nurul Hadi Solikhin², Susilo³

^{1,2,3}Magister Pendidikan Bahasa Indonesia Universitas Mulawarman

E-mail: ¹nataya.kirana@gmail.com, ²nurulmageti@gmail.com,

³olisusunmul@gmail.com

Article History:

Received: 26-12-2022

Revised: 17-01-2023

Accepted: 21-01-2023

Keywords:

Terapi ABA, Autism
Spectrum Disorder

Abstract: *Autis merupakan suatu kondisi dimana anak menunjukkan gangguan yang ditandai oleh terganggunya kognisi sosial, keterampilan sosial, dan interaksi sosial. Interaksi sosial merupakan kesulitan yang nyata bagi anak autis untuk melakukan hubungan sosial dengan lingkungannya. Gangguan yang terjadi pada anak autis dapat menghalangi anak untuk berinteraksi sosial atau melakukan hubungan sosial. Tujuan penelitian adalah untuk memahami dukungan seorang ibu terhadap pengetahuan dan persepsi pada anak yang terdiagnosa Autism Spectrum Disorder (ASD) dan hubungannya dengan strategi seorang ibu dengan anak ASD. Metode penelitian menggunakan kualitatif studi kasus yang bertujuan untuk melihat pengaruh terapi ABA terhadap interaksi sosial anak autis. metode ABA (Applied Behaviour Analysis). Metode ABA adalah metode tata laksana perilaku menggunakan metode mengajar tanpa kekerasan (Hanhoho, 2009). Metode ABA dapat membantu anak autis mempelajari keterampilan sosial seperti memperhatikan, mempertahankan, kontak mata, dan dapat membantu mengontrol masalah perilaku (Handojo, 2008). Tujuan khusus dari penelitian ini adalah menganalisis subyek penelitian pada salah satu anak ASD yang telah diberikan terapi ABA. Metode ini dapat melatih setiap keterampilan yang tidak dimiliki anak, mulai dari respon sederhana, misalnya memandang orang sekitarnya atau kontak mata, sampai keterampilan kompleks misalnya komunikasi spontan atau interaksi sosial. Terdapat perbedaan dalam hal strategi yang dilakukan seorang ibu yang mana sebagian besar untuk menjaga stabilitas keluarga, optimisme dan kerja sama saat ini, padahal sebelumnya kebanyakan mencari bantuan untuk berobat.*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Autism Spectrum Disorder (ASD) adalah gangguan perkembangan terutama dalam berperilaku, yang secara umum disebabkan oleh kelainan struktur otak atau fungsi otak. ASD ini terlihat sebelum anak berusia tiga tahun dan dapat diketahui dari interaksi sosial dan

komunikasi yang terbatas dan berulang-ulang. Pengertian lainnya terkait autisme atau *Autism Spectrum Disorder* (ASD) merupakan kondisi kelompok kelainan perkembangan dengan adanya kesulitan dalam berinteraksi sosial dan ketertarikan yang terbatas, gejala mulai tampak pada usia dua tahun pertama kehidupan, yang membuat orang tersebut membutuhkan perhatian dan perlakuan khusus dalam hidupnya (National Institute of Mental Health, 2015). Panduan yang dipakai oleh para dokter, psikiater, psikolog biasanya merujuk pada ICD-10 (International Classification of Diseases) 1993, atau yang menggunakan rumusan dalam DSM-IV (Diagnostic Statistical Manual) 1994 yang disusun oleh kelompok Psikiatri Amerika Serikat sebagai panduan untuk menegaskan diagnosa (Boham, 2013).

Menurut ICD (International Classification of Diseases), Childhood Autism atau autisme pada anak-anak adalah gangguan perkembangan yang gejalanya tampak sebelum anak mencapai usia 3 tahun. Ciri-ciri gangguan autisme masa kanak-kanak yaitu perkembangan bicara terhambat, bahasa stereotip (diulang-ulang) serta tidak mampu bermain imajinatif, kegagalan untuk bertatap muka, tidak mampu berempati serta tidak dapat membina hubungan sosial dengan teman sebaya, adanya gerakan-gerakan motorik aneh yang diulang, menunjukkan emosi yang tidak wajar serta adanya preokupasi yang terbatas pada perilaku yang abnormal (Pangestu, 2017).

Penyandang ASD semakin meningkat di seluruh dunia. Pada tahun 2006 diperkirakan prevalensi jumlah penyandang ASD 1:100 kelahiran (Kelana & Elmy 2007). Di Indonesia hingga saat ini penyandang ASD belum diketahui secara pasti jumlahnya, akan tetapi diperkirakan lebih dari 400.000 orang (Kelana & Elmy 2007). Halroyd dan Mc Arthur (1976) dalam Tobing (2004) menyatakan bahwa ibu dengan anak ASD memiliki tingkat stres yang lebih tinggi dibandingkan dengan ibu yang memiliki anak Down Syndrome. Selain itu, orang tua dengan anak ASD memiliki stres yang lebih besar dibandingkan orang tua dengan anak yang menderita kesulitan belajar (Konstantareas 1992 dalam Tobing 2004) dan retardasi mental (Donovan 1988 dalam Tobing 2004). Stres tersebut dapat berpengaruh pada peran ibu terutama dalam merawat, mengasuh, dan mendidik anak.

Anak yang mengalami autisme akan mengalami gangguan perkembangan dalam berbagai bidang, yaitu gangguan dalam berkomunikasi baik verbal maupun non-verbal (berkomunikasi dengan bahasa yang aneh), gangguan dalam interaksi sosial (gangguan menolak atau menghindar untuk bertatap muka), gangguan dalam bermain (bermain sangat monoton), perilaku yang ritualistik, hiperaktif (senang mengulang gerakan tertentu), gangguan perasaan dan emosi (mengamuk tak terkendali), dan gangguan dalam persepsi sensoris (perasaan sensitif terhadap sensor tertentu). Terapi perlu diberikan untuk membangun kondisi yang lebih baik. Terapi juga harus rutin dilakukan agar apa yang menjadi kekurangan anak dapat terpenuhi secara bertahap. Terapi perlu diberikan sedini mungkin sebelum anak berusia 5 tahun. Sebab, perkembangan pesat otak anak umumnya terjadi pada usia sebelum 5 tahun, puncaknya pada usia 2-3 tahun. Beberapa terapi yang dapat dilakukan pada anak autisme yaitu, terapi wicara, terapi okupasi, terapi bermain, terapi perilaku, terapi biomedik, terapi medikamentosa dan terapi sensori integrasi.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi terapi yang dilakukan seorang ibu pada anak dengan gangguan Autism Spectrum Disorder (ASD), termasuk bentuk dukungan keluarga, pengetahuan, dan persepsi ibu terhadap anak ASD menggunakan salah satu metode terapi yaitu metode ABA (Applied Behaviour Analysis). Metode ABA adalah metode tata

laksana perilaku menggunakan metode mengajar tanpa kekerasan (Hanhojo, 2009). Metode ABA dapat membantu anak autis mempelajari keterampilan sosial seperti memperhatikan, mempertahankan, kontak mata, dan dapat membantu mengontrol masalah perilaku (Handojo, 2008).

Tujuan khusus dari penelitian ini adalah menganalisis subyek penelitian pada salah satu anak ASD yang telah diberikan terapi ABA. Metode ini dapat melatih setiap keterampilan yang tidak dimiliki anak, mulai dari respon sederhana, misalnya memandang orang sekitarnya atau kontak mata, sampai keterampilan kompleks misalnya komunikasi spontan atau interaksi sosial. Metode ini diharapkan anak ASD mampu berkomunikasi dan tidak hanya mampu menjalin hubungan sosial dalam lingkungan keluarga saja, sehingga anak akan lebih mampu beradaptasi dengan lingkungan yang baru.

METODE

Subyek dalam penelitian ini adalah semua anak penyandang *Autism Spectrum Disorder* (ASD) yang melakukan pengobatan di pusat terapi autisme atau bersekolah di sekolah anak berkebutuhan khusus di Berau pada tahun 2022. Teknik pengambilan data menggunakan teknik wawancara terhadap salah satu anak ASD dan Ibu kandungnya. Kriteria inklusi untuk kelompok kasus dalam penelitian ini yaitu: anak penyandang *Autism Spectrum Disorder* yang melakukan pengobatan di pusat terapi autisme atau bersekolah di sekolah anak berkebutuhan khusus di Kabupaten Berau, bertempat tinggal di Kabupaten Berau, anak dalam kondisi sehat (tidak memiliki kelainan neurodevelopmental lain seperti Intellectual Disorder, Communication Disorder, ADHD, Specific Learning Disorder, dan Motoric Disorder) usia subyek penelitian 4,9 tahun dengan inisial AAF, dan seorang responden yaitu ibu kandung dengan inisial IMS. Berdasarkan Ciri-ciri gangguan autisme masa kanak-kanak yaitu perkembangan bicara terhambat, bahasa stereotip (diulang-ulang) serta tidak mampu bermain imajinatif, kegagalan untuk bertatap muka, tidak mampu berempati serta tidak dapat membina hubungan sosial dengan teman sebaya, adanya gerakan-gerakan motorik aneh yang diulang, menunjukkan emosi yang tidak wajar serta adanya preokupasi yang terbatas pada perilaku yang abnormal (Pangestu, 2017). Adapun teknis analisis data yang digunakan ialah menurut Milles dan Huberman bahwa terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi dalam penelitian secara bersamaan yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Dalam hal ini, peneliti secara objektif mengumpulkan data peneliti berupa wawancara. Reduksi data mengacu pada proses pemilihan catatan lapangan dihasilkan. Proses terpenting kedua dari analisis data adalah penyajian data. Analisis data adalah kumpulan informasi struktur yang memungkinkan keberadaannya untuk menarik kesimpulan dan bertindak.

LANDASAN TEORI

Autism Spectrum Disorder

Autisme pertama kali ditemukan oleh Kanner pada tahun 1943. Kanner mendeskripsikan gangguan ini sebagai ketidakmampuan untuk berinteraksi dengan orang lain, gangguan berbahasa yang ditunjukkan dengan penguasaan bahasa yang tertunda di dalam lingkungannya (Dawson & Castelloe dalam Widiastuti, 2007). Autistik adalah suatu gangguan perkembangan yang kompleks menyangkut komunikasi, interaksi sosial dan aktivitas imajinasi. Gejalanya mulai tampak sebelum anak berusia 3 tahun (Suryana, 2004).

Pusponegoro dan Solek (2007) menyebutkan bahwa tingkat kecerdasan anak autis dibagi menjadi 3 (tiga) bagian, yaitu: *Low Functioning* (IQ Rendah), *Medium Fuctioning* (IQ sedang), dan *High Functioning* (IQ Tinggi).

Interaksi Sosial

Menurut Gillin (dalam Baron dan Byrne, 2004) mendefinisikan interaksi sosial sebagai hubungan-hubungan antara orang perorangan, antara kelompok-kelompok manusia, maupun antar orang perorangan dengan kelompok manusia. Empat faktor yang menjadi dasar proses interaksi sosial adalah: Imitasi, sugesti, identifikasi dan simpati.

Imitasi adalah proses belajar dengan cara meniru atau mengikuti perilaku orang lain. Sugesti adalah cara pemberian suatu pandangan atau pengaruh seseorang kepada orang lain dengan cara tertentu sehingga orang tersebut mengikuti tanpa berpikir Panjang. Identifikasi merupakan keinginan dalam diri seseorang untuk menjadi sama dengan orang lain. Simpati adalah proses dimana seseorang merasa tertarik pada pihak lain. Di dalam proses ini perasaan memegang peranan penting, walaupun dorongan utamanya pada simpati adalah keinginan untuk memahami pihak lain dan untuk bekerja sama dengannya.

Terapi ABA

Terapi ABA adalah metode tatalaksana perilaku yang berkembang sejak tahun 1962, ditemukan psikolog Amerika, Universitas California Los Angeles (UCLA), Amerika Serikat (Handojo, 2003:50). Metode ABA sangat representative bagi penanggulangan anak berkebutuhan khusus karena memiliki prinsip yang sistematis, terstruktur, dan terukur sehingga dapat meningkatkan keterampilan motorik halus, motorik kasar, komunikasi dan kemampuan bersosialisasi (Kingley, 2006). Dasar metode ini adalah menggunakan pendekatan teori *behavioral* dimana tahap penanganan awal ditekankan pada kepatuhan, keterampilan anak dalam meniru dan membangun kontak mata.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara di lapangan didapatkan data rekaman saat mengajarkan Bahasa, pengetahuan mengenai ASD ini penting untuk memahami anak ASD sehingga dapat melakukan perawatan dengan tepat. Hasil penelitian yang dilakukan menggunakan teknik wawancara, menunjukkan bahwa peran seorang ibu sangat penting dalam tumbuh kembang seorang anak. Responden sebagai seorang Ibu kandung dari subyek penelitian berpendapat bahwa:

“Pertama: sebagai orang tua, yang harus perhatikan tumbuh kembang tiap anak. Seperti milestone atau fase-fase perkembangan misalkan ada yang terlambat maka ada istilah red flag, maka orang tua harus segera ke tenaga ahli untuk konsultasi. Pada kasus saya, anak tidak respon ketika namanya dipanggil (maaf untuk ini saya tidak punya videonya bun) jadi kasusnya langsung di observasi sama dokter dan dipraktekkan di klinik. AAF memang tidak respon. Lalu ada perilaku stimming (perilaku yang dilakukan untuk menyenangkan diri anak seperti flapping hand, loncat2, berputar putar). Setelah discreening oleh dokter hasilnya ada gejala ASD (Autism Spectrum Disorder) dan rekomendasi dokternya adalah segera dilakukan terapi.”

Hasil metode ABA dengan menggunakan data sistematis untuk mengubah perilaku agar sesuai dengan lingkungan, kemandirian, akademik, social, bermain, vokasi :

No	Nama	Percakapan	Kegiatan
1	IMS	Hitung yaa.. hitung yaa.. satu.. berapa?	<i>Sensory: Brushing</i>
2	AAF	Dua	
3	IMS	Berapa?	
4	AAF	Tiga, empat	
5	IMS	Liii..	
6	AAF	Maa..	
7	IMS	Ini apa?	<i>Motorik Halus: Memecahkan kulit telur</i>
8	AAF	Telur	
9	IMS	Telur.. (Annaya mencoba memecahkan kulit telur). Bisa? Ayo lagi, pecahin telurnya, satu ...	
10	AAF	Dua, tiga (memecahkan kulit telur)	
11	IMS	Ayo lagi, terus... terus ... yaaaa tos, tos dulu (Annaya berhasil memecahkan kulit telur)	
12	IMS	Naya, ambil celana Naya. Celana mana Nay? Celana. Oo celana mana celana? (Annaya sedang bermain)	
13	AAF	(menangis)	
14	IMS	Yaa, celana mana celana?	
15	AAF	Celana..	
16	IMS	Ya, ayo ambil. Pakai celana yuk	
17	AAF	(menangis kemudian mengambil baju)	
18	IMS	Ya, ini baju. Celana lagi	
19	AAF	(Menangis menghampiri Bunda)	
20	IMS	Celana (sambil menunjuk celana) celana mana?	
21	AAF	(Menangis sambil mengambil celana)	
22	IMS	Iya, terima kasih	
23	AAF	Oreo	
24	IMS	Iya oreo	
25	AAF	(bergumam kemudian memakan oreo sambil bermain)	
26	IMS	Naya, ayo duduk	
27	AAF	(Menghampiri Bunda kemudian duduk)	
28	IMS	Yaa, duduk yaa, ini.. duduk yang betul. Duduk yaaa, duduk, pintar	
29	AAF	Duduk	
30	IMS	Duduk, kita main ini ya. Main <i>ring</i> yeay.. Naya mau main <i>ring</i> . Oke, ayo kita susun <i>ring</i> nya (Annaya sedang bermain yang lain). Naya mau warna apa?	
31	AAF	Hmmm (sambil menggigit tabung untuk meletakkan <i>ring</i>)	
32	IMS	Naya, Naya mau warna apa ya?	
33	AAF	Kuning	
34	IMS	Kuning, ya kuning. Susun, yaa susun. Mau warna apa lagi?	

35	AAF	Susun..
36	IMS	Mau warna apa?
37	AAF	Biru..
38	IMS	Biru. Warna apa lagi?
39	AAF	Putih
40	IMS	Tidak ada warna putih. Warna apa? (sambil menunjukkan <i>ring</i>) Naya mau warna apa? <i>Ring</i> nya warna apa? Naya..
41	AAF	(Bergumam)
42	IMS	Hey, <i>ring</i> nya mau warna apa?
43	AAF	Ungu
44	IMS	Ungu, yes. <i>Ring</i> nya mau warna apa?
45	AAF	(Bergumam dan bermain)
46	IMS	Warna apa? Warna apa Naya? Naya liat bunda, warna apa? Warna apa?
47	AAF	(Melihat <i>ring</i> yang dibawa bunda) Jingga
48	IMS	Jingga, warna apa lagi?
49	AAF	Kuning
50	IMS	Kuning, warna apa lagi?
51	AAF	Hijau
52	IMS	Hijau, warna apa lagi?
53	AAF	Warna merah muda
54	IMS	Yeay merah muda, yeay ... (memberi Annaya oreo)

Pada percakapan diatas anak sedang menerima bahasa untuk meningkatkan keterampilan motorik halus, motorik kasar, komunikasi dan kemampuan bersosialisasi (Kingley, 2006). Dasar metode ini adalah menggunakan pendekatan teori *behavioral* dimana tahap penanganan awal ditekankan pada kepatuhan, keterampilan anak dalam meniru dan membangun kontak mata.

Hasil selanjutnya adalah sebagai seorang Ibu perlu memiliki jiwa yang besar saat mendapatkan takdir bila anak kesayangannya adalah seorang ASD. Kondisi AAF tidak bisa menunjuk ataupun meminta sesuatu yang diinginkan, jika perlu sesuatu dengan cara menarik tangan, padahal verbal sudah keuar dan artikulasi mulai jelas, tidak respon saat dipanggil Namanya, asik dengan dunianya sendiri, main menjejerkan barang, muncul mata yang suka melirik sambil bengong, interaksi lingkungan tidak respon. Sebagaimana jawaban responden IMS (ibu kandung AAF) yaitu:

"Selanjutnya kami berupaya menjalankan terapi karena di Berau masih terbatas jadi hanya terapi okupasi, terapi sensory, terapi wicara di terapi XXX selama 1 tahun. Sembari saya juga ikut training online metode ABA VB untuk melatih kemampuan ABK di rumah. Selanjutnya AAF dibawa konsultasi ke Ibu XXX seorang Behavior Analis yang ada di Bintaro. Di sini di observasi dan dilakukan asesmen untuk ditentukan program apa yang sesuai dengan kebutuhan anak."

Hasil terapi Puzzle A ada peningkatan AAF sudah bisa ditanya-tanya:

No	Nama	Percakapan
1	IMS	Annaya, kalau buat rapikan rambut?
2	AAF	Sisir rambut
3	IMS	Sisir rambut, kalau mau bersihkan lantai?
4	AAF	Sapu
5	IMS	Sapu, kalau lagi hujan pakai apa?
6	AAF	Payung
7	IMS	Payung, kalau mau cuci tangan?
8	AAF	Wastafel
9	IMS	Wastafel, kalau mau mandi pakai apa?
10	AAF	Sabun
11	IMS	Sabun, kalau mau tidur dimana?
12	AAF	Kasur
13	IMS	Di kasur, kalau kendaraan beroda empat?
14	AAF	Mobil
15	IMS	Mobil, kalau hewan berkaki dua?
16	AAF	Ayam
17	IMS	Ayam, kalau buat minum?
18	AAF	Gelas
19	IMS	Gelas, kalau mau potong?
20	AAF	Pii... pisau
21	IMS	Pisau, pintar. Kalau hewan yang berekor?
22	AAF	Kuda
23	IMS	Kuda, kalau... hmm apalagi yaa hmmm.. (tertawa) kalau mau gelap pakai apa?
24	AAF	Tisu
25	IMS	Oh iya pakai tisu atau pakai handuk

Percakapan di atas sudah memperlihatkan AAF memahami Bahasa. Diantaranya mampu menjawab dengan sederhana yang awalnya cenderung kearah tangible, tidak mau di suruh melakukan behavior dengan baik. Metode ABA adalah metode tata laksana perilaku menggunakan metode mengajar tanpa kekerasan (Hanhojo, 2009).

Berdasarkan uraian tersebut diatas, dapat dilihat bahwa sebagai orang tua, yang harus

perhatikan tumbuh kembang tiap anak. Seperti milestone atau fase-fase perkembangan misalkan ada yang terlambat maka ada istilah red flag, maka orang tua harus segera ke tenaga ahli untuk konsultasi dan terus semangat berjuang dalam penyembuhan gangguan Autism Spectrum Disorder (ASD).

PENUTUP

Kesimpulan

Terapi ABA pada anak ASD berperan dalam pembentukan interaksi sosial anak autis. Subyek penelitian memiliki kesempatan lebih besar untuk bisa memenuhi harapan kelompok, akan diterima menjadi anggota kelompok, dianggap sebagai orang yang dapat menyesuaikan diri dengan baik, menunjukkan sikap yang menyenangkan terhadap orang lain, anak merasa puas terhadap kontak sosialnya dan terhadap peran yang dimainkan dalam situasi sosial baik sebagai pemimpin maupun sebagai anggota sehingga dapat menyesuaikan diri dengan baik, dapat menyemangati orang lain, dapat memulai interaksi dengan orang lain, dapat berkomunikasi dengan baik, mampu mengikuti aturan yang telah diberitahukan dengan baik, dan mencoba mengajak anak lain untuk ikut berpartisipasi.

Saran untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk mengambil contoh secara acak dari populasi yang besar dan berasal dari karakteristik keluarga yang beragam. Untuk orang tua yang mungkin belum bisa menerima anak ASD atau memiliki persepsi negatif terhadap anak ASD di dalam keluarga maka diperlukan suatu strategi yang dapat membantu ibu dalam menerima anak ASD. Strategi tersebut antara lain dengan berdoa dan bersyukur kepada Tuhan YME, meningkatkan kepercayaan diri dan mengontrol emosi sehingga menciptakan rasa optimis dalam merawat anak ASD, mendapatkan dukungan dari semua anggota keluarga, serta selalu mencari informasi dan berkonsultasi dengan dokter, terapis dan orang tua yang juga memiliki anak ASD.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Dumas JE, Nilsen WJ. 2003. *Abnormal Child and Adolescent Psychology*. Boston: Allyn and Bacon.
- [2] McCubbin HI, Thompson AI, editor. 1987. *Family Assesment Inventories for Research and Practice*. Madison: University of Winconsin.
- [3] Tobing LE. 2004. Stres, Coping, and Psychological Distress of Mother of Children with Pervasive Development Disorders. *Psychology Journal*.
- [4] Angelidou, A., Asadi, S., Alysandratos, K. D., Karagkouni, A., Kourembanas, S., & Theoharides, T. C. 2012. Perinatal Stress, Brain inflammation and Risk of Autism Review and Proposal. *BMC Pediatrics*, 12(1): 1–12.
- [5] Bawono, K., Herini, E., & Wandita, S. 2012. ASI Sebagai Faktor Protektif terhadap Autisme (Breastfeeding as a Protective Factor against Autism). *Jurnal Gizi Klinik Indonesia*, 8(4): 166–171.
- [6] Bilder, D., Pinborough-Zimmerman, J., Miller, J., & McMahan, W. 2009. Prenatal, Perinatal, and Neonatal Factors Associated With Autism Spectrum Disorders. *Pediatrics*, 123(5): 1293– 1300.
- [7] Boham, S. 2013. Pola Komunikasi Orang Tua dengan Anak Autis (Studi pada orang tua dari anak autis di Sekolah Luar Biasa AGCA Center Pumorow Kelurahan Banjar

- Manado). *Journal Acta Diurna*, II (4): 1–18.
- [8] Buchmayer, S., Johansson, S., Johansson, A., Hultman, C. M., Sparen, P., & Cnattingius, S. 2009. Can Association Between Preterm Birth and Autism be Explained by Maternal or Neonatal Morbidity? *Pediatrics*, 124(5): 817– 825.
- [9] Burstyn, I., Kuhle, S., Allen, A. C., & Veugelers, P. 2012. The Role of Maternal Smoking in Effect of Fetal Growth Restriction on Poor Scholastic Achievement in Elementary School. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 9(2): 408–420.
- [10] Chandra, S. 2015. *Autism Spectrum Disorder*. Jakarta: Brain Optimax.
- [11] Chaste, P., & Leboyer, M. 2012. Autism Risk Factors: Genes, Environment, and GeneEnvironment Interactions. *Dialogues in Clinical Neuroscience*, 14(3): 281–292.
- [12] Croen, L. A., Grether, J. K., Yoshida, C. K., Odouli, R., & Hendrick, V. 2011. Antidepressant Use During Pregnancy and Childhood Autism Spectrum Disorders. *Arch Gen Psychiatry*, 68(11): 1104–1112.
- [13] Dachew, B. A., Mamun, A., Maravilla, J. C., & Alati, R. 2018. Pre-eclampsia and The Risk of Autism-Spectrum Disorder in Offspring: Meta-analysis. *British Journal of Psychiatry*, 212(3): 142–147.
- [14] Gardener, H., Spiegelman, D., & Buka, S. L. 2011. Perinatal and Neonatal Risk Factors for Autism: A Comprehensive Meta-analysis. *Pediatrics Journal*, 344–355.
- [15] Guinchat, V., Thorsen, P., Laurent, C., Cans, C., Bodeau, N., & Cohen, D. 2012. Pre-, Peri- and Neonatal Risk Factors for Autism. *Acta Obstetrica et Gynecologica Scandinavica Journal*, 91, 287–300.
- [16] Katiandagho, N. 2015. Faktor Faktor Yang Berhubungan Dengan Kejadian Asfiksia Neonatorum. *Jurnal Ilmiah Bidan*, 3(2): 28–38.
- [17] Kinney, D. K., Munir, K. M., Crowley, D. J., & Miller, A. M. 2009. Prenatal Stress and Risk for Autism. *Journal of Neurosci Biobehaviour*, 32(8): 1519–1532.
- [18] Lampi, K. M., Lehtonen, L., Tran, P. L., Suominen, A., Lehti, V., Banerjee, N., Gissler, M., Brown, A.S., Sourander, A. 2013. Risk of Autism Spectrum Disorders in Low Birth Weight and Small for Gestational Age Infants. *Journal of Pediatri*, 161(5): 830–836.
- [19] Langridge, A. T., Glasson, E. J., Nassar, N., Jacoby, P., Pennell, C., Hagan, R., Bourke, J., Leonard, H., Stanley, F. J. 2013. Maternal Conditions and Perinatal Characteristics Associated with Autism Spectrum Disorder and Intellectual Disability. *PLOS ONE*, 8(1).
- [20] Lubis, R. 2017. Komplikasi Kehamilan sebagai Faktor Risiko Gangguan Spektrum Autistik pada Anak. *Jurnal Elektronik Tunas-Tunas Riset Kesehatan*, 7(1): 8–12.
- [21] National Institute of Mental Health. 2015. *Autism Spectrum Disorder*. United States of America: National Institutes of Health.
- [22] Pangestu, N., & Fibriana, A. I. 2017. Faktor Risiko Kejadian Autisme. *HIGEIA (Journal of Public Health Research and Development)*, 1(2): 141– 150. Prasetyowati, & Supriatiningsih. 2011. Hubungan antara Preeklampsia dengan Persalinan Tindakan. *Skripsi*. Lampung: Poltekkes Kemenkes Tanjungkarang.
- [23] Wang, C., Geng, H., Liu, W., & Zhang, G. 2017. Prenatal, Perinatal, and Postnatal Factors Associated with Autism. *Journal of Medicine*, 96(18): 1–7.
- [24] Widiyati, T., Wibowo, S. W. T., & Haksari, E. L. 2014. Faktor Risiko Trauma Lahir. *Sari Pediatri*, 15(5): 294–300.
- [25] Zhang, X., & Jiang, C. L. 2010. Prenatal and Perinatal Risk Factors for Autism in China.

2334

JCI

Jurnal Cakrawala Ilmiah

Vol.2, No.6, Februari 2023

Journal of Autism Developmental Disorder, 40, 1311–1321.

**FACTORS ASSOCIATED WITH SUBJECTIVE COMPLAINTS OF LOW BACK PAIN IN
TAILORS AT THE CHILDREN'S PALACE MARKET, JAMBI CITY**

Oleh

Putri Sahara Harahap¹, Fhala Sasqia Ashar², Sugiarto³

^{1,2,3}Program Studi Kesehatan Masyarakat, Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Harapan Ibu
Jambi, Jambi

E-mail: ¹fhallasasqiaa@gmail.com

Article History:

Received: 16-12-2022

Revised: 12-01-2023

Accepted: 29-01-2023

Keywords:

Low Back Pain, Tailor

Abstract: *Sewing is one of the risky jobs to experience low back pain (LBP) this is due to working with long sitting and non-ergonomic work positions. The Jambi City Children's Palace Market is the central tailor in Jambi City. The results of the observation showed that from 10 tailors, 7 experienced pain in the lower back when sewing. The purpose of the study was to determine the factors associated with complaints of LBP on tailors at the Children's Palace Market. The study used a cross sectional design. The research was conducted at the Istana Children's Market in Jambi City on 10-31 May 2022. The research population was all tailors at the Istana Anak Market. The research sample was 30 tailors at the Children's Palace Market in Jambi City. The research instrument was a questionnaire and RULA. Data collection techniques using interviews and observations of respondents' work attitudes. Data were analyzed using chi square test. As many as 53.3% of respondents have complaints of low back pain, 53.3% of respondents work with high-risk work attitudes, 60.0% of respondents work with risky work durations and 63.3% of respondents have long tenures. The results of the bivariate analysis showed that there was a relationship between work attitude ($p=0.000$) and tenure ($p=0.011$) with complaints of low back pain in tailors at the Children's Palace Market, Jambi City. There is no relationship between work duration ($p=0.159$) and complaints of low back pain in tailors at the Children's Palace Market, Jambi City.*

PENDAHULUAN

Prevalensi nyeri punggung bawah di setiap tahunnya sangat bervariasi dengan angka mencapai 15-45%. WHO juga menyatakan bahwa di negara berkembang sebesar 33% penduduk mengalami nyeri punggung bawah (WHO, 2013). Prevalensi kejadian nyeri punggung bawah di Indonesia belum pasti, namun berdasarkan Perhimpunan Dokter Saraf Indonesia (PERDOSSI) tahun 2016 menunjukkan bahwa prevalensi nyeri punggung bawah sebesar 35,86% (PERDOSSI, 2016).

Menjahit merupakan salah satu jenis pekerjaan duduk yang lama. Kelompok pekerja ini sering mengalami keadaan postur yang kaku, beban otot yang statis, tugas yang berulang-ulang dengan kecepatan produksi yang tinggi. Tahap menjahit merupakan pekerjaan yang berpotensi mempercepat timbulnya kelelahan dan nyeri pada otot-otot yang terlibat. Jika berlangsung setiap hari dapat menimbulkan kerusakan ataupun kelainan pada otot misalnya keluhan LBP. Pekerjaan menjahit dilakukan dalam posisi duduk yang cukup lama, kurang lebih 4-8 jam per hari dan dilakukan terus menerus. Postur/sikap kerja di tempat kerja perlu diperhatikan karena jika postur kerja tidak ergonomis dipertahanan pada waktu yang cukup lama dapat mengakibatkan timbulnya keluhan rasa sakit seperti: ngilu, pegel-pegel, bahkan bisa mengakibatkan kram otot di bagian tubuh tertentu (Samara, 2005).

Pasar Istana Anak-Anak Kota Jambi merupakan salah satu pusat pasar yang ada di Kota Jambi. Jumlah penjahit di pasar ini cukup banyak. Berdasarkan data Disperindag Kota Jambi Tahun 2021 menunjukkan bahwa jumlah penjahit yang ada di Istana Anak-Anak sebanyak 48 orang. Namun sampai bulan Juli 2022 jumlah penjahit mengalami penurunan menjadi 40 orang. Berdasarkan wawancara singkat dengan 10 orang penjahit diperoleh hasil bahwa terdapat 7 mengatakan mengalami rasa sakit pada punggung bawah pada saat menjahit, keluhan yang dirasakan antara lain nyeri pinggang, terasa sakit pada punggung dan kram di perut, bengkak di kaki, kaku pada leher dan merasa kesemutan, serta nyeri pada tangan. Hasil wawancara dengan penjahit juga diketahui bahwa terdapat 2 orang bekerja dengan sikap kerja risiko rendah, 6 orang bekerja dengan sikap kerja risiko sedang, 2 orang bekerja dengan sikap kerja risiko tinggi. Sebanyak 6 orang memiliki masa kerja > 10 tahun dan 4 orang memiliki masa kerja < 10 tahun. Sebanyak 6 orang bekerja 8-12 jam sehari dan 4 orang bekerja < 8 jam perhari.

Hasil penelitian (Icsal, Sabilu, & Pratiwi, 2016) menunjukkan bahwa keluhan muskuloskeletal pada penjahit berhubungan dengan durasi kerja ($p=0,013$). Penelitian (Andreani & Paskarini, 2013) menunjukkan bahwa keluhan subjektif pada penjahit berhubungan dengan sikap kerja ($p=0,007$). Penelitian (Widyasari, Affan, & Budiman, 2015) menunjukkan bahwa keluhan low back pain pada penjahit berhubungan dengan usia, jenis kelamin, masa kerja, postur janggal (awkward posture), posisi kerja statis dan pergerakan berulang (repetisi) ($p<0,05$).

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti ingin meneliti faktor-faktor yang berhubungan dengan keluhan low back pain pada penjahit di Pasar Istana Anak-Anak Kota Jambi tahun 2022.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan desain cross sectional yang bertujuan untuk mengetahui faktor yang berhubungan dengan keluhan subjektif low back pain pada penjahit di Pasar Istana Anak-Anak Kota Jambi. Penelitian dilakukan di Pasar Istana Anak-Anak Kota Jambi pada bulan Mei 2022. Sampel penelitian adalah penjahit di Pasar Istana Anak-Anak Kota Jambi dengan jumlah sampel 30 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik total sampling. Instrumen penelitian adalah kuesioner dan RULA. Teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara dan observasi sikap kerja responden. Data dianalisis secara univariat dan bivariat menggunakan uji statistik chi square.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 53,3% responden ada keluhan low back pain, 53,3% responden bekerja dengan sikap kerja risiko tinggi, 60,0% responden bekerja dengan durasi kerja berisiko dan 63,3% responden memiliki masa kerja lama (tabel 1).

Hasil analisis bivariat menunjukkan ada hubungan sikap kerja ($p=0,000$) dan masa kerja ($p=0,011$) dengan keluhan low back pain pada penjahit di Pasar Istana Anak-Anak Kota Jambi. Tidak ada hubungan antara durasi kerja ($p=0,159$) dengan keluhan low back pain pada penjahit di Pasar Istana Anak-Anak Kota Jambi (Tabel 2).

Tabel 1. Gambaran Sikap Kerja, Durasi Kerja, Masa Kerja dan Low Back Pain

Variabel	Jumlah	%
Low Back Pain		
Ada Keluhan	16	53,3
Tidak Ada Keluhan	14	46,7
Sikap Kerja		
Tinggi	16	53,3
Sedang	14	46,7
Durasi Kerja		
Berisiko	18	60,0
Tidak Berisiko	12	40,0
Masa Kerja		
Lama	19	63,3
Baru	11	36,7

Tabel 2. Hubungan Sikap Kerja, Durasi Kerja, Masa Kerja dengan Low Back Pain

No	Variabel	Low Back Pain				Total		<i>p-value</i>
		Ada		Tidak ada		n	%	
		n	%	n	%			
Sikap Kerja								
1	Tinggi	14	87,5	2	12,5	16	100	0,000
2	Sedang	2	14,3	12	85,7	14	100	
Durasi Kerja								
1	Berisiko	12	66,7	6	33,3	18	100	0,156

2	Tidak Berisiko	4	33,3	8	66,7	12	100	
Masa Kerja								
1	Lama	14	73,7	5	26,3	19	100	0,011
2	Baru	2	18,2	9	81,8	11	100	

Hasil penelitian diperoleh $p\text{-value}=0,000$ sehingga ada hubungan antara sikap kerja dengan keluhan low back pain pada penjahit di Pasar Istana Anak-Anak Kota Jambi Tahun 2022. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Widyasari et al., 2015) menunjukkan bahwa keluhan low back pain pada penjahit berhubungan dengan postur janggal ($p<0,05$). Penelitian (Andreani & Paskarini, 2013) menunjukkan bahwa keluhan subjektif pada penjahit berhubungan dengan sikap kerja ($p=0,007$). Penelitian (Awaluddin, 2019) menunjukkan bahwa ada hubungan antara sikap kerja dengan keluhan low back pain pada pekerja penjahit di Akhwat Makassar ($p=0,000$). Hasil penelitian (Irawati, Yogisutanti, & Sitorus, 2020) menunjukkan bahwa ada hubungan antara sikap kerja dengan keluhan muskuloskeletal pada penjahit di Jawa Barat ($p=0,001$).

Sikap kerja duduk merupakan pekerjaan ringan, namun jika pekerjaan dengan duduk dilakukan dalam waktu yang lama dan dengan sikap yang tidak baik bahkan setiap hari, maka pekerjaan dengan sikap duduk akan terasa sangat berat dan melelahkan (Tarwaka, 2014). Menurut Nurmianto (2004), pada sikap kerja duduk, otot mengalami pembebanan otot statis. Beban otot statis terjadi ketika otot dalam keadaan tegang tanpa menghasilkan gerakan tangan atau kaki sekalipun. Kondisi ketegangan otot merupakan kondisi menahan beban tubuh. Posisi duduk pada otot rangka (muscolusskeletal) dan tulang belakang (verbal) terutama pada pinggang (sacrum, lumbar dan thoracic) harus dapat ditahan oleh sandaran kursi agar terhindar dari nyeri (back pain) dan terhindar cepat lelah (fatigue).

Sikap kerja yang dimiliki oleh pada pekerja jahit di Pasar Istana Anak-Anak yaitu sikap kerja dengan posisi duduk yang tegang/kaku, posisi leher cenderung menunduk, batang tubuh yang cenderung membungkuk kedepan. Pekerja jahit juga bekerja dengan sikap duduk statis tanpa sandaran. Dengan posisi kerja tersebut, maka para penjahit berisiko untuk mengalami keluhan nyeri punggung. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan antara sikap kerja dengan keluhan LBP pada penjahit di Pasar Istana Anak-Anak Kota Jambi. Sebagian besar responden bekerja dengan sikap kerja risiko tinggi yaitu 53,3% dan sebagian bekerja dengan sikap kerja risiko sedang yaitu 46,7%. Responden pada saat bekerja dengan posisi duduk, pada posisi duduk tekanan tulang belakang akan meningkat jika dibandingkan dengan posisi berdiri bila posisi duduk tidak benar. Posisi kerja yang dilakukan oleh responden adalah posisi duduk condong ke depan/membungkuk sehingga membuat beban tidak nyaman dan menimbulkan rasa nyeri pada bagian punggung bawah (low back pain) responden. Posisi kerja responden yang tidak nyaman dipengaruhi oleh bentuk desain kursi. Desain kursi yang tinggi dapat menimbulkan posisi kerja cenderung membungkuk untuk mendapatkan posisi yang menjangkau meja jahit.

Posisi kerja yang responden lakukan hanya sebatas kenyamanan pekerja itu sendiri akan tetapi dari segi ergonomi posisi kerjanya tidak ergonomi, seperti posisi kerja dengan membungkuk. Jika seseorang bekerja dengan posisi yang janggal setiap harinya akan menyebabkan tubuh menimbulkan ketegangan pada otot, jika ketegangan otot ini terjadi

pada daerah lumbal akan memberikan rangsangan nyeri pada bagian otot tubuh yang mengalami ketegangan tersebut sehingga menimbulkan keluhan nyeri di daerah punggung bawah.

Hasil penelitian diperoleh $p\text{-value}=0,156$ sehingga tidak ada hubungan antara durasi kerja dengan keluhan low back pain pada penjahit di Pasar Istana Anak-Anak Kota Jambi Tahun 2022. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian (Devira, 2021) yang menunjukkan hasil bahwa ada hubungan antara durasi kerja dengan keluhan LBP penjahit ($p=0,002$). (Prastuti, Sintia, Ningsih, & Wartu, 2020) menemukan bahwa terdapat hubungan yang signifikan lama kerja dengan kejadian Low Back Pain dengan $p\text{-value}$ sebesar 0,001 ($p < 0,05$). Hasil penelitian (Triana, Hengky, & Rusman, 2022) menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara jam kerja dengan kejadian penyakit punggung bawah ($p=0,328$).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden yang bekerja dengan lama kerja > 42 jam/minggu sebesar 60,0% dan responden yang bekerja dengan lama kerja < 42 jam/minggu sebesar 40,0%. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden bekerja dengan durasi kerja berisiko, hal tersebut dikarenakan banyaknya pesanan sehingga responden untuk menyelesaikan tepat waktu harus bekerja lembur. Hasil penelitian menunjukkan tidak ada hubungan antara durasi kerja dengan keluhan low back pain pada penjahit dikarenakan durasi kerja pejahit di Pasar Istana Anak-anak yang terputus-putus. Ketika sedang bekerja, kadang ada konsumen yang datang sehingga pekerja harus memberikan pelayanan kepada konsumen tersebut, saat memberikan pelayanan kepada konsumen tersebut, maka responden berdiri sehingga durasi kerja duduk responden menjadi terputus, responden yang merubah posisi kerja dari duduk ke berdiri membuat punggung dan kaki menjadi lebih nyaman, hal tersebut yang menyebabkan tidak ada hubungan antara durasi kerja dengan keluhan nyeri punggung bawah.

Hasil penelitian diperoleh $p\text{-value}=0,011$ sehingga ada hubungan antara masa kerja dengan keluhan low back pain pada penjahit di Pasar Istana Anak-Anak Kota Jambi Tahun 2022. Hasil penelitian (Arwinno, 2018) menunjukkan bahwa ada hubungan antara masa kerja dengan nyeri punggung bawah pada penjahit garmen ($p=0,001$). Hasil penelitian (Raya, Yunus, & Adi, 2019) menunjukkan bahwa ada hubungn antara masa kerja dengan keluhan low back pain ($p<0,05$). Hasil penelitian (Arwinno, 2018) menunjukkan bahwa ada hubungan antara masa kerja dengan keluhan low back pain ($p<0,05$).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata masa kerja responden adalah 17,40 tahun, rata-rata masa kerja tersebut termasuk kategori masa kerja lama. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa ada hubungan antara masa kerja dengan keluhan LBP pada penjahit di Pasar Istana Anak-anak. hal tersebut dikarenakan semakin lama masa kerja responden maka semakin lama pula para responden berada pada lingkungan kerja yang tidak ergonomis sehingga akan lebih signifikan merasakan keluhan Low Back Pain (LBP). Responden pada penelitian ini sebagian besar menganggap pekerjaan sebagai penjahit merupakan pekerjaan pokok dan telah dilakukan selama bertahun-tahun.

Responden yang memiliki masa kerja lama memiliki mengalami keluhan Low Back Pain karena melakukan aktivitas secara terus-menerus dalam jangka waktu bertahun-tahun tentunya dapat mengakibatkan gangguan pada tubuh. Jika pekerjaan berlangsung lama tanpa istirahat yang mencukupi, maka kemampuan tubuh akan menurun dan dapat menyebabkan kesakitan pada anggota tubuh. Begitu pula sebaliknya orang yang memiliki masa kerja baru

mempunyai resiko lebih rendah mengalami keluhan Low Back Pain.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang faktor yang berhubungan dengan Keluhan Low Back Pain pada Penjahit di Pasar Istana Anak-Anak menunjukkan hasil bahwa keluhan low back pain yang dirasakan oleh pekerja berhubungan dengan sikap kerja dan masa kerja.

SARAN

Diharapkan kepada penjahit untuk menggunakan kursi kerja yang memiliki sandaran dan bantalan kursi untuk mencegah terjadinya sakit dibagian tubuh tertentu dan meminimalkan risiko munculnya keluhan subyektif LBP. Melakukan pemanasan ringan seperti: peregangan tangan, pinggang, leher dan bahu sebelum memulai pekerjaan dan ketika sudah merasakan lelah untuk mengurangi ketegangan otot, melancarkan peredaran darah, dan membuat rasa nyaman pada tubuh ketika bekerja.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Andreani, M. U., & Paskarini, I. (2013). Sikap Kerja yang Berhubungan dengan Keluhan Subjektif Pada Penjahit di Jalan Patau Surabaya. *Jurnal Promkes*, 1(2), 201–208.
- [2] Arwinno, L. D. (2018). Keluhan Nyeri Punggung Bawah Pada Penjahit Garmen. *Higeia Journal of Public Health Research and Development*, 2(3), 406–416.
- [3] Awaluddin, et al. (2019). Hubungan Beban Kerja dan Sikap Kerja dengan Keluhan Low Back Pain Pada Pekerja Rumah Jahit Akhwat Makassar. *JKMM*, 2(1), 25–32.
- [4] Devira, et al. (2021). Hubungan Durasi Kerja dan Postur Kerja dengan Keluhan Low Back Pain (LBP) Penjahit Negari Kapuak Kabupaten Lima Puluh Kota. *Jurnal Sehat Mandiri*, 16(2), 138–146.
- [5] Icsal, M., Sabilu, Y., & Pratiwi, A. D. (2016). Faktor yang Berhubungan dengan Keluhan Muskulokeletal Disorders Pada Penjahit Wilayah Pasar Panjang Kota Kendari Tahun 2016. *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 1(1), 1–8.
- [6] Irawati, N., Yogisutanti, G., & Sitorus, N. (2020). Hubungan Antara Status Gizi, Masa Kerja, dan Sikap Kerja dengan Gangguan Muskuloskeletal pada Penjahit di Jawa Barat. *JPH RECODE*, 4(1), 52–60.
- [7] PERDOSSI. (2016). *Panduan Praktis Klinis Neurologi*. Jakarta: PERDOSSI.
- [8] Prastuti, B., Sintia, I., Ningsih, & Wartti, K. (2020). Hubungan Lama Kerja dan Posisi Duduk Terhadap Kejadian Low Back Pain Pada Penjahit di Kota Pekanbaru. *Jurnal Endurance: Kajian Ilmiah Problema Kesehatan*, 5(2).
- [9] Raya, R. I., Yunus, M., & Adi, S. (2019). Hubungan Intensitas Aktivitas Fisik dan Masa Kerja dengan Prevalensi dan Tingkat Low Back Pain Pada Pekerja Kuli Angkut Pasir. *Sport Science Health*, 1(2).
- [10] Samara. (2005). Duduk Statis sebagai Faktor Resiko Terjadinya Nyeri Punggung Bawah pada Pekerja Perempuan. *Jurnal Universitas Medicina*, 24(2), 77.
- [11] Tarwaka. (2014). *Kesehatan Kerja: Manajemen dan Implementasi K3 di Tempat Kerja*. Surakarta: Harapan Press.

- [12] Triana, D., Hengky, H. K., & Rusman, A. D. (2022). Pengaruh Lama Duduk Terhadap kejadian Nyeri Punggung Bawah Pada Tukang Jahit di Kota Pare-pare. *Jurnal Ilmiah Manusia Dan Kesehatan*, 5(2), 208–216.
- [13] WHO. (2013). *Low Back Pain: Priority Medicines For Europe And The World*. United States: WHO.
- [14] Widyasari, B. K., Affan, A., & Budiman, F. (2015). Hubungan Faktor Individu dan Faktor Risiko Ergonomi dengan Keluhan Low Back Pain (LBP) pada Penjahit Sektor Usaha Informal CV. Wahyu Langgeng Jakarta Tahun 2014. *Jurnal Inohin*, 2(2), 90–99.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN

PERANAN SISTEM INFORMASI MANAJEMEN DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PENDIDIKAN

Oleh

Adelia Marwah Ujung¹, Muhammad Irwan Padli Nasution², Sri Suci Ayu Sundari³

^{1,2,3}Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU), Medan, Indonesia.

E-mail: ¹adeliamarwaadel@gmail.com, ²irwannst@uinsu.ac.id,

³sucisundari@uinsu.ac.id

Article History:

Received: 26-12-2022

Revised: 20-01-2023

Accepted: 29-01-2023

Keywords:

Information System,
Management Education.

Abstract: *In an organization there is no escape from institutional data archiving problems. Where a system is needed that appears in this advanced era where information systems are very influential on leaders in an education in planning something in solving problems that arise in an education so that the goals of the education will be achieved as planned. Management information systems are also very useful for an education because it can ease the leadership's task of completing accurate and fast data and then processing it into information that can help leaders plan education.*

PENDAHULUAN

Pada perkembangan zaman yang semakin maju mengharuskan kita semua dalam menuntut ilmu pendidikan agar kita tidak ketinggalan terhadap perkembangan zaman yang serba teknologi pada saat ini. Dimana pendidikan adalah pembelajaran pengetahuan, keterampilan dan kebiasaan sekelompok orang yang diturunkan dari satu generasi ke generasi berikutnya yang menjadi suatu proses usaha dalam pemberian pengetahuan, keterampilan kepada peserta didik agar memiliki pengetahuan yang lebih terhadap suatu hal termasuk dalam pengetahuan yang berbasis teknologi dan menjadikan para peserta didik agar lebih bisa memahami dan kritis dalam berpikir serta bertindak untuk suatu hal. Teknologi yang bertumbuh dengan pesat ini juga sangat berdampak terhadap setiap aspek manajemen kantor termasuk salah satunya ialah sekolah.

Pada masa sekarang sudah banyak sekolah yang telah menggunakan sistem teknologi yaitu termasuk untuk sistem manajemen sekolah sebagai landasan dalam perencanaan, pengawasan, hingga pengarahan yang dilakukan oleh pihak pimpinan sekolah. Sehingga layanan pendidikan di sekolah tersebut mengalami peningkatan dan berkualitas. Fungsi dari sistem informasi manajemen di sekolah yaitu untuk mengumpulkan data siswa, guru, dan masyarakat sekitar sekolah yang cepat dan akurat kemudian mengolahnya menjadi informasi yang berguna sebagai salah satu faktor yang digunakan untuk mempertimbangkan sebuah proses pengambilan keputusan yang menjadi langkah untuk membuat perencanaan kedepannya agar sekolah atau pendidikan yang dikelolanya berjalan dengan baik, berkualitas, serta tetap mengikuti perkembangan zaman yang terus menerus termasuk teknologi.

Suatu organisasi bisa dinyatakan berhasil apabila organisasi tersebut telah memenuhi seluruh persyaratan yang telah ditentukan. Dengan memberikan pengetahuan terhadap

sistem informasi yang baik maka juga berpengaruh terhadap mutu pendidikan itu sendiri. Terkait hal ini maka lembaga pendidikan harus menggunakan sistem informasi manajemen sebagai tolak ukur penunjang pelayanan pendidikan agar kebutuhan pelanggan dalam hal informasi dapat terpenuhi.

Oleh karena itu pada masa sekarang sistem informasi manajemen sangat dibutuhkan, dikarenakan sangat memudahkan dalam menyusun informasi untuk hasil yang akurat dan lebih fleksibel yang sesuai dengan kebutuhan perkembangan zaman. Maka sistem menyajikan jasa pada sistem teknologi yang dapat membantu dalam memberikan informasi bagi yang membutuhkan informasi secara akurat. Dengan kemajuan teknologi yang semakin canggih, maka membutuhkan sistem berbasis teknologi sangat penting dan tidak bisa terelakkan lagi.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini, jenis metode penelitian yang saya ambil adalah metode penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah suatu metode penelitian yang memperlihatkan karakteristik populasi atau fenomena yang tengah diteliti. Hingga akhirnya metode penelitian ini utamanya fokus pada menjelaskan objek penelitian dan menjawab peristiwa atau fenomena apa yang terjadi. Riset ini termasuk penelitian deskriptif kualitatif karena mendeskripsikan hasil riset penelitian fenomena atau peristiwa yang terjadi di masyarakat. Riset di atas menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif untuk menganalisis data primer maupun sekunder dengan cara mendeskripsikan, menjelaskan, dan memvalidasi temuan-temuan riset (Sulistiyono, 2015).

Untuk Penelitian ini, penulis akan meneliti Peran Sistem Informasi Manajemen dalam Meningkatkan Kualitas Pendidikan. Dengan adanya Sistem Informasi di bidang pendidikan, menjadikan organisasi sekolah/kampus dapat lebih bersaing, meningkatkan kualitas serta pelayanan kepada masyarakat dan mampu bersaing dengan dunia global. Pada Sistem informasi manajemen dalam bidang pendidikan sangat besar pengaruhnya dan keduanya juga saling berkaitan dalam penyelenggaraan pendidikan. Sistem informasi dapat membantu para pemimpin dalam proses pengambilan keputusan dalam mengelola sumber daya yang mendukung kegiatan pendidikan.

HASIL PENELITIAN

Peranan Sistem informasi manajemen (SIM)

Menurut Murdick (dalam Rusdiana, 2018:5) Sistem Informasi Manajemen (SIM) merupakan salah satu seperangkat pedoman, dan petunjuk untuk mengolah data (mengoperasikan data dan barang) menggunakan pemrosesan data peralatan (satu set elemen). Hal ini dilakukan untuk membuat pengumpulan data kurang pasti. Maka dari itu dengan menggunakan sistem informasi menjadi lebih efektif (menggunakan waktu referensi untuk menghasilkan informasi). MIS lebih menekankan pada sistem daripada manajemen. SIM harus dikawal sebaik mungkin sehingga bisa terjadi dengan sungguh- sungguh dan efisien.

A. Tujuan dan peranan SIM

Tujuan sistem informasi manajemen ialah untuk memberikan data dan informasi yang secara umum yang akurat kepada lembaga atau sekelompok masyarakat yang membutuhkan

dalam bentuk laporan ataupun dalam bentuk yang lainnya. Berikut yang termasuk dalam tujuannya yaitu sebagai berikut:

- 1) Menjadi sarana yang akurat dan cepat kepada pimpinan atau manajer lembaga atau perusahaan dalam proses membuat perencanaan, pengendalian, mengevaluasi, dan meningkatkan mutu suatu program.
- 2) Menyaring lingkungan organisasi untuk melihat adanya peluang ataupun masalah dari faktor internal maupun faktor eksternal dengan menggunakan perangkat lunak dan bertujuan untuk memberikan data yang diperlukan dan lebih akurat.
- 3) Sebagai acuan dalam pertimbangan pengambilan keputusan produktivitas kepala sekolah ataupun organisasi lain dalam hal :
 - a. Pengolahan data, grafik dan lain sebagainya
 - b. Penyusunan, perencanaan dan pemrograman

Peran penting informasi adalah untuk mendukung efisiensi dalam pekerjaan. Dikarenakan sistem akan bekerja lebih cepat dan akurat. Dan juga memiliki peranan penting dalam meminimalisir biaya dan meningkatkan produktivitas suatu perusahaan atau organisasi.

PEMBAHASAN

A. Peran SIMDIK

Salah satu peranan penting pada sistem adalah untuk membantu meningkatkan standar pendidikan. Dimana yang dimaksud dengan standart pendidikan adalah upaya mendewasakan manusia agar dekat dengan sang pencipta Allah Swt, melalui pengajaran dan bimbingan merupakan tolak ukur kualitas pendidikan itu sendiri.

SIMDIK sangat berperan di dalam suatu lembaga pendidikan seperti sekarang ini yang sangat membantu dalam proses operasional sekolah yang dirancang sesuai dengan kriteria pendidikan pada masa sekarang yang dapat dengan mudah hanya dengan mengakses melalui teknologi. Serta SIMDIK juga sangat berguna dalam mendukung kelancaran informasi yang ingin didapatkan dengan hasil akurat.

Dalam membantu dunia pelatihan, SIM memberikan data yang luas tentang pelatihan darisekolah dasar/madrasah hingga sekolah menengah/madrasah umum atau sejenisnya. Menyediakanfasilitas agar setiap dinas di provinsi atau kabupaten kota yang bergerak di bidang pendidikan dapat berpartisipasi aktif dalam upaya memajukan pendidikan Meningkatkan pemahaman guru dan siswa tentang bidang informatika dan manfaat mengikuti berbagai pelatihan.

B. Keunggulan Sistem Informasi Manajemen Pendidikan

Beberapa keunggulan ialah sebagai berikut :

- (1) Menurut ketentuan Jejaringan Pendidikan Nasional, dalam proses pembuatan data dari masing-masing, organisasi dapat lebih efisien hasilnya tanpa harus mengulang dan tanpa harus mencetak kembali datanya, hal ini dikarena format sudah disesuaikan dan sinkron oleh sistem.
- (2) Memberikan keakuratan dalam mengolah dan menyimpan data dan sesuai dengan apa yang diperlukan
- (3) Dapat digunakan dengancara integral dan disesuaikan dengan sistem madrasah maupun Dinas pendidikan terkait

C. Manfaat Sistem Informasi Manajemen Pendidikan bagi sekolah

Institusi pendidikan mendapat manfaat dari keunggulan SIMDIK, termasuk

kemampuannya melacak kemajuan akademik siswa secara tepat. Dengan demikian SIMDIK dapat secara akurat meningkatkan layanan pendidikan masyarakat atau organisasi. Dan juga memberikan keefisienan sekolah dan madrasah tersebut dalam menjalankan tugasnya. Terakhir, dapat meningkatkan citra organisasi tanpa memerlukan fasilitas manajemen yang mutakhir.

D. Manfaat Sistem Informasi Manajemen Pendidikan bagi Orang tua dan Siswa

Ada beberapa Manfaat ialah sebagai berikut :

- (1) Siswa bisa menggunakan imajinasinya untuk membuat blog, email, dll.;
- (2) Pengetahuan dapat dipantau oleh siswa di luar sekolah atau madrasah;
- (3) Siswa dapat berkomunikasi dengan siswa lain secara gampang;
- (4) Mahasiswa dapat dengan mudah mengakses tentang berbagai informasi di dalam negeri maupun di luar negeri;
- (5) Fasilitas SMS memungkinkan orang tua untuk melihat daftar hadir dan nilai;
- (6) Gateway Siswa dapat bersekolah tanpa harus pergi ke sekolah atau madrasah;
- (7) Dapat menyaring kemajuan siswa/siswi.

PENUTUP

Kesimpulan

Pada zaman yang berkembang pesat saat ini banyak teknologi serta informasi yang berkembang juga sehingga hadir ditengah masyarakat atau di Indonesia kini muncul adanya suatu sistem yang dapat membantu manajer mengambil keputusan secara cepat, tepat, dan akurat.

Aplikasi tersebut digabungkan dalam Sistem Informasi Manajemen Pendidikan dalam hal yang bertujuan agar segala pekerjaan dapat lebih mudah. Ini adalah data yang dapat dipertanggungjawabkan dan disebut data empiris atau data atau fakta aktual. Pimpinan lembaga pendidikan dapat menggunakan data yang diproses komputer sebagai data pendidikan untuk mendukung pengembangan serta memanfaatkan kemajuan Teknologi informasi untuk meningkatkan manajemen. Para pimpinan lembaga pada dasarnya memproses informasi. karena salah satu fungsinya sebagai sumber yang dapat dengan mudah di akses.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Eti, Rochaety, dkk. 2005. "Sistem Informasi Manajemen Pendidikan", Jakarta:PT. Bumi Aksara. Lantip D. Prasojo. 2013. "Sistem Informasi Manajemen Pendidikan", Yogyakarta:UNY Press.
- [2] La Ode Ismail, Rosnani Sinen. 2017. "Penerapan Sistem Informasi Manajemen Pendidikan Dalam Proses Pembelajaran Di Smp Negeri 21" Makassar: Jurnal Idarah, Vol. I, No. 2.
- [3] NATURAL SCIENCE: Jurnal Penelitian Bidang IPA dan Pendidikan IPA, Vol 6, NO 1, 41-53.
- [4] Rusdiana, A. 2019 . SISTEM INFORMASI MANAJEMEN PENDIDIKAN Konsep, Prinsip, dan Aplikasi. UIN SGD : Bandung.
- [5] Sari, M. 2020." Penelitian Kepustakaan (Library Research) dalam Penelitian Pendidikan IPA".

ANALISIS PENGELOMPOKAN KONSUMEN DALAM MENENTUKAN KONTEN PEMASARAN

Oleh

Dian Sabrina Syaharni¹, Erika Gustian Fauzi², Lydia Then³, Salsabilah Sirait⁴,
Fitriana Aidnilla Sinambela

^{1,2,3,4}Universitas Internasional Batam

E-mail: ¹2041257.dian@uib.edu, ²2041258.erika@uib.edu, ³2041313.lydia@uib.edu,
⁴2041259.salsa@uib.edu, fitriana@uib.ac.id

Article History:

Received: 21-12-2022

Revised: 20-01-2023

Accepted: 27-01-2023

Keywords:

UMKM, Media Sosial,
Brand Awareness

Abstract: *Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan kegiatan usaha yang dapat dilakukan oleh semua orang. UMKM Nuriza Snack merupakan salah satu bisnis yang bergerak di bidang makanan ringan “keripik” dengan berbagai macam pilihan rasa dan jenisnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana UMKM Nuriza Snack dapat meningkatkan brand awareness di sosial media dan loyalitas pelanggan. Metode ini dilakukan dengan cara membuat sosial media Facebook Page dan Instagram. Data diperoleh dari kuesioner yang telah disebarakan kepada pelanggan dan calon pelanggan Nuriza Snack di seluruh Kota Batam. Dari penelitian ini dapat diketahui bahwa terdapat keberhasilan dalam memasarkan produk Nuriza Snack melalui media sosial.*

PENDAHULUAN

Di era modern saat ini perkembangan teknologi dan komunikasi merupakan suatu hal yang tidak dapat dihindari karena perkembangan teknologi mampu memberikan pengaruh yang begitu besar terhadap kehidupan manusia dalam berbagai aspek Julianti, A, *et al.*, (2021). Inovasi dari teknologi tidak hanya memberikan informasi negatif tetapi juga memberikan informasi positif bagi masyarakat seperti memberikan kemudahan dalam mempelajari cara baru untuk melakukan suatu kegiatan. Salah satu inovasi dari teknologi dalam hal informasi adalah media sosial. Dengan adanya media sosial mampu memberikan informasi yang dibutuhkan tanpa adanya batasan ruang dan waktu. Media sosial memberikan begitu banyak manfaat untuk UMKM dalam hal meningkatkan pemasaran produknya.

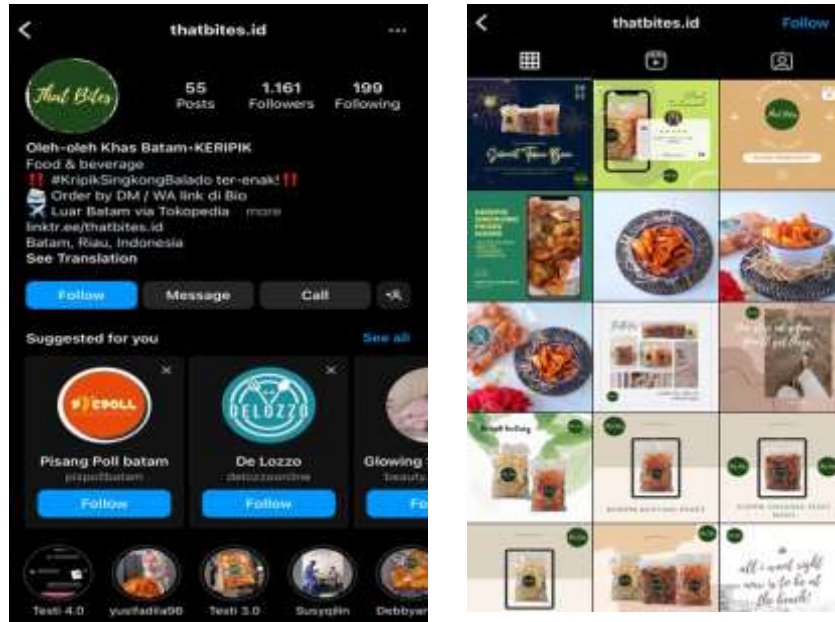
Melakukan pemasaran produk melalui media sosial memiliki pengaruh yang kuat dalam perkembangan bisnisnya. Dengan menggunakan media sosial, UMKM dapat menarik calon konsumen baru dengan informasi yang menarik, Masyarakat dengan cepat mendapatkan informasi yang ingin diketahui, memiliki kesempatan untuk menarik konsumen dengan jangkauan yang luas, calon konsumen mudah dalam mengakses bisnisnya, dapat melakukan pemasaran merek yaitu memperkenalkan merek kepada masyarakat atau disebut juga *brand awareness*, serta memiliki biaya yang murah dan terjangkau Putri, *et al.*, (2021). Adapun media sosial yang sering digunakan pelaku UMKM dalam memasarkan produknya, yaitu *Facebook*, *Instagram*, dan *Tiktok*. Selain itu, adapun media *E-commerce* yang

sering digunakan seperti *Shopee, Tokopedia, Lazada, Blibli, dan Bukalapak*. Pemasaran produk dapat dilakukan melalui media sosial seperti periklanan, melakukan promosi secara *live* agar terhubung langsung dengan *consumer*, melakukan kuis, memberikan informasi tentang produk yang dijual dengan menggunakan status atau *tweet*.

Setiap pemilik bisnis menginginkan suatu inovasi mulai dari pelayanan atau produk yang dipasarkan. Perusahaan ingin mendapatkan informasi dari pertanyaan-pertanyaan tentang apa yang konsumen suka beli?, kapan dan dimana konsumen tersebut membeli?, dan berapa banyak barang yang dibeli. Perilaku konsumen akan memutuskan metode pengambilan keputusan dalam pembeliannya. Proses ini adalah suatu pendekatan dalam menyelesaikan masalah pada kegiatan manusia untuk bisa membeli barang atau jasa agar memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Bagaimana cara UMKM mendapatkan data tersebut? dengan cara melakukan pengumpulan data. Jawaban atas pertanyaan tersebut dapat memberikan gambaran bahwa hal inilah yang diinginkan oleh konsumen. Dimana pelaku UMKM lebih mudah dalam menentukan segmentasi dikarenakan adanya *cluster* atau pengelompokan dari konsumen serta sesuai dengan sasaran yang dituju sehingga dapat menentukan bagaimana cara melakukan promosi yang baik untuk memberikan kepuasan kepada konsumen.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan kegiatan usaha yang dapat dilakukan oleh semua orang. Potensi UMKM sangat penting peranannya yaitu sebagai sumber pendapatan masyarakat dalam hal memenuhi kebutuhan barang atau jasa, menciptakan lapangan pekerjaan, dan dapat melakukan peningkatan nilai tambah yang mana berdampak pada pengurangan kemiskinan. Setiap UMKM memiliki ciri khas produk yang ditawarkan. Keunggulan-keunggulan itulah yang menunjang kemajuan pada usaha yang dimiliki.

UMKM Nuriza Snack merupakan salah satu bisnis yang bergerak di bidang makanan ringan “keripik” dengan berbagai macam pilihan rasa dan jenisnya. Usaha ini didirikan oleh Ibu Partin pada tahun 1994 dan masih beroperasi sampai sekarang. Pemilik mendirikan UMKM ini dikarenakan pada tahun 1990an mengalami kesulitan dibidang ekonomi dan juga masyarakat masih jarang membuka usaha produksi keripik sehingga pemilik berinisiatif dan memiliki peluang untuk mendirikan usaha keripik ini. UMKM Nuriza Snack berlokasi di Perum GMP THP II Blok A1 No. 7 Tanjung Sengkuang, Batam. Adapun produk yang ditawarkan oleh UMKM Nuriza Snack seperti keripik pisang manis atau asin, keripik singkong/balado, keripik jangek, keripik tempe, keripik bayam, keripik rengginang, keripik ubi ungu, dan keripik sukun. Pendapatan yang diperoleh dari UMKM Nuriza Snack melalui *reseller* (Top 100 Batam, BCS, One Mall, dan minimarket lainnya) dalam sebulan adalah Rp 51.000.000. Sedangkan pendapatan yang diperoleh melalui pembelian secara langsung di rumah dalam sebulan adalah Rp 700.000. Jadi total pendapatan bersih dari UMKM nuriza Snack dalam sebulan adalah Rp 30.000.000. Dalam menjalankan bisnisnya, setiap usaha tidak terlepas dari kompetitor yang mana sama-sama melakukan persaingan untuk mendapatkan keuntungan dari setiap usahanya. Adapun kompetitor dari UMKM Nuriza Snack adalah Thatbites.id.



Gambar 1 dan 2. Instagram Kompetitor

Thatbites.id menjadi kompetitor Nuriza Snack dikarenakan beberapa hal, diantaranya:

1. Jenis UMKM yang sama, yaitu menjual berbagai macam olahan keripik
2. Memiliki lebih dari 1000 *followers*
3. Memiliki lebih dari 50 konten (termasuk ig feeds dan sory highlights)
4. Pemasaran yang dilakukan melalui *Instagram*, *Whatsapp*, dan *E-commerce* (Tokopedia)
5. Melakukan *endorsement* ke beberapa *influencer* Batam

Adapun kendala yang dihadapi oleh UMKM Nuriza Snack adalah bagaimana cara UMKM Nuriza Snack dalam meningkatkan *brand awareness* di sosial media dan loyalitas pelanggan. Yang mana UMKM ini belum memiliki media sosial dan juga penggunaan aplikasi ini memiliki manfaat yaitu dapat memasarkan dan memperluas jangkauan penjualan tidak hanya di Batam saja tetapi juga di luar Batam maupun luar negeri. Adapun promosi yang dilakukan oleh pemilik hanya sebatas dari mulut ke mulut atau (*Word of Mouth*) kemudian melalui media sosial seperti melalui *WhatsApp*. Akan tetapi penggunaan media sosial sebagai wadah promosi UMKM ini tidak begitu efektif. Alasan dari ketidakefektifan tersebut adalah pemilik sangat jarang melakukan *update-an* mengenai produknya. Produk dipromosikan hanya dalam bentuk tulisan dan gambar produk dan tidak memiliki akun media sosial khusus yang berkaitan dengan pemasaran produknya sehingga tidak ada ketertarikan atau kurangnya daya tarik serta mengakibatkan pemberhentian melakukan promosi melalui media sosial.

Dalam penelitian ini terdapat permasalahan yang menjadi landasan untuk dilakukannya penelitian ini. Adapun rumusan masalah nya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana solusi yang tepat untuk menghadapi masalah yang dihadapi UMKM Nuriza Snack?
2. Bagaimana strategi yang tepat untuk mempromosikan UMKM Nuriza Snack melalui media sosial?
3. Apakah UMKM Nuriza Snack mengalami peningkatan dalam penjualan setelah dilakukannya pemasaran melalui media sosial?

4. Bagaimana cara UMKM Nuriza Snack mengetahui kelompok/*cluster* dari konsumen?

Dalam penelitian ini terdapat tujuan yang akan dicapai untuk mengembangkan usaha mitra. Adapun tujuan penelitian ini yaitu:

1. Mengetahui tentang solusi yang tepat untuk mengetahui masalah yang dihadapi UMKM NUriza Snack
2. Mengetahui strategi yang tepat untuk mempromosikan UMKM Nuriza Snack melalui media sosial
3. Mengetahui pengaruh yang terjadi setelah dilakukannya pemasaran melalui media sosial
4. Mengetahui informasi berupa data dari konsumen untuk memberikan peningkatan terhadap UMKM Nuriza Snack

Manfaat yang didapat dalam pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sebagai referensi bagi usaha bisnis UMKM dalam menjual produknya menggunakan sosial media
2. Sebagai referensi bagi UMKM lain usaha bisnis bagaimana cara menentukan kelompok dari bisnis.
3. Mendapatkan informasi mengenai strategi untuk meningkatkan usaha yang dijalankan
4. Mendapatkan informasi dan pengalaman baru bagi mahasiswa yang meneliti

LANDASAN TEORI

Digital Marketing (Pemasaran Digital)

Pemasaran *digital* adalah aktivitas pemasaran yang didukung oleh teknologi dengan tujuan menambah pengetahuan masyarakat dengan menyamakan kebutuhan yang mereka inginkan (Chaffey 2013). Di negara maju, banyak perusahaan besar yang telah mengimplementasikan *digital marketing* untuk memasarkan produk mereka. Iklan *digital* merupakan media atau sarana dalam mencapai kesuksesan perusahaan yang menerapkan *digital marketing* (Song 2001).

Internet marketing merupakan salah satu bentuk dari *digital marketing* yang memanfaatkan *internet* dan media elektronik. Strategi *digital marketing* juga berperan penting dalam kemajuan teknologi untuk menyiapkan rencana dalam menarik konsumen dan membimbing mereka dalam mengkombinasi komunikasi tradisional dan elektronik. Menurut Surahman (2012) berpendapat bahwa *internet marketing* terdiri atas *Search Engine Optimization* (SEO), *Email Marketing*, *Search Engine Marketing* (SEM), *Social Media Marketing*, *Affiliate Marketing*, *Inbound Marketing*.

Menurut Wardhana (2015) mengemukakan bahwa UMKM dapat bersaing terhadap kelebihan produk yang mereka punya karena ada strategi *digital marketing* yang tepat dalam pemasarannya. Berikut kelebihan *digital marketing*:

1. Target dapat disesuaikan berdasarkan demografi, tempat tinggal, pekerjaan, gaya hidup, dll.
2. Hasil lebih aktual sehingga dapat lebih cepat melakukan evaluasi terhadap pemasaran yang dilakukan sebelumnya.
3. Biaya yang dikeluarkan lebih murah dibandingkan pemasaran tradisional.

4. Jangkauan *audience* lebih luas.
5. Dari segi waktu sangat efisien dan dapat diakses kapanpun.
6. Dapat dipantau dari mana saja.

Adapun kekurangan dari *digital marketing*:

1. Kegiatan yang dilakukan mudah di contoh oleh kompetitor.
2. Belum menyeluruhnya penggunaan teknologi / internet di masyarakat
3. Adanya kemungkinan penyalahgunaan informasi oleh pihak yang kurang bertanggung jawab.
4. Citra yang buruk ketika mendapatkan review buruk.

Strategi *digital marketing* sangat penting apalagi untuk para usaha kecil karena strategi tersebut dapat membantu mereka dalam meluaskan pemasaran produk dan menambah pengetahuan untuk mengambil langkah yang tepat dalam memasarkan produk di media sosial.

Social Media Marketing (Pemasaran Media Sosial)

Kotler,P.,&Kelller,K.L (2016) berpendapat bahwa *social media marketing* adalah kegiatan pemasaran yang menggunakan teknologi untuk menarik konsumen dengan menciptakan pengetahuan, citra, dan peningkatan penjualan. As'ad (2014) menyatakan bahwa *social media marketing* memiliki beberapa dimensi seperti:

1. *Online Communities* (Komunitas Online)
Komunitas *online* merupakan komunitas dengan minat yang sama yang dihubungkan dengan media sosial. Komunitas menjadi salah satu bentuk pengaruh besar untuk menyebarkan informasi. Hal ini berpengaruh terhadap konten yang dibuat karena adanya pengikut yang aktif.
2. *Interaction* (Interaksi)
Interaksi merupakan bentuk dari aktivitas mengundang atau mengajak rekan untuk bergabung ke jaringan, dimana para pengikut bisa terhubung dan saling berkomunikasi. Pentingnya interaksi di media sosial karena media sosial sebagai wadah untuk saling berinteraksi dan menambah pengalaman pengguna.
3. *Sharing of Content* (Berbagi Konten)
Berbagi konten merupakan aktivitas yang dilakukan dalam bertukaran media yang biasanya berbentuk foto atau video.
4. *Accessibility* (Aksesibilitas)
Dimensi ini berisikan tentang kemudahan dalam mengakses atau menggunakan media sosial.
5. *Credibility* (Kredibilitas)
Pesan yang disampaikan dengan jelas terhadap merek untuk menciptakan sebuah kredibilitas yang bersangkutan dengan emosional target pelanggan.

Dalam *social media marketing*, terdapat segmentasi dalam penggunaan media sosial. Hal ini dapat dimanfaatkan oleh pemasar untuk mengkategorikan target mereka agar lebih terarah dan spesifik. Segmentasi merupakan pembagian pasar heterogen menjadi homogen dengan adanya kesamaan seperti daya tarik, perilaku, umur, dll. Adapun pembagian segmentasi pasar sebagai berikut:

1. Segmentasi Demografi
Segmentasi ini dibagi berdasarkan umur, jenis kelamin, pendapatan, pekerjaan, ras agama, generasi, dan kelas sosial.

2. Segmentasi Geografis
Segmentasi ini dibagi berdasarkan letak/wilayah, negara, dan kota.
3. Segmentasi Psikografis
Segmentasi ini dibagi berdasarkan psikologi atau perilaku konsumen. Masyarakat yang tergolong ke dalam segmentasi ini berbeda-beda sikap atau psikografisnya.
4. Segmentasi Manfaat
Segmentasi ini dibagi berdasarkan kelompok atau individu yang memanfaatkan produk yang ada di pasar.
5. Segmentasi Perilaku Konsumen
Segmentasi ini dibagi berdasarkan perilaku mereka.

Dalam *social media marketing* terdapat *social footprints* atau jejak digital. Jejak digital yang dimaksud adalah seberapa sering dan aplikasi sosial media apa yang dilihat. Contohnya seperti ketika seseorang mengunjungi *profil Facebook* teman anda dan mengetahui dia adalah penggemar artis barat, dari hal tersebut dapat diketahui hal yang penting baginya. Informasi tersebut adalah salah satu aspek dari jejak sosialnya.

Struktur Jaringan dan Pengaruh Kelompok dalam Sosial Media

Jaringan merupakan kumpulan sosial yang saling terhubung oleh ikatan. Node merupakan pelaku, sedangkan jaringan merupakan tautan yang memperlihatkan adanya hubungan. Dengan struktur jaringan, peran-peran penting, sikap, dan hubungan dapat ditentukan dan pertanyaan tentang hubungan bisa dijawab. Analisis jaringan sosial memvisualisasikan node (peran) dan hubungan atau link yang menyatukannya. Contohnya seperti meme, jaringan pertemanan, penyakit, kolaborasi. Jaringan biasanya sering digambarkan dengan sosiogram dimana node berupa lingkaran kecil (titik) dan hubungan berupa garis.

Social Media Marketing Strategy (Strategi Media Sosial)

Penggunaan media sosial sebagai pemasaran dan penjualan barang dan jasa sudah tidak asing lagi di zaman yang serba digital ini. Banyak pebisnis baru yang menggunakan media sosial sebagai sarana mereka dalam memasarkan produk. Pemasaran di media sosial tidak hanya mengandalkan kecanggihan dari sistem tersebut, tapi adanya strategi dalam memasarkan akan lebih baik dan lebih terarah. Adapun strategi yang dapat dilakukan adalah:

1. Mencari tahu siapa target jaringanmu
Sebagai pemasar, menerka-nerka adalah langkah yang salah. Seorang pemasar perlu akan adanya data yang dijadikan pedoman untuk menentukan produk apa yang cocok untuk pelanggannya. Jika perusahaan sudah mendapatkan data tersebut, maka akan lebih mudah untuk menarik pelanggannya.
2. Setiap *platform* memiliki perbedaan *audience*
Perlunya mengetahui tipe-tipe *audience* di setiap *platform* juga menjadi salah satu hal yang penting, karena hal ini bisa ditunjukkan untuk pembuatan konten yang bisa disesuaikan dan tepat sasaran.
3. Memilih jaringan dalam *strategi social media marketing*
Memilih jaringan yang tepat juga menjadi kunci kesuksesan strategi dari pemasaran. Banyaknya media sosial membuat seorang pemasar ingin menjajaki semua untuk mempromosikan produk mereka. Namun, perlu diketahui pentingnya memilih media sosial yang dianggap paling mempengaruhi dan *eng-track engagement* mana yang

- paling banyak.
4. Pembuatan konten
Adanya konten yang menarik dan sesuai memungkinkan membuat para konsumen tertarik melihat produk yang ditawarkan. Oleh karena itu, adanya strategi dalam pembuatan konten sangat diperlukan untuk kesuksesan dalam pembuatannya,
 5. Jadikan kehadiran media sosial Anda tepat waktu
Mengetahui waktu “kapan” para pengguna sosial media merupakan salah satu strategi yang harus diketahui. Mengetahui waktu-waktu tersebut sangat berpengaruh terhadap konten yang di *upload* oleh pemasar. Hal tersebut dapat diketahui melalui *track* di setiap *platform* untuk menghindari adanya kegagalan dalam mendapatkan respon pengikut.

Kerangka Kerja Social Media Strategy

Framework (kerangka kerja) dalam media sosial digunakan sebagai pemasaran oleh perusahaan. Kerangka kerja (*framework*) dibagi menjadi 4 dimensi:

1. *Scope* (Cakupan)
Seberapa jauh media sosial ini digunakan dan digunakan oleh siapa serta tujuannya untuk apa digunakan.
2. *Culture* (Budaya)
Dalam dimensi ini, perusahaan mengaplikasikan jenis budaya apa dalam penggunaan media sosial konservatif atau fleksibel.
3. *Structure* (Struktur)
Departemen atau organisasi perusahaan menjalankan pemasaran secara hierarki atau berjejaring
4. *Governance* (Tata Kelola)
Organisasi membuat peraturan media sosial secara otokrasi atau secara anarki (organik).

Predictive Analytics (Analisis Prediksi)

Predictive analysis merupakan analisis yang digunakan untuk menilai risiko atau *trend* yang akan terjadi dimasa yang akan datang. Tujuan dari analisis ini adalah untuk mengukur apa yang akan terjadi di masa depan. Contohnya seperti di bagian *supply* untuk memperkirakan bahwa bahan baku tercukupi dalam sekali produksi. Teknik analisis *predictive* yaitu *Decision tree*, *Neural Networks*, *Text Analytics*, *Regression Model*, dll. Analisis ini biasanya diimplementasikan di bidang perbankan, kesehatan, sumber daya, dan *retail*.

Data Collection (Koleksi Data)

Data Collection merupakan data yang didapat setelah adanya observasi atau *experiment*. Biasanya data ini antara kualitatif dan kuantitatif. Pengumpulan data terdiri atas dua jenis, yaitu secara primer dan sekunder.

Customer Lifetime Value (Nilai Pelanggan Tetap)

Customer lifetime value (CLV) adalah analisis yang mengukur seberapa banyak bisnis cepat merencanakan untuk menarik pelanggan yang masih berhubungan. CLV ini perlu diketahui perhitungannya karena bisa meningkatkan pendapatan dan membuat keputusan lebih baik mengenai biaya akuisisi pelanggan, meningkatkan *customer retention*, pembelian berulang, dll.

Perbedaan Clustering dan Segmentasi

Segmentasi adalah proses pengelompokan pelanggan berdasarkan kesamaan dan

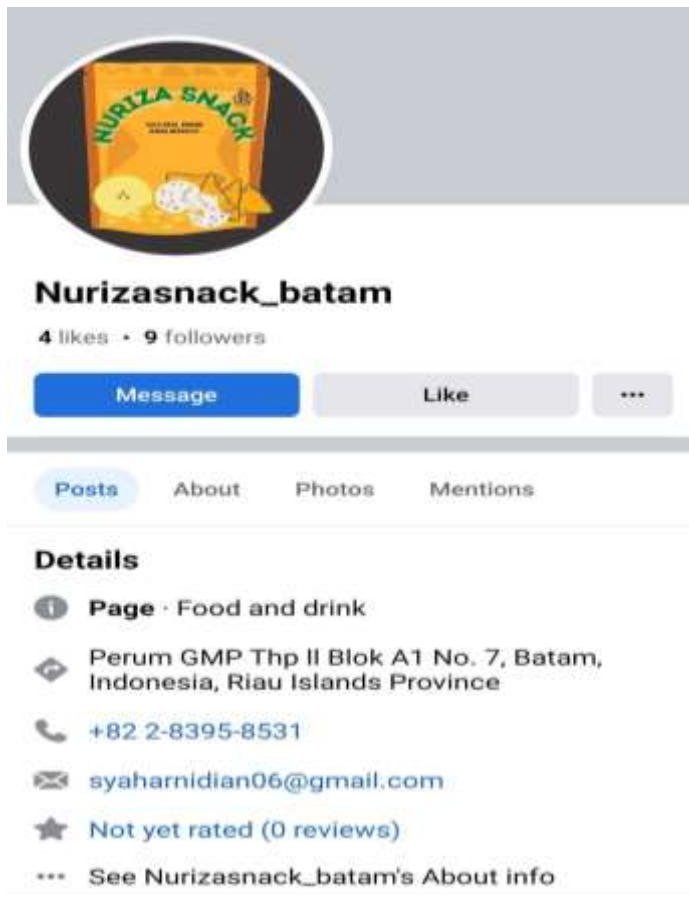
kesukaan, sedangkan *clustering* merupakan proses otomatis/ statistik untuk menemukan kesamaan dalam pelanggan sehingga pelanggan tersebut dapat dikelompokkan. Ketika melakukan proses segmentasi, maka akan mengetahui apa yang harus ditargetkan sebelumnya. Ketika proses *clustering* maka akan ditemukan siapa yang harus ditargetkan.

METODE PENELITIAN

Strategi dan Metode Pelaksanaan Program Pemasaran

Strategi yang dilakukan untuk meningkatkan *brand awareness* produk Nuriza Snack adalah membuat akun media sosial *Facebook* dan *Instagram*, dengan menggunakan foto profil produk Nuriza Snack. Pada media sosial *Facebook*, kami membuat *Facebook Fanpage* dan pada media sosial *Instagram*, kami membuat akun bisnis untuk UMKM Nuriza Snack.

Setiap media sosial akan diupload berbagai macam konten berdasarkan jadwal *Content Planner* yang tertera pada bab 3.4. Berdasarkan hasil survei kuesioner yang telah disebarakan kepada konsumen, konten yang dibuat akan disesuaikan dengan *target audience* pada *platformnya*. *Target audience* pada *Facebook* adalah konsumen yang berusia diatas 40 tahun. Sedangkan pada *Instagram*, *target audience* nya adalah konsumen yang berusia 17 hingga 25 tahun.



Gambar 3. Facebook Fanpage Nuriza Snack



Gambar 4. Instagram business account Nuriza Snack

Jenis konten, pemilihan channel/platform dan metode pengukuran (*measurement*)

1. Jenis konten

Media sosial memiliki banyak jenis konten yang dapat menarik calon konsumen, salah satu caranya yaitu dengan pembuatan konten informatif. Konten – konten yang sifatnya informatif biasanya juga disukai banyak orang. Selain itu juga memiliki *engagement rate* yang tinggi. Hal ini menyebabkan banyak perusahaan membuat konten informatif untuk menjadi strategi promosi pemasaran pada bisnisnya, maka dari itu UMKM Nuriza Snack perlu meningkatkan interaksi di media sosial dengan cara pembuatan konten informatif agar menarik minat konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan oleh UMKM Nuriza Snack. Konten yang dibuat dapat berupa video maupun foto. adapun postingan yang diunggah mengenai pengenalan produk, testimoni, cara order, tahan berapa lama di suhu ruang, *packaging*, dan edukasi, seperti: tips memilih cemilan keripik yang sehat dan bergizi, harga produk, informasi tentang produk nuriza yang dijual, seperti: rasa, jenis kemasan, bahan baku produk, manfaat dari keripik, keunggulan dari Nuriza Snack dan sebagainya.

2. Channel/ platform

Mitra UMKM hanya menggunakan satu media sosial yaitu *Whatsapp* untuk mempromosikan produknya. Sayangnya, akun yang digunakan untuk promosi adalah akun pribadi, sehingga media sosial ini tidak fokus dipakai untuk kegiatan pemasaran. Dengan

begitu, penulis akan menggunakan dua media sosial yaitu *Instagram* dan *Facebook* karena memiliki tampilan dan fitur yang menarik untuk melakukan promosi.

Selain itu dengan menggunakan *Instagram* dan *Facebook fanpage*, mitra dapat menganalisa pasar melalui fitur analisa yang dimiliki *Instagram* jika pengikut mencapai minimal 100. Fitur analisa ini berupa grafik tentang *gender*, usia, geografis, dan *engagement* yang dihasilkan oleh pemilik akun. Fitur analisa ini dapat membantu mitra untuk membuat strategi pemasaran lanjutan sehingga penjualan mereka akan meningkat.

3. Metode Pengukuran

Adapun pengukuran yang diharapkan oleh penulis dalam mengoptimalkan hasil dari kegiatan yang dilakukan melalui media sosial *Instagram* dan *facebook* untuk UMKM Nuriza Snack adalah adanya respon yang positif dari pelanggan ataupun calon pelanggan seperti memberikan *like*, komentar, *share* ataupun *follow*, sehingga dapat memperbanyak interaksi dengan calon pembeli sehingga dapat meningkatkan penjualan pada UMKM Nuriza Snack.

Metode pengukuran dilakukan untuk mengetahui kebutuhan akan konten dan kondisi konsumen. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner secara *online* melalui *WhatsApp*. Sampel yang digunakan dalam melakukan analisis sebanyak 38 responden dengan jumlah 10 pertanyaan yang ditanyakan kepada responden. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen dari UMKM Nuriza Snack di wilayah Batam.

Jadwal Kerja Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan ini dilaksanakan mulai dari persiapan pemilihan UMKM sebagai objek dalam penelitian hingga penyusunan laporan kegiatan. Pelaksanaan kegiatan terhitung dari tanggal 17 Oktober 2022 s/d 30 Desember 2022 yang diuraikan sebagai berikut.

Tabel 1. Jadwal Kegiatan

No	Kegiatan	September				Oktober				November				Desember			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pemilihan UMKM Mitra Bisnis																
2	Melakukan survei dan wawancara dengan pemilik UMKM																
3	Pembagian tugas setiap anggota																
4	Proses pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner																
5	Proses pembuatan konten																
6	Merealisasi / Impelementasi terhadap konten yang telah dibuat untuk UMKM																
7	Tugas Akhir Semester																

Jadwal Posting Konten

Content planner merupakan perencanaan untuk memposting konten terbaru agar tujuan akhir dapat tercapai. Pembuatan *content planner* ditentukan mulai dari *platform* yang digunakan, waktu *upload* konten, dan target seperti apa yang akan dituju dalam pembuatan konten ini. UMKM Nuriza Snack menggunakan *content planner* untuk penjadwalan kapan konten yang telah dibuat akan di *upload*. Untuk jadwal konten, Nuriza Snack memposting konten sebanyak dua kali dalam tiap satu minggu, biasanya berbentuk video, gambar yang

diposting pada *feeds* maupun *instastory*.

Tabel 2. *Content Planner*

CONTENT PLANNER

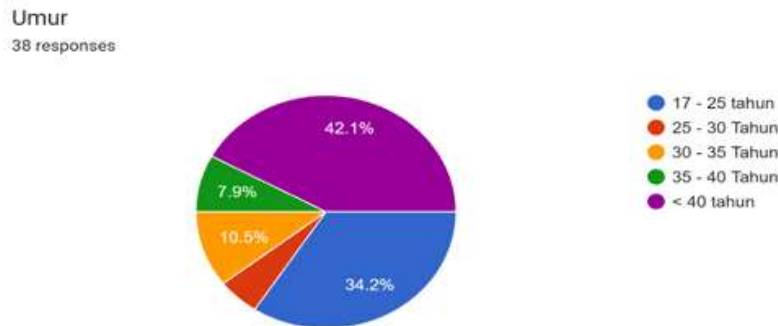
18/10/22 postingan pertama berupa profil UMKM di Instagram	22/10/22 Melakukan Upload postingan tentang perkenalan nama brand	23/10/22 upload keunggulan bahan baku produk	26/10/22 upload foto produk	30/10/22 upload foto produk	2/11/22 upload foto produk
5/11/22 Melakukan Perubahan Feed Instagram	8/11/22 Membuat Akun facebook	10/11/22 Melakukan Upload Postingan FEED yang baru	13/11/22 Branding feeds (Keunggulan Keripik Nuriza Snack)	15/11/22 trending konten (kamu nanya ini crunchy apa angga ?)	
8/12/22 Posting Story IG dengan menyapa	10/12/22 TEKA TEKI SEPUTAR PRODUK				

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengelompokan Data Konsumen

1. Segmentasi (*Segmentation*)

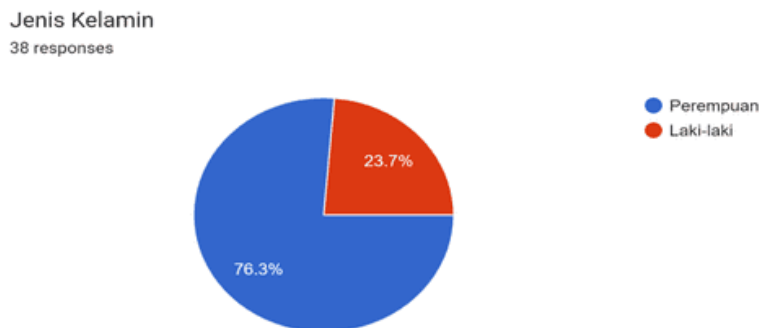
Segmentasi pasar merupakan suatu strategi pembagian target konsumen berdasarkan karakteristik manusia, kebutuhan manusia, dan perilaku manusia agar UMKM dapat mengetahui target konsumen mana yang cocok untuk UMKM tersebut. Apabila segmentasi pasar yang dilakukan oleh UMKM sesuai dengan target konsumen, maka dengan demikian segmentasi pasar yang tepat akan memberikan hasil yang optimal bagi penjualan. Segmentasi pasar terdiri dari segmentasi perilaku, segmentasi demografis, segmentasi psikografis, dan segmentasi geografis. Pada penelitian ini, segmentasi pasar yang digunakan adalah segmentasi berdasarkan demografis (umur dan jenis kelamin). (NISP 2022).



Gambar 5. Segmentasi umur responden

Berdasarkan hasil kuesioner yang disebarkan kepada konsumen, usia mayoritas konsumen UMKM Nuriza Snack adalah konsumen yang berumur diatas 40 tahun dengan persentase sebesar 42,1%. Selanjutnya golongan konsumen berusia 17 hingga 25 tahun

dengan persentase 34,2%, golongan konsumen berusia 30 hingga 35 tahun dengan persentase sebesar 10,5%, golongan konsumen berusia 35 hingga 40 tahun sebesar 7,9% dan golongan usia konsumen paling kecil adalah konsumen yang berusia 25 hingga 30 tahun. Dapat disimpulkan bahwa kebanyakan konsumen yang mengkonsumsi Nuriza Snack adalah konsumen dengan usia diatas 40 tahun dan konsumen yang berusia 17 hingga 25 tahun, sehingga peneliti harus membuat dua konten yang berbeda yang sesuai untuk dua golongan usia karena berdasarkan perbedaan usia yang cukup jauh membuat konsumen anak muda dengan konsumen orang tua tidak mempunyai selera konten yang sama.



Gambar 6. Segmentasi jenis kelamin responden

Berdasarkan hasil kuesioner yang disebarakan kepada konsumen, jenis kelamin mayoritas konsumen UMKM Nuriza Snack adalah perempuan dengan persentase 76,3% dan mayoritas jenis kelamin laki-laki dengan persentase 23,7%. Dapat disimpulkan bahwa kebanyakan konsumen UMKM Nuriza Snack adalah perempuan, sehingga peneliti harus membuat konten yang lebih disukai oleh perempuan. Contohnya, seperti menggunakan warna-warna yang menarik perhatian.

2. Targeting

Targeting pasar adalah gabungan dari beberapa data konsumen yang digolongkan berdasarkan kebutuhan konsumen, minat konsumen, keinginan konsumen, kebutuhan pribadi konsumen, dan sifat konsumen. Berdasarkan segmentasi pasar yang telah dilakukan, data yang telah didapatkan dapat mempermudah penggunaan data untuk menentukan *targeting* pasar (anonymuse 2021).

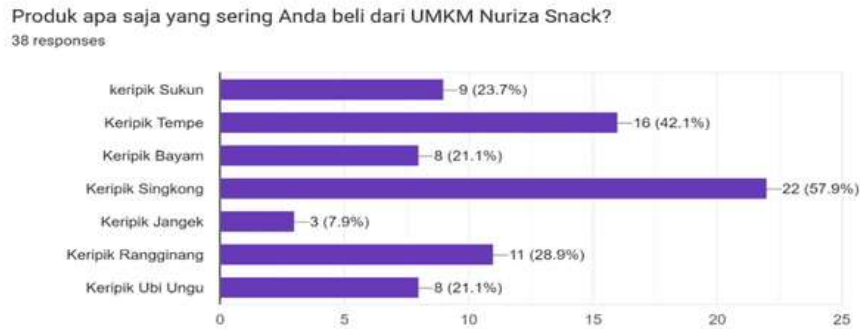


Gambar 7. Budget yang dikeluarkan responden untuk membeli makanan ringan

Berdasarkan hasil kuesioner yang disebarakan kepada konsumen, mayoritas konsumen akan mengeluarkan budget lebih dari Rp.50,000 untuk membeli snack dengan persentase 34,2%. Persentase terbesar kedua yaitu 26,3% yang merupakan budget konsumen untuk membeli makanan ringan dengan harga Rp.20.000 - Rp.30.000. Persentase terbesar ketiga yaitu 21,1% yang merupakan konsumen yang akan mengeluarkan *budget* untuk membeli makanan dengan harga Rp. 10.000 - Rp. 20.000. Persentase terbesar keempat yaitu 15,8% yang merupakan konsumen yang akan mengeluarkan budget untuk membeli makanan ringan dengan harga Rp.30.000-45.000.



Gambar 8. Produk makanan yang disukai responden dari Nuriza Snack



Gambar 9. Produk yang sering dibeli responden dari Nuriza Snack

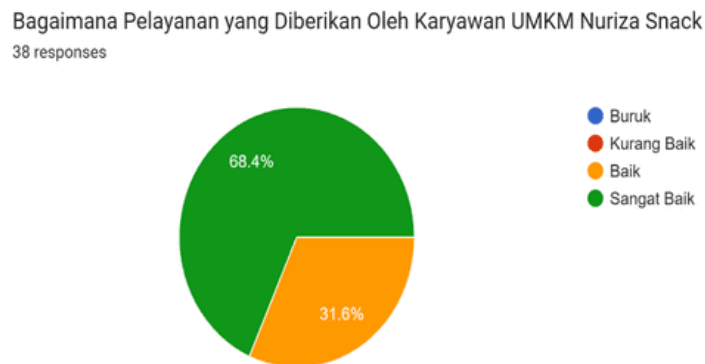
3. Positioning



Gambar 10. Cara responden membeli Nuriza Snack



Gambar 11. Media sosial yang sering digunakan responden



Gambar 12. Penilaian pelayanan yang diberikan oleh Karyawan Nuriza Snack

Penyusunan Konten Berdasarkan Target Konsumen

Setelah melakukan pengelompokan konsumen dari UMKM Nuriza Snack dapat diketahui bahwa media sosial yang akan digunakan oleh UMKM Nuriza Snack dalam memasarkan atau mempromosikan Produk yang dihasilkan adalah melalui media sosial facebook dan instagram. Dimana peneliti akan memulai dari awal kembali bagaimana melakukan promosi untuk meningkatkan nama merek atau *brand awareness* dari Nuriza Snack di sosial media. Berdasarkan dari hasil pengumpulan data yang telah dilakukan dengan menyebarkan kuesioner, konsumen paling sering menggunakan media sosial seperti yang sudah disebutkan sebelumnya. Dengan begitu, Jenis konten yang sesuai untuk diterapkan dalam penelitian ini adalah konten dengan tema informatif. Mengingat bahwa segmentasi umur dari UMKM ini yaitu berusia dan 17-25 tahun dan lebih dari 40 tahun. Memberikan konten dengan tema informatif sangat membantu dalam memberikan informasi terhadap sesuatu, baik itu dalam tulisan, gambar, ataupun video. Informasi tersebut bisa saja seperti nama produk yang dijual, alamat bisnisnya, nama-nama produk apa saja yang dijual, dan sebagainya. Adapun isi dari konten yang telah terwujud adalah konten yang memberikan informasi mengenai produk yang dijual seperti memberikan informasi mengenai bahan baku yang memiliki banyak manfaat, salah satunya dapat diolah menjadi makanan ringan dan makanan berat dengan berbagai inovasi yang dilakukan, memberikan informasi mengenai

produk itu sendiri terdiri dari poster, harga, dan menggunakan # (tagar) untuk membantu dalam memperluas jangkauan penyebaran postingan dari konten tersebut, seperti menggunakan #snackbatammurah #snackbatam #umkmbatam #umkmindonesia #(nama produk, seperti pisang dll), memberikan postingan dengan gaya desain yang menarik sehingga dapat membantu dalam membangun *image* bisnis, memberikan kepercayaan kepada calon pelanggan.

Berikut ini contoh postingan dari UMKM Nuriza Snack melalui *Facebook* dan *Instagram*:



Gambar 13,14,15 dan 16. Postingan UMKM Nuriza Snack

Progres penerapan Program Nuriza Snack

1. *Feedback* dan *Comment* Konsumen

Feedback konsumen merupakan poin terpenting dalam meningkatkan suatu usaha. Dengan adanya *feedback* konsumen sebagai pelaku usaha dapat mengetahui harapan dan pikiran hati pelanggan sehingga dapat melakukan perbaikan dari segi kualitas produk. *Feedback* yang diperoleh dari akun Nuriza Snack seperti gambar dibawah ini.

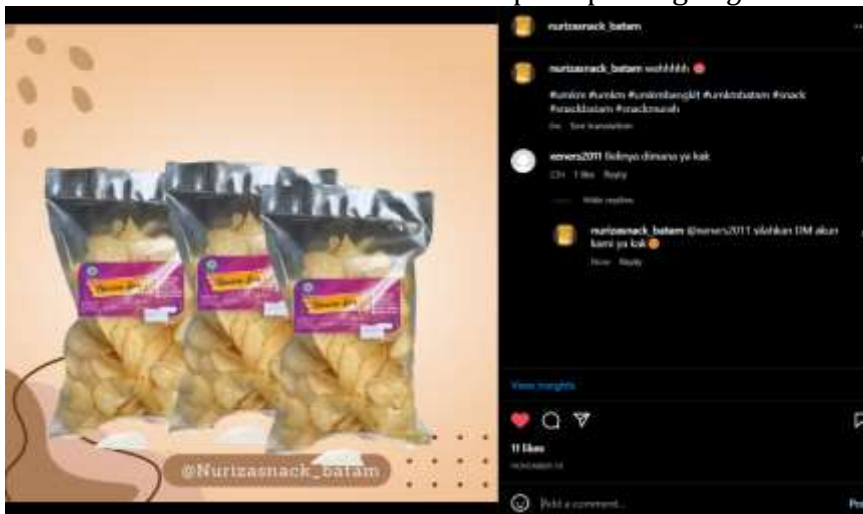


Gambar 17. Informasi Akun Bulan November

Akun Nuriza Snack memiliki peningkatan dalam penjangkauan dan interaksi yang terjadi selama bulan november. yaitu sebanyak 62 dengan persentase +138%, akun yang berinteraksi dengan persentase sebanyak +150%, dengan total pengikut saat ini yaitu sebanyak 24 akun. Berdasarkan data tersebut merupakan salah satu kemajuan dari media sosial Nuriza Snack. Selanjutnya adalah berupa like dari beberapa postingan feed dan instastory dari instagram dan facebook serta komentar yang diberikan oleh calon konsumen di postingan game time seperti "*chruncy* dan pisang", "snack", dan postingan lainnya seperti "belinya dimana ya kak?", "semuanya aku luv" dll.



Gambar 18. Komen calon konsumen pada postingan *game time*



Gambar 19. Komen calon konsumen yang menanyakan pembelian produk
Adanya daya tarik calon konsumen terhadap produk nuriza snack dengan melakukan *direct message* di instagram untuk menanyakan tentang produk seperti berikut.



Gambar 20. DM Calon Konsumen mengenai produk Nuriza Snack

2. POE (*Paid, Owned, Earned*)

Dalam mempromosikan suatu usaha, iklan dibutuhkan untuk meningkatkan *brand awareness* atas usaha kepada pembeli. UMKM Nuriza Snack melakukan pemasaran dengan menerapkan *marketing organic*. *Marketing organic* atau pemasaran organik merupakan semua pemasaran secara *digital* yang tidak melibatkan iklan berbayar. Untuk pemberian diskon setiap produk UMKM Nuriza Snack akan dilakukan ketika memperingati hari besar nasional. Setelah melihat adanya insight postingan yang mengalami peningkatan, adanya rencana untuk menggunakan fitur promosi postingan untuk memperluas jangkauan pemasaran dan audience.

UMKM Nuriza Snack saat ini menggunakan Platform Instagram dan Facebook sebagai *channel* untuk berjualan secara online. Pemilihan platform tersebut dikarenakan kemudahan dan banyaknya masyarakat yang tertarik menggunakan platform tersebut. Biasanya para pembeli dari Nuriza Snack membagikan testimoni mereka terhadap pelayanan dan produk melalui *insta story* Instagram dan chat via Whatsapp.



Gambar 21. Salah satu testimoni customer Nuriza Snack

3. Profit UMKM Nuriza Snack

Dalam hal Nuriza Snack mengalami perkembangan dan peningkatan dari profit yang ada. Seperti yang telah diketahui bahwa adanya terjadinya jual beli dari konsumen dan penjual. Konsumen Nuriza Snack melakukan komunikasi jual beli melalui DM dan *WhatsApp* yang telah dicantumkan dalam sosial media tersebut. Dimana total penjualan yang telah terjual adalah sebanyak 15 produk dengan total 8 pelanggan sehingga dengan ini memiliki

peningkatan profit dari produk yang dipromosikan melalui media sosial.

PENUTUP

Kesimpulan

Kendala yang dihadapi oleh UMKM Nuriza Snack adalah bagaimana cara UMKM Nuriza Snack dalam meningkatkan *brand awareness* di sosial media dan loyalitas pelanggan. Yang mana UMKM ini belum memiliki media sosial dan juga penggunaan aplikasi ini memiliki manfaat yaitu dapat memasarkan dan memperluas jangkauan penjualan tidak hanya di Batam saja tetapi juga di luar Batam maupun luar negeri. aspek yang menjadi perubahan dari sebelum dan sesudah Nuriza Snack melakukan promosi di sosial media adalah sebelumnya Nuriza Snack melakukan penjualan dari ritel yaitu toko- toko yang ada di kota batam yang mana hanya sebagian orang saja yang mengetahui adanya produk nuriza snack dan belum mengalami perkembangan pembelian produk untuk bisa sampai luar daerah batam dan luar negeri. Dan juga dari kejadian sebelumnya yaitu adanya pandemi Covid-19 yang menyerang seluruh negara di dunia menyebabkan setiap negara melakukan *lockdown* untuk menghindari penyebaran virus tersebut. Banyaknya toko-toko offline mengalami penurunan biaya sehingga nuriza snack juga mengalami dampak tersebut dari toko retail yang bekerjasama dengan Nuriza Snack. Dengan adanya promosi melalui media sosial mengalami perubahan berupa semua orang dimanapun berada dapat mengetahui produk nuriza snack dan dapat melakukan perluasan dalam melakukan penjualannya.

adapun saran yang dapat diberikan untuk terus menjaga kestabilan penjualan dan mengalami peningkatan penjualan adalah sebagai berikut.

1. Pemilik dari Produk Nuriza Snack yang diwakilkan oleh anak atau cucunya harus melakukan dengan aktif kegiatan promosi yang di sosial media agar sosial media tetap berjalan dan tidak mengalami pemberhentian atau tutup akun karena tidak adanya perubahan.
2. Selalu melakukan inovasi mulai dari kemasan yang dimiliki oleh nuriza snack seperti adanya produk dengan bahan baku berkelanjutan atau dapat di daur ulang agar dapat bersaing dengan produk lainnya.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Adams, E. Kathleen, Nancy Breen, and Peter J. Joski. "Impact of the National Breast and Cervical Cancer Early Detection Program on Mammography and Pap Test Utilization among White, Hispanic, and African American Women: 1996–2000." *Cancer* 109, no. S2 (January 15, 2007): 348–358.
- [2] Dewi, Nurdiamah, and Achadiyani. "Pembentukan Kader Kesehatan untuk Meningkatkan Pengetahuan dan Kemampuan Melakukan Deteksi Dini Kanker yang Sering Terjadi Pada Wanita di Desa Sukamanah dan Desa Cihaurkuning, Kecamatan Malangbong Kabupaten Garut." *Jurnal Aplikasi Ipteks untuk Masyarakat* 2, no. 2 (November 2013): 78–84.
- [3] Hanafi, Mohammad, Nabiela Nailly, Nadhir Salahudin, and A. Kemal Riza. *Community-Based Research Sebuah Pengantar*. 1st ed. Surabaya: LP2M UIN Sunan Ampel Surabaya, 2015.
- [4] Mardela, Aira Putri, Khomapak Maneewat, and Hathairat Sangchan. "Breast cancer awareness among Indonesian women at moderate-to-high risk." *Nursing and Health*

- Sciences* 19 (2017): 301–306.
- [5] Muhid, A., Sumarkan, Rakhmawati, Fahmi, L. "Perubahan Perilaku Open Defecation Free (ODF) melalui Program Sanitasi Total Berbasis Masyarakat (STBM) di Desa Babad Kecamatan Kedungadem Kabupaten Bojonegoro". *Engagement: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat* 2, no. 1 (Maret 2018), 99–119.
- [6] Scarinci, Isabel C., Francisco A.R. Garcia, Erin Kobetz, Edward E. Partridge, Heather M. Brandt, Maria C. Bell, Mark Dignan, Grace X. Ma, Jane L. Daye, and Philip E. Castle. "Cervical Cancer Prevention: New Tools and Old Barriers." *Cancer* (2010): NA-NA.
- [7] Schiffman, Mark, Philip E. Castle, Jose Jeronimo, Ana C. Rodriguez, and Sholom Wacholder. "Human Papillomavirus and Cervical Cancer." *The Lancet* 370, no. 9590 (2007): 890–907.
- [8] Sulistiowati, Eva, and Anna Maria Sirait. "Pengetahuan Tentang Faktor Risiko, Perilaku Dan Deteksi Dini Kanker Serviks Dengan Inspeksi Visual Asam Asetat (Iva) Pada Wanita Di Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor." *Buletin Penelitian Kesehatan* 42, no. 3 (September 2014): 10.
- [9] Tim Riset Penyakit Tidak Menular. *Laporan Riset Penyakit Tidak Menular Tumor Payudara dan Lesi Prakanker Serviks*. Jakarta: Kementerian Kesehatan RI, December 2016.
- [10] Wantini, Nonik Ayu. "Efek Promosi Kesehatan Terhadap Pengetahuan Kanker Payudara Pada Wanita Di Dusun Terongan, Desa Kebonrejo, Kalibaru, Banyuwangi, Jawa Timur." *Jurnal Medika Respati* 13 (2018): 8.
- [11] Yunitasari, Esti, Retnayu Pradanie, and Ayu Susilawati. "Pernikahan Dini Berbasis Transtuktural Nursing Di Desa Kara Kecamatan Torjun Sampang Madura." *Jurnal Ners* 11, no. 2 (2016): 6.

THE MEASUREMENT OF PROPER HANDWASH KNOWLEDGE ON ELEMENTARY AND HIGHSCHOOL STUDENTS

Oleh

Yesita Sandi Langitan¹, Maria Paulina Wauran², Sara Agustina³,
Sondang Lusiana Sitinjak⁴, Lyna Hutapea⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Advent Indonesia

E-mail: ⁵lynahutapea@unai.edu

Article History:

Received: 16-12-2022

Revised: 15-01-2023

Accepted: 21-01-2023

Keywords:

Handwashing,

Knowledge, Student,

Soap

Abstract: *Washing hands has proven to be one of the most crucial ways of preventing diseases from entering our body, as it is an effort to kill the pathogenic microorganisms that come in contact with the body surface. However, due to its simplicity in doing, the behavior of proper hand washing has been ignored by many, leading to increased susceptibility of diseases, particularly of the gastrointestinal system, including diarrhea. This study is done to measure the knowledge of elementary and high school students of SD and SMP Advent Setiabudi on proper hand washing, including 13 participants, extracted from 195 students as population. It is done systematically utilizing the qualitative method. It is found that the knowledge of handwashing and its procedure have been introduced to most of the students yet some participants have been found to not apply the behavior of washing hands with soap which have been proven to kill more microorganisms than just flowing water without soap. It is concluded that the application of proper handwashing must be promoted more among the general population as knowing is not enough. The researchers then recommend for the healthcare and school personnel to hold community health educations as a contribution in raising the awareness which can raise the implementation of proper hand washing with soap in order to prevent diseases from happening.*

PENDAHULUAN

Our hands can be the source of diseases entering our body (Rabie & Curtis, 2006 in Jess, 2020). Everything we touch and everyone we meet may bring invisible germs, parasites and viruses that can be in contact with our hands, bringing it closer to the open entrance of our body, such as the nostrils, the mouth, and our eyes (Haryani, 2021). Washing hands with soap can protect us from various diseases, including the most common, the digestive tract diseases or diarrhea, yet many are still ignoring this crucial health behavior (Nicolaidis et al, 2020). In an effort to improve CTPS behavior, world organizations have set October 15 as World Handwashing Day (Global Handwashing Day) so that the morbidity and mortality of diarrheal diseases can be reduced. CTPS is one of the most cost-effective forms of health intervention when compared to the results obtained (Maryunani, 2020). Washing hands with

soap is scientifically proven to prevent the spread of infectious diseases such as diarrhea, upper respiratory tract infections (ARI), pneumonia, worm infections, eye infections and skin diseases. According to the World Health Organization (WHO) washing hands with soap and clean water can reduce the risk of diarrhea by up to 45%.

The behavior of washing hands with soap after defecating and before eating is closely related to the prevention of diarrhea. Diarrheal disease which is a disease that often attacks school-age children is also an endemic disease in Indonesia which has the potential to become an extraordinary event (KLB) which is often accompanied by death. Diarrhea is the main cause of death for children in the world. Around 525,000 children die every year because of the incidence of diarrhea (WHO, 2022). The morbidity and mortality rates for diarrhea are in the high category and are influenced by several factors, namely the lack of clean and healthy living behavior. One of the PHBS activities is to increase the attitude of washing hands with soap and running water. Washing hands properly can reduce the risk of diarrhea by 42-47%.

The behavior of washing hands using soap that is not correct is still high in children, this is influenced by the low knowledge and skills of children in washing hands. So that health education is needed to increase their knowledge and awareness of the importance of washing hands with soap and can be applied in everyday life. Kartika (2016) in Yusuf (2020) states that children are the most vulnerable group to disease as a result of unhealthy behavior. Even though children are the nation's most important asset for generations to come. Thus, it can be understood how important children's knowledge and skills are in behavior which can cause hundreds of children to die every year because washing their hands with water alone is not enough.

The focus of the CTPS (Cuci tangan pakai sabun; hand wash with soap) activity is school-age children who are a critical age group, because at that age a child is vulnerable to health problems. School-age children are expected to be able to become "agents of change" with the symbolism of uniting all components of the family, home, and community in celebrating a commitment to change for the better in healthy behavior through CTPS. This is supported because school-age children are also in conditions that are very sensitive to stimuli so that they are easily guided, directed, and instilled good habits, including clean and healthy living habits. In general, children of this age also have the trait of always wanting to convey what they receive and know from other people.

This study is done with the aim of knowing the effect of community health education about Handwashing with Soap on knowledge of the students of SD and SMP Advent Setiabudi Bandung. It is hoped that the result of this study can contribute to raising awareness for the school personnel and also be an additional knowledge that serves as a base information about the hand hygiene behavior for the health field personnel.

METHODS

The research design is a systematic method used to produce answers to each question from researchers (Masturoh & Anggita, 2021). This type of research is included in qualitative research with the results of research data in the form of numbers with a research design using descriptive methods, namely looking at hand washing behavior in SD and SMP Adventist Setiabudi Bandung students through data from research samples.

The research was done on November 2022 in SD and SMP Advent Setiabudi Bandung. The target population of this study include 195, with 13 extracted from the population as the samples using the technique of proportionate stratified random sampling. The research instrument is a measuring tool used to measure observed natural phenomena (Sugiyono, 2020). The instrument used to collect data in this study was to use a questionnaire to see a description of the behavior of washing hands with soap in Adventist elementary and junior high school students in Setiabudi Bandung.

RESULT

Based on the data from the characteristics of the respondents in table 3.5.1 it shows that the most respondents were female as many as 10 people (77%) while the male respondents were 3 people (23%), then the most dominant age was 8-11 years (53.8%), compared to age > 11 years (46.2%) of the total number of respondents, while class IV respondents were 3 people (23.0%), class V were 2 people (15.4%), 2 people in class VI (15.4%), 2 people in class VII (15.4%), 2 people in class VIII (15.4%) and 2 people in class IX (15.4%).

Variables	Frequency	Percentage (%)
Gender		
Male	3	23%
Female	10	77%
Total	13	100%
Age		
8-11 years old	7	53,8%
Above 11 years old	6	46,2%
Total	13	100%
Classes		
IV	3	23,0%
V	2	15,4%
VI	2	15,4%
VII SMP	2	15,4%
VIII SMP	2	15,4%
IX SMP	2	15,4%
Total	13	100%

The questionnaire of based on the behavioral theory of Dorothy E. Johnson was handed out with a total of 17 questions was handed to the participants. The first section assessed the knowledge of the students regarding proper hand wash and the second section of the questionnaire assessed the application of proper hand wash behavior. The said results are shown in the tables provided below.

Table 1.1 - Assessment of Proper Hand Wash Knowledge

No.	Item	Yes	%	No	%
1	Washing hands is an act of cleaning the hands and fingers using flowing water and soap.	13	100	-	-
2	Proper hand wash can prevent diseases and stops the spread of germs.	12	92,3	1	7,7

3	I need to wash my hands with soap before and after having a meal.	13	100	-	-
4	Washing hands with soap is not needed after playing and physical exercises.	1	7,7	12	92,3
5	The right moment to wash my hands with soap is after throwing the trash.	8	61,5	5	38,5
6	I do not need to wash my hands after touching animals/poulties including my pets.	1	7,7	12	92,3
7	Not washing hands with soap can cause diarrhea	12	92,3	1	7,7
8	Not washing hands with soap can cause the infection of worms in my body.	13	100	-	-
9	After washing hands, I do not need to dry my hands with dry cloth/tissue.	2	15,4	11	84,6

In the table 1.1, assessing the knowledge of proper handwash among the students, it can be inferred that all of the participants know the definition of hand wash referring to its act of cleaning the hands and finger using flowing water and soap. The whole percentage of the sample also are aware of having to wash the hand before and after having a meal, along with how infections of worms can occur by not washing hands. In the next statements, 92,3% are aware of how hand wash can prevent diseases and stops the spread of germs while 7.7% are not aware. The same number of percentage (92,3%) do not agree on having the wash the hands after playing and physical exercises. Eight participants (61,5%) agree on throwing thrash as the right moment to wash the hands while 38,5% do not agree. The total percentage of 92,3% do not agree on not washing hands after touching animals while 7,7% still agrees.

Table 2 - Assessment of Hand Wash Behavior Application

No	Items	Options	Answer	%
1	I wash my hands with soap before eating.	Always	8	61.5
		Sometimes	5	38.5
		Never	-	-
2	I wash my hands with soap after eating.	Always	6	46.2
		Sometimes	7	53.8
		Never	-	-
3	I wash my hands with soap after defecating.	Always	11	84.6
		Sometimes	2	15.4
		Never	-	-
4	I do not wash my hands after playing and physical exercises.	Always	-	-
		Sometimes	12	92.3
		Never	1	7.7
5	I do not wash my hands after touching my pet.	Always	1	7.7
		Sometimes	8	61.5
		Never	4	30.8
6	I do not dry my hands with dry cloth/tissue after washing my hands.	Always	3	23.1
		Sometimes	6	46.2
		Never	4	30.7
7	I wash my hands only using water.	Always	1	7.7
		Sometimes	8	61.5
		Never	4	30.8
8	I wash my hands with flowing water and soap.	Always	6	46.2

		Sometimes	7	53.8
		Never	-	-

Table 2 shows the result of the assessment of the application of hand washing behavior among the participants. The first statement of washing hands before eating was found to be applied by 8 participants (61.5%) always, while the rest of the participants (38.5%) admit to be washing hands before eating only sometimes. After eating, 46.2% participants always wash their hands with soap, while the rest 53.8% do not do it all the time. It is found that 11 participants (84.6%) always wash their hands with soap after defecating while 2 of them only apply this behavior sometimes. The next statement of washing hands after playing and physical exercises was done sometimes by 92.3% of the participants (12) while 7.7% never washes their hands after physical activities. After touching their pets, only 1 participant (7.7%) always washes their hands, 61.5% washes their hands sometimes while the rest 30.7% never washes their hands. One participant always washes their hands only using water, 8 (61.5%) washes their hands only using water sometimes, while 4 (30.8%) admits to never washing hands with only water. For the proper behavior of washing hand with flowing water and soap, 6 participants (46.2%) admit to always implying this behavior, while 7 others (53.8%) only do it sometimes.

DISCUSSION

Children and adolescents tend to not pay much attention on the simple health efforts that can protect them from diseases. The result of this study has found that students still have not imply the correct behavior of washing hands with soap and flowing water. In their research article, Nakoe et al (2020) mentions how washing hands with water is not as effective as washing hands with flowing water and soap, because the bacteria killed with water is very little in amount compared to the number of bacteria killed when hands are washed with flowing water and soap.

The result also found, as seen on the tables previously, that even though the total number of the samples have the adequate knowledge on hand wash and how it prevents infections from occurring, the behavior of implying this effort is not thorough. This corresponds the study conducted by Pratiwi (2017), a good knowledge of washing hands is not enough in preventing the spread of infection. A good knowledge must be hand in hand with the application of the knowledge learnt.

After assessing the knowledge of the participants and finding that the behavior of proper hand washing is not thoroughly implied, the researchers held a community health education on hand washing which resulted in a positive evaluation since the participants can retell or verbalize the material given on washing the hands properly. Even so, the researchers still seek the collaboration from the school to regularly remind the healthy behavior of hand hygiene so that the good habit can be built and kept among the students.

CONCLUSION

Based on the study done and the result found, the researchers conclude that: All data collected based on the questionnaire was tabulated and it was found that in the Setiabudi Bandung Adventist Elementary and Middle School student communities as follows:

1. Students' knowledge about washing hands with soap is almost completely known by students.

2. Students know that washing hands is cleaning hands and fingers using running water and soap (as much as 100% are known by students).
3. It was found that 92.3% (12 respondents) said that they sometimes wash their hands using running water and soap after playing or exercising.
4. Students sometimes only wash their hands using running water without having to use soap.

Recommendation

The researchers recommend the health care personnel to highly promote the behavior of washing hands properly with soap in order to minimize the vulnerability and risks of students in being infected with diseases and to the school, the researchers seek to encourage the implication of such health behavior of proper hand wash and for it to be reminded in the everyday meeting setting of the school, between the teachers and the students. These recommendations are delivered in expectations to contribute to the positive change in knowledge which can lead to a positive change in behavior of each individual in reducing the risk of infection.

REFERENCES

- [1] Haryani, S., Astuti, A. P., Minardo, J. (2021). Pengetahuan dan Perilaku Mencuci Tangan pada Siswa SMK sebagai Upaya Pencegahan COVID-19. *Jurnal Keperawatan dan Kesehatan Masyarakat*, 10(1). 85-91.
- [2] Jess, R. L., & Dozier, C. L. (2020). Increasing handwashing in young children: A brief review. *Journal of Applied Behavior Analysis*, 53(3), 1219-1224.
- [3] Kementerian Kesehatan RI. (2020). *Kebijakan Cuci Tangan Pakai Sabun*. Jakarta
- [4] Masturoh, I dan Anggita, N. 2020. Metodologi Penelitian Kesehatan. Kementerian Kesehatan RI. Jakarta
- [5] Nakoe, R., Lalu, N. A. S., & Mohamad, Y. A. (2020). Perbedaan efektivitas hand-sanitizer dengan cuci tangan menggunakan sabun sebagai bentuk pencegahan covid-19. *Jambura Journal of Health Sciences and Research*, 2(2), 65-70.
- [6] Nicolaides, C., Avraam, D., Cueto-Felgueroso, L., González, M. C., & Juanes, R. (2020). Hand-hygiene mitigation strategies against global disease spreading through the air transportation network. *Risk Analysis*, 40(4), 723-740.
- [7] Pratiwi, I. D. (2017). Pengetahuan dan perilaku cuci tangan pada anak sekolah dasar di Kota Malang.
- [8] Purwandari, R. 2020. Jurnal Keperawatan “ Hubungan Antara Perilaku Mencuci Tangan Dengan Insiden Diare Pada Anak Usia Sekolah”
- [9] Samsuridjal, D. (2020). *Panduan Hidup Sehat*. Penerbit : Buku Kompas
- [10] Sugiyono. (2020). Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Penerbit : Alfabeta
- [11] World Health Organization (2022). *Diarrhea*. Retrieved from https://www.who.int/health-topics/diarrhoea#tab=tab_1
- [12] Yusuf, Y. S. (2020) *Hubungan Cuci Tangan Sebelum Makan dengan Kejadian Diare pada Anak di Puskesmas Jagogn, Kabupaten Pangkajene Kepulauan tahun 2020*. Fakultas Kedokteran Universitas Hasanuddin.

PENGARUH INTELLECTUAL CAPITAL, GOOD CORPORATE GOVERNANCE, DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN DIMEDIASI OLEH PROFITABILITAS

Oleh

Hafidh Ahmad Rizqi Pratama¹, Vera Maria²

^{1,2}Manajemen, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

E-mail: ¹5551200035@untirta.ac.id, ²vera.maria@untirta.ac.id

Article History:

Received: 16-12-2022

Revised: 15-01-2023

Accepted: 29-01-2023

Keywords:

*Intellectual Capital,
Good Corporate
Governance, Corporate
Social Responsibility,
Profitability, Corporate
Value*

Abstract: *A company is founded with the aim of increasing its value, as indicated by the share price. Complete and accurate information is needed for rational decision making to produce the desired results. Businesses can leak information that will increase their value to attract investors. As a result, businesses often release information they perceive as increasing their value, which can drive up their share price. This study aims to find out the effect of Intellectual Capital, Good Corporate Governance, and Corporate Social Responsibility on company value mediated by Profitability in real estate and property sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2017 - 2022. The results show that Intellectual Capital (IC) has a negative effect on Company Value, and Good Corporate Governance (GCG) has no effect on Company Value. Corporate Social Responsibility (CSR) has no effect on company value. Profitability has a positive effect on firm value. Intellectual Capital (IC) does not affect Profitability. Good Corporate Governance (GCG) harms profitability. Corporate Social Responsibility (ICSR) does not affect profitability. Profitability does not mediate the relationship between Intellectual Capital (IC) and Firm Value. Profitability does not mediate the relationship between Good Corporate Governance (GCG) and Corporate Values. Profitability does not mediate the relationship between Corporate Social Responsibility (CSR) and Company Value.*

PENDAHULUAN

Tujuan pendirian perusahaan adalah untuk meningkatkan nilainya seperti yang ditunjukkan oleh harga saham. Nilai perusahaan yang besar mungkin merupakan tanda kekayaan investor, dapat membangkitkan minat mereka untuk berinvestasi dalam bisnis tersebut. Untuk membuat penilaian dalam berinvestasi, investor membutuhkan pengetahuan dan data. Agar pengambilan keputusan yang rasional dapat menghasilkan konsekuensi yang diinginkan, diperlukan informasi yang lengkap dan akurat (Fiadicha & Hanny, 2016). Untuk menarik investor, bisnis dapat merilis informasi yang akan meningkatkan nilainya. Oleh karena itu perusahaan sering mengeluarkan informasi yang diatisipasi menjadikan peningkatan nilai perusahaan, yang dapat menyebabkan kenaikan

harga saham perusahaan.. Nilai perusahaan tidak hanya dilihat dari harga saham. Namun nilai perusahaan dapat dinilai dari aspek Intellectual Capital (IC), Good Corporate Governance (GCG), dan Corporate Social Responsibility (CSR).

Menerapkan good corporate governance ialah penting dilakukan setiap perusahaan. Persaingan yang terus semakin berkembang antar perusahaan, sehingga perlu dioptimalkan upaya tata kelola perusahaan yang tepat, agar dalam praktiknya perusahaan dapat berjalan secara efektif dan efisien. Dalam mengoptimalkan nilai perusahaan dapat terjadi permasalahan antara agen, atau yang dikenal dengan masalah keagenan. Dalam hal tersebut perusahaan memerlukan sistem manajemen perusahaan yang baik. Pengelolaan sistem manajemen yang baik dalam implementasinya dapat dilakukan oleh setiap orang yang dapat mengutamakan etika guna mencapai misi dan visi perusahaan yang sudah ditetapkan menjadi acuan perusahaan dalam menjalankan perusahaan.

Dengan menumbuhkan good corporate governance dapat menumbuhkan ikatan yang positif antara seluruh komponen didalam korporasi, diantaranya Dewan Direksi, Dewan Komisaris dan para investor dalam upaya peningkatan performa korporasi itu sendiri. Dalam pergeseran peranan sumber daya manusia dari dasar ke peranan dan fungsi bisnis strategi yang dapat mencapai pengelolaan perusahaan yang dapat dipertanggungjawabkan. Kegiatan good corporate governance merupakan salah satu bahan pertimbangan dalam berinvestasi. Kinerja keuangan bukanlah sebagai satu-satunya sumber informasi investor dalam mempertimbangkan keputusan investasi. Dengan adanya corporate social responsibility menjadi ketertarikan investor untuk berinvestasi. Meskipun corporate social responsibility telah diwajibkan untuk perusahaan perseroan terbatas. Saat ini perusahaan sudah menyadari pentingnya corporate social responsibility bukan hanya sekedar kebijakan pemerintah. Namun, corporate social responsibility bisa untuk investasi jangka Panjang. Dengan melakukan corporate social responsibility diharapkan dapat memberikan stimulus positif dari masyarakat yang dapat meberikan efek positif terhadap perusahaan. Dengan penerapan corporate social responsibility dapat meningkatkan loyalitas terhadap perusahaan.

Corporate social responsibility memiliki tujuan agar perusahaan bekontibusi dalam pelestaraan lingkungan dan masyarakat sekitar. Oleh sebab itu, CSR berkaitan dengan rencana pembangunan yang berkelanjutan dalam organisasi, terutama perusahaan dalam pelaksanaan aktivitas tidak hanya berdasarkan keputusan ekonomi, tetapi juga harus memberikan dampak social bagi lingkungan dalam keputusannya, baik untuk jangka pendek maupun untuk jangka Panjang (Rejeki, SE., Ak., M.Si., CA. & Winningsih, 2022). Selain itu CSR dapat berfungsi menjadi keistimewaan dalam perusahaan untuuk menghadapi persaingan yang unggul. Dengan adanya CSR dipergunakan sebagai hal yang membedakan perusahaan dengan kompetitornya dalam menghadapi persaingan yang unggul. Selain itu ,Intelectuall capital merupakan modal penting dalam peningkatan kinerja perusahaan. Intellectual capital berupa aset tidak berwujud seperti mateeri intelektual pengetahuan, informasi, hak pemilikan intelektual dan pengalaman yang digunakan untuk menciptakan kekaayaan. Intellectual capital berperan dalam berjalannya perusahaan.

Kinerja keuangan yaitu suatu penilaian menganai kondisi keuangan perusahaan. Kinerja keuangan dinilai dari profitabilitas yang diperoleh. Profitabilitas ini kapabilitas korporasi dalam menciptakan keuntungan didalam tingkat penjualan ,aset dan mosal

tertentu. Perkembangan profitabilitas perusahaan menjadi ukuran investor untuk mengalalisa return di masa yang akan datang(Puspita & Kartini, 2022). Proporsi yang digunakan dalam memperkirakan produktivitas adalah Pengembalian Sumber Daya karena menunjukkan keadaan organisasi selama periode tertentu dalam memanfaatkan sumber daya untuk menghasilkan keuntungan.

Untuk memaksimalkan kinerja perusahaan maka perlu diperlukan dan diterapkannya Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility dan Intelecutal Capital dalam menjalankan perusahaan. Dengan diterapkannya hal tersebut dapat membentuk budaya perusahaan yang baik dan nantinya dapat meyakinkan investor, serta meningkatkan keamanan yang berkaitan dengan semua elemen yang dapat menjaga keberlangsungan perusahaan. Penelitian ini bertujuan agar mengetahui lebih lanjut pengaruh antara Intellectual Capital, Good Corporate Governance, dan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan yang dimediasi oleh Profitabilitas. Diharapkan dengan penelitian yang dilakukan dapat memberikan informasi dan mengetahui seberapa besar pengaruh antara Intellectual Capital, Good Corporate Governance, dan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan. Dan juga, peneliti juga ingin mengetahui seberapa besar Profitabilitas menjembatani pengaruh dari ketiga variable tersebut terhadap Nilai Perusahaan.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Stakeholder

Menurut Freeman (1984), hipotesis stakeholder menyatakan bahwa organisasi atau orang-orang yang memiliki hubungan dengan korporasi memiliki dampak yang signifikan terhadap kemampuan organisasi untuk bertahan hidup. Menurut teori ini, suatu bisnis harus menguntungkan semua pemangku kepentingannya, termasuk pemilik, kreditur, pelanggan, pemasok, pemerintah, komunitas, analis, dan kelompok lainnya (Vionita et al., 2021). Menurut hipotesis stakeholder, sebuah perusahaan tidak dapat eksis hanya untuk keuntungannya sendiri; itu juga harus dapat membantu para pemangku kepentingannya. Karen dorongan yang ditunjukkan oleh para stakeholder perusahaan memiliki dampak yang signifikan terhadap keberadaan perusahaan. Karena kelangsungan hidup perusahaan bergantung pada dukungan stakeholders, tanggung jawab perusahaan yang sebelumnya hanya diukur sebagai indikator ekonomi, harus berubah dengan memperhatikan faktor sosial, baik internal maupun eksternal (Yanti et al., 2021). Menurut penelitian (Bramono , 2008), Teori Stakeholder menempatkan fokus yang kuat pada pengambilan keputusan perusahaan yang memperhitungkan kebutuhan dan kepentingan semua pemangku kepentingan yang terlibat dalam operasi bisnis.

Teori Keagenan

Menurut teori keagenan, setiap orang hanya didorong oleh kepentingannya sendiri, yang berujung pada konflik. Prinsipal dapat merealisasikan pengawasan melalui tata kelola perusahaan yang efektif dalam upaya meredam isu keagenan. Gagasan tata kelola perusahaan yang baik diajukan untuk mengembangkan kinerja perusahaan melalui pengawasan kinerja agen dan memastikan akuntabilitas agen kepada prinsipal berdasarkan peraturan. Hal ini diantisipasi sebagai alat untuk jaminan kepada prinsipal bahwa mereka akan melihat pengembalian investasi mereka. berinvestasi . Se jauh mana investor percaya bahwa manajer akan menguntungkan mereka dan sejauh mana investor memiliki pengaruh

terhadap manajer keduanya terkait dengan mengkoordinirnsasi perusahaan yang tepat. Hal-hal yang dapat meningkatkan nilai perusahaan diketahui oleh pemegang saham. Salah satu pendekatan untuk melakukannya adalah dengan terlibat dalam kegiatan CSR (Corporate Social Responsibility) perusahaan (CSR). Inisiatif CSR dapat bermanfaat bagi pemangku kepentingan dan agen (manajer) (Arifin , 2018).

Resource-Based Theory

Menurut teori berbasis sumber daya, sebuah perusahaan melakukan yang terbaik ketika menggunakan sumber dayanya dengan sebaik-baiknya untuk mendapatkan keunggulan kompetitif (Wernerfelt , 1984). Keunggulan kompetitif perusahaan diwariskan secara internal dan menantang untuk ditiru oleh bisnis lain. Jika sebuah bisnis menggunakan dan mengelola sumber dayanya dengan tepat, ia dapat mencapai keunggulan. Teori ini mengandaikan yakni perusahaan adalah sekumpulan kemampuan untuk mengelola sumber daya tersebut berkenaan dengan sumber dayanya (Penrose, 1959). Apa pun yang dapat digunakan untuk memperkuat atau melemahkan korporasi adalah sumber daya. Menurut Wernerfelt (1984), sumber daya perusahaan adalah aset berwujud dan tidak berwujud yang terhubung dengan perusahaan.

Intellectual Capital

Intellectual capital bisa dikatakan ialah perusahaan yang membedakan antara nilai pasar dan modal finansialnya. Ketika pengetahuan dan informasi diterapkan pada suatu tugas, modal intelektual diubah menjadi nilai bisnis. Value Added Intellectual Capital adalah salah satu metrik modal intelektual (VAIC). Perusahaan menyadari bagaimana pasar dihargai berkat ketajaman bisnis mereka (Lestari & Sapitri , 2016). Perhitungan modal intelektual menggunakan nilai tambah VACA, VAHU, dan STVA. Singkatan VAICTM singkatan kombinasi dari tiga nilai tambahan. Agar bisnis menghasilkan nilai dan keunggulan kompetitif yang tahan lama, pengembangan Intellectual Capital sama pentingnya dengan investasi modal (Chen et al., 2005).

Good Corporate Governance

Hubungan antara kerangka kerja yang mengontrol kemitraan dan kebebasan serta komitmen para eksekutif, investor, pemerintah, dan mitra dalam dan luar dalam organisasi diatur oleh administrasi perusahaan yang hebat (GCG), sesuai Calbury Board Inggris (1922). (Fatimah et. al., 2017) Menurut Tjondro & Wilopo (2011), aturan dan etika adalah dua elemen yang dapat mendorong bisnis untuk mengadopsi GCG. Berikut rumus yang digunakan untuk menghitung total GCG:

$$GCG = \frac{\text{Jumlah item yang terpenuhi}}{\text{Total Item}} 100\%$$

Sistem tata kelola perusahaan merupakan hal yang krusial (Afrizal et.al., 2021). Karena dikaitkan dengan peningkatan kinerja perusahaan yang akan meningkatkan nilai organisasi, ini adalah salah satu taktik untuk mengurangi masalah kontrol dan kepemilikan (Gosal, et. al., 2018). Dengan bantuan kerangka tata kelola perusahaan yang kuat, manajemen diharapkan dapat melaksanakan tugas-tugas yang berkaitan dengan kepentingan pemilik.

Corporate Social Responsibility (CSR)

CSR ialah taktik untuk meningkatkan nilai perusahaan dan membuat persepsi yang positif di antara para pemangku kepentingan (Mukhtaruddin, et. al., 2019). Perusahaan perlu memikirkan CSR sebagai strategi jangka panjang yang menawarkan keuntungan, menurut

Heinkel et. al. (2001). Menurut Febyani (2016), tanggung jawab CSR, Konsep yang memungkinkan bisnis bertanggung jawab atas tantangan keuangan dan lingkungan, memungkinkannya untuk berkembang secara berkelanjutan. Gray, Javad , Power, dan Sinclair (2001) mendefinisikan pengungkapan CSR sebagai penyebaran info yang dimaksudkan untuk menyatakan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan yang di share ke beberapa media, seperti laporan tahunan atau iklan dengan pandangan sosial. Proses pengungkapan CSR melibatkan pemberian informasi kepada orang-orang tentang dampak lingkungan dan sosial dari keputusan ekonomi organisasi untuk segmen masyarakat tertentu.

Nilai perusahaan

Menurut Solikhah (2019), nilai perusahaan sebagai suatu kondisi yang merangkum keberhasilan perusahaan dalam semua operasinya. Ketika harga saham suatu perusahaan meningkat, nilai pasarnya meningkat karena menawarkan kenyamanan bagi pemegang saham (Maryanto , 2017). Nilai perusahaan dapat meningkat ke titik di mana pemegang sahamnya dapat memperoleh keuntungan paling banyak. Rasio yang menggunakan rasio Price Book Value (PBV) untuk menghitung nilai perusahaan digunakan untuk melakukannya. PBV tinggi, yang menunjukkan bahwa konsumen lebih mempercayai bisnis (Repi et al., 2016).

$$PBV = \frac{\text{Harga pasar per lembar saham}}{\text{Nilai buku per lembar saham}}$$

Profitabilitas

Profitabilitas signifikan dapat memperoleh pendapatan yang besar yang disampaikan kepada pemegang saham, yang diharapkan dapat mempebesar nilai perusahaan. Elemen yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas. Profitabilitas adalah hasil total dari banyaknya arahan dan pedoman dari manajemen bisnis. Cara lain untuk melihat profitabilitas adalah sebagai bisnis mematikan penjualan dan keuntungan investasi. Secara alami, pemangku kepentingan seperti kreditur, pemasok, dan investor akan menyadari potensi keuntungan bisnis dari penjualan dan belanja modal ketika terdapat profitabilitas yang sangat baik (Samosir & Hendrik, 2021).

$$ROA = \frac{\text{Laba Sebelum Pajak}}{\text{Total Aset}} 100\%$$

HIPOTESIS

Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Profitabilitas

Intellectual Capital berperan signifikan terhadap menambah nilai perusahaan, yang berdampak pada profitabilitas perusahaan, dan seberapa efektif perusahaan mengelolanya akan berdampak signifikan terhadap pendapatan positif atau profitabilitas yang dihasilkan perusahaan. Studi ini dilakukan oleh Chen et al., menyatakan bahwa modal intelektual memiliki dampak yang menguntungkan pada nilai pasar dan kinerja keuangan bisnis. Penelitian serupa oleh Ulum (2007) menyatakan bahwa modal ini memiliki dampak yang menguntungkan pada kesuksesan finansial perusahaan . H1 : Intellectual capital berpengaruh terhadap profitabilitas.

Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Profitabilitas

Menurut temuan Ayuningrum dan Rangga Uji Dwi (2017), adanya hubungan yang positif dan substansial antara corporate governance (CG) dengan profitabilitas (ROA), dengan

variabel CG berpengaruh terhadap profitabilitas yang diukur dengan ROA. Maka, dapat dikatakan bahwa peningkatan CG akan berdampak pada peningkatan ROA. H2 : Good Corporate Governance berpengaruh terhadap Profitabilitas.

Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas

Gagasan ini menawarkan sarana bagi setiap bisnis untuk terlibat dalam ranah sosial dan memperhatikan dampak sosial saat ini. Penelitian Odetayo , Adeyemi , dan Sajuyigbe (2014) menemukan korelasi yang kuat antara CSR dan profitabilitas. Menurut studi Khojastehpour dan Johns (2014), CSR memiliki dampak yang menguntungkan pada profitabilitas dan reputasi perusahaan. H3 : Corporate Social Responsibility berpengaruh terhadap Profitabilitas.

Pengaruh Intellectual Capital terhadap Nilai Perusahaan

Terciptanya nilai perusahaan apabila perusahaan dapat mampu mengoptimalkan semua sumber dayanya secara maksimal. Perusahaan akan memperoleh (value added) sebagai hasil pengembangan nilai ini (penciptaan nilai), memberikannya keunggulan kompetitif atas para pesaingnya. Hal ini didasarkan dalam dua teori: Resource Based Theory (RBT), yang menegaskan yakni sumber daya perusahaan mencakup semua aset, kapabilitas, proses organisasi, atribut, dan hal-hal lain yang berada di bawah kendalinya dan memungkinkannya untuk mudah mengerti dan merealisasikan strategi yang meningkatkan efisiensi dan efektifitas, serta Signalling Theory mengenai pentingnya informasi yang dibuat oleh perusahaan kepada investor. Penelitian oleh Chen et al. (2005) menggunakan bentuk VAICTM dari model Pulic mengungkapkan bahwa modal ilmiah secara tegas mempengaruhi harga pasar dan kinerja keuangan perusahaan. H4 : Intellectual Capital berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut temuan Ayuningrum dan Rangga Pengujian hipotesis yang diajukan Dwi (2017), PBV berfungsi sebagai proksi yang baik untuk dampak langsung corporate governance (CG), sebagaimana ditentukan oleh indikator transparansi, akuntabilitas, tanggung jawab, independensi, dan kewajaran terhadap nilai perusahaan. Akibatnya, PBV dipengaruhi secara positif oleh variabel CG, meskipun tidak signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa variabel CG tidak adanya pengaruh langsung terhadap nilai perusahaan (PBV). H5 : Good Corporate Governance berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan

Reputasi positif di antara pemangku kepentingan dan investor akan dihasilkan dari pengungkapan CSR perusahaan. Sebagai hasilnya, nilai perusahaan akan meningkat, menciptakan efek yang menguntungkan. Signaling theory yang menyoroti nilai informasi yang diberikan oleh perusahaan atas pilihan investasi yang dilakukan oleh pihak di luar perusahaan. Seperti yang ditunjukkan oleh penelitian Gherghina dan Vintila (2016), CSR secara tegas mempengaruhi penghargaan organisasi. Penemuan komparatif dikemukakan oleh eksplorasi Singh, Sethuraman, dan Lam (2017), yang menunjukkan hubungan antara CSR dan penghargaan perusahaan. H6 : Corporate Social Responsibility berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Rasio keuangan merupakan alat untuk mengevaluasi kinerja keuangan. Nilai bisnis meningkat seiring dengan tingkat kinerja keuangannya. Nilai bisnis akan meningkat seiring

dengan peningkatan profitabilitas. Nilai perusahaan serta signifikansi informasi yang dikeluarkannya kepada pihak di luar organisasi saat membuat keputusan investasi. Profitabilitas dan nilai perusahaan memiliki hubungan yang positif, seperti ditunjukkan oleh penelitian Supriyadi, Sulistiyo, dan Roziq (2019). H7: Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Intellectual Capital terhadap Nilai Perusahaan yang dimediasi oleh Profitabilitas

Peningkatan keunggulan, mendorong produktivitas yang lebih tinggi untuk bisnis, akan sangat terbantu oleh penggunaan modal ilmiah yang kuat dan efisien. Penelitian Basir, Prianka, dan Maretha (2018) menunjukkan bahwa Scholarly Capital berdampak pada produktivitas. Manfaat, sementara itu, secara mengesankan memengaruhi nilai perusahaan dan berfungsi sebagai faktor perantara dalam hubungan antara modal ilmiah dan harga diri bisnis. Selain itu, penelitian Nuryaman (2015) menyatakan bahwa manfaat berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara Modal Ilmiah dan nilai bisnis dan bahwa Modal Ilmiah secara tegas memengaruhi produktivitas dan nilai perusahaan. H8 : Intellectual Capital berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan yang dimediasi oleh Profitabilitas.

Pengaruh Good Corporate Governance terhadap Nilai Perusahaan yang dimediasi oleh Profitabilitas

Menurut Ayuningrum dan Rangga Uji Dwi dari tahun 2017, dampak tidak langsung dari administrasi perusahaan (CG) pada nilai perusahaan (PBV) adalah positif tetapi tidak signifikan secara statistik berdasarkan koefisien jalur. Variabel manfaat (ROA) berpengaruh positif dan sangat besar terhadap produktivitas sebagai variabel mediasi antara faktor administrasi perusahaan terhadap nilai perusahaan. Variabel manfaat (ROA) berpengaruh positif dan sangat besar terhadap produktivitas sebagai variabel mediasi antara faktor administrasi perusahaan terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, profitabilitas dapat dianggap sebagai faktor penghubung antara pengaruh tata kelola perusahaan terhadap nilai bisnis. H9: Good Corporate Governance berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan yang dimediasi oleh Profitabilitas

Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan yang dimediasi oleh Profitabilitas

Perusahaan akan mendapatkan reputasi positif di mata investor dan pemangku kepentingan dengan mengungkapkan upaya CSR-nya. Ini akan mendorong klien untuk membeli produk bisnis, yang akan memperluas manfaat serta nilai wajarnya. CSR adalah salah satu yang dapat mempengaruhi nilai organisasi. Hal ini menegaskan bahwa CSR dapat berimplikasi mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan, meskipun kemampuan produktivitas sebagai faktor perantara untuk hubungan antara CSR dan nilai perusahaan. Benefit dapat berperan sebagai perantara dalam hubungan antara CSR dan harga diri perusahaan, sesuai penelitian Maulida (2016). Ini menunjukkan bagaimana CSR meningkatkan nilai bisnis saat profitabilitas meningkat. H10: Corporate Social Responsibility berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan yang dimediasi oleh Profitabilitas.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian tinjauan kuantitatif. Pemeriksaan kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan angka-angka yang kemudian dinilai dan diselidiki

dengan menggunakan pemeriksaan faktual.

Populasi dan Sampel

Perusahaan di sector real dan properti yang tercatat di Bursa Efek Indonesia adalah ujian ujiannya. Periode persepsi lima (5) tahun untuk usaha ini adalah dari 2017 hingga 2021. Strategi pengujian purposive, yaitu pemeriksaan khusus sesuai pedoman yang ditetapkan oleh para ahli, digunakan sebagai pendekatan pemeriksaan dalam ulasan ini (Sugiyono, 2016). Standar terlampir dilibatkan oleh analis untuk tinjauan ini: (1) Organisasi di bidang tanah dan properti yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) antara tahun 2017 dan 2021; (2) organisasi di bidang tanah dan properti yang memberikan informasi lengkap dalam laporan tahunan mereka selama jangka waktu eksplorasi; dan (3) organisasi properti dan lahan yang mengungkap pelaksanaan CSR dalam laporan tahunan selama kerangka waktu peninjauan. Jadi, kami memilih 10 organisasi dari properti dan lahan. Dengan demikian, jumlah tes yang dipilih adalah $10 \times 5 = 50$ contoh.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam perolehan data, digunakan teknik dokumentasi. Laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan industri properti dan real estate dari tahun 2017 hingga 2021 dikumpulkan untuk penelitian ini dari Bursa Efek Indonesia (BEI). Sumber data utama untuk studi data adalah literatur, jurnal penelitian sebelumnya yang terkait dengan penelitian ini, laporan keuangan yang telah diaudit, laporan tahunan yang berisi data modal intelektual, tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), nilai perusahaan, dan profitabilitas, serta penilaian diri perusahaan di sektor real estate dan properti.

Teknik Analisis Data

Analisis Statistik Deskriptif

Ghozali menegaskan (2016:19), deskripsi data berdasarkan mean, median, standar deviasi, variance, maximum, minimum, sumrange, kurtosis, dan skewness (distribusi yang miring) merupakan pokok bahasan analisis statistik deskriptif.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Variabel dependen dan independen model regresi linier dikenai uji normalitas untuk menentukan apakah mereka terdistribusi normal atau tidak. Selain menggunakan grafik plot probabilitas normal, uji Kolmogorov-Smirnov juga dapat digunakan untuk memeriksa normalitas. Data dikatakan berdistribusi normal jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah model regresi mengidentifikasi korelasi antara variabel independen (independen). Untuk menentukan apakah model regresi ini menunjukkan multikolinearitas, perhatikan nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan Variance Inflation Factor (VIF) nilai 10. Jika tidak, maka tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians antara residual model regresi dari satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Jika tidak terlihat pola dan titik-titik berjarak sama di atas dan di bawah sumbu Y dengan nilai 0 (nol), maka heteroskedastisitas tidak ada.

Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2016):61 tujuan uji autokorelasi adalah untuk memastikan apakah terdapat korelasi dalam model regresi linier antara error pada periode t-1 (sebelumnya) dengan confounder pada periode t.

Uji Hipotesis

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi variabel dependen (R²) adalah pengukuran utama dari variabilitas variabel. Koefisien determinasi memiliki kisaran 0 hingga 1, dan semakin dekat dengan 1, semakin baik variabel independen penelitian dapat memprediksi varians variabel dependen.

Uji Goodness of Fit

Untuk menentukan apakah variabel bebas cocok sebagai variabel penjelas bagi variabel terikat, maka dilakukan uji goodness of fit yang disebut juga dengan uji F. Ho ditolak jika uji goodness of fit lebih besar dari 0,05, yang menunjukkan bahwa model penelitian tidak akurat karena perbedaan yang signifikan antara model dan nilai yang diamati.

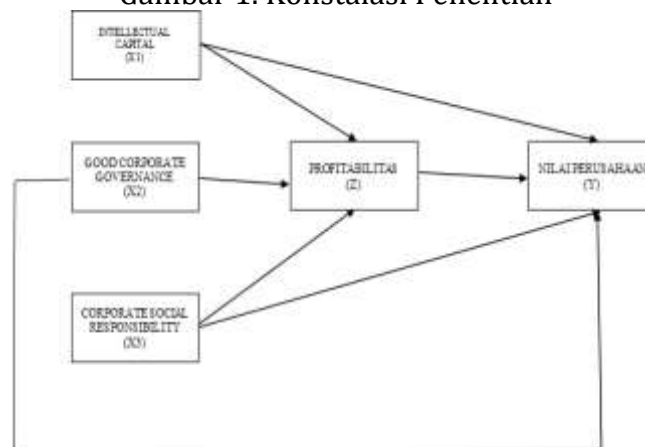
Uji Statistik t

Uji statistik digunakan untuk mengetahui hubungan antara pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dan variabel lainnya. Jika nilai signifikansi uji-t lebih besar dari 0,05, maka variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen, dan Ho adalah diterima dan Hi ditolak.

Analisis Jalur

Analisis jalur adalah proses pemanfaatan sekumpulan faktor penyebab untuk menjelaskan pengaruh langsung dan tidak langsung dari sekumpulan variabel lain yang merupakan variabel konsekuensial (Ghozali, 2016).

Gambar 1. Konstalasi Penelitian



HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa nilai mean PBV adalah 2.228.611, median 1.060.000, tertinggi 5.800.000, terendah 0.090.000, dan standar deviasi 1.852.159. Kita dapat menyimpulkan bahwa nilai IC rata-rata adalah 1.057.806, dengan median 9.925.000, tertinggi 1.753.000, terendah 4.297.000, dan standar deviasi 3.137.456. Variabel GCG menunjukkan rerata nilai GCG sebesar 9.056.987, median sebesar 9.042.000, Standar

deviasi adalah 3.945.796, dengan nilai tertinggi 9.655.000 dan terendah 8.571.000. Dari variabel CSR dapat disimpulkan bahwa nilai mean CSR adalah 7.916.333, median 7.708.000, tertinggi 8.333.000, terendah 7.708.000, dan standar deviasi 2.988.072. Standar deviasi adalah 3.945.796, dengan nilai tertinggi 9.655.000 dan terendah 8.571.000.

Analisis Data

Uji Stasioneritas

Analisis regresi menimbulkan pertanyaan tentang sifat stasioner data, sehingga data dalam penelitian ini harus stasioner. Pekerjaan ini menggunakan uji akar unit untuk menemukan data stasioner. Jika nilai probabilitas kurang dari 0,05, data dianggap stasioner. atau variabel terikat lolos uji stasioneritas jika nilai probabilitas yang diperoleh kurang dari 0,05 menurut data tersebut.

Uji Regresi Berganda

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Menurut temuan, nilai probabilitas untuk persamaan pertama adalah 0,241717. Dengan kata lain, karena angkanya lebih besar dari 0,05, maka ditentukan bahwa data tersebut terdistribusi secara teratur. Nilai probabilitas persamaan kedua adalah 0,78494. Artinya, nilai signifikansi 0,05 memberi tahu kita bahwa angka tersebut menunjuk ke posisi yang lebih besar. Oleh karena itu data dianggap terdistribusi secara normal.

Uji Multikoleniaritas

Untuk mengetahui terlepas dari apakah satu faktor bebas menambah faktor bebas lainnya, uji multikoleniaritas sangat penting. Berdasarkan menurut data tadi membuktikan bahwa nir terdapat korelaksi silang yang bernilai lebih menurut 0.90 sebagai akibatnya pada contoh regresi ini bisa disimpulkan bahwa nir terdapat kasus multikoleniaritas. Berdasarkan menurut data tadi membuktikan bahwa nir terdapat korelaksi silang yg bernilai lebih menurut 0.90 sebagai akibatnya pada contoh regresi ini bisa disimpulkan bahwa nir terdapat kasus multikoleniaritas.

Uji Autokorelasi

Uji Heteroskedastisitas

Probabilitas setiap variabel independen berada di atas atau lebih besar dengan tingkat signifikansi 0,05 dapat digunakan untuk menunjukkan bahwa hasil uji heteroskedastisitas tidak menunjukkan adanya kasus heteroskedastisitas.

Uji T-test (Uji secara individu)

Dalam uji T ini keputusan didasarkan pada fakta bahwa variabel independen pada penelitian ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen jika nilai probabilitas variabel yang digunakan kurang dari 0,05. Masih ada tiga variabel dengan nilai perusahaan di bawah 0,05 menurut hasil uji regresi berganda untuk regresi primer dan regresi intervening: variabel IC pada nilai perusahaan dengan output 0,0402, variabel ROA dengan nilai perusahaan dengan nilai 0,0117, dan variabel GCG dengan profitabilitas. Oleh karena itu, dapat ditarik kesimpulan dari output sebelumnya bahwa masih terdapat tiga variabel independen yang berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini diasumsikan berpengaruh baik terhadap variabel dependen maupun independen secara simultan apabila nilai probabilitas uji F kurang dari 0,05. PBV bank umum dipengaruhi secara signifikan oleh IC

(X1), GCG (X2), CSR (X3), dan variabel ROA (Z). CSR (X) semuanya berpengaruh secara simultan terhadap ROA. Klaim ini ditunjukkan dengan menggunakan nilai prob F-test 0.002408 dibawah 0.05 sebagai hasil output. Konsekuensinya, regresi primer dan intervening dari variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. variabel. Untuk menunjukkan variasi variabel terikat (dependent), pengujian ini mengukur variabel bebas (independent). Model regresi yang digunakan semakin baik ketika nilai R2 semakin mendekati satu (1). Dari hasil pengolahan data output ditampilkan dalam tabel &.Kedua primer dan d intervening regresi menghasilkan nilai R2 masing-masing sebesar 0,362933 atau 36,30 persen. Dengan demikian, variabel otonom (bebas) dapat menunjukkan variabel dependen sebesar 36,30%. Sisi-sisi tersebut kemudian memperoleh 63,7 persen. Hasilnya adalah 0,386522 atau 38,65 persen. Hasilnya, variabel independen vevas dapat menunjukkan variabel dependen hingga 38,65 persen. Kemudian, untuk variabel yang tersisa, pastikan \$61,35 dijelaskan oleh variabel yang tidak digunakan dalam penelitian

Uji F test (Uji Serempak)

Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini diasumsikan berpengaruh terhadap variabel dependen dan independen secara bersamaan jika nilai probabilitas uji F kurang dari 0,05. IC (X1), GCG (X2), CSR (X3), dan variabel ROA (Z) berpengaruh besar terhadap PBV bank umum. Klaim ini didukung oleh hasil pengujian yang dihasilkan oleh Prob F-test yang memiliki nilai 0,010700 lebih kecil dari 0,05. Variabel IC (X1), GCG (X2), dan CSR (X3) semuanya berpengaruh terhadap ROA secara simultan. Temuan output dari nilai prob F-test 0,002517 di bawah 0,05 digunakan untuk menunjukkan klaim ini. Akibatnya, dapat disimpulkan bahwa dependen dipengaruhi secara simultan oleh regresi primer dan regresi intervening dari variabel independen.

Uji koefisien determinasi (R2)

Untuk menunjukkan variasi variabel dependen (tergantung), pengujian ini mengukur variabel independen (independen). Model regresi yang digunakan semakin baik ketika nilai R2 semakin mendekati satu (1). Hasil R2 masing-masing menghasilkan output sebesar 0,362933 atau 36,30 persen dari output pengolahan data yang dapat dilihat pada tabel beserta hasil regresi primer dan regresi intervening. Dengan demikian, variabel otonom (bebas) dapat menunjukkan variabel dependen sebanyak 36,30 %. Sisi-sisi tersebut kemudian memperoleh 63,7 persen. Hasilnya adalah 0,386522 atau 38,65 persen. Hasilnya, variabel bebas vevas dapat menunjukkan variabel terikat hingga 38,65 persen. Sisanya sebesar 61,35 persen kemudian dijelaskan oleh variabel tambahan yang tidak termasuk dalam belajar.

Pembahasan Penelitian

Pembahasan temuan uji hipotesis disajikan berdasarkan hasil penelitian :

1. Pengaruh..Intellectual Capital (IC) terhadap Nilai perusahaan

PBV turun sebesar -0.179715, dengan asumsi variabel lain tetap konstan, sebagai akibat dari peningkatan variabel IC yang meningkat satu satuan. Pernyataan ini ditunjukkan oleh nilai koefisien variabel IC yang diberikan sebesar - 0.179715 dalam saja.Akibatnya, terbukti bahwa kesimpulan IC berdampak negatif. Probabilitasnya kurang dari 0,05, yaitu 0,0402.Kita dapat menarik kesimpulan bahwa H1 ditolak dari ini.

Hal ini disebabkan kurangnya pertimbangan investor terhadap modal intelektual saat menilai atau menilai kinerja suatu perusahaan. malah berfokus pada aspek lain dari nilai perusahaan, seperti harga sahamnya. untuk menghentikan pembuat keputusan dari pasar

mempertimbangkan kekayaan intelektual perusahaan. Penelitian ini mendukung penelitian N. Lestari & Sapitri (2016) yang menemukan bahwa modal intelektual (IC) berdampak merugikan pada nilai perusahaan.

2. Pengaruh..Good Corporate Governnces (GCG) terhadap Nilai Perusahaan

Jika semua variabel lainnya tetap konstan, maka peningkatan GCG satu satuan akan menghasilkan peningkatan sebesar 0,004426. Penegasan ini didukung oleh nilai koefisien GCG yang didapat sebesar 0,004426 dengan koefisien positif saja. dampak positif. Probabilitasnya lebih besar dari 0,05 dengan nilai 0,9738. Dari sini dapat disimpulkan bahwa H2 ditolak.

Ini dilakukan oleh bisnis percontohan, yang memiliki komite yang juga berfungsi sebagai komite audit. Akibatnya, independensi dan nilai perusahaan menurun, dan investor enggan berinvestasi. Direksi dari luar perusahaan yang tidak terkait dengan transaksi atau hubungan lain dapat beroperasi secara independen di dalam perusahaan.misalnya untuk memenangkan calon investor. Penelitian Fauzi, AS, dan Suransi (2016) yang menemukan bahwa GCG berdampak pada nilai perusahaan, sejalan dan mendukung temuan penelitian ini.

3. Pengaruh Corporate Social Responsibility...(CSR) terhadap Nilai Perusahaan

PBV turun sebesar -0,061673 jika variabel lain tetap konstan ketika variabel peningkatan CSR dinaikkan satu satuan. Koefisien regresi variabel CSR yang berarah negatif sebesar -0,061673 mendukung pernyataan tersebut. tidak ada dampak negatif yang signifikan. Probabilitasnya lebih besar dari 0,05 dengan nilai 0,5524. Dapat disimpulkan bahwa H3 ditolak dalam hal ini.

Hal ini disebabkan karena akan membutuhkan waktu sebelum respon pasar terhadap adopsi CSR dipahami. Selanjutnya, berdasarkan temuan penelitian ini, kesuksesan finansial mungkin menjadi satu-satunya faktor yang mempengaruhi nilai bisnis. Akibatnya, dapat disimpulkan bahwa ketika strategi baru diimplementasikan, anggota masyarakat lebih cenderung melihat penurunan profitabilitas. Menurut Khairiyani (2020), yang menemukan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) memberi efek merugikan..pada nilai perusahaan, penelitian ini mendukung temuannya.

4. Pengaruh..Profitabilitas (ROA) terhadap Nilai Perusahaan

Variabel ROA naik satu unit, dan PBV ini naik sebesar 0,299892, dengan asumsi bahwa semua variabel lainnya tetap sama. Koefisien regresi variabel ROA berorientasi positif, yang memiliki nilai 0,299892, memberikan kepercayaan pada pernyataan ini. Oleh karena itu, kesimpulan ROA jelas memiliki efek yang menguntungkan. Probabilitas 0,0117 kurang dari atau sama dengan 0,05. Dari hasil ini terbukti bahwa H4 diterima.

Hubungan positif antara ROA dan nilai perusahaan menunjukkan bahwa administrasi akan menemukan keberhasilan nyata dalam menjalankan kegiatan organisasi semakin efektif dapat memanfaatkan asetnya untuk menghasilkan keuntungan. Penegasan Suranto (2017) bahwa pengembalian investasi (ROA) secara signifikan meningkatkan nilai perusahaan didukung oleh studi ini.

5. Pengaruh Intellectual Capital (IC) terhadap Profitabilitas (ROA)

ROA turun menjadi nilai 0,032230 ketika IC meningkat satu satuan. Diduga variabel lain tetap konstan. Pernyataan ini didukung oleh nilai koefisien positif sebesar 0,032230 yang menjelaskan kesimpulan bahwa IC tidak signifikan terhadap ROA dan berpengaruh positif arah. Angka probabilitas 0,8188, yang lebih besar dari 0,05, juga membantu menjelaskan

hasil ini. Kita dapat menarik kesimpulan bahwa H5 ditolak dari sini.

Memaksimalkan penggunaan modal intelektual atau model intelektual dapat mendorong penciptaan nilai dan kemudian meningkatkan kinerja dan profitabilitas bank. Sebaliknya, bagaimanapun, penggunaan modal intelektual yang kurang optimal dapat menyebabkan penciptaan nilai dan profitabilitas yang buruk. Hal ini sejalan dengan penelitian yang diarahkan oleh Nurdiyanto (2014) bahwa modal ilmiah mempengaruhi eksekusi moneter (ROA). Hal ini juga didukung oleh penelitian Khasanan (2019) yang menyatakan bahwa modal keilmuan mempengaruhi keuntungan.

6. Pengaruh Good Corporate Governance (GCG) terhadap Profitabilitas (ROA)

Kenaikan sebesar 1 satuan pada variabel GCG menurunkan ROA sebesar 0,584673. Terima faktor yang berbeda tetap stabil. Penegasan ini dibuktikan dengan nilai koefisien relaps variabel GCG, hasilnya adalah 0,584673 dengan koefisien negatif, sehingga penentuan IC membuat perbedaan kritis negatif. Nilai kemungkinannya adalah 0,0055, yang berada di bawah 0,05. Dari sini kita dapat menyimpulkan bahwa H6 ditolak.

Hal ini mungkin karena GCG telah dilaksanakan dalam rentang waktu yang cukup lama, sehingga sulit untuk mensurvei kemajuan secara temporer. ROA bersifat sesaat, dan hasilnya dapat segera diterapkan sebagai sistem yang dinamis. Sesuai Astari et al. (2018), great corporate administration (GCG) berpengaruh tidak nyaman terhadap produktivitas. Studi ini menjunjung tinggi penemuan mereka.

7. Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Profitabilitas (ROA)

Dengan asumsi variabel lain tetap konstan, peningkatan variabel CSR meningkat 1 unit dan ROA menurun 0,274565. Pernyataan ini dikonfirmasi oleh hasil pengolahan data. Hal ini menghasilkan nilai -0,274565 untuk koefisien regresi variabel CSR, menunjukkan arah koefisien yang negatif. Oleh karena itu, tidak ada dampak material yang merugikan pada kesimpulan CSR. Nilai kemungkinan 0,1038 lebih besar dari 0,05. Dari sini kita dapat beralasan bahwa H7 diberhentikan. Dari 4.444 organisasi yang melakukan program CSR tentunya akan mengurangi keuntungan bersih yang diperoleh organisasi, sehingga semakin tinggi kemampuan organisasi untuk menyelesaikan kegiatan CSR, maka hampir dapat dipastikan keuntungan organisasi akan berkurang dan kinerja perusahaan perbankan akan menurun. Saya memiliki. Di antara faktor-faktor yang secara negatif mempengaruhi variabel ROA oleh CSR sebagai indikator kinerja keuangan, perbankan bertujuan untuk menekankan aspek "kurang untung, lebih berarti" dari praktik investasinya, ada peningkatan citra dan utilitas yang harus dibawa ke lingkungan sosial. Mengutamakan keuntungan. Ini berencana untuk mendapatkan kepercayaan publik pada barang-barang keuangan. Eksplorasi ini sesuai dengan penemuan (Winnie Eveline Parengkuan, 2017) yang menelusuri bahwa Corporate Social Obligation (CSR) berdampak negatif terhadap profitabilitas (ROA).

8. Pengaruh Intellectual Capital (IC) terhadap Nilai perusahaan dimediasi oleh Profitabilitas (ROA)

Menurut penelitian yang dilakukan, output langsungnya adalah -0,179715 atau tidak langsung 0,00883276042, dan uji Sobel memberikan hasil yang menjelaskan nilai t di bawah atau di bawah t-tabel dengan $0,3960 < I$ was. Dengan signifikansi 0,0223 pada 1,692, kami menolak hipotesis kedelapan bahwa profitabilitas memediasi pengaruh IC pada PBV.

Pengelolaan yang tepat dan penggunaan modal intelektual yang kompetitif dan mampu meningkatkan kinerja keuangan, termasuk profitabilitas. Kontribusi profitabilitas yang ditunjukkan oleh ROA sebagai hasil penerapan modal intelektual yang tepat belum terbukti

memberikan nilai tambah bagi perusahaan di mata calon investor dan pemangku kepentingan. Oleh karena itu, variabel mediasi profitabilitas pada studi penelitian ini tidak dapat mengintervensi hubungan antara modal ilmiah dan nilai perusahaan. Hasil tersebut sesuai seperti eksplorasi sebelumnya (Putri, A.J., Agustin, H., dan Helmayunita 2019) yang menyatakan bahwa manfaat tidak menghalangi hubungan antara modal ilmiah dan nilai perusahaan.

9. Pengaruh Good Corporate Governance (GCG) terhadap..Nilai..Perusahaan dimediasi oleh Profitabilitas (ROA)

Hasil uji menunjukkan t hitung di bawah atau lebih kecil dari t tabel sebesar -0,9752 1,692 dengan signifikansi 0,1643 dan bahwa hipotesis kesembilan yang dinyatakan bahwa Profitabilitas dapat memediasi pengaruh GCG terhadap PBV adalah tidak benar. Berdasarkan temuan penelitian, ditentukan bahwa output langsung sebesar 0,004426 atau tidak langsung sebesar -0,160231974342.

Temuan ini menyiratkan bahwa bahkan ketika pengembalian aset bisnis tinggi, itu tidak dapat berdampak pada GCG pada nilai perusahaan jika tata kelola dan eksekusi perusahaan masih kurang efektif dan efisien. Sedangkan, agar profitabilitas penelitian ini menjadi valid, profitabilitas tidak dapat memediasi atau mempengaruhi hubungan tata kelola perusahaan yang baik (GCG) dan nilai perusahaan. Perusahaan harus dapat fokus pada pengelolaan laba melalui asetnya dengan semaksimal mungkin tanpa merugikan perusahaan. Menurut Hamdan Arif Fatoni (2020) dan Aziz (2016), yang mengungkapkan bahwa manfaat tidak menghalangi Great Corporate Administration (GCG) pada penghargaan organisasi, penemuan penelitian ini dapat diprediksi dengan pernyataan mereka.

10. Pengaruh..Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Nilai..Perusahaan dimediasi oleh Profitabilitas (ROA)

Mengingat eksplorasi dipimpin, hasil langsung dari 0,004426 atau hasil backhanded dari -0,160231974342, sehingga uji Sobel menyatakan bahwa nilai t hitung lebih kecil atau lebih kecil dari t tabel dengan - 0,9752 < didapatkan hasil. Dengan signifikansi 0,1643 pada 1,692, kami menolak hipotesis kesembilan bahwa profitabilitas memediasi pengaruh GCG terhadap PBV.

Mengamati hasil ini menunjukkan bahwa, meskipun perusahaan memiliki tingkat pengembalian investasi yang tinggi, namun tidak dapat mempengaruhi nilai pemegang saham GCG jika tata kelola dan implementasi perusahaan tidak lebih efektif dan efisien. Selain itu, karena perusahaan harus dapat mengelola asetnya dengan cara yang paling menguntungkan, penelitian ini mencoba untuk mengkomunikasikan dan mempengaruhi hubungan antara tata kelola perusahaan yang menguntungkan (GCG) dan nilai perusahaan. Saya tidak memberi atau memberi. Hasil penelitian ini (Hamdan Arif Fatoni (2020) dan Aziz (2016) menemukan bahwa profitabilitas tidak menyampaikan good corporate governance (GCG) terhadap nilai perusahaan.

PENUTUP

Kesimpulan

Dari hasil temuan penelitian dapat diketahui bahwa tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan mengkaji bagaimana pengaruh Intellectual Capital (IC), Good Corporate Governance (GCG), dan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Nilai Perusahaan,

dengan Profitabilitas sebagai mediasi (intervensi) komponen. Temuan penelitian ini kemudian, dengan mengacu pada pengujian data dan bahasa:

1. Intellectual Capital (IC) memiliki pengaruh..negatif terhadap Nilai Perusahaan,
2. Good Corporate Governance (GCG) tidak memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan.
3. Corporate Social Responsibility (CSR) tidak memiliki pengaruh pada Nilai Perusahaan.
4. Berdasarkan hasil studi penelitian berikut dikemukakan bahwa Profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.
5. Intellectual Capital (IC) tidak memiliki pengaruh terhadap Profitabilitas.
6. Good Corporate Governance (GCG) memiliki pengaruh negatif terhadap Profitabilitas.
7. Corporate Social Responsibility (CSR) tidak memiliki pengaruh atau tidak ada pengaruh terhadap Profitabilitas.
8. Dari hasil penelitian ini, dibuktikan bahwa profitabilitas tidak memediasi hubungan antara Intellectual Capital (IC) terhadap Nilai Perusahaan.
9. Dari hasil penelitian ini, dapat dibuktikan bahwa profitabilitas tidak memediasi hubungan antara Good Corporate Governance (GCG) terhadap Nilai Perusahaan.
10. Dari hasil penelitian ini, dapat membuktikan bahwa profitabilitas tidak memediasi hubungan antara Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Nilai Perusahaan.

Saran

Dari hasil pembahasan penelitian ini, memiliki beberapa saran yang ingin direkomendasikan oleh peneliti kepada pihak yang membutuhkan hasil dari penelitian ini dan penelitian selanjutnya. Dengan saran ini, peneliti diberikan berdasarkan hasil dari pembahasan serta kesimpulan dari penelitian ini, sebagai berikut:

1. Untuk mengembangkan perbankan di Indonesia agar mengalami peningkatan yang signifikan. OJK sebagai Lembaga yang memiliki regulasi dalam sektor keuangan harus melakukan pengamatan dan pengawasan kinerja seluruh Bank Konvensional di seluruh nusantara.
2. Sebagiknya peneliti selanjutnya memiliki akses ke variabel independent atau dependen yang lebih banyak sehingga dapat memperoleh simpulan yang tepat terkait dampak IC, GCG, dan CSR terhadap nilai perusahaan yang dimediasi profitabilitas.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN

PERANAN STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK PERUSAHAAN

Oleh

Ghazendra Sadika Putra Pratama¹, Eloh Bahiroh²

^{1,2}Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

E-mail: ¹ghazen.sadika7@gmail.com, ²elohbahiroh@untirta.ac.id

Article History:

Received: 26-12-2022

Revised: 15-01-2023

Accepted: 23-01-2023

Keywords:

Marketing Strategy,
Effective Strategy

Abstract: *This thesis is motivated by the number of competition among entrepreneurs, especially traders to attract consumers so that it can increase sales. And one way is to implement a marketing strategy. Marketing strategy must be done effectively so that sales can increase. Marketing activities generally focus on products, pricing, distributed policies, and promotional ways in which this is known as the marketing mix. Marketing mix activity plays an important role for the survival of a company. Marketing strategy is choosing market, product, distribution and promotion; the most effective marketing strategy is promotion, promotion through social media and radio; Vanhelenshop marketing strategy is seen from the perspective of Islamic already according to this matter seen from the products sold already halal, buyers can choose the product according to taste and in promotion is not exaggerate and does not cover product defect.*

PENDAHULUAN

Pemasaran merupakan bagian dari manajemen perusahaan dan jugalah satu faktor yang sangat penting, karena pemasaran akan mempengaruhi secara langsung terhadap kelancaran maupun keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Penting bagi perusahaan untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat dan sesuai untuk produk yang akan dijual di pasaran.

Dengan strategi pemasaran tepat dan sesuai maka produk akan mudah diterima calon konsumen sehingga calon konsumen membeli produk yang akan dijual. Selain strategi pemasaran perusahaan perlu mengetahui posisi produk yang dijual. Posisi disini menunjukkan perbandingan mengenai pangsa pasar dan pertumbuhan pasar dari para pesaing produk yang sejenis dari perusahaan lain.

Strategi pemasaran dalam perusahaan ini dilakukan selama ini adalah menggunakan media online dengan promosi melalui website dan personal selling yaitu penjualan langsung berinteraksi menawarkan produk dan saling bertemu tatap muka dengan calon pembeli. Selama proses menawarkan produk itu penjual menjelaskan jenis produk, kegunaan produk, harga produk dan keunggulan produk.

PEMBAHASAN

Strategi pemasaran merupakan suatu manajemen yang disusun untuk mempercepat pemecahan persoalan pemasaran dan membuat keputusan-keputusan yang bersifat strategis. Setiap fungsi manajemen memberikan kontribusi tertentu pada saat penyusunan strategi pada level yang berbeda. Pemasaran merupakan fungsi yang memiliki kontak paling besar dengan lingkungan eksternal, padahal perusahaan hanya memiliki kendali yang terbatas terhadap lingkungan eksternal. Oleh karena itu pemasaran memainkan peranan penting dalam pengembangan strate

Ada lima konsep yang membentuk filosofi pemasaran. Yaitu sebagai berikut:

1. Konsep produksi, konsep produk, konsep penjualan, konsep pemasaran, dll. Konsep pemasaran sosial. Konsep produksinya adalah Orientasi produksi menekankan perlunya memprioritaskan kegiatan produksi Kami melakukan segala kemungkinan untuk memenuhi permintaan tersebut. tujuan konsep Produksi adalah pencapaian efisiensi produksi, biaya rendah
2. Konsep produk merupakan konsep yang menekankan pada keberhasilan pemasaran Itu tergantung pada kualitas produk yang kami produksi. Perusahaan Dengan konsep ini kami selaluberusaha untuk menegaskan diri dalam kompetisi Perusahaan yang menghasilkan produk yang berkualitas selalu berusaha untuk menghasilkan Kualitas produk dan kualitas terus meningkat dan meningkat produknya.
3. Konsep penjualan yang menekankan pada apa yang tidak dibeli konsumen Mengkonsumsi produk perusahaan ketika perusahaan tidak Kami akan aktif melakukan kegiatan periklanan dan penjualan
4. Konsep pemasaran berarti konsep yang lebih ditekankan. Minat Pelanggan atau Kepuasan Pelanggan. Filosofi konsep pemasaran Kotler berkata: Konsep pemasaran menjadi filosofimengklaim sebagai kunci untuk Mencapai tujuan organisasi Identifikasi kebutuhan dan harapan target pasar Anda dan berikan kepuasan Lebih efektif dan efisien dibandingkan pesaing kita. Menggunakan konsep pemasaran sebagai filosofi membutuhkan tiga hal: elemen, yaitu:
 - a. Fokus pelanggan. Orientasi Pelanggan dalam Keputusan Tindakan pengembangan produk dan program pemasarannya; Menerapkan seni manajemen pemasaran.
 - b. Pemasaran yang Terkoordinasi dan Terintegrasi. perlu penyesuaian integrasi lintas fungsi dari semua aktivitas pemasaran dalam perusahaan berfokus pada kepuasan pelanggan.
 - c. Tercapainya tujuan kinerja organisasi. Tujuan perusahaan menghasilkan keuntungan atau keuntungan yang wajar digunakan untuk berbagi ketidaksepakatan konsep pemasaran perusahaan dengan konsep penjualan di pusat (fokus) dan di titik awal. Prosedur dan alat dan apa yang terjadi pada akhirnya. Konsep penjualan dimulai dengan cita-cita perusahaan dan fokus pada perjuangankembangkan produk anda melalui setiap kemungkinan promosi dan upaya penjualan untuk mencapai profitabilitas yang tinggi. Sedangkan konsep titik awal pemasaran adalah keinginan pasar, fokusnya adalah pada bisnis Respon terhadap kebutuhan konsumen, implementasi pemasaran terpadu, hasil akhir berarti mendapatkan keuntungan yang diperoleh terapkan metode kepuasan pelanggan .
- 5 Konsep pemasaran sosial. Konsep ini adalah bentuk lanjutan Asal konsep pemasaran disesuaikan berdasarkan perubahan lini Dengan mendidik orang tentang pentingnya

perawatan keseimbangan ekologi dan sosial. dan kebaikan rakyat. konsep Ini menekankan bahwa peran organisasi adalah untuk memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Jangkau target pasar anda dan tingkatkan kepuasan pelanggan secara lebih efektif dan efisien Sebagai pesaing untuk mencapai kesejahteraan sosial konsumen. Perusahaan wajib lebih berorientasi di umat dan kelangsungan hayati supaya tidak terjadi permasalahan kepentingan antara penghasilan dengan masyarakat

Pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial di mana individu individu dangerombolan - kelompok memperoleh apa yang mereka butuh kan dan inginkan dengan membentuk dan saling mempertukarkan produk dan jasa dan nilai antara seseorang dengan yang lainnya. Peranan pemasaran waktu ini tak hanya memberikan produk atau jasa hingga ke tangan konsumen, tetapi juga bagaimana produk atau jasa tersebut dapat menyampaikan kepuasan kepada pelanggan secara berkelanjutan, sehingga laba perusahaan bisa diperoleh dengan terjadinya pembelian yang berulang. Tujuan berasal pemasaran merupakan menarik pelanggan baru dengan membangun suatu produk yang sesuai menggunakan asa konsumen, menjanjikan nilai superior, menetapkan harga menarik, mendistribusikan produk menggunakan mudah. mempromosikan secara efektif serta mempertahankan pelanggan yang telah terdapat dengan tetap memegang prinsip kepuasan pelanggan (Swastha, Basu, 2014)

PENUTUP

Kesimpulan

Seorang manajer pemasaran bertanggung-jawab dalam mengendalikan permintaan pasar yang bisa bersifat negatif (negative demand), laten (latent demand), menurun (declining demand), fluktuatif (fluctuating demand), dan bahkan tidak ada permintaan (no demand). Selain memasarkan produk dan jasa, pemasar juga memasarkan pengalaman (experiences), acara (events), orang (person), tempat (places), properti (properties), organisasi (organization), informasi (information), dan gagasan (ideas). Untuk lebih memahami lingkup pemasaran, kita dapat mengupas 4 (empat) unsur yang terdapat dalam Kerangka Dasar Pemasaran, yaitu 1) Kebutuhan, keinginan, dan permintaan; 2) Produk, jasa, dan bentuk lainnya; 3) Nilai, kualitas, dan kepuasan, dan 4) Pasar, pertukaran, dan transaksi. Tindakan atau keputusan yang diambil oleh pemasar dalam menggarap pasar target ditentukan oleh orientasi atau asumsi terhadap pasar atau konsumen. Asumsi-asumsi tersebut adalah konsep produksi (production concept), konsep produk (product concept), konsep penjualan (selling concept), konsep pemasaran (marketing concept), konsep pemasaran sosial (societal marketing concept), dan konsep pemasaran holistik (holistic marketing concept). Apapun asumsi yang digunakan, pasar target atau kelompok konsumen yang dituju sebaiknya digarap dengan program pemasaran yang spesifik, dengan memperhatikan 4 unsur-dikenal

DAFTAR REFERENSI

- [1] Alma B. (2014). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. . CV Alpha Beta. Bandung
- [2] Ali (2017). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dinas Koperasi dan UMKM Kota Tangerang Selatan. Prosiding. Pascasarja Universitas Pamulang.
- [3] .Arini (2017). Pengaruh Strategi Pemasaran dan Orientasi Wirausaha terhadap Kinerja Pemasaran yang dimoderasi oleh Lingkungan Persaingan pada Industri Batik Sokaraja,

2392

JCI

Jurnal Cakrawala Ilmiah

Vol.2, No.6, Februari 2023

- [4] Kabupaten Banyumas. Prosiding ISBN: 978-602-361- 067-9. Seminar Nasional Riset Manajemen & Bisnis 2017

PERKEMBANGAN INDUSTRI TRANSPORTASI OJEK ONLINE DI ERA 5.0 DARI PT. GOJEK INDONESIA

Oleh

Jumhadi¹, Ana Susi Mulyani²

^{1,2}Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

E-mail: ¹5551220056@untirta.ac.id, ²ana.susi@untirta.ac.id

Article History:

Received: 28-12-2022

Revised: 18-01-2023

Accepted: 23-01-2023

Keywords:

Development, Society
5.0, Online
Transportation.

Abstract: *Technological progress is developing rapidly. Update the concept to Society 5.0, where people live side by side with technology. In addition to the internet that is present in life, transportation is one of the most important needs in everyday life. Public transportation is an alternative that is used by the community when the road conditions are overcrowded. Following technological advances, transportation has developed rapidly, so a new idea has emerged, known as online motorcycle taxis. The purpose of this paper is to determine the development of the online motorcycle taxi transportation industry in Indonesia. The development of the online motorcycle taxi transportation industry was investigated using the literature review method by conducting library research by reading various journals and other publications related to the research topic. The results of the discussion of this study indicate that online motorcycle taxi transportation in Indonesia is quite controversial in conventional transportation circles. However, apart from that, online motorcycle taxi transportation is in great demand by the public as an alternative transportation that is practical and efficient, and has a positive influence on the economy and social conditions in Indonesia.*

PENDAHULUAN

Seiring berjalannya waktu kemajuan teknologi berkembang secara pesat. Jepang telah menggagas Society 5.0 dengan konsep berbasis modern untuk kebutuhan manusia agar hidupnya lebih efektif. Society 5.0 adalah penyempurnaan dari konsep sebelumnya yaitu, Society 4.0 Konsep Society 5.0, *big data* berkembang secara signifikan dan terbentuk dari sensor, terhubung melalui *internet of things*, dan di analisis menggunakan *artificial intelligence* untuk menyejahterakan masyarakat.

Kemajuan teknologi juga membuat kita dapat online di internet, salah satunya yaitu dengan menggunakan *smartphone* yang mempunyai kuota internet atau layanan internet. Hanya dengan bermodalkan *smartphone* dan kuota internet maka kita bisa terkoneksi ke jaringan internet.

Menurut Dedik Kurniawan, online adalah suatu kegiatan yang menggunakan fasilitas jaringan internet untuk melakukan berbagai kegiatan yang bisa dilakukan secara online seperti halnya untuk searching, mencari berita, stalking, bisnis, daftar kuliah. Pengguna

dikatakan online apabila berhasil masuk ke dalam jaringan internet tanpa mengalami suatu kendala.

Selain internet yang menjadi peran penting untuk kehidupan sehari-hari, transportasi juga menjadi salah satu kebutuhan paling penting di kehidupan sehari-hari kita. Indonesia menjadi salah satu negara yang memiliki ketergantungan yang tinggi dengan transportasi, baik transportasi pribadi dan transportasi umum. Transportasi menjadi penunjang kegiatan yang telah menjadi rutinitas di kalangan masyarakat. Menurut Haryono, Ir. Winarna dan Teguh, transportasi adalah perpindahan dari satu tempat ke tempat lain dengan menggunakan alat pengangkutan baik yang digerakkan oleh tenaga manusia, hewan (kuda, sapi, kerbau), atau mesin. Pada awalnya untuk melakukan perpindahan dari satu tempat ke tempat lain hanya dapat dilakukan oleh orang yang memiliki alat transportasi. Maka dari itu, muncul sebuah peluang untuk memanfaatkan transportasi supaya memperoleh keuntungan. Transportasi umum dimanfaatkan untuk memperoleh keuntungan dengan sistem sewa sehingga orang yang tidak memiliki transportasi dapat berpindah dari satu tempat ke tempat lain.

Di Indonesia, Ojek menjadi salah satu alat transportasi umum alternatif yang digunakan oleh masyarakat apabila kondisi jalan raya atau umum mengalami kepadatan. Kondisi kepadatan di jalan raya menjadi sebuah kendala yang seringkali di hadapi masyarakat khususnya di kota – kota besar. Oleh karena itu, ojek di anggap sebagai transportasi umum yang lebih efisien. Cara kerjanya pun terbilang cukup sederhana, orang hanya membutuhkan satu unit sepeda motor untuk memperoleh pendapatan yang di dapat dari sewa penumpang. Sewa penumpang di dapat dengan cara menunggu di sebuah tempat seperti ruang publik yang terdapat banyak orang. Tempat tersebut di kenal dengan pangkalan ojek.

Seiring perkembangan zaman, kemajuan teknologi pada transportasi telah berkembang pesat sehingga muncul ide-ide untuk menggabungkan alat transportasi, yaitu ojek dengan teknologi. Sehingga, muncul sebuah ide baru yang di kenal dengan ojek online.

Ojek online merupakan transportasi umum yang banyak di minati masyarakat, sama dengan ojek pada umumnya, ojek online menggunakan sepeda motor sebagai sarana pengangkutan yang dapat di pesan menggunakan internet dengan memanfaatkan aplikasi pada telepon genggam. Tidak hanya mengantar orang, ojek online dapat mengantar jemput barang sesuai pesanan ataupun membeli makan kemudian diantar pada pelanggan ojek online tersebut.

Dengan adanya ojek online, masyarakat menjadi lebih mudah dan efisien dalam menjalani harinya, tidak perlu datang ke pangkalan ojek, cukup melalui smartphone saja. Di zaman ini banyak sekali pilihan layanan transportasi online, contohnya Gojek, Grab, Maxim, Uber dan lainnya. Dengan banyaknya saingan tersebut menuntut untuk terus mengembangkan strategi yang mampu memuaskan konsumen dan meningkatkan pangsa pasar di perusahaan. Transportasi ini telah memudahkan masyarakat dalam aktivitas mereka.

PEMBAHASAN

Pada tanggal 13 Oktober 2010, Gojek resmi berdiri dengan 20 orang pengemudi. Pada saat itu, Gojek masih mengandalkan call center untuk menghubungkan penumpang dengan

pengemudi ojek. Pada 7 Januari 2015, Gojek akhirnya meluncurkan aplikasi berbasis Android dan IOS untuk menggantikan sistem pemesanan menggunakan call center.

Berkat kehadiran aplikasi Gojek pada bulan Januari, ojek online langsung menjadi salah satu bisnis startup yang paling populer di Indonesia. Dalam rentang waktu dua belas bulan, Gojek berkembang dari sebuah aplikasi mobile baru menjadi sebuah layanan besar.

Pada tahun 2016, persaingan semakin sengit. Gojek memperluas bisnis di jasa pengantaran makanan dengan membuat layanan GoFood. Gojek pun turut hadir dengan layanan taksi online yang disebut dengan GoCar. Sadar kalau metode pembayaran sering kali menghambat para pengguna dalam menggunakan layanan-layanan Gojek, pada tahun 2016 ini pula Gojek meluncurkan metode pembayaran yang di kenal dengan GoPay. Saat ini, saldo GoPay dapat diisi melalui berbagai cara, mulai dari transfer bank hingga dengan memberikan uang langsung ke pengemudi Gojek. Seolah ingin memperkuat posisi GoPay sebagai metode pembayaran mereka, Gojek pun mengakuisisi sebuah layanan pembayaran bernama PonselPay di tahun 2016. Tak berhenti sampai di situ, Gojek pun turut memperkuat layanan lama mereka, seperti GoSend. Mereka juga bekerja sama dengan marketplace Tokopedia dan Bukalapak untuk mengantarkan barang pesanan dari penjual kepada para pembeli. Gojek pun telah bekerja sama dengan aplikasi chat Line, sehingga pengguna Line kini bisa memesan Gojek langsung di aplikasi tersebut.

Hadirnya layanan transportasi online tentu saja menuai banyak kontroversi, di awal tahun 2016, ribuan pengemudi angkutan umum yang merasa pendapatannya menurun akibat kehadiran layanan transportasi online akhirnya melakukan demonstrasi. Insiden ini tak hanya berlangsung sekali, mereka pun kembali melakukan aksi demonstrasi seminggu setelahnya. Hal ini pun memaksa pemerintah untuk segera mengambil sikap. Pemerintah juga sempat mengharuskan para pengemudi kendaraan transportasi online untuk mengubah nama di Surat Tanda Nomor Kendaraan (STNK) menjadi nama perusahaan atau koperasi. Namun, pemerintah kemudian membatalkan aturan tersebut.

Pada akhir 2016, justru muncul konflik dari perusahaan ojek online itu sendiri, seperti Gojek yang mendapat tekanan dari pengemudi mereka sendiri yang merasa pendapatannya terlalu kecil. Uniknya, menjelang akhir tahun 2016, perusahaan taksi yang sebelumnya seperti menentang layanan transportasi online, justru mengubah sikap. Mereka akhirnya melirik layanan transportasi online sebagai sebuah kesempatan, dan menjalin kerja sama dengan mereka.

Hal ini ditunjukkan dengan kerja sama yang dilakukan Blue Bird dengan Gojek pada Mei 2016. Melalui kerja sama tersebut, Gojek membuatkan aplikasi untuk pengemudi Blue Bird dan mulai Januari 2017 pengemudi Blue Bird bisa menerima pemesanan dari layanan Gocar milik Gojek. Pada Maret 2017, kedua perusahaan tersebut meningkatkan kerja samanya dengan meluncurkan fitur Go Blue Bird. Melalui fitur tersebut, pengguna bisa langsung memesan taksi Blue Bird di aplikasi Gojek.

Keperkasaan Gojek bukan tanpa akibat yang buruk. Layanan baru yang mencoba mengikuti kesuksesan mereka bertiga seperti Blujek, Topjek, dan Ladyjek kini hampir tidak terlihat lagi di jalanan ibu kota. Dari akun media sosial mereka, bisa terlihat kalau layanan-layanan tersebut kini justru mengalihkan fokus ke bidang logistik.

Berbeda dengan para pesaingnya, Gojek merupakan start-up yang menghadirkan layanan paling banyak. Setelah membuat layanan seperti GoClean dan GoMassage, mereka kembali menghadirkan layanan baru berupa layanan perbaikan dan cuci kendaraan GoAuto,

layanan isi pulsa GoPulsa, serta layanan pengiriman obat GoMed. Selain menambah berbagai layanan baru, Gojek pun turut memperluas jangkauan mereka ke kota-kota baru. Gojek menjadi layanan yang paling gesit dengan hadir di berbagai kota seperti Malang, Solo, Samarinda, dan Manado. Harus kita akui bahwa bisnis transportasi berbasis online ini merupakan terobosan baru di bidang transportasi. Walaupun menuai banyak kontroversi, perkembangan teknologi yang pesat tidak dapat ditahan sehingga mau tidak mau setiap teknologi baru dapat teraplikasikan dalam kehidupan sehari-hari. Terlepas dari masalah tersebut, masyarakat Indonesia sangat memerlukan sarana transportasi yang nyaman, aman, tepat waktu dan tidak mahal. Oleh karena itu, bisnis transportasi online ini harus disambut dengan baik dan terus dikembangkan.

Selain itu, dari sisi konsumen ada beberapa faktor yang memengaruhi konsumen untuk berpindah dari ojek konvensional ke ojek online, diantaranya yaitu:

1. Harga

Karena dibandingkan dengan ojek konvensional, ojek online memiliki harga yang lebih murah dan sudah tertera di aplikasi sehingga tidak melakukan tawar-menawar lagi dengan driver-nya.

2. Praktis dan Efisien

Lebih praktis dan efisien karena kita tidak perlu repot-repot mencari driver-nya karena driver-nya yang menjemput kita di manapun dan kapanpun. Kemudian lebih praktis karena hanya dengan modal HP sudah bisa pesan ojek dan tidak memakan waktu lama untuk driver gojek sampai ke titik penjemputan.

3. Kualitas pelayanan

Ojek online lebih bagus dalam kualitas pelayanan karena penumpang diberikan alat proteksi yang lengkap seperti helm, masker, dan lain lain. Selain itu, penumpang juga bisa kasih rating penilaian dan masukan untuk memperbarui kualitas pelayanan.

4. Keamanan

Konsumen merasa aman karena adanya proteksi yang lengkap dari GOJEK dan juga apabila terjadi hal yang tidak diinginkan kita bisa membuat pengaduan melalui fitur yang ada di aplikasinya.

Walaupun dari sisi konsumen banyak kemudahan yang diperoleh, tidak bisa dipungkiri bahwa keberadaan ojek online berdampak bagi ojek konvensional (pangkalan). Dampak yang ditimbulkan salah satunya adalah penurunan orderan penumpang secara drastis yang mengakibatkan penurunan pendapatan sehari-hari pengemudi ojek konvensional. Penurunan pendapatan tersebut berdampak pada pemenuhan kebutuhan sehari-hari yang seharusnya dapat terpenuhi secara keseluruhan.

Keberadaan Gojek juga berdampak terhadap perekonomian dan keadaan social di Indonesia, yaitu pada akhir tahun 2017, LD FEB UI menjalankan riset mengenai dampak sosial dan ekonomi baik secara langsung maupun tidak langsung yang dihasilkan oleh Gojek pada perekonomian Indonesia. Hasil riset membuktikan bahwa Gojek menyumbangkan Rp 9,9 triliun terhadap perekonomian nasional. Penelitian yang melibatkan lebih dari 7.500 responden tersebut mewakili populasi mitra pengemudi, UMKM (mitra usaha mikro, kecil, dan menengah), dan konsumen yang berada di 9 wilayah yaitu Bandung, Bali, Balikpapan, Jabotabek, D.I. Yogyakarta, Makasar, Medan, Palembang, Surabaya. Responden tersebut merupakan mitra dan konsumen yang aktif dalam 1 bulan terakhir.

Gojek memiliki dampak sosial ekonomi yang signifikan bagi perekonomian Indonesia. Berdasarkan hasil peneliiian, 89% konsumen mengatakan bahwa Gojek telah memberikan dampak yang lumayan baik sampai dengan sangat baik bagi masyarakat secara umum.

Di samping itu, sebanyak 78% konsumen berpendapat bahwa jika Gojek berhenti beroperasi, maka pemberhentian tersebut membawa dampak buruk bagi masyarakat. Hasil pendapat oleh para konsumen tersebut membuktikan bahwa dengan hadirnya aplikasi Gojek sangat membantu dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.

Di samping itu, hadirnya Gojek mampu mengurangi tekanan pengangguran yang selama ini melanda Indonesia dengan cara memperluas kesempatan kerja. 77% pengemudi adalah masyarakat berusia produktif yaitu 20-39 tahun, 75% adalah lulusan SMA dan 15% adalah lulusan perguruan tinggi.

Melalui profesi yang ditawarkan oleh perusahaan digital ini yaitu pengemudi Gojek, banyak masyarakat yang merasa puas terhadap penghasilan yang didapatkan. Hal tersebut dibuktikan melalui persentase kepuasan pengemudi.

Ternyata bukan hanya peningkatan terhadap pendapatan para pengemudi, kualitas hidup pengemudi 80% lebih baik setelah bergabung menjadi mitra pengemudi Gojek. Tak hanya bagi pengemudi, hal yang sama pun dirasakan oleh mitra UMKM yang terkena imbas dari keberadaan aplikasi Gojek.

Faktanya adalah setelah menjadi mitra UMKM dengan Gojek, 56% mitra UMKM mengalami peningkatan volume transaksi sebesar lebih dari 10%. Dampak yang dapat dikatakan baik untuk para mitra menjadi salah satu peluang bagi mereka untuk meningkatkan omzetnya. Mitra UMKM dapat beroperasi dengan lebih efisien dan mendapatkan target pasar yang lebih besar.

Hasil penelitian juga membuktikan bahwa 94% mitra UMKM merasa bahwa Gojek memberlakukan mereka secara setara sampai diuntungkan. Mereka juga merasa dihargai dan diberlakukan dengan adil oleh Gojek. Perlakuan yang menguntungkan ini membawa dampak sosial yang baik bagi para mitra UMKM dalam menekuni usaha masing-masing. Meningkatnya volume transaksi mitra UMKM yang menggunakan jasa Gojek maka meningkat pula konsumen Gojek.

Penelitian tentang perubahan sosial yang diakibatkan perkembangan teknologi dinilai penting agar pengambilan kebijakan dan pendekatan program-program pemberdayaan masyarakat tepat sasaran. Bahkan, aplikasi yang didirikan oleh Nadiem Makarim ini dianggap meningkatkan kesejahteraan keluarga mitra pengemudi, baik dari sisi penghasilan maupun pengeluaran.

Adanya transportasi online bukan tanpa persaingan dengan transportasi yang lain, melainkan menimbulkan persaingan bagi transportasi yang lain yaitu transportasi konvensional seperti taksi, ojek, dan juga kendaraan yang bernomor kendaraan berwarna kuning yang telah sekian lama sudah ada sebagai jasa transportasi online bagi konsumen. Ini beberapa kekurangan dari transportasi online :

1. Regulasi dan izin yang masih simpang siur

Berharap adanya kebijakan baru bagi pengemudi transportasi konvensional demi kelangsungan usaha jasa transportasi. Dalam hal ini pemerintah sebagai *decision maker* harus lebih jeli membuat kebijakan untuk kebaikan yang akan datang bagi kedua belah pihak. Demi kemajuan jasa transportasi di Indonesia, pemerintah tidak perlu menerbitkan peraturan baru tentang jasa pelayanan transportasi, seperti pengaturan

- tarif saat ini tidak relevan karena yang berjalan dilapangan adalah hukum pasar.
2. Sering terjadi gesekan dengan pengelola transportasi konvensional
Salah satu kekurangan menjadi driver ojek online adalah terjadinya konflik sosial akibat ketidakadilan fitur dan harga antara ojek online dan ojek konvensional. Pemerintah semestinya mendorong perusahaan transportasi berbasis aplikasi (online) dan konvensional untuk berkolaborasi. Kolaborasi justru akan menguntungkan semua pihak, termasuk konsumen. Kehadiran transportasi ini baik online maupun konvensional sebagai kebutuhan publik. Sejatinya dengan kolaborasi antara perusahaan transportasi online dan konvensional dapat meningkatkan pendapatan negara.
 3. Adanya pembagian lokasi kerja
Diperlukan solusi untuk menyatukan keduanya yaitu transportasi online dan konvensional. Salah satunya yaitu, dengan menggunakan lokasi. Indonesia khususnya di daerah yang banyak daerah keramaian seperti di Pelabuhan, rumah sakit, bandara dan sebagainya.
 4. Tidak bisa memesan dua tempat dalam satu kali orderan yang sama
Ini menjadi kekurangan dari sistem pemesanan ojek online, yang memang dirasakan oleh penumpang. Dalam memesan aplikasi gojek maka kita hanya bisa melakukan order ke satu tempat tujuan saja dan apabila ingin pergi ketempat lain maka harus order kembali. Hal ini tentunya sangat tidak praktis jika kita ingin pergi kedua tempat dalam satu orderan.
 5. Harus melakukan pengaktifan dompet digital terlebih dahulu
Salah satu kekurangan dari ojek online baik bagi driver atau penumpang, adalah jika kamu ingin melakukan pembayaran pada aplikasinya, maka kamu harus melakukan pendaftaran dan verifikasi terlebih dahulu untuk mengaktifkan pembayaran. Tentunya hal ini menjadi sangat tidak efektif dikarenakan bisa saja nomor ponsel yang kita daftarkan pada akun ojek online tersebut sedang tidak berada pada kita misalnya berada di ponsel lain yang sedang tidak dibawa, dan lainnya.
Selain terdapat kekurangan, transportasi online juga memiliki kelebihan yaitu:
 1. Pemanfaatan teknologi yang sudah canggih
Selanjutnya bagi transportasi online dengan memanfaatkan teknologi yang maju, maka pengemudi dapat merambah ke sudut kota hingga kampung yang mana mereka tidak perlu lagi untuk keliling untuk mencari pelanggan, dengan adanya teknologi pengemudi lebih pasti dalam menemukan pelanggan yang akan menggunakan jasanya
 2. Pendapatan driver relatif lebih tinggi
Apabila kita berbicara mengenai pendapatan dari pengemudi online, maka memang lebih besar dibandingkan ojek konvensional pada umumnya. Hal ini juga tidak sebatas ongkos dari jasa transportasi saja, melainkan juga dari jasa antar barang dari suatu tempat ke tempat yang lain Hal ini juga dapat menambah pendapatan dari pengemudi online tersebut. Berbeda dengan konvensional yang hanya fokus pada penumpang saja
 3. Tidak repot mengejar setoran
Bandingkan dengan driver ojek konvensional yang harus menawarkan jasanya ke penumpang setiap lihat orang yang baru turun dari mobil. Namun, ojek online berbeda, dengan menggunakan aplikasi ini, konsumen tidak harus merasakan panas bahkan hujan tanpa kepastian. Konsumen bisa memesan jasa transportasi dari rumah atau pun tempat

- yang nyaman. Ojek atau taksi online yang dipesan pun akan langsung menghampiri.
4. Lebih dipercaya penumpang
Tentu saja saat ini teknologi keamanan dalam sistem pemesanan ojek online sudah sangat maju dan terpercaya. Data pengemudi ojek online dan juga driver juga sudah tercantum pada perusahaan penyedia transportasi online. Oleh karena itu kedua belah pihak pastinya sudah mendaftarkan diri dengan berbagai persyaratan tertentu. Menggunakan data diri yang jelas dan surat kelakuan baik dari pihak yang berwenang. Driver dan penumpang akan merasa lebih aman menggunakan sistem seperti ini
 5. Mekanisme pembagian gaji lebih kompetitif
Driver ojek online akan mencari uang dari penghasilan yang dia dapatkan secara lebih adil, sesuai dengan orderan yang dia selesaikan. Bandingkan bila ojek konvensional, dimana terkadang senioritas lebih dijunjung, dan apabila terdapat kenalan yang meminta ongkos lebih murah dan lain-lain.
 6. Menyediakan lowongan pekerjaan baru
Tidak bisa dipungkiri bahwa hadirnya aplikasi ojek online seperti Gojek dan Grab berperan aktif dalam membuka lowongan pekerjaan di tanah air. Banyak dari lulusan SMA, SMK, bahkan S1 yang mendaftar dan bekerja sebagai driver ojek online, yang tentunya akan meningkatkan taraf hidup masyarakat di Indonesia

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dalam tulisan ini, penulis menyimpulkan bahwa transportasi online muncul di tengah kondisi sistem transportasi di Indonesia yang belum tertata dengan baik. Beberapa perusahaan besar berlomba untuk membentuk perusahaan transportasi berbasis aplikasi online, beberapa di antaranya adalah Gojek, Grab, Uber dan juga Maxim. Bagi sebagian orang, transportasi online merupakan solusi atas sistem transportasi yang masih buruk di Indonesia, namun di sisi lain merupakan masalah bagi orang-orang yang menggantungkan hidup dari jasa transportasi yang tidak mengandalkan teknologi. Perkembangan di industri transportasi berkembang sangat pesat, peningkatan jumlah kendaraan bermotor tentunya searah dengan peningkatan kemacetan di Indonesia terutama di kota-kota besar. Sehingga menunjang mobilitas masyarakat yang tinggi, sangat diperlukan moda transportasi yang efektif untuk dapat menghindari atau mengurangi kemacetan. Untuk menjawab kebutuhan masyarakat tersebut, telah lahir beberapa perusahaan penyedia aplikasi ojek online. Beberapa perusahaan berlomba untuk membentuk perusahaan transportasi pilihan masyarakat yang awalnya bersifat konvensional, namun, kini telah berinovasi menjadi bersifat online dan lebih modern. Tetapi, nyatanya banyak orang yang tidak mengetahui cara untuk bergabung dengan perusahaan transportasi online, sehingga banyak orang yang mengalami kesusahan ekonomi dan ketimpangan sosial dalam bermasyarakat. Kejadian ini dikarenakan kurangnya edukasi terhadap masyarakat dari perusahaan yang bersangkutan sehingga terjadi ekonomi yang tidak merata. Selain itu, bisa saja terjadi karena gengsi dari ojek pangkalan yang besar. Mereka membuat kubu mereka masing-masing antara ojek online dan ojek pengkolan dalam hal ini membuat terjadinya konflik dalam bermasyarakat tentu saja ini merugikan banyak sektor dan menunjukkan bahwa kesejahteraan belum tercapai. Selain itu juga syarat yang di keluarkan perusahaan sangatlah

rumit membuat para ojek pangkalan enggan untuk mengeluarkan modal untuk ikut di dalam komunitas ojek online. Tetapi, ini lebih baik daripada tidak memulai sama sekali bisnis, ini juga membuat negara mendapatkan keuntungan yang besar. Di lain hal UMKM juga mendapatkan keuntungan dari komunitas ojek online ini karena mudahnya pengiriman jarak dekat membuat UMKM dapat meluaskan jaringan usahanya dalam mencari target pasar simbiosis. Ini sangat menguntungkan berbagai sektor tetapi juga bisa menjadi bilah bermata dua untuk para perbisnis yang belum mengerti tentang industri online ini. Di masa depan tidak menutup kemungkinan bahwa semua sektor industri berubah menjadi online, ini dapat membuat ekonomi di Negara Indonesia berkembang pesat. Jika para pemuda-pemudi dapat menguasai teknologi. Apakah Indonesia dapat mewujudkannya? Tentu bisa jika semua masyarakat sadar akan pentingnya industri ini dalam hal ini berarti semuanya bergantung pada generasi muda yang di harapkan dapat menguasai pasar internasional.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Adawia, A. A. (2018). Analisis Perkembangan Industri Transportasi Online di Era Inovasi Disruptif (Studi Kasus PT Gojek Indonesia). *Cakrawala Jurnal Humaniora Bina Sarana Indonesia*, 150-153.
- [2] Anonim. (n.d.). 11 Kelebihan dan Kekurangan Menjadi Driver Ojek Online. Retrieved Oktober 6, 2022, from Kosngosan: 11 Kelebihan dan Kekurangan Menjadi Driver Ojek Online - KOSNGOSAN
- [3] Anonim. (n.d.). Pengertian Online Secara Umum dan Menurut Para Ahli. Retrieved Oktober 4, 2022, from Temukan Pengertian Web Site: <https://www.temukanpengertian.com/2013/06/pengertian-online-online-adalah-online.html>
- [4] Apriyanti, I. (2019, Juli 15). Dampak Kehadiran gojek terhadap Perekonomian Indonesia . Retrieved Oktober 15, 2022, from Kompasiana: https://www.kompasiana.com/itaapriyanti2452/5d2c95b50d823055a046ad73/dampak-kehadiran-go-jek-terhadap-perekonomiaan-di-indonesia?page=2&page_images=1
- [5] Fitriani, A. A. (2018). Analisis Perbedaan Pendapatan Ojek Berabsis Online di Kota Surabaya. *Untag Surabaya Repository*, 6-11.
- [6] Nurmin Arianto, L. A. (2021). Upaya Meningkatkan Kepuasan Penumpang Ojek Online Melalui Kualitas Pelayanan dan Tarif Yang Ditawarkan. *Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, 101-105.
- [7] Priliana, A. R. (2019). Dampak Keberadaan Ojek Online Terhadap Kesejahteraan Pengendara Ojek Konvensional (Pangkalan) Di Jln. Imogiri Timur, Giwangan, Umbulharjo, Yogyakarta. *Digilib UIN Suka*, 110-111.
- [8] Purbohastuti, A. W. (2018). Faktor Penyebab Beralihnya Konsumen Ojek Pangkalan Menjadi Ojek Online. *Tiratayasa EKONOMIKA*, 250.
- [9] Razzaki, T. A. (2020). Kontestasi Sektor Transportasi Dalam Ruang Publik (Studi Pada Ojek Online dan Ojek Pangkalan di Stasiun Depok Lama). *Repository Universitas Negeri Jakarta*, 1-4.
- [10] Simarmata, H. (2021, Agustus 30). Ojek Online, Transportasi Masa Kini. Retrieved Oktober 4, 2022, from Redaksi Kumparan: <https://kumparan.com/085-hariati->

- simarmata/ojek-online-transportasi-masa-kini-1wQYy102T5C/full<https://kumparan.com/085-hariati-simarmata/ojek-online-transportasi-masa-kini-1wQYy102T5C/full>
- [11] Sulasyah, T. (2019, Februari 27). Kuliah Umum Industri 5.0 and Society 5.0 for Indonesia oleh Prof. Jay Rajasekera. Retrieved Oktober 6, 2022, from MEP FEB UGM: <https://mep.feb.ugm.ac.id/kuliah-umum-industri-5-0-society-5-0-indonesia-oleh-prof-jay-rajasekera/>

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN

ASPEK YURIDIS (LANDASAN HUKUM) DAN DASAR HUKUM OPERASIONAL PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA

Oleh

Emilia Hasanah¹, Heri Sunandar², Nur Nasrina³

^{1,2,3}Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

E-mail: ¹22190323746@students.uin-suska.ac.id, ²heririau@gmail.com,

³nurnasrina@uin-suska.ac.id

Article History:

Received: 12-12-2022

Revised: 18-01-2023

Accepted: 22-01-2023

Keywords:

Shariah Banking, Legal
Aspects, Operational
Legal Basis

Abstract: *Legal Aspects of Sharia Banking Legislation, Law Number 21 of 2008, in terms of judicial philosophy and Sociological basically a sense of Justice has addressed the needs of the Islamic Ummah as a consequence of legal pluralism live and grow in the dynamics of Indonesian society. While from the juridical formalistic approach through the legal umbrella Act No.3 of 2006 and Act No. 4 of 2004 its implementation requires a judge in creating and upholding justice, should know and understand the aspirations and values of living in society and orientation, which should put forward justice together with the orientation of legal certainty and expediency.*

PENDAHULUAN

Sistem perbankan nasional yang bertransformasi dari single banking system menjadi dual banking system tentunya memerlukan kesiapan dari Pemerintah untuk responsif terhadap ketersediaan perangkat-perangkat pendukung seperti infrastruktur, Sumber Daya Manusia dan yang terpenting adalah kelengkapan perangkat hukum berupa regulasi yang diatur dalam peraturan perundang-undangan tentang perbankan syariah secara hierarkhis yang berjenjang sesuai dengan fungsi-fungsi regulasi.

Bank syariah harus mengacu pada dua jenis hukum, yakni hukum syariah dan hukum positif. Hukum syariah bersumberkan pada aturan-aturan yang terdapat dalam Al Quran dan Hadits. Turunan dari ketentuan Al Quran dan Hadits dalam kegiatan usaha dan bisnis bank syariah dituangkan dalam bentuk fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI). Segala macam kegiatan dan usaha bank syariah tidak boleh dijalankan jika belum ada fatwa DSN MUI yang menerangkan, artinya fatwa DSN MUI menjadi acuan bagi bank syariah dalam menjalankan usaha dan bisnisnya. Menurut Sutan Remy Sjahdeini fatwa-fatwa DSN MUI yang telah dikeluarkan dan dituangkan dalam bentuk Peraturan Bank Indonesia (PBI) dan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) disebut dengan prinsip syariah perbankan. Prinsip syariah perbankan menurut ketentuan UU No.21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah menentukan bahwa bank-bank syariah tidak boleh melanggar aturan prinsip syariah perbankan dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Karena tidak boleh dilanggar, maka berarti prinsip syariah perbankan telah menjadi hukum positif

PEMBAHASAN

Dasar hukum perbankan syariah nasional dapat dilihat secara umum dan secara

khusus. Dasar hukum secara umum artinya segala bentuk peraturan perundang-undangan yang terkait dengan aspek hukum perbankan syariah yang secara hierarki antara lain:

1. UUD 1945 dalam ketentuan yang mengatur tentang Perekonomian Negara dan Prinsip Demokrasi Ekonomi.
2. Undang-undang RI No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan sebagaimana telah diubah dengan Undang-undang RI No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan
3. Undang-undang RI No. 23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia sebagaimana telah diubah dengan Undang-undang RI No. 3 Tahun 2004 tentang Bank Indonesia;
4. Undang-undang RI No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas
5. Undang-undang RI No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah
6. Undang-undang RI No. 21 Tahun 2011 tentang Otoritas Jasa Keuangan
7. Peraturan Bank Indonesia (PBI) dan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (P-OJK) sebagai peraturan pelaksanaan Undang-undang.

Dasar hukum perbankan syariah secara khusus secara hierarki antara lain:

1. Undang-undang RI No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah; dan
2. Peraturan Bank Indonesia (PBI) dan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (P-OJK) sebagai peraturan pelaksanaan Undang-undang.

Bank Indonesia sebagai perpanjangan tangan dari undang-undang yang Telah disahkan oleh DPR dan Presiden RI, juga membuat instrumen hukum bagi akad Musyarakah Mutanaqisah, antara lain:

- a) PBI No. 10/24/PBI/2008 tanggal 16 Oktober 2008 Tentang Perubahan Kedua Atas Peraturan Bank Indonesia No. 8/21/PBI/2006 Tentang Penilaian Kualitas Aktiva Bank Umum Yang Melaksanakan Kegiatan Usaha Berdasarkan Prinsip Syariah
- b) PBI No.10/16/PBI/2008 Tanggal 25 September 2008 Tentang 56 Perubahan Atas PBI No.9/19/2007 Tentang Pelaksanaan Prinsip Syariah Dalam Kegiatan Penghimpunan Dana, Penyaluran Dana Serta Pelayanan Jasa Bank Syariah
- c) PBI Nomor 10/17/PBI/2008 Tanggal 25 September 2008 Tentang Produk Bank Syariah Dan Unit Usaha Syariah
- d) PBI Nomor. 9/19/PBI/2007 Tanggal 17 Desember 2007 Tentang Pelaksanaan Prinsip Syariah Dalam Kegiatan Penghimpunan Dana Dan Penyaluran Dana Serta Pelayanan Jasa Bank Syariah
- e) PBI Nomor 9/9/PBI/2007 Tanggal 18 Juni 2007 Tentang Perubahan Atas PBI Nomor 8/21/PBI/2006 Tentang Penilaian Kualitas Aktiva Bank Umum Yang Melaksanakan Kegiatan Usaha Berdasarkan Prinsip Syariah
- f) SEBI No.10/14/DPbS Tanggal 17 Maret 2008 Tentang Pelaksanaan Prinsip Syariah Dalam Kegiatan Penghimpunan Dana dan Penyaluran Dana Serta Pelayanan Jasa Bank Syariah.
- g) SEBI No.8/22/DPbS Tanggal 18 Oktober 2006 Tentang Penilaian Kualitas Aktiva Bank Umum Yang Melaksanakan Kegiatan Usaha Berdasarkan Prinsip Syariah

Selain itu, terdapat beberapa fatwa lain yang terkait, yaitu:

1. Fatwa DSN No.08/DSN MUI/IV/2000 tentang Pembiayaan Musyarakah
2. Fatwa DSN No.09/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Pembiayaan Ijarah
3. Fatwa DSN No.17/DSN-MUI/IX/2000 Tentang Sanksi Atas Nasabah Mampu Yang Menunda-nunda Pembayaran

4. Fatwa DSN Nomor.19/DSN-MUI/IV/2001 tentang Al- Qardh
5. Fatwa DSN Nomor.31/DSN-MUI/VI/2002 tentang Pengalihan Hutang

Aspek Hukum Perbankan Syariah

Aspek Yuridis Perbankan Syariah

Peradilan Agama, secara yuridis normatif merupakan amanat konstitusi Undang-undang NKRI 1945 Pasal 24, Pasal 25, yang konkretisasi formalitasnya Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2006 dan dipayungi oleh Undang-Undang Nomor 48 Tahun 2009 tentang Kekuasaan Kehakiman.

Undang-undang perbankan syariah, jika diteropong dari aspek yuridis merupakan hukum yang baik, karena hukum yang baik adalah hukum yang mempunyai kekuatan yuridis yang memberikan kepastian hukum. Dalam rangka mewujudkan kepastian hukum unsur penegakan hukum dari Friedman (substansi, struktur dan kultur) penekanan unsur manusia merupakan pelaku utama dalam segala kegiatan untuk mewujudkan keadilan.

Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 dilihat dari pendekatan yuridis formalistik dengan payung hukum (UU No. 3 Tahun 2006, UU No. 4 Tahun 2004) tentu pemahaman hukum dalam konteks kehidupan masyarakat Indonesia yang sedang berubah, lalu lintas kebutuhan yang semakin beragam dan kompleks merupakan realitas tuntutan kebutuhan hukum dan hukum bukan sekedar untuk menjadi bahan pengkajian secara logis rasional melainkan hukum dibuat untuk dijalankan. Perwujudan tujuan, nilai-nilai ataupun ide-ide yang terkandung dalam peraturan hukum merupakan suatu kegiatan yang tidak berdiri sendiri, melainkan mempunyai hubungan timbal balik yang erat dengan masyarakat.

Aspek Filosofis Undang-undang Perbankan Syariah

Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah (UUPS), keberadaannya sesungguhnya merupakan tuntutan untuk memenuhi ketentuan Pasal 49 Undang-Undang No. 3 Tahun 2006 Tentang Peradilan Agama, khususnya perubahan lembaga peradilan agama menyangkut (kompetensi) yang harus diemban oleh peradilan agama dalam memenuhi amanat Undang-undang.

Peradilan Agama dengan Undang-undang No. 3 Tahun 2006 mempunyai kewenangan untuk menyelesaikan perkara bagi umat Islam (orang yang beragama Islam) meliputi hukum keluarga (Nikah, Waris, Zakat) dan ekonomi syariah mencakup bank syariah, lembaga keuangan mikro syariah, reksadana syariah, obligasi syariah, asuransi syariah, reasuransi syariah, surat berjangka menengah syariah, Securitas syariah, Pegadaian syariah, DPLK syariah, dan bisnis syariah.

Eksistensi Undang-undang Peradilan Agama UU Nomor 3 Tahun 2006, Undang-undang Perkawinan Nomor 1 Tahun 1974, UU Nomor 38 Tahun 1999 Tentang Pengelolaan Zakat, Inpres Nomor 1 Tahun 1991 Tentang KHI dan sekarang RUU Perbankan Syariah, tidak dapat dilepaskan dari historis (sejarah), artinya lahirnya institusi di atas bukan institusi yang "a historis" melainkan "historisch bepaald". Artinya munculnya dinamika hukum itu tidak dapat melepaskan /menyembunyikan dinamika sosial dibelakangnya. Hukum tumbuh, berkembang dan ambruk disebabkan oleh dinamika dalam masyarakat Polarisasi kewenangan Peradilan Agama mengadili perkara sengketa perbankan syariah/perbankan Islam, yang dalam Undang-Undang Perbankan Syariah pada Pasal 52 jika dilihat dari aspek filosofis yuridis pada dasarnya menjawab kebutuhan rasa keadilan Umat Islam sebagai konsekuensi fluralisme hukum yang hidup dan tumbuh.

Dasar hukum operasional bank syariah di Indonesia

Di dalam mengoperasionalkan bank syariah dasar hukum yang pertama adalah alquran dan hadis. Beberapa ayat didalam al-quran sebagai dasar operasional bank syariah antara lain adalah ayat-ayat yang melarang transaksi riba, larangan memakan harta orang lain secara batil serta hadis-hadis Rasulullah yang senada dengan itu. Selain al-quran dan hadis, maka berdasarkan hukum positif landasannya dalam mengoperasionalkan bank syariah adalah undang-undang nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah. Sebelum lahirnya undang-undang ini landasan operasional bank syariah adalah undang-undang nomor 10 tahun 1998 tentang perubahan atas undang-undang nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan.

Latar belakang dikeluarkannya regulasi perbankan syariah ini adalah:

1. Dalam rangka menciptakan tujuan pembangunan nasional berupaciptanya masyarakat adil dan makmur berdasarkan demokrasi ekonomi, serta pengembangan ekonomi yang berdasarkan pada nilai keadilan, kebersamaan, pemerataan, dan kemanfaatan yang sesuai dengan prinsip syariah,
2. Adanya kebutuhan masyarakat Indonesia akan jasa-jasa perbankan syariah yang semakin meningkat,
3. Perbankan syariah memiliki kekhususan dibanding dengan perbankan konvensional, dan
4. Penganturan mengenai perbankan syariah melalui undang-undang nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan sebagaimana telah diubah dengan undang-undang nomor 10 tahun 1998 belum spesifik.

Untuk itu maka perbankan syariah dirasa perlu diatur secara khusus didalam undang-undang tersendiri. Sehingga, keluarlah undang-undang nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah. Adapun dasar pijakan keluarnya undang-undang nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah meliputi beberapa peraturan perundang-undangan yang telah ada sebelumnya,

yaitu:

1. Pasal 20 jo. Pasal 33 undang-undang dasar negara republik Indonesia tahun 1945,
2. Undang-undang nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan sebagaimana telah diubah dengan undang-undang nomor 10 tahun 1998,
3. undang-undang nomor 23 tahun 1999 tentang bank Indonesia sebagaimana telah diubah dengan undang-undang nomor 3 tahun 2004,
4. undang-undang nomor 24 tahun 2004 tentang lembaga penjaminan simpanan,
5. undang-undang nomor 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas.

Dengan demikian maka didalam pelaksanaan undang-undang nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah hendaknya memperhatikan peraturan perundang-undangan tersebut diatas.

Ada beberapa ketentuan yang menjadi dasar hukum bagi beroperasinya bank berdasarkan syari'ah, yaitu :

1. Dasar Hukum Berupa Peraturan Perbankan

Undang-undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan, merupakan dasar hukum pertama yang memberikan peluang bagi Bank Umum maupun Bank Perkreditan Rakyat (Peraturan Pemerintah Nomor 72 Tahun 1992) untuk melakukan kegiatan berdasarkan prinsip bagi hasil. Peraturan ini kemudian oleh Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan diperluas menjadi kegiatan apapun dari bank berprinsip syari'ah

yang ditetapkan oleh Bank Indonesia (dalam undang-undang lama ditetapkan oleh peraturan pemerintah).

Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan menetapkan sistem perbankan di Indonesia sebagai “*dual banking system*”, sistem perbankan ganda, konvensional dan syaria’ah, yaitu bank-bank konvensional beroperasi berdampingan dengan bank-bank syaria’ah. Dengan demikian landasan hukum bank syariah telah cukup jelas dan kuat baik dari segi kelembagaannya maupun landasan operasionalnya.

Berikutnya adalah Undang-undang Nomor 23 Tahun 1999 Tentang Bank Indonesia yang memberikan kemudahan bagi Bank Indonesia dalam melaksanakan kebijakan moneter berdasarkan prinsip-prinsip syaria’ah.

2. Dasar Hukum Berupa Hukum Perjanjian

Kebanyakan transaksi antara nasabah dengan bank sebelumnya didahului oleh suatu perjanjian/kontrak antara bank dengan nasabah yang bersangkutan. Seringkali kontrak tersebut merupakan kontrak baku yang telah disediakan oleh bank yang bersangkutan. Konsekuensinya, ketentuan-ketentuan hukum perjanjian yang bersumber dari Buku III KUH Perdata Indonesia berlaku juga terhadap transaksi-transaksi perbankan tersebut.

3. Dasar Hukum Berupa Syaria’at

Karena produk-produk bank syaria’ah bersumber dari syaria’at Islam, maka seluruh kegiatan yang dilakukan oleh bank syaria’ah tidak boleh berlawanan dengan hukum Islam. Oleh karena itu ada keharusan untuk membentuk suatu Dewan Pengawas Syaria’ah bagi bank yang bersangkutan. Hal ini dapat terlihat dari produk-produk yang dihasilkan yang dengan tegas disyaratkan dalam Pasal 6 huruf (m) dan Pasal 13 huruf (c). Menurut Pasal 1 ayat (13) Undang-undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan, yang dimaksud dengan prinsip syaria’ah adalah aturan-aturan perjanjian yang berdasarkan hukum Islam antara bank dengan pihak lain untuk penyimpanan dana dan/atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syaria’ah, antara lain, pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (*mudharabah*), pembiayaan dengan prinsip penyertaan modal, prinsip jual beli dengan memperoleh keuntungan (*murabahah*), atau pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan (*ijarah*), atau dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (*ijarah wa iqtina*).

Ketiga aturan tersebut mengikat perbankan syaria’ah dalam mengimplementasikan produk-produk perbankannya. Undang-undang perbankan merupakan payung hukum bagi bank syaria’ah dalam menjalankan tugas dan fungsi perbankannya sesuai prinsip syaria’ah. Sedangkan Hukum Perjanjian sebagaimana terdapat dalam Kitab Undang-undang Hukum Perdata adalah aturan yang dapat memandu terutama secara teknis pelaksanaan setiap jenis perjanjian yang dibuat bank dan nasabahnya. Adapun syaria’at Islam merupakan pedoman bagi perbankan syaria’ah dalam menjalankan kegiatan perbankan tersebut. Hal-hal yang ditemui dalam pelaksanaan perbankan ini yang bertentangan dengan prinsip-prinsip syaria’ah akan ditinggalakan.

Sehubungan dengan ketiga landasan hukum beroperasinya bank syaria’ah di atas, perlu dijelaskan apabila terjadi sengketa antara bank syaria’ah dengan nasabahnya mengenai penggunaan suatu jasa perbankan syaria’ah, maka hukum yang berlaku adalah hukum perjanjian sebagaimana diatur dalam KUH Perdata, karena Hukum Perdata itulah yang

merupakan hukum positif. Hal ini tidak akan menimbulkan pertentangan dengan hukum Islam, karena dalam hukum perjanjian yang diatur dalam KUH Perdata itu, bagi pembuatan suatu perjanjian berlaku asas kebebasan berkontrak (*freedom of contrac*). Berdasarkan asas ini, para pihak bebas memperjanjikan apa saja yang dikehendaki oleh mereka sebagai isi perjanjian (syarat-syarat dan ketentuan dari perjanjian itu), sepanjang isi perjanjian itu tidak bertentangan dengan kepatutan dan dengan ketertiban umum. Asas lain yang perlu diperhatikan dalam hukum perjanjian adalah asas yang menentukan bahwa apabila di dalam perjanjian tidak diatur mengenai hal yang dipermasalahkan oleh para pihak, tetapi hal itu telah diatur oleh hukum perjanjian dalam KUH Perdata, maka ketentuan dalam KUH Perdata itu yang diberlakukan. Namun apabila mengenai hal itu telah diatur di dalam perjanjian, tetapi isi perjanjian itu berbeda dengan pengaturannya dalam hukum perjanjian di dalam KUH Perdata, maka yang harus diberlakukan adalah ketentuan dalam perjanjian itu dengan ketentuan sepanjang pengaturan dalam hukum perjanjin bukan merupakan ketentuan yang boleh disimpangi (ketentuan itu bersifat memaksa atau merupakan *dwingend rech*). Namun sebagian besar ketentuan-ketentuan hukum perjanjian dalam KUH Perdata tidak bersifat memaksa (*anvullend recht*). Untuk itu, Sutan Remy menyarankan supaya dalam perjanjian antara bank syari'ah dan nasabah mengenai penggunaan jasa tertentu diatur dan ditentukan secara rinci dan jelas mengenai ketentuan-ketentuan dan syarat-syarat yang dikehendaki oleh semua pihak agar berlaku bagi hubungan hukum antara bank syari'ah dan nasabah berkenaan dengan transaksi tersebut.

Pada tanggal 16 Juli 2008, peraturan mengenai perbankan syariah mendapat kepastian hukum dengan lahirnya Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah. Undang-undang ini lahir sejalan dengan tujuan pembangunan nasional untuk mencapai masyarakat adil dan makmur serta dorongan kebutuhan masyarakat muslim Indonesia akan jasa-jasa perbankan syariah yang semakin meningkat.

Sebagai undang-undang yang khusus mengatur mengenai perbankan syariah, Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah juga mengatur mengenai masalah kepatuhan syariah (*syariah compliance*) yang kewenangannya berada pada majelis ulama di Indonesia (MUI). Kemudian kepatuhan syariah tersebut direpresentasikan melalui Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang harus dibentuk pada masing-masing Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah. Untuk menindaklanjuti implementasi fatwa yang dikeluarkan MUI ke dalam Peraturan Bank Indonesia, di dalam internal Bank Indonesia dibentuk komite perbankan syariah, yang keanggotaannya terdiri atas perwakilan dari Bank Indonesia, Departemen Agama, dan unsur masyarakat yang komposisinya berimbang.

PENUTUP

Kesimpulan

Di dalam mengoperasionalkan bank syariah dasar hukum yang pertama adalah alquran dan hadis. Beberapa ayat didalam al-quran sebagaidasar operasional bank syariah antara lain adlah ayat-ayat yang melarang transaksi riba,larangan memakan harta orang lain secara batil serta hadishadis rasulullah yang senada dengan itu.Selain al-quran dan hadis, maka berdasarkan hukum positif landasandalam mengoperasionalkan bank syariah adalah undang-undang nomor 21tahun 2008 tentang perbankan syariah. Sebelum lahirnya undang-undang inilandasan operasional bankn syariah adalah undang-undang nomor 10 tahun1998

tentang perubahan atas undang-undang nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan.

Dasar hukum perbankan syariah secara khusus secara hierarkhi antara lain:

1. Undang-undang RI No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah; dan
2. Peraturan Bank Indonesia (PBI) dan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (P-OJK) sebagai peraturan pelaksanaan Undang-undang.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Dr. H. Muammar Arafat Yusmad, S.H., M.H aspek hukum perbankan syariah , Hal 13,
- [2] Sutan Remy Sjahdeini, Perbankan Syariah; Produk-produk dan Aspek-aspek Hukumnya (Jakarta: Prenada, 2014), hlm. 2
- [3] Ali, Zainuddin. 2008. Hukum Perbankan Syariah. Sinar Grafika Jakarta. Antonio, Muhammad Syafi'i. 2001. Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek. Gema Insani Jakarta. Ascarya. 2011. Akad dan Produk Bank
- [4] Ernawati. "Perbankan Syariah Dalam Tata Hukum Ekonomi Indonesia". Bilancia. Vol. 2 No. 1 Januari-Juni 2008;
- [5] Koentjoro, Diana Halim. "Penegakan Hukum dan Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia". Gloria Juris. Vol. 6 No. 2. MeiAgustus 200
- [6] Mughits, Abdul. "Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) dalam Tinjauan Hukum Islam". Al-Mawarid. Edisi 18. Tahun 2008;
- [7] Muzamil, Mawardi. "Persamaan Perkreditan Perbankan Konvensional dan Pembiayaan Perbankan Syariah". Jurnal Hukum. Vol. 15 No. 3. April 2004. Yogyakarta; FH UII;

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN

ANALISA KONSUMEN & MEDIA SOSIAL RM. PANGEK OMBILIN

Oleh

Fiolitha Alfinda¹, Hendry Charles², Febby Lionna³, Ryan Harsana Jasa⁴

^{1,2,3}Universitas Internasional Batam, Program Studi Management

Email: [1fiolithaalfinda@gmail.com](mailto:fiolithaalfinda@gmail.com)

Article History:

Received: 16-12-2022

Revised: 25-01-2023

Accepted: 01-02-2023

Keywords:

Konsumen, Media Sosial,
RM Pangek Ombilin

Abstract: Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi yang sesuai dengan judul terutama mengenai komitmen, kepuasan, kualitas pelayanan, suasana dan promosi yang dapat memberikan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan topik penelitian, metode yang digunakan peneliti untuk proses penelitian merupakan metode kualitatif. Hasil penelitian adalah Mitra menjadi lebih aktif dalam penggunaan akun media sosial Instagram RM Pangek Ombilin dengan memposting seputar menu apa saja yang tersedia. Mitra dapat dengan baik memanfaatkan fitur yang ada pada akun media sosial Instagram seperti instastory untuk menarik minat beli pelanggan. RM Pangek Ombilin telah berhasil bergabung menjadi mitra online food delivery pada aplikasi berbasis online GoFood dan Shopee Food

PENDAHULUAN

UMKM Rumah Makan Padang saat ini semakin tumbuh dan menjamur serta dapat dengan mudah ditemukan diberbagai wilayah Indonesia khususnya di Kota Batam. Hal ini menandakan bahwa UMKM memiliki potensi pasar yang baik dan terus berkembang terutama di permukiman dengan kepadatan jumlah penduduk yang besar. Karena gaya hidup masyarakat dan yang lebih memilih untuk membeli daripada memasak sendiri dan makanan sebagai kebutuhan dasar, gaya hidup, identitas dan rekreasi. Namun, dengan banyaknya UMKM rumah makan yang baru, ini sebagai bukti adanya persaingan ketat. Jadi perlu untuk diperiksa tentang bagaimana strategi bersaing di UMKM untuk bertahan hidup dan berkembang. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis SWOT dengan menggunakan kekuatan, kelemahan, potensi, dan ancaman UMKM tersebut. Kemudian dari kekuatan, kelemahan, potensi dan ancaman tersebut diolah menjadi strategi bersaing agar tetap bertahan dan berkembang.

Dari fenomena-fenomena yang sudah dijelaskan, hal ini tentunya tidak terlepas dari perkembangan teknologi. Teknologi berperan penting dalam perkembangan zaman karena dapat membuka cakrawala baru bagi perkembangan pembangunan bangsa. Di era kemajuan produksi saat ini, teknologi memegang peranan yang sangat penting di berbagai bidang seperti industri kuliner. Betapa banyak usaha kuliner yang tidak bisa berkembang dan bertahan karena kehadiran pesaing lain, dan lebih banyak lagi usaha yang dapat menghasilkan barang/jasa dan jasa yang lebih baik karena didukung oleh faktor yang menggunakan teknologi tersebut. Sebuah bisnis kuliner tidak hanya harus menciptakan

hidangan yang lezat, tetapi juga harus mampu menciptakan nilai tambah untuk memaksimalkan kepuasan konsumen. Dari masalah lain juga dapat kita simpulkan bahwa ada satu masalah yang membuat pecinta nasi padang semakin berkurang. Bukan karena usia, selera, atau ketidakmampuan bersaing, tetapi karena alasan di atas, kesibukan yang dialami kebanyakan orang saat ini, sehingga orang tidak punya waktu untuk sengaja keluar rumah/kantor untuk membeli nasi Padang. alasan penurunan pengikut Nasi Padang adalah Waktu yang tidak cukup, belum lagi lokasi yang sulit dijangkau dengan mobil. Belum lagi bisnis kuliner rumah makan Padang seperti ini bisa dengan mudah kalah dalam persaingan karena banyaknya rumah makan Padang di Kota Batam.

Permasalahan yang sudah dialami oleh para pedagang kuliner adalah masa pandemic covid-19 yang berawal pada tahun 2019 hingga saat ini. Tentunya tidak semua para pelaku bisnis kuliner bisa bertahan sampai saat ini. Hal ini juga dikarenakan strategi dalam pemasaran sangat berpengaruh terhadap kelancaran usaha. Maka dari itu sebuah perusahaan harus membentuk inovasi baru dalam melakukan pemasaran selama pandemic covid-19. Strategi online marketing sangat berguna di masa pandemi ini. Penjualan atau pemasaran berbentuk online sedang menjadi trend dan mengalami kenaikan karena banyak masyarakat yang tidak dapat berbelanja langsung ke tempat usaha. Salah satu online marketing yang menarik konsumen pada saat ini ada di bidang kuliner. Banyak rumah makan yang mendaftarkan usahanya ke aplikasi online marketing. Ini sangat berguna untuk masyarakat untuk memesan makanan dari rumah untuk mengurangi kerumunan dan memutus tali rantai penyebaran Covid-19. Meski menjadi salah satu dari sektor ekonomi yang masih bertahan, usaha kuliner Rumah Makan Padang tidak luput dari dampak pandemi Covid-19. Menurunnya jumlah permintaan yang menyebabkan turunnya omzet, bisnis kuliner juga rentan "gulung tikar" akibat ketatnya persaingan. Dampak pandemi Covid-19 juga menghambat rencana pelaku usaha kuliner untuk mengembangkan bisnis rumah makan. Hal ini disadari betul oleh Bapak Alfian pemilik usaha RM Pangek Ombilin.

Rumah makan Pangek Ombilin adalah Rumah makan padang yang mulai berdiri sejak tahun 2009. Menu yang ditawarkan sangat variatif mulai dari olahan daging sapi, kambing, ayam, cup cup, belut, berbagai macam ikan sampai ke telur ayam yang di olah dengan bumbu dan rempah khas padang yang dipadukan dengan nasi putih serta sayur sayuran. Hal ini bertujuan untuk memberikan kesan kepada konsumen bahwa produk yang dijual oleh UMKM ini dapat dinikmati oleh berbagai kalangan, termasuk vegetarian.

Dari hasil penelitian, UMKM harus dapat menggunakan kekuatan dan potensinya dengan sebaik mungkin, sehingga UMKM harus mengenal dengan baik dirinya sendiri. Selain itu, UMKM harus dapat menjadikan kelemahannya sebagai kekuatannya serta menjadikan ancaman yang dihadapi sebagai potensi yang dimilikinya. Pada masa pandemik Covid-19 ini memberikan dampak yang cukup berpengaruh terhadap pendapatan harian dari UMKM ini, Bapak Alfian selaku pemilik sekaligus pengelola rumah makan Pangek Ombilin ini dalam beberapa tahun terkakhir bahkan sebelum pandemi covid 19 berusaha keras dalam meningkatkan jumlah pemasukan dan jumlah pelanggan setia pecinta kuliner masakan padang. Salah satunya dengan mendaftarkan Rumah Makan Padang Pangek Ombilin dalam aplikasi pemesanan makanan secara online yaitu ShopeeFood dan mengaktifkan akun instagram milik RM. Pangek Ombilin. Seperti yang kita ketahui bahwa aplikasi tersebut sudah sangat familiar dikalangan masyarakat dikarenakan penggunaan aplikasi tersebut memiliki

banyak manfaat. Dengan mendaftarkan produk nasi padang pedagang tersebut ke aplikasi pengantar makanan para pedagang nasi padang di zaman sekarang sudah bisa lebih berkembang dan bersaing serta mengikuti perkembangan zaman yang sudah canggih dan serba online serta tidak perlu takut akan persaingan dengan rumah makan padang yang berada disekitaran lokasi.

Omset kotor dari Rumah makan Pangek Ombilin ini sangat tinggi berkisar 13-22 jt perharinya. Ini merupakan angka yang tinggi untuk sebuah rumah makan padang yang menjadikan bisnis ini sangat menjanjikan untuk diteruskan dan diperbanyak cabangnya dikota batam.

Analisis Kompetitor:

Restoran Garuda dapat menjadi kompetitor karena:

1. Memiliki jumlah pengikut sebanyak 11.400 Di instagram
2. Jumlah konten sebanyak 1426 dan konten yang disajikan sangat menarik
3. Memiliki website sendiri
4. Bangunan yang dimiliki sangat besar dan memiliki sistem *Drive Thru*



Permasalahan Penelitian

Berdasarkan fenomena diatas ditemukan bahwa terdapat permasalahan penelitian yang disusun sebagai berikut:

1. Apakah strategi pemasaran dapat mempengaruhi perkembangan UMKM?
2. Bagaimana potensi berkelanjutannya bisnis dengan adanya program online?

Tujuan Penelitian

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi yang sesuai dengan judul terutama mengenai komitmen, kepuasan, kualitas pelayanan, suasana dan promosi yang dapat memberikan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hasil dari penelitian ini diharapkan juga dapat memberikan manfaat pada pihak – pihak terkait seperti:

1. Bagi Penulis

Bermanfaat dalam menerapkan hasil studi dalam strategi pemasaran serta diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan mengenai bidang pemasaran produk atau jasa

2. Bagi RM Pangek Ombilin

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat digunakan sebagai acuan dalam meningkatkan kinerja dan performa untuk meningkatkan penjualan dan kepuasan pelanggan

3. Bagi Pembaca

Dapat digunakan sebagai referensi mengenai apa saja strategi yang dapat digunakan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan

4. Bagi Akademik

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur pustaka dalam aspek manajemen pemasaran

KAJIAN TEORI**Social Media**

Media sosial pada dasarnya adalah teknologi komunikasi terukur yang mengubah komunikasi berbasis Internet, (yaitu, ponsel pintar, PC, komputer tablet, pemutar media portabel, dll.) menjadi platform dialog interaktif. Media sosial adalah alat untuk transmisi informasi dari orang ke orang atau kelompok untuk mencapai tujuan individu dan tujuan kelompok. Untuk lebih jelasnya, seperti yang dikemukakan Nasrulla dalam bukunya Social Media (2016:8), media sosial dapat dilihat dari perkembangan bagaimana individu berhubungan dengan perangkat media. Dan menurut Van Dijk (2013) yang dikutip oleh Nasrullah dalam buku Social Media (2016:11), bahwa "Social media adalah platform media yang menitikberatkan pada keberadaan pengguna yang memfasilitasi aktivitasnya dan berkolaborasi, Oleh karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai media online (memfasilitasi) yang mempererat hubungan antar pengguna sekaligus ikatan sosial. Berbagai Pengertian, Dr. Rulli Nasrullah M.Si. dalam buku Social Media (2016), menyatakan bahwa Social Media adalah media online yang memungkinkan pengguna untuk mempresentasikan dan berinteraksi, berkolaborasi, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain dan menciptakan ikatan sosial virtual. Fakta bahwa media sosial telah menjadi bagian penting dari kehidupan kita sehari-hari adalah tentu mengesankan tetapi sekali lagi tidak terlalu mengejutkan. Sekilas di balik tirai menunjukkan bahwa "revolusi media sosial", yang dibicarakan semua orang akhir-akhir ini, adalah, pada intinya, tidak lain adalah internet yang kembali ke akarnya.

Social Media Management

Social media management adalah proses membuat, menerbitkan, dan menganalisis konten yang Anda posting di platform media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Twitter, serta terlibat dengan pengguna di platform tersebut. Anda dapat merampingkan manajemen media sosial dengan beragam tools yang rata-rata diakses secara berbayar, serta layanan manajemen media sosial profesional (Wibowo, 2022). Social media management berusaha agar mengoptimalkan seluruh proses dan kegiatan tersebut berjalan optimal. Gambaran paling mudahnya adalah, ketika ada jadwal posting, seluruh perangkatnya juga harus

tersedia, mulai dari gambar, desain, dan captionnya. Selain membuat konten rutin, juga harus mengelola ads atau iklan, mengingat dalam pemasaran digital, iklan memiliki peranan penting dalam menjangkau audiens. Agar ads bisa optimal harus melakukan riset pasar, riset jangkauan, dan besaran anggaran setiap harinya.

Social Media Analytics

Analisis media sosial dalam konteks analisis sosial adalah proses pengumpulan data dari percakapan pada media digital. Data ini kemudian diproses dalam informasi terstruktur yang mengarah pada keputusan bisnis yang lebih termotivasi oleh informasi dan untuk meningkatkan sentralitas klien untuk merek dan bisnis.

Untuk membantu proses analisis, Anda dapat menggunakan beberapa aplikasi berdasarkan situs web yang akan membantu Anda memantau bagaimana Anda melakukan kegiatan pemasaran online yang optimal di media sosial. Aplikasi ini berguna untuk memungkinkan Anda memonitor kegiatan di media sosial.

Social Media Marketing

Merupakan salah satu dari berbagai jenis marketing yang paling sering digunakan pada saat ini. Marketing jenis ini memanfaatkan peran media sosial dalam proses marketingnya. Secara sederhana, pemasaran media sosial adalah proses pemasaran yang dilakukan melalui media sosial. Media sosial yang paling sering digunakan adalah Facebook, Instagram atau Twitter. Namun, maknanya bisa lebih luas. Menurut Hubspot, pemasaran media sosial adalah tindakan membuat konten. Konten ini akan menarik perhatian publik. Sedangkan menurut Neil Patel, pemasaran media sosial adalah proses menarik perhatian orang untuk terlibat (*engage*) dalam konten yang disajikan. Jika ditautkan, kemungkinan konten akan dibagikan tentu lebih tinggi.

Dengan media sosial proses marketing yang dilakukan akan jauh lebih mudah dan menyenangkan. Terdapat beberapa keuntungan yang bisa menjadi alasan mengapa marketing jenis ini sangat penting

1. Meningkatkan *brand awareness*

Sebuah brand atau produk akan semakin diakui keberadaannya ketika diunggah di media sosial secara terus - menerus. Hal ini dikarenakan masyarakat akan menaruh perhatian khusus. Mulanya masyarakat mungkin hanya akan melihat - lihat produk atau jasa yang kamu tawarkan untuk sementara waktu, namun jika diunggah di media sosial secara terus menerus sebuah brand atau produk akan mulai dianggap ada dan diingat oleh masyarakat. Ini karena media sosial sudah menjadi platform yang terus dikonsumsi setiap hari oleh orang - orang

2. Mendapatkan feedback produk dan strategi pemasaran

Merupakan tahapan lanjutan dari dari efek sosial media marketing. Setelah diakui keberadaannya, kita dapat melihat secara langsung bagaimana respon dan reaksi para customer dengan konten atau unggahan di media sosial misalnya dengan memberikan *like* dan mem-*follow* akun sosial media. Bagi sebagian usaha ini dapat menjadi alat ukur untuk dapat melihat kelebihan dan kekurangan dari produk atau strategi marketing yang dipilih.

3. Mempelajari Kompetitor

Dapat dengan mudah mempelajari dan memahami pesaing melalui social media marketing. Hal ini dikarenakan social media marketing banyak digunakan oleh perusahaan dalam mengenalkan dan memasarkan produknya. Dengan aktif dalam menggunakan social media marketing kita dapat melihat serta mempelajari strategi

marketing yang digunakan oleh kompetitor atau pesaing.

Group and Social Media

Grup dan media sosial dapat mempengaruhi konsumen dalam berperilaku. Grup memiliki kekuatan untuk mempengaruhi anggota kelompoknya dalam bertindak. (Solomon, 2017) mengkategorikan kekuatan pengaruh dari grup menjadi dua yaitu *normative influence* dan *comparative influence*. *Normative influence* terjadi ketika sebuah kelompok dapat membantu mengatur serta menegakkan standar dasar perilaku yang dilakukan, seperti contohnya orang tua. Sedangkan, *comparative influence* adalah pengaruh dari kelompok yang terjadi ketika keputusan mengenai merek maupun aktivitas tertentu diambil. Contoh dari *comparative influence* adalah ketika seseorang memilih tempat berbelanja tertentu.

Namun, saat ini terdapat *influence* yang dapat lebih mempengaruhi tindakan serta keputusan yang diambil oleh seseorang, yaitu media sosial. Terkadang media sosial berpengaruh lebih dibandingkan iklan (Solomon, 2017). Hal ini diakibatkan oleh *word-of-mouth*, sebuah komunikasi yang menyebarkan informasi produk yang diberikan dari satu individu ke individu lain. Komunikasi ini dilakukan di media sosial yang merubah bagaimana cara perusahaan maupun konsumen berinteraksi. Menurut (Solomon, 2017), terdapat beberapa karakteristik komunitas online yaitu percakapan, kehadiran, kepentingan kolektif, demokrasi, standar perilaku, partisipasi, kekuatan massa dan efek jaringan.

Digital Marketing

Digital marketing atau pemasaran digital merupakan suatu kegiatan pemasaran yang dilakukan media digital atau online. Tujuan dari digital marketing ini sendiri adalah menarik konsumen atau calon konsumen. Penerimaan kemajuan teknologi dan internet dikalangan masyarakat sangat luas sehingga tidak heran jika kegiatan pemasaran yang dilakukan secara digital atau online menjadi pilihan utama bagi para perusahaan-perusahaan yang ada saat ini. Dari definisi tersebut, dapat kita rangkum bahwa banyak sekali perusahaan-perusahaan berkompetisi dalam membuat konten pemasaran atau promosi. Banyaknya digital marketing yang digunakan oleh perusahaan-perusahaan, membuktikan bahwa digital marketing ini membawa begitu banyak keuntungan dan manfaat yang bisa didapatkan. Berikut beberapa keuntungan dan manfaat dari pemasaran digital atau digital marketing :

1. Kecepatan Penyebaran

Strategi pemasaran dengan menggunakan media digital atau media online dapat dilakukan dengan praktis dan sangat cepat bahkan dalam hitungan beberapa detik saja. Selain itu juga digital marketing atau pemasaran digital juga dapat diukur secara realtime dan tepat.

2. Kemudahan Evaluasi

Dengan menggunakan media digital atau media online, hasil dari kegiatan strategi ini dapat diketahui secara langsung. Setelah mengetahui informasi-informasi tersebut, tentunya kita dapat melakukan evaluasi dan inovasi kegiatan mana yang dapat dilakukan dengan baik.

3. Jangkauan Lebih Luas

Kelebihan digital marketing dapat juga kita lihat dari jangkauan geografis yang sangat luas. Kita dapat menyebarkan brand atau produk keseluruh dunia hanya dengan beberapa langkah dengan memanfaatkan internet.

4. Efektif

Jika dibandingkan dengan strategi pemasaran tradisional, tentu saja digital marketing jauh lebih murah dan efektif untuk dilakukan.

5. Membangun Brand

Digital marketing membantu dalam membangun merk atau brand dengan sangat baik. Eksistensi yang dilakukan dalam dunia maya dengan adanya brand merupakan hal yang sangat penting dikarenakan konsumen akan melakukan pencarian secara online sebelum melakukan pembelian.

METODE PENELITIAN

Strategi dan Metode pemasaran

1. Metode Penelitian

Berdasarkan topik penelitian, metode yang digunakan peneliti untuk proses penelitian merupakan metode kualitatif. Menurut Sugiyono (2008;115) metode ini bertujuan untuk meneliti dan menganalisis data secara alamiah. Objek penelitian yang sebagaimana adanya, tidak dimanipulasi oleh peneliti agar objek pada saat penelitian dan setelah itu tidak berubah. Peneliti berupaya untuk mendapatkan data agar dapat membantu pengembangan strategi promosi yang akan diterapkan .

2. Metode Pengumpulan data

Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu kuesioner dengan membagikan kuesioner *Google form* yang berisi pertanyaan-pertanyaan untuk mendukung proses penelitian. Data yang dibutuhkan antara lain: menu yang sering di pesan, *budget* untuk membeli nasi padang, media sosial yang sering digunakan, dan lain lain.

3. Sumber data penelitian

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Helmina Batubara, 2013). Data diperoleh melalui kuesioner yang disebar oleh peneliti kepada masyarakat kota Batam.

4. Sampel dan Lokasi penelitian

Sampel penelitian berupa masyarakat memiliki media sosial dan menyukai menu Nasi Padang. Total 45 responden yang berasal dari kota Batam yang telah mengisi kuesioner.

Jenis konten, Pemilihan platform dan metode pengukuran

Jenis konten yang digunakan adalah berupa postingan foto makanan dan konten video RM. Pangek Ombilin. Postingan bertujuan untuk memberikan informasi mengenai menu yang tersedia. Strategi yang dilakukan yang pertama pengaktifan kembali media sosial Instagram dengan memposting foto terbaru dari menu yang tersedia dan membuat Instagram Story setiap harinya agar bisa dilihat oleh pengguna media sosial tersebut. Lalu yang kedua pembuatan akun facebook dan melakukan postingan di halaman Fan page. Tujuan utama dari strategi pemasaran ini adalah memperluas jangkauan pasar dan menciptakan brand awareness. Metode pengukuran akan dilihat dari Insight Instagram yang dapat memberikan informasi mengenai konten yang paling diminati pengikut.

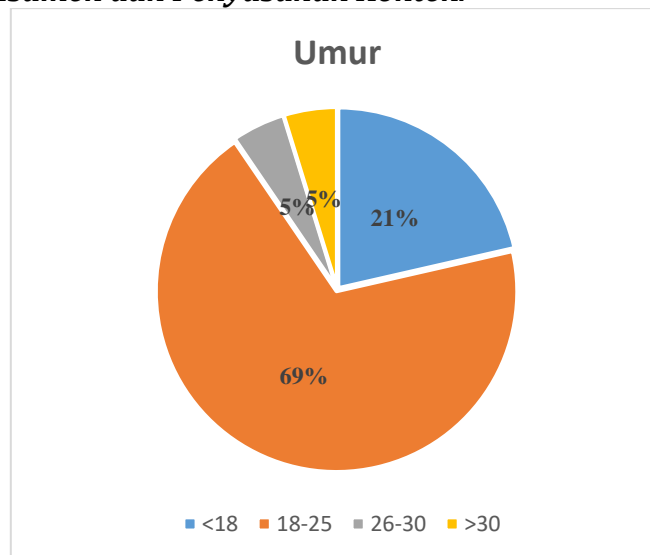
Jadwal kerja kegiatan

NO	Uraian Kegiatan	September				Oktober				November			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penentuan UMKM												
2	Survey												
3	Penentuan strategi												
4	Pembuatan kuesioner												
5	Penyebaran kuesioner												
6	Analisis												
7	Pembuatan laporan												
8	Postingan content												

Time Schedule

No	Kegiatan	Hari						
		1	2	3	4	5	6	7
1	Post Content InstaStory	12.00	12.00	12.00	12.00	12.00	12.00	12.00

Postingan Instagram Story akan dilakukan setiap hari pada jam 12.00. Dikarenakan pada saat jam makan siang terdapat banyak orang yang akan membuka media sosial untuk mencari makanan yang diinginkan.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN***Pengelompokan Konsumen dan Penyusunan Konten.***

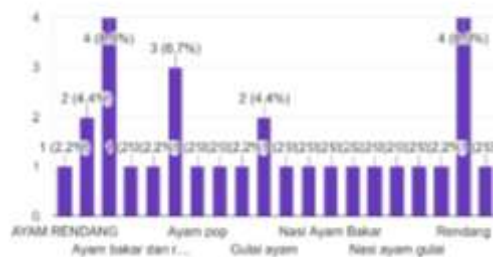
Berdasarkan hasil dari kuesioner yang telah dibagikan dapat dilihat bahwa rata-rata masyarakat yang mendapatkan kuesioner 21% berumur <18 tahun, 69% berumur 18-25 tahun, 5% berumur 26-30 tahun, dan 5% berumur lebih dari 30 tahun. Dari hasil kuesioner tersebut akan dilakukan analisa mengenai konten konten yang cocok untuk usia tersebut.

1. Seberapa sering anda mengonsumsi Nasi Padang dalam 1 bulan?
45 responses



Selanjutnya dari pertanyaan diatas peneliti mendapatkan jawaban bahwa rata-rata masyarakat di kota batam 35.6% mengonsumsi nasi padang 1 kali, 35.6% mengonsumsi nasi padang sebanyak 2-3 kali, dan 28.9% mengonsumsi nasi padang sebanyak lebih dari 3 kali dalam sebulan.

3. Menu nasi padang apa yang paling sering dibeli?
45 responses

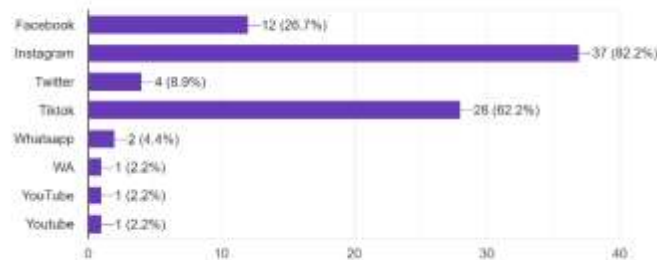


4. Berapa budget yang akan anda keluarkan untuk mengonsumsi Nasi Padang?
45 responses



Kemudian dalam kuesioner juga menanyakan menu *favorite* konsumen dan dapat disimpulkan dari berbagai macam menu nasi padang, masyarakat lebih suka Ayam Goreng, Ayam bakar, dan Rendang. Lalu mengenai budget yang akan dikeluarkan oleh konsumen untuk membeli nasi padang 11.1% kurang dari Rp. 15.000, 60% Rp. 15.000 - 20.000, dan 28.9% lebih dari Rp. 20.000. Dengan hasil analisis ini akan kami diskusikan dengan pihak UMKM sehingga bisa memberikan promo yang menarik untuk menu kesukaan konsumen.

6. Sosial media apa yang paling sering anda gunakan?
45 responses



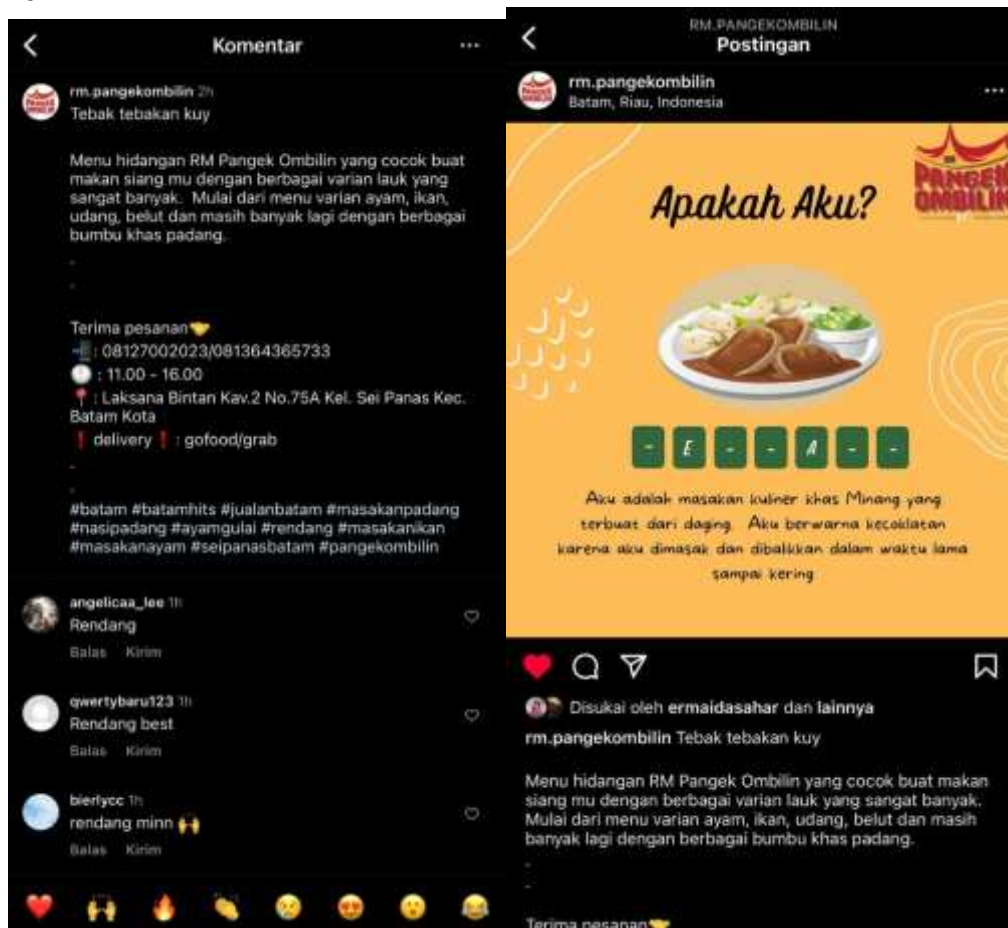
Kemudian untuk melakukan promosi secara tepat dalam kuesioner ditanyakan mengenai sosial media yang paling sering digunakan oleh masyarakat. Instagram merupakan media sosial yang paling sering digunakan masyarakat oleh karena itu dalam promosi dilakukan melalui post, reels, dan story di Instagram.

Feedback dan Comment di Sosial Media @rm.pangekombilin

Feedback dari sebuah konten itu menilai apakah konten tersebut sudah tepat pada

sasaran target marketing yang kita rencanakan. Feedback tidak terlepas dari interaksi yang terbentuk di sebuah media sosial. Media sosial menawarkan fitur yang disebut Comment. Comment digunakan oleh konsumen untuk berinteraksi dengan penyaji konten.

Dari konten yang telah dibuat oleh kelompok kami untuk Pangek ombilin terdapat beberapa postingan konten yang mendapatkan feedback konsumen. Tetapi ada juga yang tidak membuahkan feedback dari konten yang kami buat. Dari analisa kelompok kami rata-rata konten yang bersifat informatif hanya dilihat oleh konsumen saja, sedangkan konten yang bersifat menghibur seperti teka-teki terkesan lucu dan mendapatkan feedback dari konsumen.



Aspek POE (Paid, Owned, and Earned)

Link Akun Instagram: <https://instagram.com/rm.pangekombilin?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

RM Pangek Ombilin memutuskan untuk memanfaatkan pemasaran merek dengan komunitas jejaring berdasarkan *owned, earned, and paid media*.

Paid Media

Paid Media merupakan suatu bentuk *paid marketing* di mana sebuah perusahaan bisnis harus membayarkan sejumlah uang pada media untuk meningkatkan tingkat penjualan. Pada saat ini belum diterapkan *paid media* karena sedang menerapkan pemasaran gratis untuk melihat dan menganalisis hasil teknik pemasaran ini apakah berdampak signifikan kepada UMKM. Karena sedang menerapkan pemasaran gratis untuk melihat dan menganalisis hasil teknik pemasaran ini apakah berdampak signifikan kepada UMKM. Namun, media sosial

berperan penting untuk RM Pangek Ombilin dalam meningkatkan *Facilitate purchase* dengan *sales promotion*, termasuk penawaran.

Owned Media

Dasar strategi pemasaran dari RM Pangek Ombilin yaitu dengan mempublikasikan konten, maka dari itu, membutuhkan dalam *content channel*, dimana properti pemasaran yang digunakan RM Pangek Ombilin yaitu melalui *platform* media sosial yaitu *Instagram* dan *Facebook*. RM Pangek Ombilin memiliki hak sepenuhnya pada akun milik sendiri dalam melakukan pemasaran tanpa mengeluarkan biaya yang berlebihan. Selain itu, kami juga mengandalkan website atau aplikasi Canva sebagai alat design untuk membuat konten yang lebih menarik.

Earned Media

Berbagai aktivitas dan konten yang telah dipublikasi RM Pangek Ombilin menghasilkan berbagai entitas dari konsumen sebagai berikut:

Dari kedua snapshot yang diambil oleh konsumen, merupakan salah satu peningkatan *customer relationship* untuk RM Pangek Ombilin.



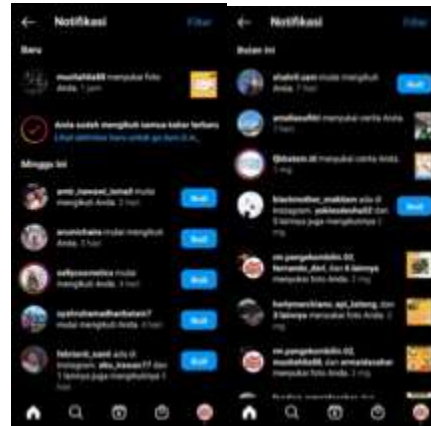
Pada tanggal 12 Desember 2022, salah satu konsumen dengan akun pengguna Instagram @finkylorando berbagi lokasi dimana dia mengambil makan siang di RM Pangek Ombilin tepatnya di jam 14.46.



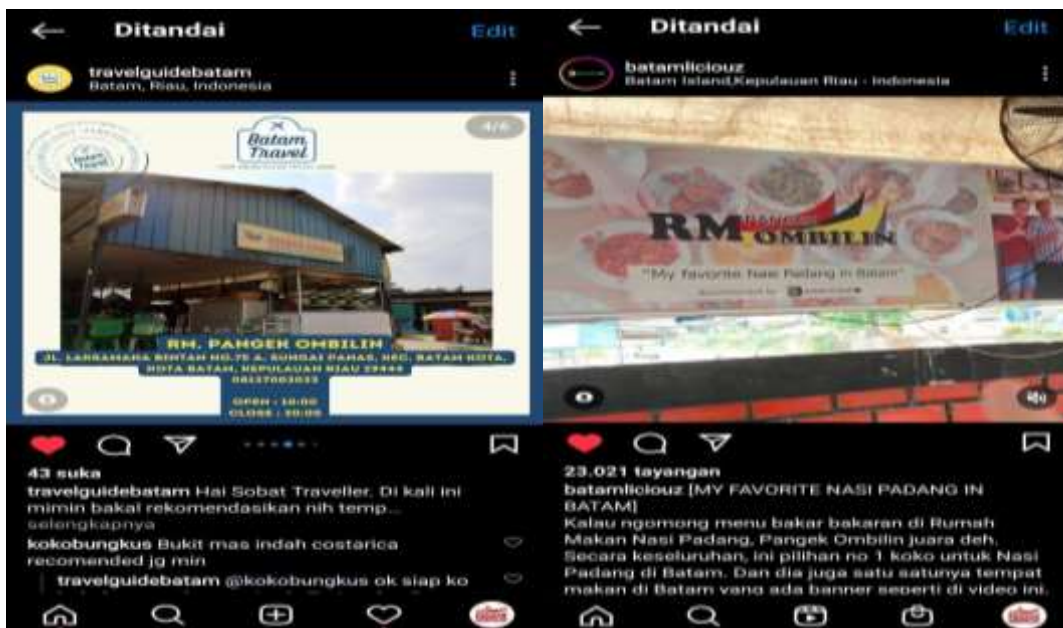
Pada tanggal 12 Desember 2022, salah satu konsumen dengan akun pengguna Instagram @delvi.z0, berbagi didalam story Instagram dengan satu gambaran menu 1 bungkus nasi padang.



Salah satu video yang diposting pada tanggal 24 Desember mengenai *LEGENDARY: BEST PADANG FOOD! NASPAD FAVORITE DI BATAM* yang diposting oleh kedua akun Instagram *@batamliciouz* dan *@hey_batam* yang rutin membahas mengenai kuliner yang ada di Kota Batam.



Terakhir di update pada tanggal 30 Desember 2022, beberapa pengguna Instagram mulai mengikuti akun *@rm.pangekombilin*. Dimana mereka melakukan like dan memfollow serta membuat snapchat di akun mereka sendiri.



Lalu, disini merupakan beberapa hasil dimana RM PANGEK OMBILIN berhasil masuk ke beberapa akun promosi di Kota Batam. Diantaranya ada @travelguidebatam dan juga @batamliciouz. Tentunya bagi yang hobby telusuri makanan makanan yang ada di Batam pastinya sudah tidak asing dengan kedua akun ini yang selalu mempromosikan berbagai UMKM yang ada di Batam.

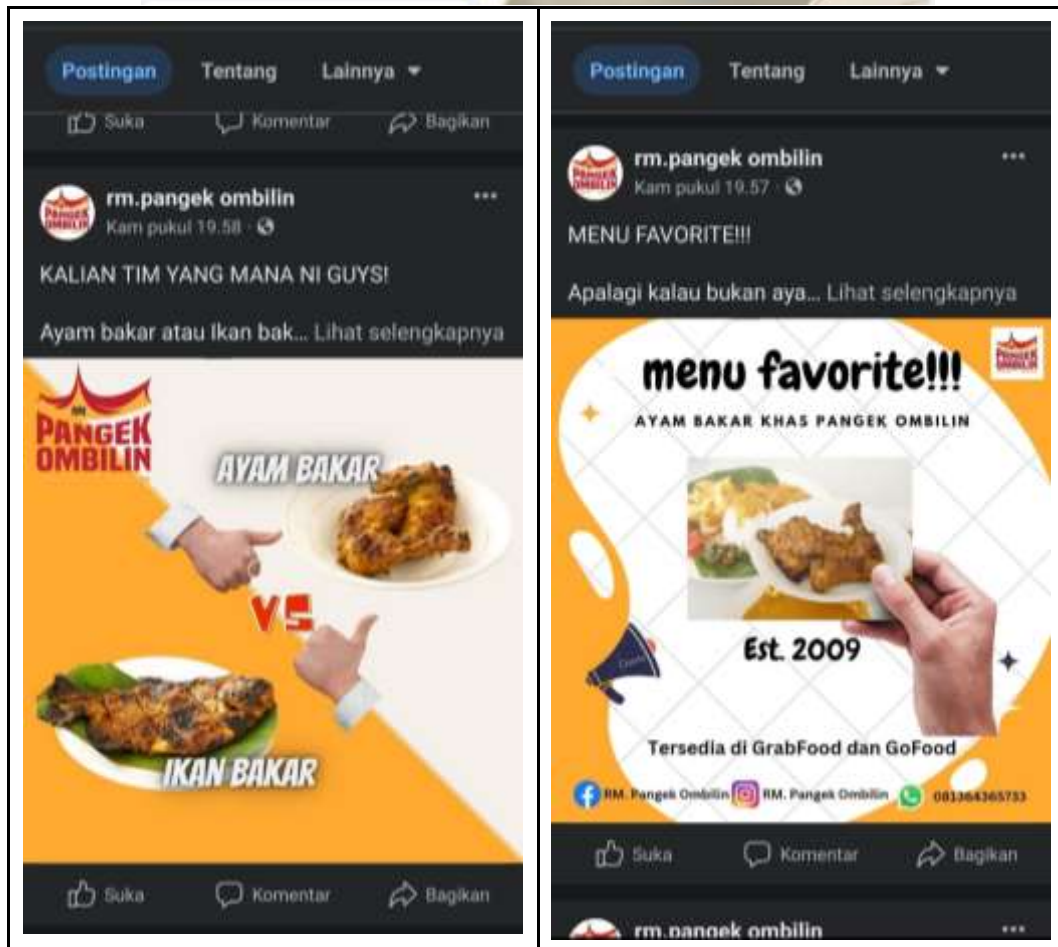
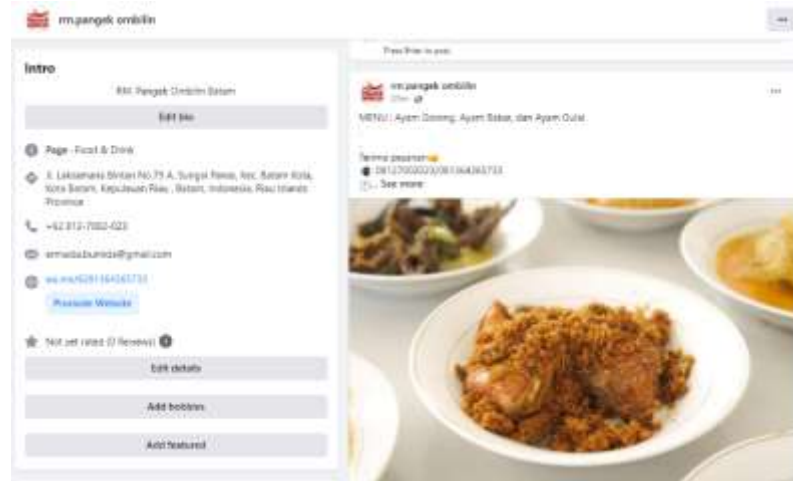


Namun dari sini kita bisa lihat dari akun @travelguidebatam, dengan jumlah 43 like di postingan tersebut. Namun, dari postingan tersebut merupakan konten Nasi Padang yang berada di Kota Batam. Akun promosi tersebut merekomendasikan ke Traveller bahwa tempat makan padang yang enak di Kota Batam, RM Pangek Ombilin menjadi salah satu dalam list tersebut, bersama dengan RM Sederhana, RM Salero Basamo, Nasi Kapau Pak Nin.

Dengan promosi di @batamliciouz mencatat jumlah tayangan sebanyak 23.021, dengan jumlah 33 komentar. Dari akun ini dia berbagi bahwa Best Ikan Bakar di Padang Restaurant yang pernah dia coba berada di RM Pangek Ombilin.

Selain itu, pada tanggal 1 Januari RM Pangek Ombilin berhasil masuk dalam salah satu list Rumah Makan Nasi Padang terfavorit di akun @batamliciouz dan @hey_batam pada link berikut:

<https://www.instagram.com/reel/Cm3ufB4hcJ/?igshid=Yzg5MTU1MDY=>



Selanjutnya, ada facebook fanpage yang kami gunakan untuk memposting konten yang sama. Namun, exposure yang di dapatkan belum begitu signifikan seperti di platform instagram.

(<https://www.facebook.com/profile.php?id=100088268267355&mibextid=ZbWKwL>)

Potensi Berkelanjutannya Bisnis dengan adanya Strategi Pemasaran

Di era yang semakin menuntut untuk manusia untuk memenuhi kebutuhan dengan

cara instan, potensi inilah yang akan sangat membantu keberlanjutan UMKM ini, dengan semakin bertambahnya kebutuhan ini potensi kemajuan dalam hal ekonomi yang bisa disinergikan dengan teknologi sebagai cara pemajuan potensi UMKM ini.

Dengan adanya UMKM yang telah menerapkan manajemen yang baik, diharapkan UMKM ini dapat terus berkembang dengan berbagai kelebihan dan keunikannya, setelah diterapkannya manajemen yang baik diharapkan dapat meminimalisir kesalahan internal mulai dari deskripsi pekerjaan, dan tanggung jawab pekerjaan di setiap divisi. Sehingga nantinya UMKM ini dapat tumbuh pesat dan berkembang menyesuaikan dengan kebutuhan masyarakat serta dapat bersaing di ekonomi global.

Peningkatan profit

Setelah berbagai macam perancangan diterapkan dengan baik, terdapat perubahan dan peningkatan yang terjadi dalam usaha RM Pangek Ombilin ini. Perubahan dan peningkatan tersebut tentu memiliki keuntungan dan manfaat pada usaha ini dalam jangka waktu yang panjang. Adapun perubahan yang terjadi antara sebelum dan sesudah diterapkannya hasil implementasi ini adalah sebagai berikut :

1. Dengan dimanfaatkannya akun sosial media Instagram @rm.pangekombilin membuat usaha rumah makan ini menjadi lebih dikenal oleh masyarakat khususnya yang ada di Kota Batam.
2. Pemanfaatan fitur *instastory* yang ada pada Instagram membuat niat dan minat konsumen meningkat untuk mengambil tindakan pembelian pada menu-menu yang disajikan.
3. Pemanfaatan akun media sosial Instagram yang dilakukan dengan cara memposting menu-menu masakan yang disajikan membuat Rumah Makan ini lebih dikenal dan terjadi peningkatan jumlah *followers* yang cukup signifikan dalam waktu dekat
4. Dengan ikut bergabung dalam aplikasi *online food delivery* seperti Go Food dan Shopee Food membuat terjadinya peningkatan jumlah pelanggan dan omset penjualan. Selain itu, dengan ikut bergabung dalam mitra ini membuat setiap orang dari berbagai daerah yang ada di Kota Batam dapat menikmati masakan RM Pangek Ombilin.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian, didapatkan bahwa UMKM harus dapat menggunakan kekuatan dan potensinya dengan sebaik mungkin dalam memanfaatkan media digital, sehingga UMKM harus mengenal dengan baik dirinya sendiri. Selain itu, UMKM harus dapat menjadikan kelemahannya sebagai kekuatannya serta menjadikan ancaman yang dihadapi sebagai potensi yang dimilikinya. Adapun hasil dari analisa yang dilakukan oleh penulis antara lain

1. Mitra menjadi lebih aktif dalam penggunaan akun media sosial Instagram RM Pangek Ombilin dengan memposting seputar menu apa saja yang tersedia.
2. Mitra dapat dengan baik memanfaatkan fitur yang ada pada akun media sosial Instagram seperti *instastory* untuk menarik minat beli pelanggan.
3. RM Pangek Ombilin telah berhasil bergabung menjadi mitra *online food delivery* pada aplikasi berbasis online GoFood dan Shopee Food

Adapun saran yang dapat direkomendasikan oleh penulis kepada pemilik usaha RM Pangek Ombilin untuk dapat diterapkan dimasa mendatang seperti Meningkatkan kinerja bagi semua pelaku usaha yang terlibat dalam melakukan pelayanan secara offline maupun online. Pemilik tetap konsisten untuk dapat memanfaatkan penggunaan akun media sosial

RM Pangek Ombilin. Dan yang terakhir adalah disarankan agar membuka cabang di berbagai daerah yang ada di Kota Batam agar setiap orang dapat dengan mudah menikmati menu-menu masakan Padang khas RM Pangek Ombilin.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Helmina Batubara. (2013). Penentuan Harga Pokok Produksi Berdasarkan Metode Full Costing Pada Pembuatan Etalase Kaca dan Alumunium di Ud. Istana Alumunium Manado. Jurnal EMBA, 1(3), 217-224. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2073/1646>
- [2] Talumewo, P. O. E., Kawet, L., & Pondaag, J. J. (2014). Analisis Rantai Pasok Ketersediaan Bahan Baku Di Industri Jasa Makanan Cepat Saji Pada Kfc Multimart Ranotana. Jurnal Emba, vol.2 no.3(1), 1584-1591.
- [3] Karsono, K., Purwanto, P., & Salman, A. M. Bin. (2021). Strategi Branding Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Madrasah Tsanawiyah Negeri. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 7(2), 869-880. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2649>
- [4] Listyawati, A. A., & Akbar, M. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital. Komunikas KAREBA, 5(1), 163. <http://garuda.ristekbrin.go.id/documents/detail/622367>
- [5] Masaaki Kotabe & Kristiaan Helsen. (2017). SOCIAL MEDIA MARKETING MANAGEMENT. Copyright © 2017, 2014, 2010 John Wiley & Sons, Inc. All rights reserved.
- [6] Schellenberg, M., Harker, M. J., & Jafari, A. (2018). International market entry mode—a systematic literature review. Journal of Strategic Marketing, 26(7), 601-627. <https://doi.org/10.1080/0965254X.2017.1339114>
- [7] Setiawan, W. (2018). Social Media Analytics. Jurnal Ekonomi & Manajemen Bisnis, 50(1), 50-52.
- [8] Harjono, S (2020). Political and Legal Environment. 101-104.
- [9] Alyda, T (2020). the Rules Social Media Marketing , The Differents Social Media Marketing and Digital Marketing, 8(1), 39-49. <https://journal.political.ac.id/sju/index.php/maj/article/view/25234>

PENGAMBILAN KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMBUKA REKENING BANK BSI DI LINGKUP MAHASISWA UHAMKA

Oleh

Marsya Surinabila¹, Wanda Diah Pratiwi², Rahmawati³, Krisna Ayuningtyas⁴, Sri Rahayu⁵, Budiandru⁶,

^{1,2,3,4,5,6} Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka

Email: ¹Nmarsya44@gmail.com, ²Wpratiwi824@gmail.com, ³rhmwttiii@gmail.com, ⁴krisnaayuningtyasss@gmail.com, ⁵srirhyu10902@gmail.com

Article History:

Received: 26-12-2022

Revised: 18-01-2023

Accepted: 23-01-2023

Keywords:

Bank Syariah Indonesia,
Decision Making,
Customer

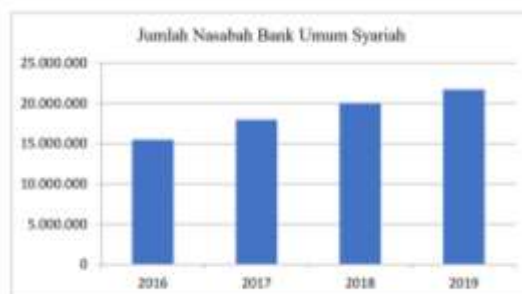
Abstract: *The purpose of this study was to find out the demand for Indonesian Islamic banks among UHAMKA students and to analyze customers' decisions in saving in Indonesian Sharia BANK. By using data Quantitative approach method. The data used are primary data and secondary data. The population in this study is 41 people. Determination of the sample is done by filling out the Google form link that has been distributed. The data analysis method uses the help of SPSS 22 software. Based on the results of our research that there is a connection with the customer's decision to open a BSI bank account that there is significant and the data that has been made valid.*

PENDAHULUAN

Dalam Islam dapat diyakini bahwa kaum muslim ialah sebagai pandangan hidup yang mengartikan manusia mempunyai norma dan aturan yang dapat menuntun untuk menjadi pendoman agar menjalani kehidupan yang kekal. (Akuntansi et al., 2021) Adapun berbagai aspek kehidupan manusia yang sudah diatur terkecuali yaitu aktivitas perekonomian islam yang masih menjadi tuntutan tersendiri. Salah satu dalam menggunakan keperluan sehari-hari kita membutuhkan perbankan maka dari itu sudah banyak sekai bank yang sudah berdiri di Indonesia karena mempermudah dalam kehidupan sehari-hari terlebih lagi di lingkup mahasiswa. Bank berfungsi sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari nasabah dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya dalam bentuk kredit atau bentuk lain sebagai upaya meningkatkan taraf hidup masyarakat. Sesuai dengan Pasal 5 Ayat (1) UU Perbankan No. 10 Tahun 1998 mengenal dua jenis bank, yaitu Bank Umum dan Bank Perkreditan Rakyat (BPR). Kedua bank tersebut ada yang menjalankan prinsip secara konvensional dan syariah. Penulis dalam tulisan ini akan membahas bank umum yang menjalankan prinsip secara syariah. Pada Perbankan syariah di Indonesia telah di rintis sejak lama, pada sekitar tahun 1980-an. Beberapa aktivis muda melakukan kajian mengenai ekonomi syariah, mereka memberi rekomendasi mengenai urgensi perbankan syariah yang bahkan langsung merak praktekkan dalam skala terbatas. Pada awal pendiriannya bank syariah harus menghadapi beberapa kendala karena kurangnya peraturan perundang-undangan dan perangkat hukum yang mendukung sehingga bank syariah terpaksa berusaha menyesuaikan produk-produknya dengan perbankan yang berlaku secara umum, hal ini mengakibatkan bank syariah tampil seperti bank konvensional karena ciri-ciri

syariah Islam yang melekat menjadi tersamarkan. Namun kini telah berlaku perangkat hukum yang mengatur secara tegas ketentuan-ketentuan mengenai bank berdasarkan prinsip syariah Islam. Bahkan memberikan peluang yang luas bagi perbankan konvensional untuk ikut serta menangani transaksi-transaksi perbankan syariah, antara lain dengan cara membuka kantor-kantor cabang yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Adapun Bank Islam yaitu ; Bank Islam, yaitu bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam dan bank yang tata cara beroperasinya mengacu kepada ketentuan Alquran dan hadist. Kedua; bank yang beroperasi dengan prinsip syariah Islam adalah bank yang dalam beroperasinya mengikuti ketentuan syariah Islam. Tata cara yang dilakukan, yaitu menjauhi praktik-praktik yang dikhawatirkan mengandung unsur-unsur riba dan selanjutnya memakai kegiatan investasi atas dasar bagi hasil dan pembiayaan perdagangan.(Hasan Sultoni, 2020) Bank Indonesia (BI) mendefinisikan bank syariah sebagai intermediasi dan penyedia jasa keuangan yang bekerja berdasarkan etika dan sistem nilai Islam, khususnya bebas dari bunga, dari kegiatan spekulatif yang nonproduktif seperti perjudian, dari hal-hal yang tidak jelas dan meragukan, berprinsip keadilan, dan hanya membiayai kegiatan usaha yang halal. Di Indonesia kehadiran bank syariah di tengah-tengah bank konvensional adalah untuk menawarkan sistem perbankan alternatif bagi umat Islam yang membutuhkan atau ingin memperoleh layanan jasa perbankan tanpa harus melanggar larangan riba. Perbedaan pokok antara perbankan syariah dan konvensional adalah pada penghindaran riba dalam perbankan Islam, dengan demikian maka bunga pada uang yang dipinjam dan dipinjamkan itu dilarang. Nasabah merupakan aset atau kekayaan utama bagi perusahaan karena tanpa pelanggan perusahaan tidak akan berarti apa-apa, bahkan terdapat istilah yang menyatakan jika pelanggan adalah raja, semua keinginan dan kebutuhan harus terpenuhi. Banyak hal dalam perusahaan memang harus mengikuti kebutuhan dan keinginan pelanggannya jika ingin produk yang ditawarkan laku dipasaran.(Atmaja, 2018)

Dapat dilihat dari penelitian sebelumnya bahwa jumlah nasabah bank umum Berisi deskripsi tentang latar belakang permasalahan yang diselesaikan, isu-isu yang terkait dengan masalah yg diselesaikan, ulasan penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya oleh peneliti lain yg relevan dengan penelitian yang dilakukan, serta didukung dengan *literature review* yang relevan. Referensi umum syariaiah masih mengalami peningkatan yang cukup baik dari tahun ke tahun yang dapat dilihat minat dan antusiasme yang sangat tinggi di masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah. Jika dilihat dari penelitian sebelumnya kami melakukan penelitian mengenai pengambilan keputusan nasabah di tingkat mahasiswa yang dimana kita bisa melihat tingkat antusiasme mereka sama atau tidak dengan di masyarakat.(Wulandari, 2019)



Jumlah Nasabah Bank Umum Syariah di Indonesia Sumber: Website Otoritas Jasa Keuangan
Dari gambar tersebut merupakan data statistik yang memperlihatkan bahwa jumlah nasabah bank umum syariah terus mengalami peningkatan dalam kurun n waktu empat tahun terakhir terhitung mulai tahun 2016 hingga 2019.

LANDASAN TEORI

Pengertian Bank

Secara etimologis, Bank berasal dari bahasa Italia, yaitu kata banca yang berarti bangku/tempat duduk. Bank disebut demikian dikarenakan pada abad pertengahan orang-orang yang memberikan pinjaman melakukan usahanya di atas bangku-bangku. Menurut UU RI Nomor 10 Tahun 1998 Pasal I ayat 2, Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Definisi bank menurut Darmawati yaitu bank merupakan perusahaan yang kegiatan pokoknya adalah menghimpun uang dari masyarakat dan memberikan kredit kepada masyarakat (Trisela & Pristiana, 2021). Sedangkan pengertian bank menurut Kasmir dalam bukunya bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Menurut Dendawijaya (2009:25), bank adalah suatu badan usaha yang tugas utamanya sebagai lembaga perantara keuangan yang menyalurkan dana dari pihak yang berkelebihan dana kepada pihak yang membutuhkan atau kekurangan dana pada waktu yang ditentukan.

Pemahaman bank syariah dapat didekati melalui tiga cara untuk mendefinisikan apa itu bank syariah. Pertama, berdasarkan pada peraturan perundang-undangan (legal regulation within which the institutional function), kedua, berdasarkan pada kegiatan bank atau services bank terhadap jasa yang ditawarkan kepada konsumen, ketiga, berdasarkan fungsi ekonomis (economic functions) atas bank seperti yang ditunjukkan ketika melayani masyarakat. Pertama, berdasarkan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, dan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 no. UU No. 7 Tahun 1992, ketiganya mempunyai pengertian yang sama tentang bank yaitu badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Sedangkan bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Kedua, pengertian bank dapat diperjelas berdasarkan produk yang ditawarkan kepada konsumen, bahwa bank adalah institusi yang menerima simpanan uang dan menyalurkannya kepada masyarakat, serta menyediakan jasa lainnya. Ketiga, pengertian bank dengan pendekatan fungsi ekonomi, bahwa bank adalah lembaga yang menerima simpanan uang dan menyalurkannya kepada usaha kegiatan ekonomi dan juga melakukan kegiatan jasa lainnya.

Pengertian Bank Syariah

Pemahaman bank syariah dapat didekati melalui tiga cara untuk mendefinisikan apa itu bank syariah. Pertama, berdasarkan pada peraturan perundang-undangan (legal

regulation within which the institutional function), kedua, berdasarkan pada kegiatan bank atau services bank terhadap jasa yang ditawarkan kepada konsumen, ketiga, berdasarkan fungsi ekonomis (economic functions) atas bank seperti yang ditunjukkan ketika melayani masyarakat. Pertama, berdasarkan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, dan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 no. UU No. 7 Tahun 1992, ketiganya mempunyai pengertian yang sama tentang bank yaitu badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Sedangkan bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Kedua, pengertian bank dapat diperjelas berdasarkan produk yang ditawarkan kepada konsumen, bahwa bank adalah institusi yang menerima simpanan uang dan menyalurkannya kepada masyarakat, serta menyediakan jasa lainnya. Ketiga, pengertian bank dengan pendekatan fungsi ekonomi, bahwa bank adalah lembaga yang menerima simpanan uang dan menyalurkannya kepada usaha kegiatan ekonomi dan juga melakukan kegiatan jasa lainnya (Supriyadi, 2018).

Berdasarkan ketiga pendekatan tersebut tentang pengertian bank adalah lembaga jasa keuangan yang melaksanakan usaha menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan atau pinjaman serta kegiatan ekonomi lainnya dalam bentuk jasa. Bank syariah yang merupakan salah satu perbankan di Indonesia dapat diartikan sebagai badan usaha bidang keuangan yang kegiatannya melakukan penghimpunan dana dari masyarakat dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan atau pinjaman serta melakukan kegiatan ekonomi lainnya dalam bentuk jasa yang berdasarkan prinsip syariah.

Berdasarkan pengertian tersebut, bank syariah merupakan bank yang memiliki ciri khusus dalam operasionalnya dengan menerapkan syariah yaitu berbagi keuntungan dan kerugian baik dalam penghimpunan dana dan pembiayaan maupun dalam produk jasa. Ada perbedaan antara bank berdasarkan prinsip syariah, dibanding dengan bank konvensional yaitu bank syariah melakukan usaha berdasarkan prinsip berbagi keuntungan dan kerugian, sedangkan bank konvensional melakukan penghimpunan dana dan penyaluran dana dalam bentuk kredit berbasis bunga. Kedua perbankan tersebut memiliki sistem hukum yang berbeda-beda sesuai dengan basisnya.

Kemudian para ahli juga menjelaskan pendapatnya mengenai pengertian Bank Syariah, seperti hal nya Budisantoso dan Nuritomo (2014:207) yang mendefinisikan "Bank Syariah yaitu bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah atau prinsip agama Islam". Sesuai prinsip Islam yang melarang sistem bunga atau riba yang memberatkan, maka bank syariah beroperasi berdasarkan kemitraan pada semua aktivitas bisnis atas dasar kesetaraan dan keadilan. Bank syariah adalah bank yang sistem perbankannya menganut prinsip-prinsip dalam Islam. Bank syariah merupakan bank yang diimpikan oleh para umat Islam. selanjutnya beberapa pakar memberikan pendapatnya mengenai pengertian bank syariah di bawah ini. Menurut Sudarsono (2012:29) pengertian bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit atau pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya, disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah.

Pengambilan Keputusan Nasabah

Pengertian pengambilan keputusan nasabah yaitu sebuah proses keputusan nasabah yang dihadapkan pada suatu pilihan perbankan (Philip Kotler, 2002: 207). Menurut Griffin (2002) Pengambilan keputusan nasabah adalah suatu tindakan yang dilakukan nasabah dalam memilih satu alternatif dari serangkaian alternatif yang ada. Penganmbilan keputusan nasabah merupakan pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan, artinya bahwa nasabah dapat membuat keputusan, haruslah tersedia alternatif lainnya. Keputusan merupakan hasil pemecahan dalam suatu masalah yang harus dihadapi dengan tegas. Berdasarkan Kamus Besar Ilmu Pengetahuan pengambilan keputusan (decision making) didefinisikan sebagai pemilihan keputusan atau kebijakan yang didasarkan atas kriteria tertentu. Proses ini meliputi dua alternatif atau lebih karena seandainya hanya terdapat satu alternatif tidak akan ada suatu keputusan yang diambil (Dagum, 2006: 185).

Nasabah Bank BSI

Bank Syariah Indonesia lahir dari hasil merger atau penggabungan 3 bank syariah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yakni PT Bank BRI Syariah Tbk (BRIS), PT Bank BNI Syariah (BNIS), dan PT Bank Syariah Mandiri (BSM). Diawali dengan penandatanganan Conditional Meger Agreement atau CMA antar 3 bank pada Oktober 2020. Pembentukan Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan strategi pemerintah menjadikan Indonesia sebagai salah satu pusat keuangan syariah dunia (Ulfa, 2021).

Bank Syariah Indonesia resmi mengantongi izin dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Tepatnya tanggal 27 Januari 2021 perizinan pembentukan BSI keluar. Tercantum dalam Surat dengan nomor SR3/PB.1/2021 tentang Pemberian Izin Penggabungan PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah ke dalam PT Bank BRI Syariah Tbk, serta Izin Perubahan Nama dengan Menggunakan Izin Usaha PT Bank BRI Syariah Tbk menjadi Izin Usaha atas nama PT Bank Syariah Indonesia Tbk sebagai bank hasil penggabungan.

Hasil penggabungan 3 bank, menjelma menjadi PT Bank Syariah Indonesia Tbk. Tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan kode saham BRIS. BRIS masuk dalam Indeks saham IDX BUMN20 per Februari 2021. Adapun komposisi pemegang saham pada Bank Syariah Indonesia adalah PT Bank Mandiri (Persero) Tbk sebesar 51,2%, PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk sebesar 25%, PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk sebesar 17,4%, DPLK BRI - Saham Syariah 2%, dan publik 4,4% pasca merger. Setelah dihitung, hasil gabungan 3 bank syariah BUMN, Bank Syariah Indonesia memiliki aset sebesar Rp 245,7 triliun. Sedangkan modal inti sebesar Rp 20,4 triliun. Dengan jumlah tersebut, bank syariah ini masuk top 10 bank terbesar di Indonesia dari sisi aset. Tepatnya di urutan ke-7. Selanjutnya, Bank Syariah Indonesia memiliki target menjadi pemain global di tahun 2025 dan tembus 10 besar bank syariah dunia dari sisi kapitalisasi pasar.

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, yaitu :

- a. Nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank syariah dan atau Unit Usaha Syariah.
- b. Nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di Bank Syariah dan atau Unit Usaha Syariah dalam bentuk simpanan berdasarkan akad antara bank syariah atau Unit Usaha Syariah dan nasabah yang bersangkutan.

- c. Nasabah investor adalah nasabah yang menempatkan dananya di Bank Syariah dan atau Unit Usaha Syariah dalam bentuk investasi berdasarkan akad antara Bank Syariah dan atau Unit Usaha Syariah dan nasabah yang bersangkutan.
- d. Nasabah penerima fasilitas adalah nasabah yang memperoleh fasilitas dana atau yang dipersamakan dengan itu, berdasarkan prinsip syariah (Marlina & Bimo, 2018)

Nasabah Bank BSI adalah seseorang yang menjadi tanggungan atau menjadi pelanggan Bank Syariah Indonesia. Istilah pelanggan lebih sering diberikan kepada jasa non-keuangan, seperti supermarket, manufaktur, hotel, dan lainnya. Istilah nasabah digunakan untuk perusahaan keuangan, seperti bank, asuransi, leasing atau pegadaian. Namun, dalam perihal pelayanan kedua istilah tersebut mengandung arti yang sama, perbedaannya hanya terletak dalam sebagian kecil. Jadi, nasabah merupakan pihak yang menggunakan jasa keuangan dalam skripsi ini berarti nasabah yang menggunakan jasa perbankan syariah (Ikatan Banking Indonesia, 2013: 295). Nasabah Bank BSI dalam hal ini nasabah juga dikatakan sebagai orang yang menggunakan pelayanan yang disediakan oleh Bank BSI. Nasabah Bank BSI adalah seorang atau badan usaha maupun lembaga yang mempunyai rekening simpanan dan pinjaman, selain itu nasabah Bank BSI juga melakukan transaksi lainnya, baik transaksi online maupun offline.

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Kegiatan penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 19 November – 21 November 2022 dan bertempat di Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka.

Metode Penggalan Data

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan data kuantitati, pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan pengisian kuesioner yang berisi 16 pertanyaan dan di isi dengan 41 koresponden mahasiswa Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka. Metode penelitian ini merupakan salah satu metode yang efisien karena peneliti telah mengetahui variabel-variabel apa yang akan diukur dan tahu apa yang diharapkan dari responden. Kuesioner dikategorikan menjadi dua, yaitu kuesioner terbuka dan kuesioner tertutup. Kuesioner terbuka adalah kuesioner yang memberikan kebebasan kepada objek penelitian untuk menjawab. Sedangkan kuesioner tertutup adalah kuesioner dimana peneliti telah memberikan pilihan jawaban untuk dijawab. Penelitian ini termasuk kedalam pengisian kuesioner tertutup karena pertanyaan di dalam kuesioner ini telah di diberikan jawaban untuk dijawab. Tujuan dari pencarian data dengan menggunakan kuisioner yaitu untuk mengetahui lebih rinci seberapa banyak dan seberapa tau mahasiswa Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka terhadap Bank Syariah Indonesia (BSI) pada saat ini. Dari data yang telah diperoleh dari pengisian kuesioner yang dibagikan kemudian dianalisis, sehingga dari data tersebut dapat diambil kesimpulan untuk mengetahui seberapa banyak ketertarikan dan seberapa tau mahasiswa Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka untuk membuka rekening Bank Syariah Indonesia (BSI).

Populasi dan Sampel

Populasi merupakan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2005). Sedangkan, sampel

merupakan sebagai bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi. Pengukuran sampel dilakukan melalui statistik atau berdasar pada estimasi penelitian guna menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan penelitian suatu objek (Sugiyono 2016).

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 41 orang yang terdiri dari mahasiswa aktif Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka yaitu dari usia 17 tahun sampai dengan umur 26 tahun yang terdiri dari semester 1,3,5, dan 7.

Tahapan Penelitian

Diawali dengan memutuskan masalah yang akan diangkat untuk menjadi bahan pada penelitian. Memutuskan tempat dan waktu untuk penelitian yang akan diteliti. Merancang daftar pertanyaan untuk metode yang akan dilakukan seperti metode kuesioner. Melakukan pembagian atau penyebaran kuesioner secara daring (online) terhadap sampel yang telah ditentukan. Menganalisis data yang telah didapatkan dari hasil pengisian kuesioner pada sampel Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka. Pengolahan data dari hasil pengisian kuesioner dan analisis data. Membuat kesimpulan dari setiap data yang telah dianalisis. Menarik dan membuat kesimpulan yang bersumber dari hasil analisa data yang telah diperoleh dan diperiksa data dengan kesesuaian maksud dan tujuan dari penelitian tersebut.

Untuk mengukur pendapat yang diteliti, peneliti akan memberikan penilaian skor yang akan digunakan dalam penelitian. Jawaban diukur dengan menggunakan Likert Scale dari 1 s/d 5. Dimana responden diminta memberikan pendapat setiap butir pertanyaan, mulai dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju. (Budiandru, Sarah Qonita, Safuan, 2019)

Skala Likert (Likert Scale)

Kriteria Jawaban	Skor jawaban
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Tidak Tahu (TT)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Descriptive Statistic

Analisis statistik deskriptif adalah analisis yang didasarkan pada hasil jawaban yang diperoleh dari responden, dimana responden memberikan penilaian atas pernyataan-pernyataan yang diajukan oleh penulis. Adapun hasil analisis statistik deskriptif diperoleh dengan menggunakan software SPSS 20 yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X	41	3	5	4.41	.631
X1	41	3	5	4.32	.687
X2	41	3	5	4.46	.674

Y	41	3	5	4.39	.628
Y1	41	3	5	4.39	.628
Y2	41	3	5	4.46	.674
Y3	41	3	5	4.49	.779
Valid N (listwise)	41				

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa variable (X) dengan jumlah responden (N) sebanyak 41 responden memiliki nilai rata-rata (mean) sebesar 4,41 dengan nilai minimum sebesar 3, dan nilai maksimum sebesar 5, sedangkan standar deviationnya sebesar 0,631.

Untuk variabel (X1) dengan jumlah responden (N) sebanyak 41 responden memiliki nilai rata-rata (Mean) sebesar 4,32 dengan nilai minimum sebesar 3 dan nilai maksimum sebesar 5, sedangkan standar deviationnya sebesar 0,687.

Untuk variabel (X2) dengan jumlah responden (N) sebanyak 41 responden memiliki nilai rata-rata (Mean) sebesar 4,46 dengan nilai minimum sebesar 3 dan nilai maksimum sebesar 5, sedangkan standar deviationnya sebesar 0,674.

Sedangkan untuk variabel (Y) dengan jumlah responden (N) sebanyak 41 responden memiliki nilai rata-rata (mean) sebesar 4,39 dengan nilai minimum sebesar 3 dan nilai maksimum sebesar 5, sedangkan standar deviationnya sebesar 0,628.

Untuk variabel (Y1) dengan jumlah responden (N) sebanyak 41 responden memiliki nilai rata-rata (mean) sebesar 4,39 dengan nilai minimum sebesar 3 dan nilai maksimum sebesar 5, sedangkan standar deviationnya sebesar 0,628.

Untuk variabel (Y2) dengan jumlah responden (N) sebanyak 41 responden memiliki nilai rata-rata (mean) sebesar 4,46 dengan nilai minimum sebesar 3 dan nilai maksimum sebesar 5, sedangkan standar deviationnya sebesar 0,674.

Untuk variabel (Y3) dengan jumlah responden (N) sebanyak 41 responden memiliki nilai rata-rata (mean) sebesar 4,46 dengan nilai minimum sebesar 3 dan nilai maksimum sebesar 5, sedangkan standar deviationnya sebesar 0,779.

Selanjutnya yaitu Setelah data diperoleh berdasarkan penyebaran kuesioner, maka data tersebut perlu dilakukan uji validitas dan uji realibilitas. Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Correlations

		X	X1	X2	Y	Y1	Y2	Y3	Total
X	Pearson Correlation	1	.511	.653	.717	.717	.653	.646	.156
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.330
	N	41	41	41	41	41	41	41	41
X1	Pearson Correlation	.511	1	.484	.634	.634	.592	.545	.119
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.000	.000	.000	.000	.457
	N	41	41	41	41	41	41	41	41
X2	Pearson Correlation	.653	.484	1	.625	.625	.835	.749	.354
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.000	.000	.000	.000	.023
	N	41	41	41	41	41	41	41	41
Y	Pearson Correlation	.717	.634	.625	1	1.000	.566	.624	.217
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.172
	N	41	41	41	41	41	41	41	41
Y1	Pearson Correlation	.717	.634	.625	1.000	1	.566	.624	.217
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.172
	N	41	41	41	41	41	41	41	41
Y2	Pearson Correlation	.653	.592	.835	.566	.566	1	.701	.310
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.049
	N	41	41	41	41	41	41	41	41
Y3	Pearson Correlation	.646	.545	.749	.624	.624	.701	1	.287
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.069
	N	41	41	41	41	41	41	41	41
Total	Pearson Correlation	.156	.119	.354	.217	.217	.310	.287	1
	Sig. (2-tailed)	.330	.457	.023	.172	.172	.049	.069	
	N	41	41	41	41	41	41	41	41

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

bahwa hasil uji validitas Diatas untuk variabel (X) dan variabel (Y) diketahui bersifat valid ataupun signifikan yang artinya seluruh pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner memperoleh nilai *rHitung* lebih besar dari pada *rHitung*.

Dalam pengujian reabilitas, peneliti menggunakan metode Cronbach Alpha dengan signifikansi yang digunakan sebesar 0,70 dimana jika nilai Cronbach Alpha dari suatu variabel lebih besar dari 0,70 maka butir pertanyaan yang diajukan dalam pengukuran instrumen tersebut memiliki reabilitas yang memadai. Sebaliknya, jika nilai Cronbach Alpha dari suatu variabel lebih kecil dari 0,70 maka butir pertanyaan tersebut tidak reliabel.

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	41	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	41	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.929	7

Berdasarkan di atas, dapat dilihat bahwa nilai Cronbach Alpha lebih besar dari nilai kritis atau Cronbach Alpha lebih besar dari 0,70 yang berarti instrumen untuk setiap variabel kompetensi, independensi auditor, dan kualitas audit adalah reliabel.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dari Hasil yang sudah kami teliti bahwa adanya terkaitan mengenai pengemablian keputusan dengan nasabah Dalam melakukan suatu tindakan setiap individu tentu mempunyai pertimbangan-pertimbangan tertentu. Dalam teori ekonomi mikro perilaku nasabah dalam melakukan sesuatu didorong oleh suatu kepentingan dan kebutuhan. Hal ini juga berlaku bagi nasabah yang ingin menggunakan produk dan jasa perbankan. Sebagai seorang konsumen, nasabah secara rasional akan berusaha mencapai kepuasan maksimal dalam rangka memenuhi kebutuhannya. Nasabah akan mempertimbangkan keuntungan dan kerugian menjadi suatu nasabah suatu bank. Jika bank tersebut banyak memberikan keuntungan dan kemudahan baginya maka ia akan memilih menjadi nasabah bank tersebut.

Dari hasil penelitian diatas bahwa menyatakan terdapat adanya keterkaitan antara pengambilan keputusan dengan nasabah pada pembukaan bank BSI untuk mahasiswa UHAMKA. Nasabah dihadapkan oleh berbagai pilihan bank yang jumlahnya tidak sedikit maka dapat dipastikan bahwa keputusan para nasabah untuk memilih bank syariah bukanlah persoalan yang mudah untuk diambil karena membutuhkan pertimbangan yang matang. Karena bank syariah memiliki hal khusus yang tidak dimiliki bank konvensional yang sudah terlebih dahulu ada di Indonesia, yaitu prinsip yang sesuai dengan ajaran Islam. Sistem bunga bank dan bagi hasil mempunyai sisi persamaan, yaitu sama-sama memberikan keuntungan bagi pemilik modal. Namun keduanya memiliki perbedaan yang prinsipil, yaitu sistem bunga uang merupakan sistem yang dilarang agama Islam, sedangkan bagi hasil merupakan keuntungan yang tidak mengandung riba sehingga tidak diharamkan oleh ajaran Islam. (Supriyadi, 2018). Sistem bagi hasil mempunyai keuntungan sebab tidak akan menimbulkan negative spread, pertumbuhan modal negatif, dalam permodalan bank sebagaimana yang biasa terjadi dalam perbankan konvensional yang menggunakan sistem bunga.

Tabel. 1 Descriptive Statistics
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean		Std. Deviation	Variance
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Statistic
x	41	3	5	4.41	.099	.631	.399
X1	41	3	5	4.32	.107	.687	.472
X2	41	3	5	4.46	.105	.674	.455
Y	41	3	5	4.39	.098	.628	.394
Y1	41	3	5	4.39	.098	.628	.394
Y2	41	3	5	4.46	.105	.674	.455
Y3	41	3	5	4.49	.122	.779	.606
Valid N (listwise)	41						

Dapat dilihat dari tabel deskriptif ditunjukkan bahwa adanya kevalidan dengan 41 responden yang sudah menyatakan bahwa Bank BSI Telah meningkat di Indonesia juga

ditandai dengan bank konvensional semakin banyak mendirikan unit-unit syariah yang membuktikan bahwa bank syariah memiliki potensi yang tinggi di Indonesia. Tingginya potensi bank syariah ini menunjukkan minat masyarakat untuk menggunakan bank syariah yang tinggi pula. Semakin banyak dan mudahnya kita melihat bank syariah menjadi sebuah fenomena tersendiri yang cukup menarik untuk diteliti. Terutama dilihat dari proses pengambilan keputusan nasabah dalam memilih bank syariah dan juga faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah, hal itu disebabkan karena ada banyak pertimbangan yang harus dilakukan sebelum para nasabah tersebut mengambil keputusan menggunakan bank syariah.

Proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh seorang konsumen sebenarnya merupakan proses pengulangan strategi (*repertoire of strategies*) dan juga pengevaluasian strategi yang digunakan sehingga ketika kelak seorang konsumen bisa menggunakan strategi yang tepat dalam mengambil keputusan tentang pembelian produk. Proses ini disebut sebagai proses konstruktif (*constructive processing*). Hal ini dilakukan oleh seorang konsumen sehingga ia bisa membedakan mana kebutuhan yang harus dibeli dengan pertimbangan matang, mana kebutuhan yang bisa langsung dibeli tanpa banyak pertimbangan. (Marlina & Bimo, 2018)

Beberapa keputusan dibuat tanpa pertimbangan yang matang. Dalam kasus ini, seorang konsumen membeli produk sebagai responnya atas keadaan lingkungan. Seperti misalnya seorang konsumen membeli suatu produk karena produk tersebut ditata dengan cara yang menarik, atau seorang konsumen membeli suatu produk karena produk tersebut sedang didiskon dan promosi-promosi lainnya. Tipe keputusan yang diambil dengan cara ini dinamakan pengambilan keputusan *behavioral* (*behavioral influence perspective*). Beberapa keputusan lain dibuat dengan pertimbangan yang matang, namun tetap tidak bisa dijelaskan dengan akal sehat. Seperti selera musik seseorang, atau ketika seorang konsumen memilih untuk membeli suatu karya seni tertentu. Tidak ada penanda khusus yang bisa digunakan untuk menilai apakah suatu produk itu baik atau kurang baik karena pilihan ini sifatnya subjektif. (Yusuf & Ichsan, 2021) Hal yang dapat dilakukan oleh seorang marketer adalah dengan menawarkan jasa dan fasilitas sebaik mungkin kepada konsumen yang telah memilih produknya. Tipe pengambilan keputusan yang didasarkan pada ketotalan fasilitas yang ditawarkan sebuah produk dinamakan pengambilan keputusan berdasarkan pengalaman (*experiential perspective*) (Solomon, 2007;293)

KESIMPULAN

Kehadiran bank syariah di tengah-tengah bank konvensional adalah untuk menawarkan sistem perbankan alternatif bagi umat Islam yang membutuhkan atau ingin memperoleh layanan jasa perbankan tanpa harus melanggar larangan riba. Pemahaman bank syariah dapat didekati melalui tiga cara untuk mendefinisikan apa itu bank syariah. Pertama, berdasarkan pada peraturan perundang-undangan (*legal regulation within which the institutional function*), kedua, berdasarkan pada kegiatan bank atau *services bank* terhadap jasa yang ditawarkan kepada konsumen, ketiga, berdasarkan fungsi ekonomis (*economic functions*) atas bank seperti yang ditunjukkan ketika melayani masyarakat. Bank Syariah Indonesia adalah salah satu bank di Indonesia yang bergerak di bidang perbankan syariah. Nasabah Bank BSI adalah seseorang yang menjadi tanggungan atau menjadi pelanggan Bank Syariah Indonesia.

Dari data yang telah diperoleh dari pengisian kuesioner yang dibagikan kemudian dianalisis, dinyatakan bahwa terdapat adanya keterkaitan antara pengambilan keputusan dengan nasabah pada pembukaan bank BSI untuk mahasiswa UHAMKA.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Bigg. E.K 1963. A lunar influence on ice nucleus concentrations nature. 197:172-173
- [2] Akuntansi, J., Sunarsih, U., & Wijayantie, M. N. (2021). *Penentuan Keputusan Mahasiswa Untuk Menabung di Perbankan Syariah*. 18(02), 91–102.
- [3] Atmaja, J. (2018). *Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah*. 2(1).
- [4] Budiandru, Sarah Qonita, Safuan, U. M. P. D. H. S. P. U. J. (2019). *PENGARUH KOMPETENSI DAN INDEPENDENSI AUDITOR TERHADAP KUALITAS*. 14(5), 2729–2742.
- [5] Hasan Sultoni, A. B. (2020). *Bank syariah di dunia internasional 1*. 07(02), 35–51.
- [6] Marlina, A., & Bimo, W. A. (2018). Digitalisasasi Bank Terhadap Peningkatan Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Bank. *Inovator*, 7(1), 14.
<https://doi.org/10.32832/inovator.v7i1.1458>
- [7] Supriyadi, A. (2018). Bank Syariah Dalam Perspektif Filosofis, Yuridis Dan Sosiologis Bangsa Indonesia. *MALIA: Journal of Islamic Banking and Finance*, 1(1), 1–14.
<https://doi.org/10.21043/malia.v1i1.3980>
- [8] Trisela, I. P., & Pristiana, U. (2021). Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Bank Syariah Dengan Bank Konvensional Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014 - 2018. *JEM17: Jurnal Ekonomi Manajemen*, 5(2), 83–106.
<https://doi.org/10.30996/jem17.v5i2.4610>
- [9] Ulfa, A. (2021). Dampak Penggabungan Tiga Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 1101–1106. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2680>
- [10] Wulandari, N. nunung. (2019). *BANK SYARIAH (Studi Kasus Lima Nasabah Bank BNI Syariah)*.
- [11] Yusuf, M., & Ichsan, R. N. (2021). *BANK SYARIAH INDONESIA SERVICE QUALITY : SOCIAL*. 6(2).
- [12] Akuntansi, J., Sunarsih, U., & Wijayantie, M. N. (2021). *Penentuan Keputusan Mahasiswa Untuk Menabung di Perbankan Syariah*. 18(02), 91–102.
- [13] Atmaja, J. (2018). *Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah*. 2(1).
- [14] Budiandru, Sarah Qonita, Safuan, U. M. P. D. H. S. P. U. J. (2019). *PENGARUH KOMPETENSI DAN INDEPENDENSI AUDITOR TERHADAP KUALITAS*. 14(5), 2729–2742.
- [15] Hasan Sultoni, A. B. (2020). *Bank syariah di dunia internasional 1*. 07(02), 35–51.
- [16] Marlina, A., & Bimo, W. A. (2018). Digitalisasasi Bank Terhadap Peningkatan Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Bank. *Inovator*, 7(1), 14.
<https://doi.org/10.32832/inovator.v7i1.1458>
- [17] Supriyadi, A. (2018). Bank Syariah Dalam Perspektif Filosofis, Yuridis Dan Sosiologis Bangsa Indonesia. *MALIA: Journal of Islamic Banking and Finance*, 1(1), 1–14.
<https://doi.org/10.21043/malia.v1i1.3980>
- [18] Trisela, I. P., & Pristiana, U. (2021). Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Bank Syariah Dengan Bank Konvensional Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014 - 2018. *JEM17: Jurnal Ekonomi Manajemen*, 5(2), 83–106.
<https://doi.org/10.30996/jem17.v5i2.4610>

- [19] Ulfa, A. (2021). Dampak Penggabungan Tiga Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 1101–1106. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2680>
- [20] Wulandari, N. nunung. (2019). *BANK SYARIAH (Studi Kasus Lima Nasabah Bank BNI Syariah)*.
- [21] Yusuf, M., & Ichsan, R. N. (2021). *BANK SYARIAH INDONESIA SERVICE QUALITY : SOCIAL*. 6(2).
- [22] Akuntansi, J., Sunarsih, U., & Wijayantie, M. N. (2021). *Penentuan Keputusan Mahasiswa Untuk Menabung di Perbankan Syariah*. 18(02), 91–102.
- [23] Atmaja, J. (2018). *Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah*. 2(1).
- [24] Budiandru, Sarah Qonita, Safuan, U. M. P. D. H. S. P. U. J. (2019). *PENGARUH KOMPETENSI DAN INDEPENDENSI AUDITOR TERHADAP KUALITAS*. 14(5), 2729–2742.
- [25] Hasan Sultoni, A. B. (2020). *Bank syariah di dunia internasional 1*. 07(02), 35–51.
- [26] Marlina, A., & Bimo, W. A. (2018). Digitalisasasi Bank Terhadap Peningkatan Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Bank. *Inovator*, 7(1), 14. <https://doi.org/10.32832/inovator.v7i1.1458>
- [27] Supriyadi, A. (2018). Bank Syariah Dalam Perspektif Filosofis, Yuridis Dan Sosiologis Bangsa Indonesia. *MALIA: Journal of Islamic Banking and Finance*, 1(1), 1–14. <https://doi.org/10.21043/malia.v1i1.3980>
- [28] Trisela, I. P., & Pristiana, U. (2021). Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Bank Syariah Dengan Bank Konvensional Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014 - 2018. *JEM17: Jurnal Ekonomi Manajemen*, 5(2), 83–106. <https://doi.org/10.30996/jem17.v5i2.4610>
- [29] Ulfa, A. (2021). Dampak Penggabungan Tiga Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 1101–1106. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2680>
- [30] Wulandari, N. nunung. (2019). *BANK SYARIAH (Studi Kasus Lima Nasabah Bank BNI Syariah)*.
- [31] Yusuf, M., & Ichsan, R. N. (2021). *BANK SYARIAH INDONESIA SERVICE QUALITY : SOCIAL*. 6(2).

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN

HUBUNGAN SINDROM LANSIA LEMAH DENGAN KUALITAS HIDUP LANSIA

Oleh

Riani Pradara Jati¹, Rina Anggraeni², Dian Lestari³

^{1,2,3} Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Kendal

Email: ¹pradarajati@gmail.com , ²Rina.nanggroy78@gmail.com,

³dian34766@gmail.com

Article History:

Received: 27-12-2022

Revised: 19-01-2023

Accepted: 27-01-2023

Keywords:

Sindrom Lansia Lemah,
Kualitas Hidup,
Kemandirian

Abstract: Lansia umumnya mengalami banyak masalah biologis maupun psikologis. Terdapat sindrom pada lansia lemah. Sindrom lansia lemah dapat berpengaruh terhadap kualitas hidup lansia. Kualitas hidup merupakan suatu konsep yang sangat luas yang dipengaruhi oleh kondisi fisik individu, psikologis, tingkat kemandirian, serta hubungan individu dengan lingkungan. **Metode:** Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi hubungan sindrom lansia lemah dengan kualitas hidup lansia. Desain penelitian ini deskriptif korelatif cross-sectional, dengan jumlah sampel 201 lansia yang dipilih menggunakan teknik proportionate random sampling. Analisis data menggunakan uji statistik spearman. **Hasil:** Ada hubungan sindrom lansia lemah dengan kualitas hidup lansia (p value 0,004). **Diskusi:** Salah satu cara meminimalisir munculnya penyakit-penyakit degeneratif pada lansia adalah dengan memotivasi agar lansia menjaga kesehatan fisik maupun psikologis supaya mempunyai kualitas hidup yang baik.

PENDAHULUAN

Lansia merupakan suatu keadaan kehidupan manusia yang berproses adanya tumbuh kembang, melalui tahapan mulai dari bayi sampai dengan lansia merupakan siklus akhir dari sebuah kehidupan setiap individu dan mengalami perubahan baik secara fisik maupun mental dari berbagai kemampuan maupun fungsi yang pernah dimiliki¹³. WHO (World Health Organization) mengatakan bahwa, Asia Tenggara jumlah populasi lanjut usia diperkirakan pada tahun 2025 akan mencapai 11,34% dari total populasi. Indonesia merupakan lima besar negara dengan jumlah penduduk lanjut usia terbanyak di dunia yakni mencapai 9,03%.²² Provinsi Jawa Tengah sendiri menempati peringkat ke-2 dengan penduduk lansia terbanyak dan terus mengalami peningkatan, 12,71% pada tahun 2021¹

Pertambahan yang cepat dari penduduk lansia sebenarnya turut mengundang permasalahan. Terdapat banyak permasalahan yang dialami lansia di antaranya tidak berpendidikan, tidak memperoleh akses kesehatan, tidak memiliki jaminan hari tua, tidak memiliki dukungan sosial dari keluarga atau teman untuk merawat mereka.¹⁷. Banyak lansia yang pada akhirnya harus mengalami *sindrom* lansia lemah baik dari segi masalah psikis maupun fisik. Pada kondisi fisik seperti terserang berbagai penyakit kronis antara lain hipertensi, artritis reumatoid, Diabetes Militus, stroke, fraktur tulang. Hal tersebut

menunjukkan kualitas hidup lansia mengalami penurunan¹⁸. Penelitian yang dilakukan oleh Rohmah¹⁶ faktor psikologis menjadi faktor dominan yang mempengaruhi kualitas hidup lanjut usia, seperti cemas dan depresi.

Sejalan dengan penelitian Nugroho bahwa 45% lansia masih mampu melakukan fungsi fisik mandiri (tidak dibantu keluarga), 23,6% lansia mempunyai ketergantungan fungsi fisik ringan, yaitu dalam melakukan aktivitas sehari-hari dibantu oleh keluarga, 30% lansia mengalami ketergantungan moderat dan 1,4% lansia mengalami ketergantungan berat yang harus dibantu oleh keluarga dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Sedangkan respon psikososial lansia adaptif 55,7% dan 44,3% lansia menunjukkan respon maladaptif.⁵ Dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara perubahan fisik dengan respon psikososial pada lansia yang mempengaruhi kualitas hidup lansia sendiri.

Kualitas hidup lansia merupakan tingkat kesejahteraan dan kepuasan dengan peristiwa atau kondisi yang dialami lansia, yang dipengaruhi oleh penyakit atau pengobatan. Kualitas hidup lansia bisa didapatkan dari kesejahteraan hidup lansia, emosi, fisik, pekerjaan, kognitif dan kehidupan sosial. Hal ini merupakan konsep tingkatan, terangkum secara kompleks mencakup hubungan kepada karakteristik lingkungan mereka⁹.

Studi pendahuluan yang dilakukan di Desa Pagergunung Kecamatan Pageruyung Kabupaten Kendal terhadap 30 lansia didapatkan hasil bahwa rata-rata lansia mengalami gangguan artritis reumatoid menyebabkan hambatan berjalan, penurunan pendengaran menyebabkan defisit sensori, menderita hipertensi menyebabkan penurunan curah jantung, mengalami stres karena merasa dirinya sudah tidak berguna lagi, dan mengalami gangguan fungsi kognitif. Dari berbagai penyakit yang diderita oleh lansia, lansia mengalami sedih, bingung dan cemas. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti ingin mengetahui "Hubungan Sindrom Lansia Lemah Dengan Kualitas Hidup Lansia Di Desa Sumur Kecamatan Brangsong Kabupaten Kendal".

LANDASAN TEORI

Sindrom lansia lemah adalah status dinamik dari ekuilibrium yang tidak stabil yang mempengaruhi individu lansia dalam mengalami penyimpangan pada satu atau lebih domain kesehatan (fisik, fungsi, psikologis, atau sosial) dan menimbulkan peningkatan kerentanan untuk mengalami efek penyimpangan kesehatan, terutama disabilitas⁴. Kelemahan fisik yang ditandai dengan menurunnya atau berkurangnya masa dan kekuatan otot progresif, yang disertai dengan risiko *adverse outcome*, seperti disabilitas, menurunnya kualitas hidup dan kematian⁸. Disabilitas merupakan keterbatasan dalam aktivitas fisik yang dapat membatasi kegiatan individu dalam kehidupan (Kemeneks).

Batasan karakteristik diantaranya : Defisit perawatan diri: berpakaian, Defisit perawatan diri: eliminasi, Defisit perawatan diri: makan, Defisit perawatan diri: mandi, Hambatan berjalan, Hambatan mobilitas fisik, Intoleransi aktivitas, Isolasi social, Keletihan, Keputusan, Kerusakan memori, Ketidakseimbangan nutrisi kurang dari kebutuhan tubuh, Penurunan curah jantung. Berbagai permasalahan tersebut kaitanya dengan dimensi kualitas hidup yang mencakup 4 bidang diantaranya :

1. Kesehatan fisik berhubungan dengan kesakitan dan kegelisahan, ketergantungan pada perawatan medis, energi dan kelelahan, mobilitas tidur dan istirahat, aktivitas kehidupan sehari-hari dan kapasitas kerja.

2. Kesehatan psikologis berhubungan dengan pengaruh positif dan negatif spiritual, pemikiran pembelajaran, daya ingat dan konsentrasi, gambaran tubuh dan penampilan, serta penghargaan terhadap diri sendiri.
3. Hubungan sosial terdiri dari hubungan personal, aktivitas seksual dan hubungan sosial.
4. Dimensi lingkungan terdiri dari keamanan dan kenyamanan fisik, lingkungan fisik, sumber penghasilan, kesempatan memperoleh informasi, dan ketrampilan baru, partisipasi dan kesempatan untuk rekreasi, mengetahui aktivitas pada waktu luang

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Hasil Analisa Univariat

1. Usia

Tabel 1.1 Distribusi frekuensi karakteristik responden berdasarkan usia lansia di Desa Sumur Brangsong Kendal (n=210)

Usia (tahun)	Frekuensi	Presentase (%)
60	57	28.4
61	4	20
62	5	2.5
63	1	0.5
65	60	29.9
69	1	0.5
70	48	23.9
71	2	1.0
72	1	0.5
74	1	0.5
75	21	10.4
Total	201	100.0

Hasil analisis penelitian menunjukkan usia lansia di Desa Sumur Kecamatan Brangsong Kabupaten Kendal mayoritas berusia 65 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa terjadinya peningkatan umur harapan hidup lansia di Indonesia. Sesuai dengan pendapat³, dimana sekarang ini umur harapan hidup orang Indonesia sudah mulai naik, bisa sampai dengan umur 65 - 70 tahun. Usia merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi status kesehatan individu. Proses degeneratif yang terjadi setelah usia 60 tahun akan mengakibatkan terjadinya perubahan fisik dan psikologis².

Hasil penelitian dari Indriani⁷ tentang hubungan tingkat ketergantungan lansia dalam beraktivitas sehari-hari dengan kualitas hidup lansia di Desa Tempel-Bumiayu Kecamatan Weleri menyimpulkan bahwa lansia yang berusia 60-74 tahun rentan mengalami masalah psikologis karena proses menua

2. Jenis Kelamin

Tabel 1.2 Distribusi frekuensi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin lansia di Desa Sumur Brangsong Kendal (n=210)

Jenis kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
Perempuan	136	67.7
Laki-laki	65	32.3
Total	201	100.0

Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa jenis kelamin lansia di Desa Sumur Kecamatan Brangsong Kabupaten Kendal mayoritas adalah perempuan 67,7%, sedangkan lansia laki-laki 32,3%. Hasil yang sama juga diperoleh dari penelitian dimana lansia yang tinggal di Kelurahan Beji, Depok rata-rata perempuan 77,4%, sedangkan lansia laki-laki 22,6%¹². Hasil penelitian ini dikuatkan bahwa kualitas hidup perempuan lebih buruk daripada laki-laki. Secara alamiah, perempuan kemungkinan menderita masalah fisik dan psikososial lebih banyak, sebagai dampak dari perubahan biologis terutama hormonal.¹⁵

3. Pendidikan

Tabel 1.3 Distribusi frekuensi karakteristik responden berdasarkan pendidikan lansia di Desa Sumur Brangsong Kendal

Pendidikan	Frekuensi	Presentase (%)
Tidak sekolah	72	35.8
SD	116	57.7
SMP	13	6.5
Total	201	100.0

Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa pendidikan lansia di Desa Sumur Kecamatan Brangsong Kabupaten Kendal mayoritas adalah SD yaitu sebanyak 57,7%. Hasil yang sama juga diperoleh dari penelitian dimana mayoritas pendidikan lansia yang tinggal di Panti Wredha adalah SD. Semakin tinggi tingkat pendidikan akan semakin meningkatkan kualitas hidup¹⁷.

4. Status Perkawinan

Tabel 1.4 Distribusi frekuensi karakteristik responden berdasarkan status perkawinan lansia di Desa Sumur Brangsong Kendal (N=210)

Status perkawinan	Frekuensi	Presentase (%)
Menikah	153	76.1
Janda/duda	48	23.9
Total	201	100.0

Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa mayoritas status perkawinan pada lansia di Desa Sumur Kecamatan Brangsong Kabupaten Kendal adalah menikah (76,1%). Hasil analisis yang sama juga diperoleh dari penelitian tentang faktor-faktor yang berhubungan dengan kualitas hidup lansia di Desa Botomulyo Cepiring bahwa rata-rata lansia yang menikah (masih mempunyai pasangan) yaitu sebanyak 75,5%. Keberadaan pasangan hidup didefinisikan sebagai ada atau tidaknya pasangan hidup (karena bercerai, meninggal, maupun tidak pernah menikah)²⁰. Keberadaan pasangan hidup akan mempengaruhi kondisi emosional yang juga akan berdampak pada kondisi kesehatan (fisik) lansia¹³.

5. Sindrom Lansia

Tabel 1.5 Distribusi frekuensi responden berdasarkan sindrom lansia lemah di Desa Sumur Brangsong Kendal (n=210)

Sindrom Lansia Lemah	Frekuensi	Presentase (%)
Positif	188	93.5
Negatif	13	6.5
Total	201	100.0

Hasil penelitian menunjukkan lansia di Desa Sumur Kecamatan Brangsong Kabupaten Kendal 93,5% positif mengalami sindrom lansia lemah. Sindrom lansia lemah yang dialami lansia mayoritas mengacu pada intoleransi aktivitas, kelelahan, kerusakan memori, dan penurunan curah jantung⁴.

Proses degeneratif dapat menyebabkan kondisi fisik yang semakin lemah pada lansia. Perubahan keadaan secara fisika dan kimia dalam sel, jaringan atau organ yang bersifat menurunkan efisiensinya².

6. Kualitas Hidup lansia

Tabel 1.6 Distribusi frekuensi responden berdasarkan kualitas hidup lansia di Desa Sumur Brangsong Kendal (n=210)

Kualitas Hidup Lansia	Frekuensi	Presentase (%)
Baik	127	63.2
Kurang baik	74	36.8
Total	201	100.0

Hasil penelitian di Desa Sumur Kecamatan Brangsong Kabupaten Kendal menunjukkan sebanyak 127 orang (63,2%) memiliki kualitas hidup baik. Mayoritas responden yang berjenis kelamin perempuan memiliki kualitas hidup yang baik dan lansia merasa cukup puas dengan kesehatan serta lingkungan tempat tinggal mereka juga pelayanan kesehatan yang disediakan, sehingga lansia merasa aman dan nyaman. Ditinjau dari konteks budaya dan sistem nilai dimana laki-laki serta perempuan itu tinggal dan berhubungan dengan standar hidup, harapan, kesenangan, dan perhatian mereka²¹.

Penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa faktor psikologi merupakan faktor yang paling dominan atau berpengaruh terhadap kualitas hidup lansia¹⁸. Penelitian yang dilakukan menambahkan bahwa dukungan keluarga, dukungan emosional, dukungan penghargaan, serta dukungan instrumental mempunyai hubungan yang signifikan terhadap kualitas hidup lansia¹⁴.

b. Hasil Analisa Bivariat

Tabel 1.7 Hubungan Sindrom Lansia Lemah dan Kualitas Hidup Lansia Di Desa Sumur Brangsong Kendal (n=210)

Sindrom Lansia Lemah	Kualitas Hidup Lansia				Total		P value
	Baik		Kurang Baik		N	%	
	N	%	N	%			
Positif	114	60,6	74	39,4	188	93,5	0,004
Negatif	13	100,0	0	0	13	6,5	
Total	127	63,2	74	36,8	201	100,0	

Hasil penelitian hubungan sindrom lansia lemah dengan kualitas hidup lansia diperoleh angka koefisien korelasi sebesar 0,201 artinya tingkat kekuatan hubungan (korelasi) antara variabel sindrom lansia lemah dengan kualitas hidup lansia sangat lemah. Hasil analisa

hubungan dua variabel tersebut memiliki nilai signifikansi $p=0,004$, karena $p=0,004 < 0,01$ atau $0,05$ maka ada hubungan, artinya hipotesis dapat diterima. Hasil penelitian ini dikuatkan oleh penelitian mengatakan bahwa perubahan fungsi fisik dan perubahan fungsi psikososial lansia berpengaruh terhadap kualitas hidup lansia¹⁰.

menggunakan uji *Spearman* yang menunjukkan ada hubungan sindrom lansia lemah terhadap kualitas hidup lansia di Desa Sumur Kecamatan Brangsong Kabupaten Kendal bernilai negatif, yaitu $-0,201$, sehingga hubungan kedua variabel tersebut bersifat tidak searah, dengan demikian dapat diartikan bahwa lansia yang mengalami sindrom lansia lemah maka kualitas hidup masuk kategori baik/kurang baik dan lansia yang tidak mengalami sindrom lansia lemah maka kualitas hidup baik.

Hasil penelitian menunjukkan aktivitas sehari-hari lansia seperti perawatan diri mandi, berpakaian, makan, serta eliminasi sebagian besar lansia dilakukan dengan normal. Sebagian kecil lansia melakukan perawatan diri tersebut dengan bantuan. Kemauan dan kemampuan melaksanakan aktivitas sehari-hari pada lansia dipengaruhi oleh beberapa faktor dari dalam diri dan dari luar. Dampak dari kemauan dan kemampuan pada lansia dalam melakukan perawatan diri dapat mempengaruhi kualitas hidup lansia¹⁴.

KESIMPULAN

Hasil penelitian hubungan sindrom lansia lemah dengan kualitas hidup lansia di Desa Sumur Kecamatan Brangsong Kabupaten Kendal dapat disimpulkan bahwa:

1. Karakteristik lansia mayoritas berusia 65 tahun sebanyak 60 orang (29,9%), berjenis kelamin perempuan sebanyak 136 orang (67,7%), berpendidikan SD sebanyak 116 orang (57,7%), serta lansia masih mempunyai pasangan sebanyak 153 orang (76,1%).
2. Mayoritas lansia mengalami sindrom lansia lemah yaitu sebanyak 188 orang (93,5%).
3. Mayoritas kualitas hidup lansia dalam kategori baik yaitu sebanyak 127 orang (63,2%).
4. Ada hubungan sindrom lansia lemah dengan kualitas hidup lansia di Desa Sumur Kecamatan Brangsong Kabupaten Kendal dengan nilai $p=0,004$ ($p \text{ value} < 0,05$).

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Terimakasih peneliti sampaikan pada berbagai pihak yang telah berkontribusi aktif dalam proses penelitian ini, kepada Kepala desa sumur Kecamatan Brangsong, Kabupaten Kendal, Kader Kesehatan Lansia di desa sumur, Para responden lansia beserta keluarga masyarakat Desa Sumur

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Bigg. E.K 1963. A lunar influence on ice nucleus concentrations nature. 197:172-173
- [2] BPS Provinsi Jateng (2021), Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah, <https://jateng.bps.go.id/>
- [3] Danny H, dkk. (2010). *Stem Cell Dasar Teori dan Aplikasi Klinis*. Jakarta: Humana Press
- [4] Darmojo dan Martono. (2014). *Buku Ajar Geriatrik (Ilmu Kesehatan Usia Lanjut)*. Jakarta: FKUI
- [5] Herdman, T. H. dan S. K. (2018). *Nanda Internasional Diagnosis Keperawatan: Definisi dan Klasifikasi 2018-2020 (Edisi 11)*. Jakarta: EGC.
- [6] Heryanto Adi Nugroho (2007), *Perubahan Fungsi Fisik Dan Dukungan Keluarga Dengan Respon Psikososial Pada Lansia Di Kelurahan Kembangarum Semarang* :

- Jurnal Keperawatan FIKES Vol 1, No 1 Oktober 45-57
- [7] Hidayat, A. Aziz Alimul. (2007). *Metode Penelitian Keperawatan Dan Teknik Analisis Data*. Jakarta: Salemba Medika
- [8] Indriani, Rizki Wahyu. (2017). *Hubungan Tingkat Ketergantungan Lansia Dalam Aktivitas Hidup Sehari-Hari Dengan Stres Keluarga Di Desa Tempel-Bumiayu Kecamatan Weleri Kabupaten Kendal*. Jurnal Skripsi. STIKES Kendal
- [9] Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, (2018). Infodatin-Disabilitas www.kemkes.go.id/infodatin-disabilitas
- [10] Larasati. (2012). *Kualitas Hidup Wanita Menopause*. Diambil tanggal 12 Oktober 2018 dari <http://www.gunadarma.ac.id/library/articles/.../artikel10504128.pdf>
- [11] Nugroho, Wahyudi. (2008). *Keperawatan Gerontik Dan Geriatrik. Edisi Ke 3*. Jakarta: EGC
- [12] Notoatmodjo, S. (2012). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- [13] Meka Yusselda, IY Wardani. (2013) Hubungan dukungan keluargadengan kualitas hidup lansia di kelurahan beji kota depok. <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20346459&lokasi=lokal>
- [14] Padila, Qanita. (2013). *Asuhan Keperawatan Penyakit Dalam*. Yogyakarta: Nuha Medika
- [15] Potter, Perry. (2009). *Fundamental of nursing. Buku I. Edisi 7*. Jakarta: Salemba Medika
- [16] Resmiya L, Misbach (2019) Pengembangan Alat Ukur Kulit Hidup Indonesia. Jurnal Psikologi Insight Vol 3, No 1, April 2019 Hal 20-31
- [17] Rohmah, Purwaningsih, Bariyah (2012) Kualitas hidupl ansia, <https://media.neliti.com/media/publications/255810-kualitas-hidup-lanjut-usia-cc5cde49.pdf>
- [18] Rosma, Sofia. (2014). *Buku Ajar Keperawatan Gerontik*. Yogyakarta: Budi Utama
- [19] Salamah. (2005). *Kondisi Psikis dan Alternatif Penanganan Masalah Kesejahteraan Sosial Lansia Di Panti Wredha* : Jurnal PKS. Vol. IV No. 11, 55 – 61.
- [20] Setiadi. (2008). *Konsep dan Proses Keperawatan Keluarga*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- [21] Yuliati, Emy. (2017). *Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Kualitas Hidup Lansia Di Desa Botomulyo Kecamatan Cepiring Kabupaten Kendal*. Jurnal Skripsi. STIKES Kendal
- [22] Wiliasih, R., & Salsabila, D. F. (2018). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KUALITAS HIDUP TENAGA KERJA PENYANDANG DISABILITAS. *Jurnal Syarikah : Jurnal Ekonomi Islam*, Vol 3, No 2 3(2). <https://doi.org/10.30997/jsei.v3i2.914>
- [23] WHO. (2010). *Division Of Mental Health and Prevention of Substance Abuse*. http://www.WHO.int//mental health/evidence/who_qol user manual'10.pdf

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN

BAGAIMANA MINAT MAHASISWA TERHADAP PEMBELIAN PRODUK DI MEDIA SOSIAL

Oleh

Tiara Arsilla¹, Riza Wandriyani², Amalia Kusuma Mafazi³, Nur Anisa⁴, Budiandru⁵
^{1,2,3,4,5} Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka

Email: ¹tiaraarsilla10@gmail.com, ²rizawandriyani0211@gmail.com

³amaliakusumamafazi@gmail.com, ⁴nura26244@gmail.com,

⁵budiandru@uhamka.ac.id

Article History:

Received: 28-12-2022

Revised: 17-01-2023

Accepted: 26-01-2023

Abstract: *This research was conducted by students, this study aims to determine the effect of social media on consumer buying interest. This research was conducted using quantitative data, data collection in this study used a questionnaire containing 10 questions and was distributed to 41 respondents who had made a purchase at any online shop at least once. The results of the study show that there is a very strong and significant correlation between social media and consumer buying interest in college students. 97.6%. Respondents agree that online applications are very helpful in purchasing products. The reason is because it makes it easier for them to find goods without having to leave the house, just by using their cellphone and the online application, they can search for goods and buy them.*

Keywords:

Social Media, Consumer Interest, online shop

PENDAHULUAN

Media sosial atau sering juga disebut dengan sosial media merupakan platform digital yang mempunyai fasilitas untuk penggunaannya, yaitu sebagai sarana berkomunikasi atau bisa juga sebagai sarana untuk membagikan content berupa tulisan, photo, video. Sosial media seperti menyediakan aktivitas sosial untuk penggunaannya.

Sejarah sosial media diawali pada tahun 1970-an yakni saat ditemukannya sistem papan buletin untuk menghubungkan satu orang dengan orang lain melalui surat elektronik atau mengunggah dan mengunduh perangkat lunak. Aktivitas ini masih dilakukan menggunakan saluran telepon yang terhubung dengan modem. Tahun 1980-an, komputer sudah menjadi hal yang umum dan media sosial jadi sangat digemari. Mulai ada Internet yang bernama "Relay Chat", dan berlanjut semakin populer hingga 1990. Media sosial pertama kali yang diketahui adalah "Six Degrees", yang diciptakan pada 1997 atau 23 tahun silam. Aplikasi ini mengizinkan pengguna mengunggah foto profil dan saling berteman dengan user lain. Di tahun 1999, blog mulai ramai dikembangkan.

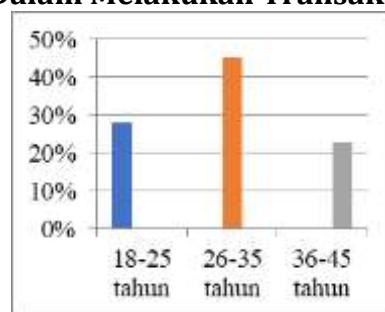
Pada tahun 1995, muncul situs bernama GeoCities, sekarang dikenal sebagai Yahoo! yang memberikan layanan penyewaan penyimpanan data website agar bisa diakses dimana saja. GeoCities merupakan tonggak awal berdirinya beragam website.

Di zaman globalisasi ini, gaya hidup masyarakat Indonesia selalu berubah-ubah. Media sosial kini tidak hanya dijadikan sebagai media komunikasi saja tetapi juga menjadi wadah untuk berbisnis dan berbelanja. Berbagai tren berbelanja diadaptasi oleh masyarakat Indonesia, mulai dari midnight shopping sampai yang sedang tren sekarang adalah

berbelanja melalui internet (e commerce) atau yang biasa disebut online shop. Selain itu sudah 2 tahun dunia menghadapi pandemic covid 19 yang berdampak serius khususnya di sektor perekonomian, kesehatan, dan sebagainya yang memaksa kita untuk merubah cara hidup dan lainnya. Untuk mengurangi kerumunan maka lahirlah tren belanja online atau tren stay at home yang membuat perilaku konsumen untuk belanja online menjadi jauh lebih meningkat dari sebelumnya (Nabilah, 2022).

Berikut ini adalah persentasi kelompok usia yang melakukan transaksi pembelian produk secara online:

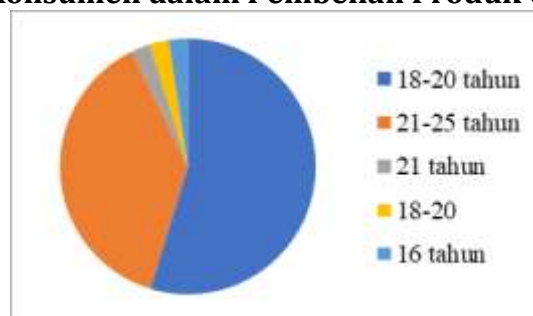
Gambar 1. Kelompok Usia Dalam Melakukan Transaksi Produk Online tahun 2021



Gambar 1 menunjukkan bahwa persentase untuk beberapa kelompok usia dalam melakukan transaksi pembelian produk online diawali dari kelompok usia 18-25 tahun sebesar 28%, untuk usia 26-35 tahun sebesar 45%, dan pada kelompok usia 36-45 tahun sebesar 23% (Rahayu, 2022).

Sedangkan untuk presentasi kelompok usia masyarakat yang melakukan pembelian produk secara online pada tahun 2022 ialah:

Gambar 2. Usia Konsumen dalam Pembelian Produk Online tahun 2022



Grafik 2 menjelaskan bahwasanya usia konsumen yang melakukan pembelian produk secara online pada tahun 2022 ialah dari usia 16 tahun sampai 25 tahun. Konsumen yang paling tinggi persentasenya ialah dengan kelompok usia 18-20 tahun.

Dimana dapat dikatakan bahwa banyak dari kalangan pemuda, mahasiswa yang melakukan transaksi online tersebut.

Dari kedua grafik tersebut menyatakan bahwasanya mereka tahu dan pernah melakukan transaksi pembelian produk secara online dari berbagai aplikasi pembelanjaan.

LANDASAN TEORI

Belanja daring atau online merupakan kegiatan perbelanjaan barang maupun jasa melalui media internet. Dimana pembeli dapat melihat produk yang akan dibelinya dengan mengeceknya di aplikasi perbelanjaan online yang digunakan. Lalu setelah melakukan transaksi, produk akan sampai dengan melalui kurir, jadi konsumen tidak perlu lagi repot-repot datang ke toko.

Kegiatan belanja daring ini merupakan bentuk komunikasi baru yang tidak memerlukan komunikasi tatap muka secara langsung, melainkan dapat dilakukan secara terpisah dari data keseluruhan dunia melalui media notebook, komputer, ataupun handphone yang tersambung dengan layanan akses Internet (*Belanja Daring*, n.d.).

Belanja daring adalah salah satu bentuk perdagangan elektronik yang digunakan untuk kegiatan transaksi penjual ke penjual maupun penjual ke konsumen (*Belanja Daring*, n.d.).

Belanja online (online shopping) adalah proses dimana konsumen secara langsung membeli barang-barang, jasa dan lain-lain dari seorang penjual secara interaktif dan real-time tanpa suatu media perantara melalui Internet (*No Titik, 2015*, n.d.).

a. Pengertian Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2017:244) produk didefinisikan sebagai apa pun yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang mungkin memuaskan keinginan atau kebutuhan (Kurniawan, 2014).

Pengertian produk menurut Stanton (1996:222) adalah suatu produk adalah kumpulan dari atribut-atribut yang nyata maupun tidak nyata, termasuk di dalamnya kemasan, warna, harga, kualitas dan merk ditambah dengan jasa dan reputasi penjualannya.

Pengertian produk menurut Tjiptono (1999:95) secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas “sesuatu” yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli (Basuki, 2019).

Dari beberapa pengertian produk dapat kami simpulkan bahwa produk merupakan suatu subjek yang memiliki harga, kualitas dsb yang dapat ditawarkan ke pasar dengan tujuan pemenuhan kebutuhan konsumen.

b. Tingkat Produk

Perencana produk harus memikirkan produk dan jasa dalam tiga tingkatan (Kotler dan Armstrong, 2003), yaitu:

- Tingkatan yang paling dasar adalah produk inti (core product). Tingkatan ini menjawab pertanyaan apa yang benar-benar dibeli oleh konsumen. Produk inti terdapat di pusat produk total. Produk inti terdiri dari berbagai manfaat guna pemecahan masalah dan yang konsumen cari ketika membeli produk atau jasa tertentu.
- Tingkatan yang kedua (actual product). Perencana produk harus membangun produk aktual di sekitar produk inti. Produk aktual minimal harus mempunyai lima sifat: tingkatan kualitas, fitur, desain, merek, dan

kemasan.

- Akhirnya perencana produk harus mewujudkan produk tambahan di sekitar produk inti dan produk aktual dengan menawarkan jasa dan manfaat tambahan bagi konsumen.

c. Pengertian media sosial

Van Dijk dalam Nasrullah (2015) menyatakan bahwa media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu media social dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebuah ikatan sosial (Siregar, 2022).

Menurut McGraw Hill Dictionary Media sosial adalah sarana yang digunakan oleh orang-orang untuk berinteraksi satu sama lain dengan cara menciptakan, berbagi, serta bertukar informasi dan gagasan dalam sebuah jaringan dan komunitas virtual.

Varinder Taprial dan Priya Kanwar (2012) – Media sosial adalah media yang digunakan oleh individu agar menjadi sosial, atau menjadi sosial secara daring dengan cara berbagi isi, berita, foto dan lain-lain dengan orang lain.

Michael Cross (2013) – Media sosial adalah sebuah istilah yang menggambarkan bermacam-macam teknologi yang digunakan untuk

mengikat orang-orang ke dalam suatu kolaborasi, saling bertukar informasi, dan berinteraksi melalui isi pesan yang berbasis web.

Menurut Nasrullah (2015) media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual. Dalam media sosial, tiga bentuk yang merujuk pada makna bersosial adalah pengenalan (cognition), komunikasi (communicate) dan kerjasama (cooperation) (Siregar, 2022).

Dr.Rulli Nasrullah M.Si. dalam buku Media Sosial (2016;13), menyimpulkan bahwa Media Sosial merupakan medium di internet yang memungkinkan penggunaannya mempresentasikan dirinya maupun

berinteraksi, bekerja sama, saling berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lainnya, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.” (Sundawati, 2018)

Dari beberapa pengertian diatas dapat kami simpulkan bahwa media social merupakan sarana yang digunakan secara daring yang dapat berbagi informasi, beraktivitas secara daring lain sebagainya.

d. Fungsi media sosial

Fungsi dari media sosial yaitu,

- Identity, menggambarkan pengaturan identitas para pengguna dalam sebuah media sosial menyangkut nama, usia, jenis kelamin, profesi, lokasi serta foto.
- Conversations menggambarkan pengaturan para pengguna berkomunikasi dengan pengguna lainnya dalam media sosial.
- Sharing menggambarkan pertukaran, pembagian, serta penerimaan konten berupa teks, gambar, atau video yang dilakukan oleh para

pengguna.

- Presence menggambarkan apakah para pengguna dapat mengakses pengguna lainnya.
- Relationship menggambarkan para pengguna terhubung atau terkait dengan pengguna lainnya.
- Reputation menggambarkan para pengguna dapat mengidentifikasi orang lain serta dirinya sendiri.
- Group menggambarkan para pengguna dapat membentuk komunitas dan sub-komunitas yang memiliki latar belakang, minat, atau demografi.

Selain itu ada juga fungsi media sosial lainnya yaitu sebagai berikut,

- Media sosial mendukung demokratisasi pengetahuan dan informasi. Mentransformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri.
- Media sosial adalah media yang didesain untuk memperluas interaksi sosial manusia dengan menggunakan internet dan teknologi web.
- Media sosial berhasil mentransformasi praktik komunikasi searah media siaran dari dari satu institusi media ke banyak audience ke dalam praktik komunikasi dialogis antara banyak audience (Dwiyono, 2018).

e. Pengertian E-Catalog

E-Catalog dapat diartikan sebagai penyimpanan elektronik yang berisi informasi tentang barang, produk, atau jasa yang memegang peranan penting yang berisi daftar barang, spesifikasi dan harga yang menjadi acuan dalam perbandingan berbagai produk serupa (Safuan et al., 2020)

METODE PENELITIAN

a. Tempat dan Waktu Penelitian

Kegiatan penelitian ini dilaksanakan pada bulan November - Desember 2022 dan bertempat di Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka.

b. Metode Penggalan Data

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan data kuantitatif, pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang berisi 10 pertanyaan dan dibagikan kepada 41 responden yang pernah melakukan pembelian di salah satu toko online minimal satu kali. Dari kuesioner tersebut dapat dikatakan penelitian ini juga menggunakan metode Structural Equation Model (SEM), dimana model tersebut merupakan teknik analisis yang memungkinkan pengujian sebuah rangkaian hubungan secara simultan. Hubungan ini dibangun antara satu atau beberapa variabel independen dengan satu atau beberapa variabel dependen (Gardenia, 2016). Tujuan dari pencarian data dengan menggunakan kuisisioner adalah untuk mengetahui lebih rinci bagaimana minat masyarakat terhadap pembelian online pada saat ini. Dari data yang telah diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kemudian dianalisis, sehingga dari data tersebut dapat diambil kesimpulan untuk mengetahui bagaimana minat mahasiswa terhadap pembelian produk di media sosial.

c. Populasi dan Sampel

Populasi adalah jumlah dari keseluruhan yang terdiri dari individu-individu atau bahkan satuan-satuan yang akan diteliti mengenai karakteristiknya (Hardi, 2022). Sedangkan untuk sampel sendiri ialah bagian kecil dari populasi yang diambil sebagai objek dalam sebuah pengamatan atau penelitian lantaran dianggap mampu mewakili populasi (Sitoresmi, 2021).

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 42 orang yang terdiri dari mahasiswa aktif dan beberapa kalangan anak muda, yaitu dari usia 16 tahun sampai dengan umur 25 tahun. Namun sampel yang kami ambil ialah data dari beberapa responden yang berasal dari perguruan tinggi.

d. Tahapan Penelitian

1. Dimulai dengan memutuskan masalah yang akan diangkat menjadi bahan penelitian.
2. Memutuskan tempat dan waktu penelitian.
3. Merancang daftar pertanyaan untuk kuesioner.
4. Melakukan pembagian kuesioner secara daring (online) terhadap sampel yang telah ditentukan.
5. Menganalisis data yang didapatkan dari hasil kuesioner.
6. Pengolahan data.
7. Membuat kesimpulan dari data yang telah dianalisis.

Table 1. Jumlah Responden

		Jumlah Responden										
		Valid	Missing	Total	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	Total	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	Ya	41	0	41	100.0	100.0	100.0	41	100.0	100.0	100.0	
Missing		0	0	0	0.0	0.0	0.0	0	0.0	0.0	0.0	
Total		41	0	41	100.0	100.0	100.0	41	100.0	100.0	100.0	

Ini merupakan data dari jumlah responden. Dimana jumlah data validnya itu 41 dan missingnya 0.

Table 2. Umur Responden

		Umur			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-20 Tahun	25	61.0	61.0	61.0
	21-25 Tahun	14	34.1	34.1	95.1
	21 Tahun	1	2.4	2.4	97.6
	16 Tahun	1	2.4	2.4	100.0
Total		41	100.0	100.0	

Dari data diatas diketahui frekuensi umur responden 25 orang dari umur 18-20 tahun, 14 orang dari umur 21-25 tahun, 1 orang dari 21 tahun, 1 orang dari 16 tahun yang akhirnya totalnya adalah 41 orang.

Table 3. Pertanyaan 1

		Pertanyaan 1			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	41	100.0	100.0	100.0

Dari tabel tersebut 41 frekuensi mengakui Ya dan itu valid.

Table 4. Pertanyaan 2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	41	100.0	100.0	100.0

Dari table tersebut 41 frekuensi mengakui Ya dan itu valid.

Table 5. Pertanyaan 3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Shopee	38	92.7	92.7	92.7
	Lazada	2	4.9	4.9	97.6
	GoFood	1	2.4	2.4	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

Dari data table tersebut diketahui bahwa shopee memiliki frekuensi sebesar 38 dan cumulative percent 92,7. Lazada memiliki frekuensi sebesar 2 dan cumulative percent 97,6. Dan GrabFood memiliki frekuensi sebesar 1 dan cumulative present 100,0.

Penelitian ini menggunakan media kuisioner, dan mendapatkan sebanyak 42 responden yang menjawab berbagai pertanyaan tentang penggunaan media sosial sebagai sarana pembelian suatu produk. Dari 42 responden tersebut sebagian kecil ada yang merupakan seorang pelajar, jadi bukan hanya mahasiswa yang mengisi data tersebut.

Table 6. Pertanyaan 4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mudah	27	65.9	65.9	65.9
	Gratis Ongkir	4	9.8	9.8	75.6
	Diskon	7	17.1	17.1	92.7
	barang murah	3	7.3	7.3	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

Dari data tersebut mudah memiliki 65,9 %, Gratis ongkir 9,8%, Diskon 17,1%, Barang murah 7,3%.

Table 7. Pertanyaan 5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	worth it	40	97.6	97.6	97.6
	tidak	1	2.4	2.4	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

Sebesar 97,6% menyatakan worth it dan 2,4 % menyatakan tidak worth it.

Table 8. Pertanyaan 6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Satu kali	8	19.5	19.5	19.5
	Lebih dari satu kali	31	75.6	75.6	95.1
	Tidak pernah sama sekali	2	4.9	4.9	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

Dari data tersebut memiliki persentase 19,5% satu kali, 75,6 % Lebih dari satu kali, Tidak pernah sama sekali 4,9%.

Table 9. Pertanyaan 7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	40	97.6	97.6	97.6
	Tidak	1	2.4	2.4	100.0
Total		41	100.0	100.0	

Dari data diatas 40 frekuensi mengatakan dan 1 frekuensi menyatakan tidak.

Table 10. Pertanyaan 8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Memudahkan	33	80.5	80.5	80.5
	Efisien waktu	6	14.6	14.6	95.1
	Terpercaya	2	4.9	4.9	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

Dari data diatas 33 frekuensi menyatakan untuk memudahkan, 6 frekuensi menyatakan efisiensi waktu, 2 frekuensi menyatakan terpercaya.

Table 11. Pertanyaan 9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Biasa saja	2	4.9	4.9	4.9
	Puas	32	78.0	78.0	82.9
	Sangat puas	7	17.1	17.1	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

Dari data diatas menyatakan 4,9% biasa saja, 78,0% puas, 17,1% sangat puas.

Table 12. Pertanyaan 10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Detail produk	30	73.2	73.2	73.2
	Pengiriman lama	8	19.5	19.5	92.7
	Barang tidak sesuai	2	4.9	4.9	97.6
	Ongkos kirim	1	2.4	2.4	100.0
	Total	41	100.0	100.0	

Dari data diatas diketahui bahwa 73,2% di detail produk, 19,5 di pengiriman lama, 4,9% Barang tidak sesuai, 2,4% Ongkos kirim.

Uji Regresi Linear Sederhana

Table 1. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	15,675	1	15,675	,311	,580 ^b
	Residual	1912,225	38	50,322		
	Total	1927,900	39			

a. Dependent Variable: produk
b. Predictors: (Constant), minat mahasiswa

Sumber: Olah Data SPSS 2022

Berdasarkan hasil analisis regresi yang telah dilakukan melalui SPSS, diperoleh hasil nilai signifikan sebesar 580 atau nilai lebih dari 0.05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak, H1 diterima. Artinya, terdapat pengaruh antara minat mahasiswa dalam pembelian produk di media social.

Table 2. Hasil Uji Validitas

Sumber: Olah Data SPSS 2022

Table 3. Hasil Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
.516	12

Sumber: Olah Data SPSS 2022

Berdasarkan data di atas, dapat dilihat bahwa nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,12 yang berarti instrumen untuk setiap variabel adalah reliable.

PEMBAHASAN

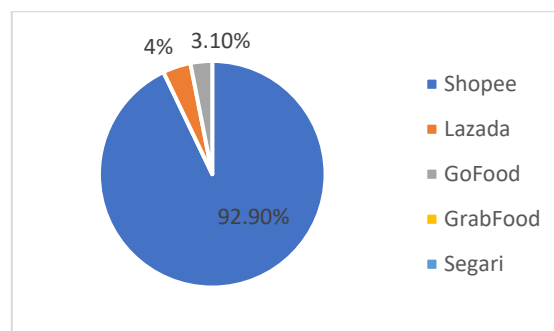
Namun dalam penelitian ini kami hanya mengambil sampel data dari mahasiswa, oleh karena itu data yang terkumpul ialah sebanyak 37 orang dari berbagai macam perguruan tinggi. Dari data yang sudah terkumpul analisis datanya adalah sebagai berikut,

Gambar 3. Pengetahuan Responden tentang Pembelanjaan Online



Dari gambar tersebut dapat dilihat seluruh responden menyatakan bahwa mereka mengetahui dan pernah melakukan pembelian produk secara online. Yang artinya pembelian produk tersebut bukan lagi hal yang tabu di masyarakat, dan merupakan hal yang lumrah. Semua orang dapat mengetahui dan juga mengaksesnya.

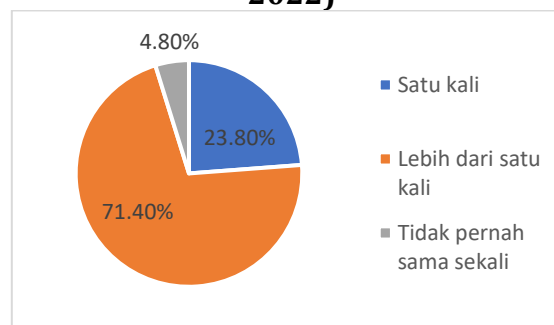
Gambar 4. Aplikasi Pembelanjaan Online yang Menjadi Pilihan Responden



Dari gambar tersebut, media pembelanjaan online yang sering digunakan memanglah bermacam-macam, namun 92,9% dari mereka setuju bahwa pembelanjaan online yang populer pada saat ini ialah Shopee. Sebab menurut pendapat mereka aplikasi tersebut lebih mudah digunakan, banyak voucher gratis biaya pengiriman, fitur-fitur yang diberikan sesuai dengan keperluan konsumen sehari-hari, banyak diskon dan promo, dan ada juga responden yang mengatakan dengan detail bahwa ia menggunakan aplikasi Shopee “Karena pembelian di Shopee sudah dijamin aman sampai tujuan (bukan penipuan), dapat diretur apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan pesanan, dapat dibayar di rumah (COD) dan dapat melakukan pembayaran nanti (pay letter).”

Untuk produk yang diterima konsumen terkadang ada yang sesuai dengan gambar, dan ada juga yang tidak sesuai. Hal ini disebabkan oleh penjual yang memberikan layanan produk yang kurang prima.

Gambar 5. Pembelian Produk dalam Satu Bulan Terakhir (Bulan November 2022)



Dari gambar tersebut 23,8% menunjukkan bahwa sebagian dari mereka dapat membeli produk minimal satu kali, dan ada 71,4% yang dapat membeli produk lebih dari satu kali, namun ada juga sebagian kecil dari mereka yang memilih untuk tidak membeli produk selama satu bulan terakhir.

Walaupun begitu, mereka setuju bahwa pembelanjaan online sangat membantu dalam pembelian produk. Karena mereka dapat mendapatkan produk yang mereka butuhkan, tanpa harus keluar rumah, dan mengantri berjam-jam untuk pembayaran.

Dalam hal pembayaran, aplikasi online lebih mudah. Sebab pembayaran tersebut dapat melalui bayar langsung ditempat, mobile banking, Dana, ShopeePay, dan fitur pembayaran online lainnya.

KESIMPULAN

Dari hasil tersebut, didapatkan kesimpulan bahwa Shopee merupakan aplikasi perbelanjaan terpopuler di masa kini, dan mendapatkan respon baik di masyarakat. Para responden juga berpendapat bahwa mereka puas dengan pelayanan yang diberikan oleh aplikasi tersebut, sebab banyak fitur menarik yang disediakan untuk konsumen. Namun ada juga yang berpendapat bahwa mereka tidak puas dengan produk yang diterima, karena terkadang ada penjual yang memberikan pelayanan dan produk yang kurang prima. Jadi dalam hal ini bukanlah masalah pada aplikasinya, tapi lebih kepada penjualnya.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Kami mahasiswi semester 5 dari Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka dengan program studi Pendidikan Ekonomi, mengucapkan terima kasih kepada dosen pengampu mata kuliah Studi Kelayakan Bisnis yaitu bapak Budiandru, dan kepada pihak lainnya yang membantu kami dalam menyelesaikan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Bigg. E.K 1963. A lunar influence on ice nucleus concentrations nature. 197:172-173
- [2] BPS Provinsi Jateng (2021), Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah, <https://jateng.bps.go.id/>
- [3] Danny H, dkk. (2010). *Stem Cell Dasar Teori dan Aplikasi Klinis*. Jakarta: Humana Press
- [4] Darmojo dan Martono. (2014). *Buku Ajar Geriatrik (Ilmu Kesehatan Usia Lanjut)*. Jakarta: FKUI
- [5] Herdman, T. H. dan S. K. (2018). *Nanda Internasional Diagnosis Keperawatan: Definisi dan Klasifikasi 2018-2020 (Edisi 11)*. Jakarta: EGC.
- [6] Heryanto Adi Nugroho (2007), *Perubahan Fungsi Fisik Dan Dukungan Keluarga Dengan Respon Psikososial Pada Lansia Di Kelurahan Kembangarum Semarang* : Jurnal Keperawatan FIKES Vol 1, No 1 Oktober 45-57
- [7] Hidayat, A. Aziz Alimul. (2007). *Metode Penelitian Keperawatan Dan Teknik Analisis Data*. Jakarta: Salemba Medika
- [8] Indriani, Rizki Wahyu. (2017). *Hubungan Tingkat Ketergantungan Lansia Dalam Aktivitas Hidup Sehari-Hari Dengan Stres Keluarga Di Desa Tempel-Bumiayu Kecamatan Weleri Kabupaten Kendal*. Jurnal Skripsi. STIKES Kendal
- [9] Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, (2018). *Infodatin-Disabilitas* www.kemkes.go.id/infodatin-disabilitas

-
- [10] Larasati. (2012). *Kualitas Hidup Wanita Menopause*. Diambil tanggal 12 Oktober 2018 dari <http://www.gunadarma.ac.id/library/articles/.../artikel10504128.pdf>
- [11] Nugroho, Wahyudi. (2008). *Keperawatan Gerontik Dan Geriatrik. Edisi Ke 3*. Jakarta: EGC
- [12] Notoatmodjo, S. (2012). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- [13] Meka Yusselda, IY Wardani. (2013) Hubungan dukungan keluargadengan kualitas hidup lansia di kelurahan beji kota depok.
<https://lib.ui.ac.id/detail?id=20346459&lokasi=lokal>
- [14] Padila, Qanita. (2013). *Asuhan Keperawatan Penyakit Dalam*. Yogyakarta: Nuha Medika
- [15] Potter, Perry. (2009). *Fundamental of nursing. Buku I. Edisi 7*. Jakarta: Salemba Medika
- [16] Resmiya L, Misbach (2019) Pengembangan Alat Ukur Kualitas Hidup Indonesia. Jurnal Psikologi Insight Vol 3, No 1, April 2019 Hal 20-31
- [17] Rohmah, Purwaningsih, Bariyah (2012) Kualitas hidupl ansia,
<https://media.neliti.com/media/publications/255810-kualitas-hidup-lanjut-usia-cc5cde49.pdf>
- [18] Rosma, Sofia. (2014). *Buku Ajar Keperawatan Gerontik*. Yogyakarta: Budi Utama
- [19] Salamah. (2005). *Kondisi Psikis dan Alternatif Penanganan Masalah Kesejahteraan Sosial Lansia Di Panti Wredha* : Jurnal PKS. Vol. IV No. 11, 55 – 61.
- [20] Setiadi. (2008). *Konsep dan Proses Keperawatan Keluarga*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- [21] Yuliati, Emy. (2017). *Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Kualitas Hidup Lansia Di Desa Botomulyo Kecamatan Cepiring Kabupaten Kendal*. Jurnal Skripsi. STIKES Kendal
- [22] Wiliasih, R., & Salsabila, D. F. (2018). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KUALITAS HIDUP TENAGA KERJA PENYANDANG DISABILITAS. *Jurnal Syarikah : Jurnal Ekonomi Islam*, Vol 3, No 2 3(2). <https://doi.org/10.30997/jsei.v3i2.914>
- [23] WHO. (2010). *Division Of Mental Health and Prevention of Substance Abuse*.
<http://www.WHO.int//mental health/evidence/who qol user manual'10.pdf>

MENINGKATKAN EFEKTIVITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL PADA MAHASISWA DAN HUBUNGANNYA DENGAN BISNIS ONLINE

Oleh

Cut Puspita¹, Marisa Anggraini², Ainun Salsabila³, Bagus Kusuma Wardhana⁴, Budiandru⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka

Email: ¹cutpuspita02@gmail.com, ²marisaanggraini01@gmail.com

Article History:

Received: 18-12-2022

Revised: 24-01-2023

Accepted: 29-01-2023

Keywords:

Media Sosial, Bisnis Online, Pemasaran

Abstract: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana efektifitas penggunaan sosial media dikalangan mahasiswa terhadap bisnis online. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner ke 40 mahasiswa FKIP UHAMKA. Berdasarkan analisis regresi, diperoleh hasil nilai signifikansi sebesar 0.072 atau nilai kurang dari 0.05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H₀ ditolak dan H₁ diterima. Artinya, terdapat pengaruh antara efektifitas penggunaan sosial media terhadap bisnis online. Efektivitas penggunaan sosial media memberikan pengaruh terhadap bisnis online. Efektivitas penggunaan sosial media memberikan pengaruh terhadap bisnis online. Dan dari data yang sudah diolah dapat disimpulkan bahwa efektifitas penggunaan sosial media terhadap bisnis online sebesar 83% sementara 28,8 % lainnya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

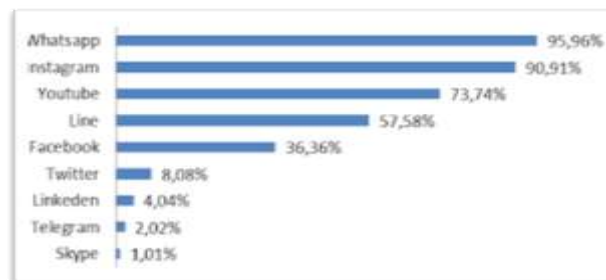
PENDAHULUAN

Media sosial menjadi peran penting pada kehidupan sehari-hari seseorang pada saat ini. Media sosial sendiri menjadi salah satu tolak ukur dalam berbagai keputusan masyarakat, rumah tangga, bangsa, dan juga negara dalam menyelesaikan berbagai permasalahan. Bahkan media sosial bisa menciptakan berbagai opini-opini dari publik yang sangat kuat pengaruhnya di dalam masyarakat. Media sosial sendiri pun pada saat ini bisa dikatakan menjadi amunisi baru bagi banyak bidang. Saat ini media sosial menjadi media yang mudah digunakan oleh semua kalangan untuk menyebarkan berbagai macam informasi dan juga media sosial ini dapat diakses dan dijangkau oleh siapa saja tanpa terkecuali dan juga dapat diakses kapanpun dan dimana pun. Jadi bisa dikatakan media sosial ini bisa digunakan oleh berbagai kepentingan, mulai dari individu, kelompok, ataupun instansi terkait.

Dari bertambahnya kemajuan media sosial ini, sekarang ini munculah berbagai macam aplikasi media sosial seperti WhatsApp, Instagram, Twitter, Tiktok, Tellegram, dan lain-lain. Selain untuk menyempatkan waktu luang, mencari informasi, dan update akan berita-berita, media sosial ini juga mempunyai kegunaan yang sangat bagus apalagi bagi kalangan mahasiswa yaitu, menjadikan sebuah peluang bagi mahasiswa untuk membuka bisnis online. Penggunaan media sosial ini bisa memberikan informasi-informasi tentang kualitas, keunggulan dari produk yang ditawarkan dan juga bisa melakukan pemesanan juga lewat

media sosial. Menggunakan media sosial salah satu cara yang sangat inovatif pada saat melakukan bermacam kegiatan bisnis online untuk bisa terlaksananya jual beli secara online. Media sosial digunakan sebagai alat komunikasi marketing (pemasaran) untuk meningkatkan akan kesadaran dari konsumen terhadap suatu produk, meningkatkan image dari suatu produk yang ditawarkan, dan dimana pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan.

Media sosial seperti Instagram merupakan salah satu media sosial yang paling populer di dunia, terlebih lagi dikalangan anak muda saat ini. Pada tahun 2021 saja pengguna Instagram di seluruh dunia menembus angka sekitar 1,07 miliar. Sebesar 36,4 persen, pengguna terbanyak berada pada usia 18 hingga 24 tahun. Instagram adalah platform media sosial urutan ketiga yang paling banyak digunakan setelah media sosial YouTube dan juga WhatsApp. Instagram sendiri merupakan salah satu media sosial yang paling menjanjikan di dunia bisnis pada saat ini. Berbagai macam fitur telah disediakan untuk memudahkan akses informasi yang dapat digunakan untuk mengembangkan bisnis atau usaha sendiri.



Gambar 1 Grafik Penggunaan Media Sosial Yang Ada di Indonesia

Grafik diatas merupakan gambaran penggunaan media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat dimana WhatsApp dan Instagram menempati posisi paling atas dibanding dengan media sosial yang lainnya.

Berdasarkan latar belakangtersebut yang telah dikemukakan oleh penulis, maka dirumuskan masalah sebagai berikut ini:

1. Bagaimana peran media sosial dalam kegiatan bisnis online?
2. Bagaimana cara meningkatkan bisnis penjualan secara online?
3. Faktor apa saja yang menyebabkan mahasiswa memilih cara berbelanja melalui Online Shop dalam memenuhi kebutuhan?

LANDASAN TEORI

Berkembangnya suatu teknologi media promosi pada saat ini semakin bertambah meluas, dimana salah satunya itu lewat internet. Dengan menggunakan internet suatu perusahaan atau penggiat bisnis tidak perlu membutuhkan banyak pengeluaran salah satunya bisaya untuk memasarkan sebuah produk, lalu juga memudahkan untuk proses dari promosi itu sendiri dan juga yang pasti jangkauannya itu sangat luas [1].

Van Dijk menyatakan kalau sosial media merupakan platform media yang sangat berfokus pada eksistensi dari penggunaanya yang memfasilitasi penggunaanya pada saat beraktifitas maupun berkolaborasi antar sesama. Sebab itulah media sosial bisa dilihat

sebagai media penyedia online yang bisa mengerratkan interaksi sesama pengguna yang lainnya dan juga sebagai suatu interaksi sosial. Sedangkan menurut pendapat Boyd, media sosial itu merupakan kumpulan suatu perangkat lunak yang memungkinkan seorang individu itu berkolaborasi ataupun bermain. Media sosial sendiri dapat dikatakan memiliki kekuatan pada *user generated content* dimana sebuah konten itu dihasilkan oleh pengguna media sosial tersebut, bukan oleh editor sebagaimana disebuah perusahaan media massa [2].

Pada zaman sekarang ini media sosial itu sangat amat membantu kehidupan sehari-hari dari seseorang dan juga bisa dikatakan sekarang ini seseorang tidak bisa lepas barang sedetikpun dari yang namanya media sosial (adelia). Dengan terdapatnya media sosial bisa memudahkan para penggiat bisnis sekarang ini dalam melakukan usahanya apalagi dalam hal promosi usahanya.

Bisnis Online, Penjualan Online, dan Pemasaran

Bisnis online merupakan bisnis yang dapat dijalankan secara online yang dimana untuk mengaksesnya menggunakan jaringan internet dan untuk mengakses informasinya disampaikan ataupun dijual menggunakan media promosi seperti website, jejaring sosial, dan juga berbagai forum jual beli [3]

Penjualan **online** merupakan perdagangan yang bisa dilakukan di internet. Penjualan online juga bisa dikatakan sebagai salah satu cara berbisnis dengan menggunakan media elektornik yang bisa mepertemukan konsumen dengan penjual dalam bentuk virtual, dan juga penjualannya ataupun retur barangnya, layanan dan informai penjualan bisa dilakukan secara virtual. Dalam penjualan online, penggunaan internet menjadi bagian yang paling penting digunakan oleh masyarakat dibandingkan dengan media elektronik yang lainnya, sebab aksesnya sangat mudah digunakan [4]

Pemasaran dimulai saat melihat realita kalau setiap individu itu mempunyai kebutuhan dan juga keinginan. Dari kebutuhan dan juga keinginan ini membuat sebuah kondisi yang tidak begitu menyenangkan yang ada di diri seseorang tersebut dan dapat diatasinya itu dengan memiliki suatu barang yang diinginkan untuk memberikan seseorang itu rasa puas dalam mendapatkan kebutuhan dan juga keinginan dari konsumen tersebut [5]. Pemasaran online sendiri bisa dikatakan sebagai sebuah bentuk pemasaran yang sangat interaktif dengan memakai satu ataupun lebih media promosi untuk mendapatkan pendapatan, umpan balik, ataupun transaksi yang bisa diukur pada lokasi dari konsumen dan tidak adanya interaksi antara penjual-pembeli secara langsung di tempat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu dalam bentuk kuesioner, kuesioner sendiri merupakan beberapa pertanyaan tertulis yang dapat digunakan untuk memperoleh sebuah informasi dari pada responden mengenai hal-hal yang diketahui oleh responden tersebut. Teknik ini dapat menggunakan kuesioner, daftar cocok, dan skala sebagai instrumen dari penelitiannya, dan juga pendekatan kuantitatif ini digunakan untuk meneliti suatu populasi ataupun sample yang memiliki tujuan untuk membuktikan sebuah hipotesis yang ditetapkan dalam suatu penelitian. Penelitian ini sendiri menggunakan satu variabel bebas dan satu variabel terikat, yang dimana dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah efektivitas penggunaan media sosial, dan variabel terikatnya ialah bisnis online.

Responden penelitian berasal dari mahasiswa yang disebarkan ke berbagai jurusan di

Universitas Muhammadiyah Prof Dr Hamka. Jumlah responden sebanyak 40 mahasiswa diambil secara acak dari berbagai program studi yang terdapat di FKIP Universitas Muhammadiyah Prof Dr Hamka. Pengumpulan data sendiri dilakukan dengan pengambilan data primer dimana dalam penelitian ini pengumpulan datanya menggunakan kuesioner. Pengambilan data primer merupakan hasil pertama dari data penelitian yang akan dikumpulkan oleh peneliti. Para responden diberikan kuesioner secara daring (online) melalui media sosial yang telah disebar ke dalam ruang lingkup di Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka. Kuesioner yang disebar tersebut dalam berbentuk link yang tersambung ke media online yaitu Google Form. Data yang dikumpulkan sesuai dengan maksud dan tujuan peneliti dalam menganalisis keefektifitasan penggunaan media sosial dikalangan mahasiswa yang berhubungan dengan bisnis online. Dari data kuesioner yang telah terkumpul kemudian diolah dengan menggunakan teknik pengolahan data Statistical Program for Social Science (SPSS).

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Uji Regresi Linear Sederhana

H0: Tidak terdapat pengaruh antara efektivitas penggunaan sosial media terhadap bisnis online.

H1: Terdapat pengaruh antara efektivitas penggunaan sosial media terhadap bisnis online.

Table 1. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7,750	1	7,750	3,430	,072 ^b
	Residual	85,850	38	2,259		
	Total	93,600	39			

a. Dependent Variable: Bisnis Online (Y)

b. Predictors: (Constant), Efektivitas Penggunaan Sosial Media (X)

Sumber : Olah Data SPSS 2022

Berdasarkan analisis regresi yang telah dilakukan melalui SPSS, diperoleh hasil nilai signifikansi sebesar 0.072 atau nilai kurang dari 0.05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima. Artinya, terdapat pengaruh antara efektivitas penggunaan sosial media terhadap bisnis online. efektivitas penggunaan sosial media memberikan pengaruh terhadap bisnis online.

Uji Asumsi Klasik

Table 2. Hasil Tes Kolmogorov -Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardize d Residual	
N		40	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000	
	Std. Deviation	1,48367433	
Most Extreme Differences	Absolute	,120	
	Positive	,077	
	Negative	-,120	
Test Statistic		,120	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		,151	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	,156	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,147
		Upper Bound	,166

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Sumber : Olah Data SPSS 2022

Berdasarkan table diatas menunjukkan bahwa nilai yang dihasilkan pada Asym.sig sebesar 0,151 yang dapat dikatakan nilai asymp.sig 0,151 lebih besar daripada 0,05 maka dapat dikatakan data berdistribusi normal.

Uji Homogenitas

Table 3. Hasil Uji Homogenitas

		Tests of Homogeneity of Variances			
		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Totally	Efektivitas	,877	6	31	,523
	Penggunaan	,562	6	31	,757
	Sosial	,562	6	23,930	,756
	Media	,858	6	31	,536

Sumber : Olah Data SPSS 2022

Dari hasil tabel diatas diperoleh informasi:

1. Variabel bisnis online dan variabel efektivitas dinyatakan homogen karena nilai Sig. Nya $0.523 > 0,05$
2. Variabel bisnis online dan variabel penggunaan dinyatakan homogen karena nilai

Sig. Nya 0.757 > 0.05

3. Variabel bisnis online dan variabel sosial dinyatakan homogen karena nilai Sig. Nya 0.756 > 0.05

4. Variabel bisnis online dan variable media dinyatakan homogen karena nilai Sig. Nya 0.536 > 0.05

Dari pengujian homogenitas di atas, semua variabel didalam penelitian ini dinyatakan memiliki kesamaan atau bersifat homogen.

Uji Reabilitas

Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,60

Tabel 4. Hasil Uji Realibitas

Cronbach's Alpha	N of Items
,741	9

Sumber : Olah Data SPSS 2022

Hasil Cronbach's Alpha table diatas menunjukkan bahwa pada pengujian ini dilakukan secara variabel bukan secara item pertanyaan pada setiap variabel yang dapat dilihat hasilnya adalah 0,741 nilai cronbach's alpha lebih besar daripada 0,6 maka dapat dikatakan reliabel.

Koefisien Determinan

Table 5. Hasil Perhitungan Koefisien Determinan

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,288 ^a	,083	,059	1,503	2,030

a. Predictors: (Constant), Efektivitas Penggunaan Sosial Media (X)

b. Dependent Variable: Bisnis Online (Y)

Dari tabel berikut diperoleh R Square sebesar 0.083, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa efektivitas penggunaan sosial media terhadap bisnis online sebesar 83% sementara 28,8 % lainnya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

PEMBAHASAN

Dari hasil penelitian di atas menyatakan kalau terdapat pengaruh antara efektivitas penggunaan sosial media terhadap bisnis online dikalangan mahasiswa. Saat ini, media sosial ialah merupakan suatu cara yang bisa dibilang berhasil untuk melakukan banyak kegiatan, dan diantara media sosial yang sedang digemari oleh masyarakat beberapa tahun belakangan ini ialah aplikasi TikTok. Aplikasi TikTok ini sangat diminati oleh seluruh kalngan pada saat ini karena bukan hanya sebatas bisa mengeskpresikan pribadi kita

dengan mengupload video, tetapi TikTok mempunyai manfaat lain yang bisa digunakan oleh penggunanya, yaitu TikTok bisa untuk mempromosikan bisnis kita dan bisa dikatakan banyak masyarakatan sekarang yang lebih gemar belanja online di TikTok shop ketimbang dengan aplikasi lainnya, sebab di TikTok shop ini terkadang menawarkan berbagai macam promo-promo, seperti gratis ongkir, dan juga terkadang ketika penjualnya sedang melakukan live di akun TikTolok nya, terkadang saat live tersebut banyak memberikan promo-promo yang menguntungkan untuk konsumen. Jadi itulah kenapa saat ini TikTok sangat digemari oleh seluruh kalangan.

Selain aplikasi TikTok terdapat aplikasi yang tidak kalah populernya sejak lama, yaitu aplikasi Instagram. Aplikasi ini merupakan salah satu aplikasi yang dapat mengupload foto maupun video. Dalam kurun waktu sekitar kurang lebih 10 tahun belakangan ini, aplikasi Instagram menjadi sosial media yang bisa dikatakan memiliki paling banyak penggunanya, dari saat awal pertama kali dirilis bulan Oktober 2011 bisa dibilang pengguna aplikasi ini meningkat secara pesat. Selain hanya sekedar untuk mengupload video maupun foto, Instagram sendiri juga bisa digunakan untuk melakukan bisnis online, karean seperti yang sudah dibahas tadi Instagram ini merupakan aplikasi yang peling banyak penggunanya terutama di Indonesia, jadi aplikasi ini sangat cocok dan mempunyai pengaruh yang lumayan tinggi dari segi marketing. Saat ini sudah banyak para pelaku bisnis online yang mempromosikan produknya di aplikasi Instagram. Bearti hal tersebut menandakan kalau aplikasi ini mempunyai pengaruh yang cukup tinggi dalam hal finansial, terutama dalam bisnis online, sebab keuntungan yang diperoleh oleh juga bisa dibilang tidak sedikit dan juga sangat menjanjikan bagi penggunanya.

Selain kedua aplikasi tersebut, banyak juga marketplace yang sudah banyak bertebaran di dunia terutama di Indonesia. Di Indonesia terdapat 5 marketplace yang paling banyak digandrungi, misalnya saja Tokopedia, Shopee, Lazada, Bukalapak, Blibli dan lainnya [6]. Terdapat dua marketplace yang saling mengungguli, yaitu Tokopedia dan juga Shopee. Dua marketplace tersebut dikalangan milenial dan juga Gen Z sangat populer terutama para perempuan. Salah satu alasan dari mengapa peminat Tokopedia lebih tinggi daripada yang lainnya yaitu karena pada Tokopedia sangat beragam dari pilihan produknya, mulai dari fashion, elektronil dan lainnya, dan juga Tokopedia banyak digunakan sebab jarang sekali terjadi penipuan yang terjadi di aplikasi ini, beda dengan marketplace lainnya. Dan juga dari sisi penjualan nya senddiri didominasi oleh para penggiat UMKM.

Selain Tokopedia, marketplace Shopee juga tidak kalah digemari pada saat ini, alasan dari orang menggunakan Shopee ini karena banyak promo-promo yang diberikan, apalagi pada tanggal cantik misalnya Shopee 11 11, pada saat itu banyak sekali produk-produk yang dijual dengan harga yang dibawah rata-rata, jadi oleh sebab itu kenapa Shopee ini juga termasuk marketplace yang paling banyak digunakan.

KESIMPULAN

disimpulkan kalau terdapat pengaruh antara efektivitas penggunaan sosial media terhadap bisnis online. Peran sosial media seperti Instagram dan juga TikTok sangat banyak digandrungi pada masa kini terutama dikalangan mahasiswa karena bukan hanya sekedar post voto maupun video saja, tetapi kedua aplikasi tersebut banyak menyediakan beragam fitur-fitur yang sangat disukai oleh penggunannya dan juga bisa juga ebagai sarana komunikasi terhadap orang-orang yang kita ikuti atau sebaliknya. Dan juga kedua aplikasi

ini juga bisa digunakan sebagai sarana tempat berbisnis online, terbukti dari meningkatnya penggunaan kedua aplikasi tersebut per bulan Mei 2022. Bukan hanya sosial media saja, marketplace juga sangat digandrungi terutama Tokopedia dan juga Shopee, kedua marketplace ini sangat banyak menyediakan produk-produk yang dibutuhkan mulai dari fashion, elektronik, alat tulis, makanan, dan masih banyak lagi. Kedua marketplace tersebut juga sangat banyak menyediakan promo-promo yang dapat membuat penggunaannya tertarik.

Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian, serta beberapa kesimpulan-kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan ialah sebagai berikut:

- 1) Media sosial memiliki peranan yang sangat penting untuk kehidupan seluruh masyarakat terlebih lagi pada kalangan mahasiswa. Maka dari itu disarankan kepada mahasiswa untuk lebih bijak menggunakan sosial media, jangan menggunakan sosial media untuk ajang membully, saling mengejek, dan menebar hoax. Karena jejak digital itu susah untuk dihilangkan, seandainya nanti suatu saat ingin melamar pekerjaan dan HRD mengecek jejak digital nya bagaimana, lalu ditemukan hal yang negatif dari sosial media kita, sudah dipastikan kita akan terblack list dari perusahaan yang akan kita lamar.
- 2) Kemudahan akses suatu aplikasi media sosial ataupun marketplace sangat mempengaruhi minat bagi para mahasiswa untuk melakukan bisnis online. Disarankan kepada mahasiswa yang ingin menjalankan bisnis online melalui aplikasi seperti Instagram, Tiktok, ataupun sosial media lainnya dan dari marketplace yaitu Tokopedia, Shopee, ataupun yang lainnya untuk menggunakan ajang promosinya dengan bijak, jangan menyebarkan informasi palsu terkait produk yang kita jual, kita harus menjaga amanah dari konsumen yang membeli di toko online kita.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Artikel jurnal ditulis oleh Cut Puspita, Marisa Anggraini, Ainun Salsabila, Bagus Kusuma Wardhana, Budiandru dari Prodi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah PROF. DR. HAMKA. Penelitian ini dapat kami semua penulis laksanakan dengan baik berkat bantuan dari berbagai pihak yang terlibat, untuk itu kami penulis mengucapkan terima kasih kepada semua yang sudah terlibat dalam penyusunan jurnal artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] D. Khamaria, "Penggunaan Media Sosial dalam Meningkatkan Penjualan Sepeda Motor Bekas Pada Usaha Ayano Motor Di Perawang Menurut Perspektif Ekonomi Syariah," UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU, 2019.
- [2] R. Nasrullah, *Media Sosial : perspektif komunikasi, budaya, dan sositeknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015.
- [3] A. Candra, "BERBISNIS ONLINE MELALUI MEDIA SOSIAL," *J. Pendidik. Ekon.*, vol. 7, no. 2, pp. 96–102, 2019, doi: 10.23887/ekuitas.v7i2.18197.
- [4] M. Mariana, "Apa Itu E-Commerce," *Universitas Pasundan*, 2017.

- <https://www.unpas.ac.id/apa-itu-e-commerce/>.
- [5] F. W. Irawan, *Prinsip-prinsip pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- [6] R. S. Nugroho, "Simak 10 Marketplace di Indonesia yang Terlaris dan Paling Banyak Dikunjungi di Kuartal Pertama 2022," *IDX Channel*, 2022. <https://www.idxchannel.com/milenomic/simak-10-marketplace-di-indonesia-yang-terlaris-dan-paling-banyak-dikunjungi-di-kuartal-pertama-2022> (accessed Jun. 14, 2022).
- [7] F. T. Putra, E. Ekawarna, and R. Rosmiati, "Berbisnis Online Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi 2020," vol. 2, no. 1, pp. 31–46, 2021.
- [8] K. K. Arya Bayu Sayeti, Achmad Fauzi, Donni Ferdinan Irawan and N. S. Telaumbanua, Muhammad Dzaky, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pengguna Kualitas Dan Kemudahan (Studi Literasi Manajemen)," *jemsi J. Ekon. Manaj. Sist. Inf.*, vol. 3, no. 4, pp. 405–413, 2022.
- [9] R. Yusuf, H. Hendawati, and L. A. Wibowo, "Pengaruh Konten Pemasaran Shoppe Terhadap Pembelian Pelanggan," *J. Manaj. Pendidik. dan ilmu Sos.*, vol. 1, no. 2, pp. 506–515, 2020, doi: 10.38035/JMPIS.
- [10] R. R. Armayani, L. Chintiya Tambunan, R. M. Siregar, N. R. Lubis, and A. Azahra, "Analisis Peran Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Penjualan Online," *J. Pendidik. Tambusai*, vol. 5, no. 3, pp. 8920–8928, 2021.
- [11] A. M. Nasution, "Pemanfaatan Sosial Media Tiktok sebagai Strategi Promosi dalam Berwirausaha Persfektif Ekonomi Islam," *J. Ilmu Komputer, Ekon. dan Manaj.*, vol. 2, no. 2, pp. 3155–3163, 2022.
- [12] Y. dkk Sri Mulyani, "Pemanfaatan Media Sosial TikTok Untuk Pemasaran Bisnis Digital Sebagai Media Promosi," *Penelit. manfaat media Sos. untuk Pemasar.*, vol. 11, no. 1, p. 3, 2022, [Online]. Available: <http://stp-mataram.e-journal.id/JHI>.
- [13] F. W. Umbara, "User Generated Content di Media Sosial Sebagai Strategi Promosi Bisnis," *J. Manaj. Strateg. dan Apl. Bisnis*, vol. 4 (2), pp. 572–581, 2021, [Online]. Available: <https://doi.org/10.36407/jmsab.v4i2.366>.
- [14] I. K. R. Putra and G. S. Darma, "Process of decisions making surchase online on instagram mocial media," *Int. J. Business, Econ. Manag.*, vol. 3, no. 1, pp. 165–171, 2020, [Online]. Available: <https://www.neliti.com/publications/329584/>.
- [15] N. Holilah, "PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM STRATEGI MARTKETING, TERHADAP ELEKTRONIK WORD OF MOUTH (E-WOM), KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MEDIA SOSIAL TIKTOK (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Nusa Putra Sukabumi) : Proposal Penelitian," 2022.

2470

JCI

Jurnal Cakrawala Ilmiah

Vol.2, No.6, Februari 2023

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN

KECEMASAN MASYARAKAT AKAN VAKSINASI COVID-19 DI DESA BALOK KABUPATEN KENDAL

Oleh

Riani Pradara Jati¹, Sri Mulyani², Azidatun Nasikhan³, Dian Fazira⁴

^{1,2,3,4}Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Kendal

E-mail: ¹pradarajati@gmail.com, ²azidatunnasihah@gmail.com,

³srimulyani@gmail.com, ⁴dianfazira@gmail.com

Article History:

Received: 19-01-2023

Revised: 28-01-2023

Accepted: 01-02-2023

Keywords:

Pandemi, Covid-19,

Vaksin Kecemasan,

Abstract: Infeksi COVID-19 menjadi permasalahan kesehatan dunia lebih dari 114 Negara. Upaya paling efektif untuk mencegah penularan dalam mengurangi penyebaran virus dengan memberikan vaksin. Keraguan dan kesalahan informasi mengenai vaksin mengakibatkan dampak yang besar dimana tingkat kecemasan masyarakat meningkat yang berdampak pada ketercapaian cakupan dan kekebalan masyarakat, Tujuan penelitian ini mendeskripsikan gambaran kecemasan masyarakat Desa Balok Kendal dengan adanya Vaksin COVID-19. Metode penelitian yaitu penelitian kuantitatif dengan teknik pengambilan sample purposive sampling sebanyak 67 responden. Kriteria inklusi usia 12 tahun keatas warga Rt 3 Rw 1 Kelurahan Balok. Alat pengumpulan data menggunakan kuisioner berupa pertanyaan tertutup respon ansietas. Hasil penelitian didapatkan mayoritas responden mengalami tingkat kecemasan normal sejumlah 41 responden (61,2%), tingkat kecemasan ringan sejumlah 21 responden (31,3%) dan tingkat kecemasan sedang sejumlah 5 responden (7,5%). dibutuhkan pendekatan dan informasi yang lebih jelas untuk mengurangi kecemasan yang ditimbulkan pada responden mengingat kondisi pandemi Covid-19 merupakan jenis penyakit baru dengan tingkat penularan, keparahan serta kematian yang tinggi.

PENDAHULUAN

Corona virus dilaporkan kemunculannya di kota Wuhan China melaporkan awal mula munculnya sejak Desember 2019 yang dinamai dengan istilah sindrom pernafasan akut parah corona virus 2 (SARS-CoV-2). RASS-CoV-2 merupakan sekelompok virus pnemonia atpikal, yang dengan cepat menyebar ke seluruh dunia dan di kenal sebagai penyakit Coronavirus 2019⁴. WHO (2020) Infeksi COVID-19 dinyatakan oleh Organisasi Kesehatan Dunia sebagai "pandemic" karena telah menyebar ke 114 lebih Negara dan menyebabkan lebih dari 43.140.173 kasus yang terkonfirmasi dan lebih dari 1.155.235 kematian⁹ Indonesia sendiri dari hasil total masyarakat yang sudah diperiksa baik tes antigen, PCR + TCM berjumlah 10.205.688, sedangkan total masyarakat yang telah menerima vaksin COVID-19 di tahap 1 berjumlah 13.340.957 orang dan vaksinasi tahap 2 berjumlah

8.634.546 orang¹⁰.

Vaksin dianggap sebagai suatu hal yang paling efektif sangat penting dibutuhkan dalam upaya pencegahan penularan serta meminimalisir angka keparahan maupun kematian yang diakibatkan oleh virus tersebut, disertai dengan perilaku Prokes secara baik dan benar. Membutuhkan banyak waktu dan ratusan lembaga terlibat dalam percepatan pengembangan vaksin⁶. Seiring dengan berjalannya waktu di temukan banyak sekali informasi yang tidak benar beredar tentang COVID-19. Keadaan ini sangat memicu kecemasan dari berbagai kalangan berespon negative seperti menentang keras adanya pelaksanaan vaksinisasi, menolak pendataan penerima vaksin. munculnya kecemasan yang berlebih di kalangan masyarakat terkait dengan suatu tindakan yang diberikan dalam upaya pemerintah mengatasi masalah kesehatan tersebut masuk dalam persoalan kesehatan jiwa¹⁴. Hasil analisis menyatakan kesediaan dilakukan vaksinisasi mempunyai kaitan dengan kecemasan masyarakat (P value <0.001)¹¹. sejalan dengan hasil penelitian tersebut dikatakan bahwa efektifitas pendidikan kesehatan terhadap kecemasan peserta vaksin didapatkan nilai P Value 0,0001 dengan nilai signifikansi 0,05 yang berarti pendidikan kesehatan efektif terhadap penurunan tingkat kecemasan peserta vaksinisasi covid-19 pada masyarakat rentan. Pendidikan kesehatan dapat menambah wawasan dan pengetahuan masyarakat rentan terkait vaksinisasi covid- 19.¹⁵

Berdasarkan hasil studi pendahuluan selama 3 hari dimulai pada hari Sabtu, 19 November 2021 di desa Balok didapatkan bahwa dari 30 responden yang didapatkan 7 mengatakan takut dengan reaksi yang ditimbulkan setelah vaksin yang justru dapat menimbulkan kematian, 12 responden menyampaikan dengan hadirnya mereka ke fasyankes untuk vaksin justru akan menyebabkan penularan yang pasti terjadi, 11 apalagi ditambah dengan harus mengantri lamanya agar mendapatkan vaksin membuang waktu saja, Dari uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan tujuan agar dapat mengetahui gambaran tingkat kecemasan masyarakat Desa Balok Kendal dengan adanya Vaksin COVID-19

LANDASAN TEORI

Pandemi COVID-19 menjadi perhatian internasional, darurat COVID-19 dapat dikatakan sebagai darurat kesehatan masyarakat ke enam oleh Organisasi Kesehatan Dunia (WHO). Pada 11 Maret 2020 WHO menyatakan bahwa COVID-19 resmi menjadi pandemi. Gejala yang terjadi pada COVID-19 seperti batuk, demam, diare, sesak nafas, myalgia, sakit tenggorokan, sakit kepala, dan kelelahan penyakit ini termasuk Penoumonia, sindrom gangguan pernafasan berat akut, gagal ginjal, bahkan dapat menyebabkan kematian pada penyakit tertentu¹³. dan harus segera ditindakanjuti salah satunya dengan pemberian vaksin dengan diawali dengan pemberian edukasi yang tepat dari pemerintah melalui tim medis terkait tentang manfaat dari vaksin

Studi tentang penerima vaksin COVID-19 pada 13.426 orang yang dipilih secara acak dari 19 negara. Namun jika diamati untuk mendapatkan vaksinisasi mungkin tidak selalu menjadi predikat yang baik untuk diterima, dikarenakan keputusan vaksin bersifat multifactorial dan berubah seiring berjalannya waktu. Perbedaan cakupan vaksin antara Negara berpotensi dapat menunda kendalian global atas pandemi dan pemulihan sosial serta ekonomi selanjutnya³.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode studi deskriptif dengan jenis penelitian kuantitatif⁷. Teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan sampel sebanyak 67 responden populasi menggunakan criteria inklusi diantaranya responden berusia 12 tahun keatas dengan jenis kelamin laki-laki dan perempuan warga Rt 3 Rw 1 Kelurahan Balok Kecamatan Kota Kendal Kabupaten Kendal, serta bersedia menjadi responden, Alat pengumpulan data menggunakan kuisisioner berupa pertanyaan tertutup tingkat ansietas. Data hasil penelitian dianalisis secara analisis univariat menggunakan distribusi frekuensi. penelitian dilakukan secara door to door dan dapat erselesaiakn oleh tim selama satu minggu

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Hasil Analisa berdasarkan karakteristik usia responden

Tabel 1. 1 Distribusi frekuensi karakteristik responden berdasarkan usia responden di Desa Balok Kecamatan Kota Kendal Kabupaten Kendal (n=67)

Mean	Median	Minimum	Maximum
42,30	43,00	20	67

Berdasarkan hasil penelitian pada masyarakat di kelurahan balok dari 67 responden didapatkan hasil bahwa mayoritas usia responden 42 tahun, usia termuda 20 tahun dan tertua 67 tahun. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian⁵ didapatkan hasil bahwa sejumlah 47 responden (33,1%) berusia 36-45 tahun, dan sebagian kecil responden berusia 21-35 tahun sejumlah 27 responden (19,0%). Penelitian lain menunjukkan bahwa mayoritas responden yang mengalami kecemasan terhadap vaksinasi covid 19 mayoritas usia 19 sampai 28 tahun dengan frekuensi 33 repsonden (55%), 39-48 tahun dengan jumlah frekuensi 16 responden (26,7%) dan minoritas responden berusia >49 tahun sejumlah 3 responden (5%). dimana pada usia ini akan lebih banyak mengalami cemas dan stres dikarenakan diusia ini mekanisme koping yang ada belum terbentuk secara utuh sempurna sehingga sulit mengambil keputusan dan berlanjut mengalami kecemasan⁸.

b. Hasil Analisa berdasarkan karakteristik jenis kelamin responden

Tabel 1. 2 Distribusi frekuensi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin responden di Desa Balok Kecamatan Kota Kendal Kabupaten Kendal (n=67)

Variabel	F	%
Jenis kelamin		
Laki-laki	29	43,3
Perempuan	38	56,7

Berdasarkan hasil penelitian pada masyarakat di kelurahan balok kabupaten Kendal berjenis kelamin rata-rata perempuan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian mayoritas responden berjenis kelamin perempuan sejumlah 35 responden (58,3%) dan laki-laki sejumlah 25 responden (41,7%)⁸. Penelitain yang sama mengatakan bahwa mayoritas responden yang mengalami kecemasan saat akan vaksinasi Covid-19 berjenis kelamin perempuan sejumlah 281 responden (70,4%) dan laki-laki sejumlah 118 responden (29,6%) dimana perempuan memiliki tingkat stress atau ansietas lebih tinggi dari laki-laki, dimana stress dapat menstimulus organ endokrin untuk mengeluarkan hormone epineprin yang mempunyai efek dalam glikolisis di hati¹¹. hal ini didukung oleh penelitian lain bahwa ada hubungan antara jenis kelamin dengan tingkat ansietas, penelitian ini juga menyimpulkan bahwa karakteristik jenis kelamin responden yang mengalami ansietas adalah berjenis

kelamin perempuan karena perempuan sulit untuk mengontrol emosi sehingga dapat menimbulkan munculnya ansietas¹.

c. Hasil Analisa berdasarkan karakteristik pendidikan

Tabel 1. 3 Distribusi frekuensi karakteristik responden berdasarkan Tingkat pendidikan responden di Desa Balok Kecamatan Kota Kendal Kabupaten Kendal (n=67)

Variabel	F	%
Tidak sekolah	19	28,4
SD	27	40,3
SMP	15	22,4
SMA	5	7,5
Perguruan Tinggi	1	1,5

Berdasarkan hasil penelitian pada masyarakat di kelurahan balok kabupaten kendal berpendidikan SD (sekolah dasar). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian mengaakan bahwa distribusi hubungan pendidikan dengan tingkat ansietas mayoritas responden berpendidika SD dengan tingkat ansietas ringan sejumlah 14 responden (50%)¹². Penelitian lain berbanding terbalik dengan penelitian yang mengatakan bahwa masyarakat yang cemas saat akan menjalani vaksinasi Covid-19 mayoritas berpendidikan lulus SMA sejumlah 100 responden (70,4%)⁵. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang maka akan semakin mudah berfikir rasional dan mampu menangkap informasi baru, sehingga semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang semakin tinggi pula pengetahuan seseorang⁷.

d. Hasil Analisa berdasarkan karakteristik tingkat ansietas

Tabel 1. 3 Distribusi frekuensi karakteristik responden berdasarkan Tingkat ansietas responden di Desa Balok Kecamatan Kota Kendal Kabupaten Kendal (n=67)

Tingkat Ansietas	F	%
Normal	22	33
Ringan	32	48
Sedang	13	19
Parah	0	0
Sangat Parah	0	0

Hasil penelitian pada masyarakat di kelurahan balok kabupaten kendal mayoritas responden mengalami tingkat kecemasan ringan sejumlah 32 responden (48%), tingkat kecemasan sedang sejumlah 13 responden (19%) dan kecemasan normal sejumlah 22 responden (33%). Sejalan dengan penelitian mengatakan bahwa mayoritas tingkat kecemasan responden terhadap vaksinasi dalam kategori cemas ringan sebanyak 113 responden (75%), tingkat cemas sedang 35 responden (23%) dan tingkat kecemasan berat 3 responden (2%)². Berbanding terbalik dengan penelitian lainnya yang mengatakan bahwa tingkat kecemasan masyarakat saat akan menjalani vaksinasi Covid-19 mayoritas responden mengalami tingkat kecemasan sedang sejumlah 114 responden (80,3%) dan tingkat kecemasan ringan sejumlah 10 responden (7,0%)⁵. Berdasarkan penelitian lain terkait tingkat kecemasan

masyarakat akan vaksinasi Covid-19 mengatakan bahwa didapatkan hasil 48,1% menyatakan diri yang cemas dan khawatir¹¹.

Kecemasan yang dialami oleh responden dalam penelitian ini merupakan hal yang wajar dapat terjadi mengingat dengan kondisi pandemi Covid-19 yang saat ini terjadi merupakan jenis panyakki yang belum pernah dialami oleh seluruh masyarakat sebelumnya. Respon kecemasan yang muncul akibat akan dilaksanakannya program vaksinasi akan semakin meningkat dengan semakin dekatnya waktu vaksinasi yang akan dilakukan. Penelitian lain mengatakan bahwa tingkat kecemasan respondne menunjukkan bahwa dari 60 responden 15 responden (18,3%) tidak mengalami kecemasan dan mayoritas 49 responden (81,7%) mengalami kecemasan⁸.

KESIMPULAN

Karakteristik responden dalam penelitian ini rata-rata berusia 42 tahun. Mayoritas berjenis kelamin 38 responden (56,7%). Mayoritas berpendidikan SD27 responden (40,3%). Masyarakat di kelurahan balok kabupaten kendal mayoritas responden mengalami tingkat kecemasan ringan sejumlah 32 responden (48%).

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Terimakasih peneliti sampaikan pada berbagai pihak yang telah berkontribusi aktif dalam proses penelitian ini, kepada Kepala Desa Balok Kecamatan Kota Kendal, Kabupaten Kendal, Kader Kesehatan, Para responden beserta keluarga masyarakat Desa Balok

DAFTAR REFERENSI

- [1] Ardiyanti, Y., PH, L., & Ayuwatini, S. (2017). Hubungan Karakteristik Dengan Tingkat Ansietas Pada Siswa Siswi SMA. *Jurnal Perawat Indonesia Vol 1, No 2 November 2017* <https://journal.ppnijateng.org/index.php/jpi/article/view/46>
- [2] Darwis, S. A. (2021). Pengetahuan Dan Tingkat Kecemasan Mahasiswa Akademi Keperawatan RS Marthen Indey Terhadap Vaksin Covid-19. *Jurnal Keperawatan dan Kesehatan*.
- [3] Generuex, M. M.-E.-G.-P. (2020). Communication Strategies And Media Discourses in the Age Of COVID-19 An Urgen Need For Action . *Health Promotion International*, <https://doi.org/10.1093/heapro/daa136>.
- [4] Kim, D. J. (2020). The Architecture OF SARS-COV-2 Transcriptome . *Enhanced Reader.Pdf*, Cellpress.
- [5] Kholidiyah, D., Sutomo, & Kushayati, N. (2021). Hubungan Persepsi Masyarakat Tentang Vaksin Covid-19 Dengan Kecemasan Saat Akan Menjelang Vaksinasi Covid-19. *Jurnal Keperawatan . Jurnal Keperawatan Vol. 14 No. 2 (2021)* <https://e-journal.lppmdianhusada.ac.id/index.php/jk/article/view/135>
- [6] Makmun, A. d. (2020). Tinjauan Terkait Pengembangan Vaksin COVID-19. *Molucca Medika*, V. 13 No 2 Oktober 2020 Hal 52-59. doi:10.30598/molmed.2020.v13.i2.52
- [7] Notoatmodjo, S. (2012). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- [8] Nirwan, sari, R., & Aqqabra, A. F. (2021). Hubungan Tingkat Pengetahuan Dan Kecemasan Masyarakat Terhadap Vaksinasi Covid 19 Di Desa Puncak Indah Kecamatan Malili Kabupaten Luwu Timur Tahun 2021. *Jurnal Kesehatan Luwu Raya* VL 8 No 1 Juli 2021 Hal 63-68

-
- <https://jurnalstikesluwuraya.ac.id/index.php/eq/article/view/106/82>
- [9] Ozkara, A. K. (2020). Effective Implementation of Unprecedented Measures for the Protection From COVID-19 Syndrom. *Bezmialem Science*, 8(2) 63-66.
https://cms.bezmialemscience.org/Uploads/Article_41715/BezmialemScience-8-63-En.pdf.
- [10] Parera, M. a. (2021). Potensi Vaksin Plasmodium Falciparum Fase Pre-Eritrositer RTS . *Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi Manado*, 1(1):29-35.
<https://isainsmedis.id/index.php/ISM/article/view/93/0>
- [11] Putri, K. E., Wiranti, K., Ziliwu, Y. S., Elvita, M., Frare, D. Y., Purdani, R. S., et al. (2021) Kecemasan Masyarakat akan Vaksin Covid-19. *Jurnal Keperawatan Jiwa (JKJ): Persatuan Perawat Nasional Indonesia*. Volume 9 No 3 Hal 539 - 548, Agustus 2021, e-ISSN 2655-8106, p-ISSN2338-2090 FIKKes Universitas Muhammadiyah Semarang bekerjasama dengan PPNI Jawa Tengah 539
- [12] Vellyana, D., Lestari, A., & Rahmawati, A. (2017). *Faktor-faktor Yang Berhubungan Dengan Tingkat Kecemasan Pada Pasien Preoperative Di RS Mitra Husada Pringsewu*. *Jurnal Kesehatan*, Vol.08, No.01. 108-113
- [13] V' kovski, P. A. (2021). Coronavirus Biology and Replication : Implitation for SARS-CoV-2. *Nature Reviews Microbiology*, 19(3): 155-70. <https://doi.org/10.1038/s41579-020-00648-6>.
- [14] Yusfarani, (2021) Hubungan Kecemasan Dengan Kecenderungan Psikisomatis Remaja Pada Pandemi Covid-19 Di KotaPalembang . *JIUBJ Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 21(1), Februari 2021, 295-298
<http://ji.unbari.ac.id/index.php/ilmiah/article/view/1328/833>
- [15] Wijayanti .N, Efektifitas Pendidikan Kesehatan Terhadap Tingkat Kecemasan Peserta Vaksin covid-19 pada Masyarakat Rentan Di wilayah Kerja Puskesmas Mumbul Sari Kabupaen Jember. *Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Muhammadiyah Jember*.
<http://repository.unmuhjember.ac.id/13664/12/1.%20Artikel-Jurnal.pdf>

PELUANG BAGI MAHASISWA DALAM MEMANFAATKAN BISNIS ONLINE BERBASIS DIGITAL

Oleh

Robiatul Adawiyah¹, Erika Ananda Arum², Aulia Ifah Lubanah³, Reza Fadhlika⁴,
Elviyani Limbong⁵, Budiandru⁶

^{1,2,3,4,5,6}Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah

Prof.Dr.Hamka

E-mail: ²anandaerika77@gmail.com

Article History:

Received: 15-01-2023

Revised: 26-01-2023

Accepted: 29-01-2023

Keywords:

Opportunity, Online
Business, Social Media

Abstract: Penelitian ini menfokuskan pada peluang mahasiswa dalam memanfaatkan bisnis online berbasis digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan Kualitatif, metode analisis deskriptif dengan menyebarkan kuesioner melalui Google Form untuk mendapatkan atau menggali pendapat dan informasi dari para responden, yaitu mahasiswa yang sedang berbisnis online. Hasil penelitian dari data yang di dapat melalui penyebaran kuesioner sebanyak 40 orang, dihasilkan bahwa bisnis online dengan media sosial ini ialah hal yang sangat menarik, sebab bisa menarik minat pelanggan lewat media sosial yang tidak harus bertransaksi secara langsung.. Penjual online hanya perlu bertransaksi secara online melalui platform media sosial mereka dan jika sudah terjadi kesepakatan maka barang yang ingin dijual bisa langsung dikirim ke daerah manapun menggunakan jasa kirim. Maka bisnis online sangat berpeluang bagi mahasiswa.

PENDAHULUAN

bagian dari kehidupan sehari-hari, dan pengguna internet pun semakin banyak. Adanya teknologi membuat suatu perubahan dan kemudahan bagi manusia untuk melakukan banyak hal, dan juga teknologi digital tersebut menghadirkan media internet. Salah satu manfaat hadirnya media internet ialah bisnis online, jika dulu penjualan hanya dapat dilakukan secara offline, tapi dengan hadirnya internet dan saat terjadinya pandemi menjadikan bisnis online memiliki banyak peluang.

Definisi dan Cara Membangun Bisnis Online

Bisnis online merupakan sebuah akses internet untuk aktivitas jual beli. Sedangkan menurut Jasmadi dan Solusindo bisnis online ialah sebuah tempat atau wadah untuk membagikan suatu informasi. Menurut Dedik Kurniawan bisnis online adalah aktivitas yang dilakukan secara online oleh pedagang untuk melakukan penawaran barang dagangannya. Ahli L.R Dicksee menambahkan bisnis online melibatkan 3 peran di dalamnya yaitu produsen, distributor, dan konsumen. Platfrom yang bisa digunakan dalam berbisnis online mulai dari web, marketplace, media sosial, bahkan media komunikasi seperti WhatsApp.

Mahasiswa disebut sebagai agen perubahan yang sadar dengan adanya manfaat internet untuk berbisnis. Pemasaran online lebih berefek hasilnya dan mudah dilakukan

ketimbang melakukan pemasaran secara offline. Menurut (Opiida, 2014) marketplace merupakan media online berbasis internet (wed based) tempat melakukan kegiatan bisnis dan transaksi antara pembeli dan penjual. silontong.com (2020) Pembeli dapat mencari banyak supplier yang diinginkan, sehingga nantinya memperoleh sesuai harga pasar.

Jika dilihat dari perkembangan teknologi yang semakin berkembang, dan menurut data dari Asosiasi penyelenggara jasa internet Indonesia (APJII) jumlah penggunaanya pun di Indonesia mencapai 205 juta orang untuk periode 2022 kini dengan begitu presentasinya sebesar 73,7%.

Gambar 1. Highlight Perilaku



{AlifKarnadi2022} Dan menurut Badan pusat Statistik (BPS) terdapat 63,52% penggunaanya melakukan pemasaran digital, melalui soial media. Karena peningkatan tersebut sangat berdampak pada peningkatan ekonomi di Indonesia, serta membuat pendapatan pemerintah semakin bertambah dengan adanya pendapatan pajak yang dibebankan oleh pembisnis tersebut, dan hal itu sangat berpengaruh untuk mengurangi pengangguran di Indonesia. {Humaira2022}

Gambar 1. Diagram Perilaku



Ruang global bisnis online bisa di akses kapan saya dan di mana saja, dan itulah yang menjadi peluang yang harus di dimanfaatkan untuk para mahasiswa. Apalagi bisnis online di Indonesia cukup berkembang pesat dan sangat menjanjikan, apalagi pada saat situasi

pandemi kemarin bisnis online tumbuh hingga 33,2% untuk tahun 2020, dan untuk periode 2021/2022 sudah mencapai 48%-50%. Ruang globalnya pun memberi akses kesempatan untuk melakukan hal apapun dalam berpromosi, Saat berpromosi harus melakukan hal yang kreatif mungkin agar orang lain tertarik dengan apa yang kita jual. {Srii2021}

Strategi yang bisa di terapkan: {Maryati2019}

1. Memiliki Email, gmail, Yahoo maupun WhatsApp/nomer telpon bisnis dan akses komunikasi lainnya yang digunakan penjual untuk melakukan komunikasi kepada pembeli, serta memiliki akun.
2. Memiliki sebuah web atau blog maupun platform yang akan digunakan sebagai toko online. Contohnya seperti, Shopee, tokopedia, lazada, media sosial lainnya bisa berupa WhatsApp, Instagram, Twitter, Facebook, Tiktok, maupun blogger.com dll.
3. Memaksimalkan segala jaringan akses yang kita miliki, sehingga para pembeli bisa memesan lewat akses manapun yang sudah disediakan.
4. Tentukan jenis barang dan harga yang sesuai, dan sertakan tujuan serta target produk yang anda jual.
5. Tentukan layanan jasa antar yang akan digunakan. Bisa melalui jasa antar yang sudah tersedia ataupun jasa antar yang kalian lakukan sendiri, dan perhitungkan biaya antarnya.
6. Buatlah sebuah promosi berupa video, foto atau brosur/pamflet semenarik mungkin, dan upaya-upaya marketing yang seunik mungkin yang berbeda dari toko yang lain, sehingga para pembeli tertarik Ketika melihat layanan promosi yang anda tawarkan.
7. Tentukan jaringan akses metode pembayaran.
8. Persiapkan metode pencatatan keuangan.
9. Memperbanyak relasi pertemanan di sosial media, dengan adanya relasi yang luas dapat meningkatkan bisnis yang kita miliki. Dan adanya relasi yang luas kita bisa menawarkan secara langsung/offline.
10. Ketahuilah dan pahami resiko yang akan datang, dengan mempersiapkan berbagai cara agar nantinya Ketika resiko itu datang kita tau bagaimana cara menyelesaikannya.

Langkah-langkah yang bisa dilakukan Ketika menghadapi resiko

- a. Bersabar dan memahami bahwa setiap usaha pasti akan menghadapi suatu masalah/resiko dan itu wajar. Setiap kesuksesan pasti membutuhkan suatu proses, dan proses tersebut tidak selalu berjalan mulus sesuai yang kita inginkan, tetapi kita sebagai pembisnis juga harus merasakan kesusahan dalam menjalani proses tersebut, dan jadikan kesusahan itu sebagai penyemangat untuk terus bangkit sehingga tidak mudah putus asa.
- b. Cari ide lain yang bisa membangun dan bisa menyelesaikan permasalahan yang dihadapi, misalnya adanya inovasi baru dll.
- c. Membangun hubungan yang baik dengan semua orang. Sebagai pembisnis kita tidak boleh sombong atau bersikap tidak ramah kepada orang, sebab dengan kita membangun hubungan yang baik ke semua orang itu akan menghindarkan banyaknya musuh yang mau menghancurkan usaha kita.

Keuntungan membuka bisnis online

- a. Tidak perlu sewa tempat yang mahal

- b. Peluang pasar luas, bisa sampai ke luar negeri
- c. Bebas kendala cuaca
- d. Membutuhkan modal yang lebih kecil dari pada usaha offline
- e. Bisa menjalankan usahanya dimana saja dan kapan saja
- f. Bisa membuat forum atau komunitas pelanggan sendiri
- g. Mempermudah pembeli dalam memesan produk, karena tidak perlu kepusat pembelian

Kelemahan dalam bisnis online

- a. sangat bergantung pada kondisi internet
- b. kurang kepercayaan konsumen, karena sering terjadinya kasus penipuan online
- c. sering terjadinya pelanggaran hak cipta.
- d. Masalah pengiriman produk yang terkadang tidak menentu

Upaya peningkatan penjualan online

- a. Konsisten dalam melakukan promosi dan terus update barang ke sosial media
- b. Memberikan penawaran yang menarik misalnya seperti diskon, buy 1 get 1, free ongkir.
- c. Mencari informasi untuk barang-barang yang sedang nge-tren
- d. Selalu bersikap ramah kepada para konsumen
- e. Ikut bergabung kedalam marketplace yang sudah tersedia

LANDASAN TEORI

Pengertian Bisnis

Hooper (2008:35), Bisnis adalah segala dan keseluruhan kompleksitas yang ada pada berbagai bidang seperti penjualan (commerce) dan industri, industri dasar, processing, dan industri manufaktur dan jaringan, distribusi, perbankan, asuransi, transportasi, dan seterusnya yang kemudian melayani dan memasuki secara umum dunia bisnis secara menyeluruh.

Sukirno (2010:20), Bisnis adalah kegiatan untuk memperoleh keuntungan. Semua orang atau individu maupun kelompok melakukan kegiatan bisnis pastinya untuk mencari keuntungan agar kebutuhan hidupnya terpenuhi. Tidak ada orang melakukan bisnis untuk mencari kerugian. Menurut Madura (2010:2), Bisnis adalah suatu badan yang diciptakan untuk menghasilkan produk barang dan jasa kepada pelanggan.

Dari pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa bisnis adalah satuan kegiatan yang dijalankan untuk mendapatkan keuntungan dari sumber daya yang tersedia dilakukan dengan cara individu maupun kelompok, untuk dapat terpenuhinya kebutuhan sehari-hari dan juga berfungsi meningkatkan taraf hidup masyarakat dengan terciptanya barang atau jasa yang dapat menghasilkan keuntungan sebesar-besarnya.

Pengertian digital marketing

Urban (2004:2), Digital marketing adalah menggunakan internet dan teknologi informasi untuk memperluas dan meningkatkan fungsi marketing tradisional. Definisi ini berkonsentrasi pada seluruh marketing tradisional.

Heidrick dan Struggless (2009:1), Digital marketing adalah perkembangan dari digital marketing melalui web, telepon genggam dan perangkat games, menawarkan akses baru periklanan yang tidak digembor-gemborkan dan sangat berpengaruh.

Ridwan Sanjaya dan Josua Tarigan (2009:47), Digital marketing adalah kegiatan marketing termasuk branding yang menggunakan berbagai media berbasis web seperti blog, website, e-mail, edwords, ataupun jejaring sosial. Tentu saja digital marketing bukan hanya berbicara tentang marketing internet.

Digital marketing adalah kemajuan dari internet yang dapat membantu memperluas dan menyebarkan informasi terkait penjualan dan penawaran secara luas dan meningkatkan marketing tradisional yang digunakan menjadi digital marketing yang lebih praktis.

METODE PENELITIAN

a. Tempat dan Waktu Penelitian

Kegiatan penelitian ini dilaksanakan pada Desember 2022 sampai November 2022, dengan harapan banyaknya responden sesuai target, dan bertempat di Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka.

b. Metode Penggalan Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan Kualitatif, metode analisis deskriptif dengan menyebarkan survey melalui *Google Form* untuk mendapatkan atau menggali pendapat dan informasi dari para responden, yaitu mahasiswa yang sedang berbisnis online.

Menurut Sugiyono (2007:1), metode penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian yang digunakan untuk meneliti pada objek yang alamiah dimana peneliti sebagai instrument kunci, Teknik pengumpulan data dilakukan secara gabungan, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.

Data Respon Mahasiswa terhadap Peluang bagi mahasiswa dalam memanfaatkan bisnis online berbasis digital, menggunakan aplikasi *Google Form*, diperoleh dengan memberikan angket kepada responden dengan menggunakan web/link di <https://forms.gle/bNavNA2gVjw431J5A> . Penyebaran kuisisioner dimulai pada tanggal 13 November 2022 sampai 21 November 2022, dengan harapan banyaknya responden sesuai target. Dari jawaban para responden dapat disimpulkan bahwa Dengan 15 pertanyaan seputar bisnis online berbasis digital kepada mahasiswa dengan batas waktu 21 November 2022 , yang terdapat 40 responden yang telah menjawab dan kesimpulannya terdapat 40 responden Kuisisioner yang mempunyai usaha online , usaha dari para responden cukup variatif seperti

- Pulsa data internet
- Fashion Pria & wanita
- Kuliner
- Jasa Pengetikan
- Aksesoris

Produk yang dijual yaitu berupa barang seperti pakaian, alat kesehatan ,aksesoris pria dan wanita, dan juga berupa jasa seperti Jasa pengetikan ,Bimbingan tari dan make up ,kurun waktu para responden memulai usaha yaitu sejak tahun 2013 sampai dengan tahun 2022 Alasan mengapa terjun ke dunia bisnis yaitu menambah pemasukan , terdapat peluang bisnis dan menambah pengalaman dalam berbisnis. Para responden juga menggunakan beberapa sosial media seperti Whatsapp,Instagram dan Tiktok, dan juga beberapa e-commerce seperti Shopee dan

Lazada , dan juga ada menggunakan media tatap muka daring seperti Zoom meeting untuk platform penjualan produk mereka alasannya platform dari sosial media, e-commerce dan media tatap muka daring di atas dipilih karena sudah banyak dijangkau oleh masyarakat luas dan penggunaannya yang mudah.

Tantangan saat bisnis online juga beragam seperti banyaknya produk yang sama pada toko lain di dalam satu platform dan solusinya yaitu melakukan inovasi pada produk agar terlihat berbeda dari toko yang lain dan juga melakukan beberapa promosi seperti diskon produk, buy 1 get 1 dan juga memberikan bonus . Jasa pengiriman yang di gunakan para responden juga beragam seperti perusahaan jasa pengiriman JNE , JNT, Antar aja, Shopee Express dan juga ada berapa yang langsung mengantarkan ke pembeli atau sistem COD. Dalam pengelolaan keuangan dalam bisnis online sebagian besar responden menggunakan sistem pencatatan pertransaksi lalu akan di hitung kembali keuntungan dan modal per minggu atau pun per bulan.

Menurut para responden kesulitan yang pernah mereka alami yaitu saat awal memulai bisnis mungkin belum berinovasi sehingga pembeli yang belum seberapa banyak , namun setelah berinovasi produk akan mulai terkenal dan di gemari pembeli dan juga dengan bermodalkan pengetahuan teknologi bisnis berbasis digital bisnis yang di jalani akan sukses dan berkembang pesat

c. Populasi dan Sampel

Populasi adalah jumlah dari keseluruhan yang terdiri dari individu-individu atau bahkan satuan-satuan yang akan diteliti mengenai karakteristiknya (Hardi, 2022). Sedangkan untuk sampel sendiri ialah bagian kecil dari populasi yang diambil sebagai objek dalam sebuah pengamatan atau penelitian lantaran dianggap mampu mewakili populasi (Sitoresmi, 2021).

Subjek Penelitian ini adalah seluruh mahasiswa yang sedang berbisnis online, yang berjumlah 40 orang. Data Respon Mahasiswa terhadap Peluang bagi mahasiswa dalam memanfaatkan bisnis online berbasis digital, menggunakan aplikasi Google Form, diperoleh dengan memberikan angket kepada responden dengan menggunakan web/link.

Tahapan Penelitian

1. Dimulai dengan memutuskan masalah yang akan diangkat menjadi bahan penelitian.
2. Memutuskan tempat dan waktu penelitian.
3. Merancang daftar pertanyaan untuk kuesioner.
4. Melakukan pembagian kuesioner secara daring (online) terhadap sampel yang telah ditentukan.
5. Menganalisis data yang didapatkan dari hasil kuesioner.
6. Pengolahan data.
7. Membuat kesimpulan dari data yang telah dianalisis.
8. Menarik kesimpulan yang bersumber dari hasil analisa data dan diperiksa kesesuaian dengan maksud dan tujuan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel. 1 Skala Likert

Kriteria Jawaban	Skor Jawaban
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
TidakTahu	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Didapatkan hasil uji Statistik deskriptif, seperti pada table dibawah ini.

Tabel. 2 Descriptive Statistics

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.1	40	1	5	3.77	.862
X1.2	40	2	5	3.88	.757
X1.3	40	1	5	4.05	.959
X1.4	40	1	5	3.98	.862
X2.1	40	1	5	4.13	1.067
X2.2	40	1	5	4.30	.853
X2.3	40	1	5	4.27	1.281
X2.4	40	1	5	4.20	.823
Y.1	40	1	5	3.37	1.192
Y.2	40	1	5	2.98	1.187
Y.3	40	2	5	4.13	.723
Y.4	40	3	5	4.30	.648
Valid N (listwise)	40				

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa variable X1.1 dengan jumlah responden (N) sebanyak 40 responden memiliki nilai rata-rata (mean) sebesar 3.77 dengan nilai minimum sebesar 1, dan nilai maksimum sebesar 5, sedangkan standar deviationnya sebesar 0,862.

Dilihat dari rata-rata, Sebagian besar responden memilih tidak tahu, bagaimana cara mengelola keuangan saat berbisnis online. Untuk variabel X1.2 dengan jumlah responden (N) sebanyak 40 responden memiliki nilai rata-rata (mean) sebesar 3.88 dengan nilai minimum sebesar 1, dan nilai maksimum sebesar 5, sedangkan standar deviationnya sebesar 0,757.

Dilihat dari rata-rata responden Sebagian besar memilih tidak tahu, bagaimana cara melihat peluang berbisnis online di sekitar. Variabel X2.1 dengan jumlah responden (N) sebanyak 40 responden memiliki nilai rata-rata (mean) sebesar 4.13 dengan nilai minimum sebesar 1, dan nilai maksimum sebesar 5, sedangkan standar deviationnya sebesar 1.067.

Responden sebagian besar setuju jika media social dan platform bisnis online seperti Shopee, Lazada, WhatsApp dan Instagram lebih banyak dan lebih mudah untuk digunakan. Variabel X2.2 dengan jumlah responden (N) sebanyak 40 responden memiliki nilai rata-rata (mean) sebesar 4.30 dengan nilai minimum sebesar 1, dan nilai maksimum

sebesar 5, sedangkan standar deviationnya sebesar 0.853.

Responden sebagian besar setuju jika berbisnis online memiliki banyak manfaat dan kelebihan, seperti lebih fleksibel, mudah digunakan, dan tidak perlu modal yang besar Variabel Y.1 dengan jumlah responden (N) sebanyak 40 responden memiliki nilai rata-rata (mean) sebesar 4.13 dengan nilai minimum sebesar 1, dan nilai maksimum sebesar 5, sedangkan standar deviationnya sebesar 1.067.

Responden sebagian besar setuju jika berbisnis online juga memiliki banyak tantangan seperti banyak pesaing, sulit mencari target pasar, dan sulit mempertahankan pelanggan.

Variabel Y.2 dengan jumlah responden (N) sebanyak 40 responden memiliki nilai rata-rata (mean) sebesar 2.98 dengan nilai minimum sebesar 1, dan nilai maksimum sebesar 5, sedangkan standar deviationnya sebesar 1.187. Responden Sebagian besar tidak setuju jika bisnis offline lebih efisien dibandingkan bisnis online, karena bisnis offline memerlukan banyak modal.

UJI REABILITAS

Tabel. 3 Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	40	100.0

Tabel. 4 Reliability Statistics

Cronbach's Alpha ^a	N of Items
-.130	12

Hasil Cronbach's Alpha table diatas menunjukkan bahwa pada pengujian ini dilakukan secara variabel bukan secara item pertanyaan pada setiap variabel yang dapat dilihat hasilnya adalah 0,130 nilai cronbach's alpha lebih besar daripada 0,6 maka dapat dikatakan reliabel

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada saat ini usaha online menjadi salah satu upaya dalam transaksi jual beli di media sosial. Usaha online ini menjadi salah satu transaksi yang paling banyak digunakan, seperti di media sosial instagram, facebook, dll.

Dari data yang di dapat melalui penyebaran kuesioner sebanyak 40 orang, dihasilkan bahwa usaha online dengan media sosial ini ialah hal yang sangat menarik, sebab bisa menarik minat pelanggan lewat media sosial yang tidak harus bertransaksi

secara langsung. Usaha online merupakan transaksi jual beli yang mudah dilakukan, karena penjual biasanya menyerluaskan jualan mereka lalu pengikut dari media sosial akan melihat dan mereka akan tertarik untuk membelinya. Sudah banyak juga aplikasi lain selain media sosial yang bisa digunakan untuk menaruh usaha jualan di platform tersebut. Selain mudah, usaha online ini bisa mendapatkan keuntungan yang besar karena mereka tidak perlu membuka tempat usaha secara offline dan hal ini sangat menghemat biaya.

Penjual online hanya perlu bertransaksi secara online melalui platform media sosial mereka dan jika sudah terjadi kesepakatan maka barang yang ingin dijual bisa langsung dikirim ke daerah manapun menggunakan jasa kirim. Maka, dengan adanya usaha online para responden yang mengisi kuesioner sangat terbantu karena tidak perlu usaha offline. Dalam penelitian yang bersumber pada formulir usaha dari para responden cukup variative Sebagian besar di didominasi oleh produk fashion dan kuliner

Tabel. 5 Dominasi Pemilih

Produk	Jumlah
Fashion	15
Kuliner	14
Jasa	2
Kosmetik & Alat kesehatan	2
Lain - lain	7
Total	40

Produk yang sangat berpeluang bagi para mahasiswa berdasarkan kuesioner yaitu produk fashion , lalu di lanjutkan dengan kuliner yang juga sangat berpeluang mahasiswa dalam berbisnis , selain ini mahasiswa juga berbisnis di bidang jasa seperti jasa pengetikan dan pengerjaan tugas, adapun mahasiswa mempunyai bisnis lainnya seperti produk kosmetik ,alat Kesehatan,dan pulsa.

Dalam penelitian para responden memulai usaha dari kurun waktu 2010 sampai dengan 2022 , yang sebagian besar di tahun 2020 bertepatan saat pandemic.

Alasan mengapa responden terjun ke dunia bisnis yaitu menambah pemasukan, terdapat peluang bisnis , dan menambah pengalaman dalam berbisnis.,terlebih di saat pandemic banyak mahasiswa yang mulai membangun bisnis online dikarenakan pada masa pandemic banyak toko toko yang tutup dan larangan untuk keluar rumah maka hal ini banyak di manfaatkan mahasiswa untuk memulai bisnis online.

Dalam berbisnis online juga diperlukan media atau platform online yang dapat digunakan dalam penjualan atau yang biasa di sebut dengan marketplace atau e-commerce. Berdasarkan kuesioner sebagian responden memanfaatkan media sosial sebagai platform penjualan seperti Instagram, Facebook, Tiktok, dan Whatsapp di karenakan di zaman ini sebaian besar orang mempunyai media sosial dan sering menggunakannya maka pemanfaatan media sosial sangat berpeluang untuk berbisnis online. Adapun beberapa responden yang memilih marketplace atau e-commerce seperti Shopee,Lazada Dan Tokopedia yang saat ini sebagai tujuan utama sebagian besar orang dalam berbelanja di karenakan fitur fiturnya yang memudahkan penjual dan pembeli dalam bertransaksi, walaupun memang ada beberapa kekurangan yang terdapat pada e-

comerce dan sosial media media menurut para responden seperti penggunaan e-commerce dan sosial media yang menggunakan system internet yang sewaktu waktu bisa down dan pembeli tidak dapat merasakan langsung barang yang di jual . tetapi itu semua tertutup dengan fitur fitur dan kelebihan masing masing platform bisnis online.

Saat ini bisnis online juga di dukung tidak hanya dari platform penjualannya saja terdapat juga jasa antar online yang memudahkan penjual dalam mengirimkan produknya walaupun berbeda wilayah .Berdasarkan hasil kuesioner terdapat beberapa jasa antar barang seperti JNE ,JNT, Anteraja ,dan Shopee Exprees ,beberapa jasa antar barang pun sudah terkoneksi dengan platform penjualan sehingga penjual dapat dengan mudah mengirimkan barangnya dan datang dengan tepat ke tempat pembeli.

Menurut para responden kesulitan yang pernah mereka alami yaitu saat awal memulai bisnis mungkin belum berinovasi sehingga pembeli yang belum seberapa banyak , namun setelah berinovasi produk akan mulai terkenal dan di gemari pembeli dan juga dengan bermodalkan pengetahuan teknologi bisnis berbasis digital bisnis yang di jalani akan sukses dan berkembang pesat

Tantangan saat bebisnis online menurut responden juga beragam seperti banyaknya produk yang sama pada toko lain di dalam satu platform,fasilitas tekonologi yang harus memadai dan masih banyak yang lainnya. Solusinya dari permasalahan tersebut yaitu melakukan inovasi pada produk agar terlihat berbeda dari toko yang lain dan juga melakukan beberapa promosi seperti diskon produk, buy 1 get 1 dan juga memberikan bonus di setiap pembelian .

Pada pengelolaan keuangan dalam bisnis online sebagian besar responden menggunakan sistem pencatatan pertransaksi lalu akan di hitung kembali keuntungan dan modal per minggu atau pun per bulan, hal ini sangat penting karna kita dapat tau pemasukan dan pengeluaran di dalam bisnis dan pengelolaan uang yang baik merupakan kunci agar bisnis menjadi sukses.

KESIMPULAN

Bisnis online merupakan sebuah akses internet untuk aktivitas jual beli. Di zaman digital ini dengan sangat mudah membekal bisnis online karan fasilistas dan prasarana yang memadai , terkusus untuk para mahasiswa aktivitas ini nisa menjadi tambahan pendapatan di sela sela belajar .

Dengan penelitian ini dapat simpimpulkan sebgaiian besar mahasiswa mempunyai bisnis online untuk menambah penghasilannya di sela sela akhtivitas kuliah. Dengan pemilihan produk yang benar dan cocok ,penginovasian produk yang dijual, promosi yang bain dan pengelolaan keuangan yang baik dan juga di dukung dengan penguasaan teknologi masa kini maka dapat mempermudah mahasiswa dalam berbisnis dan memberikan peluang yang besar bagi mahasiswa untuk mnjalankan bisnis online.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Ucapan terimakasih kami sampaikan kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penelitian ini. Terutama segenap civitas akademi Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Muhammadiyah Prof.Dr. HAMKA

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Manha, A. (2020). 5 Pengertian Marketplace Menurut Para Ahli. *Silontong.Com*.
<https://www.mendeley.com/catalogue/477f0ab3-9215-335c-affe-aed5e26c77c7>
- [2] Creativity, fathul H. & J. (2015). *buku pintar bisnis online*. PT. Elex Media komputindo, jakarta.
https://www.google.co.id/books/edition/Buku_Pintar_Bisnis_Online/L4lKDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=keuntungan+dan+kelemahan+bisnis+online&pg=PA3&printsec=frontcover
- [3] Srii. (2021). *Bisnis E-Commerce Semakin Gurih*. Kominfo.Go.Id.
<https://www.kominfo.go.id/content/detail/32999/bisnis-e-commerce-semakin-gurih/0/artikel>
- [4] Alif Karnadi. (2022). *pengguna internet di indonesia capai 205 juta pada 2022*. Dataindonesia.Id. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-internet-di-indonesia-capai-205-juta-pada-2022>
- [5] Humaira, fatiya rumi. (2022). *Pemanfaatan Internet oleh pelaku usaha digital*. Databoks.Katadata.Co.Ic.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/14/pemanfaatan-internet-oleh-pelaku-usaha-digital>
- [6] WIWIT WULANDARI. (2019). *ANALISIS HAMBATAN BISNIS ONLINE DI KALANGAN MAHASISWA*. http://eprints.ums.ac.id/73921/11/naskah_publicasii.pdf
- [7] Tharob, G. F., Mingkid, E., & Papatungan, R. (2017). *ANALISIS HAMBATAN BISNIS ONLINE BAGI MAHASISWA UNSRAT*. *E-Journal* ^
ö]Måv_, Volume VI. <https://media.neliti.com/media/publications/93581-ID-analisis-hambatan-bisnis-online-bagi-mah.pdf>

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN

PENINGKATAN PELAKU BISNIS MAHASISWA MENGGUNAKAN INVESTASI PASAR MODAL SYARIAH

Oleh

Husnul Hotimah¹, Istika Ratna², Duwi Mega Utami³, Jihan Fahira⁴, Budiandru⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka

Email: 1husnulhotimah@gmail.com

Article History:

Received: 15-01-2023

Revised: 26-01-2023

Accepted: 29-01-2023

Keywords:

Improved, Business,
College Student

Abstract : *The purpose of this study is to determine students' interest in utilizing Islamic capital market investments at this time. The focus of this research is sharia investment. A developing country that wants to carry out development must face one of the big challenges, namely the problem of unemployment. The problem of unemployment occurs because there is too much of the labor force compared to the existing jobs. To expand the income network, you have to start a business and capital. Capital is one of the considerations for students to start a business or develop a business. In conclusion, from the increase in student business people using Islamic capital market investments, it was stated that students or respondents had a high enough interest to start their businesses and one of them was by using Islamic capital market investments which were a solution to make it easier for students to get capital in an easy and lawful way.*

PENDAHULUAN

Suatu negara berkembang yang ingin melakukan pembangunan harus menghadapi salah satu tantangan besar yaitu masalah pengangguran. Masalah pengangguran terjadi karena terlalu banyak jumlah angkatan kerja dibandingkan dengan lapangan pekerjaan yang ada. Terbatasnya penyerapan tenaga kerja baik pada instansi pemerintah maupun swasta berdampak pada peningkatan jumlah pengangguran setiap tahunnya [1].

Menurut penelitian Wardani & Dewi, (2020) mengutip data BPS (2020) persentase pengangguran terbesar jika dikategorikan berdasarkan tingkat pendidikan yang ditamatkan perguruan tinggi menyumbang angka paling besar yaitu 5,73% dibandingkan dengan jenjang SD yang hanya 2,64% dan SMP 5,02%. Pada Februari 2021 jumlah angkatan kerja bertambah 32,34 Ribu orang dibandingkan Agustus 2020. Hal ini sejalan dengan Kenaikan Jumlah Angkatan Kerja, Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) juga meningkat menjadi 69,44 Persen, bertambah 1,04 persen poin dibandingkan Agustus 2020. Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Sebesar 4,25 Persen, Mengalami Penurunan 0,33 Persen Poin Dari Keadaan Agustus 2020. Penduduk Yang Bekerja Sebanyak 1.353,63 Ribu Orang, Bertambah 35,49 Ribu Orang Dibanding Agustus 2020.

Salah satu faktor di antaranya yang mengakibatkan bertambahnya jumlah pengangguran di Indonesia adalah tenaga kerja masih diarahkan untuk mencari pekerjaan ke dalam sektor formal sehingga pola pikir tenaga kerja berorientasi pada mencari pekerjaan

untuk dirinya sendiri tanpa memikirkan orang lain yaitu dengan menciptakan lapangan pekerjaan bagi tenaga kerja yang belum terserap ke dalam instansi mana pun [1].

Di Indonesia masih sedikitnya lapangan pekerjaan yang mengharuskan setiap masyarakat untuk berusaha melakukan pengembangan diri untuk bersaing dalam dunia kerja maupun memiliki usaha sendiri untuk memenuhi kebutuhannya. Menurut S. Yunus et al., (2020) menjadi wirausaha adalah pilihan yang tepat untuk saat ini karena bukan hanya dapat memenuhi kebutuhan sendiri tapi juga harapannya kemungkinan dapat mengurangi jumlah pengangguran di Indonesia yang saat ini semakin bertambah di era teknologi ini.

Mahasiswa memiliki peran penting dalam masyarakat yaitu sebagai *agen of change* (agen perubahan bangsa). Mahasiswa diharapkan dapat menjadi seorang yang membawa perubahan dengan merubah pola pikir dari mencari pekerjaan menjadi menciptakan pekerjaan. Sekurang-kurangnya, dengan adanya perubahan pola pikir mahasiswa yang berubah dapat menciptakan lapangan pekerjaan baru dan mengurangi pencari kerja serta berdampak positif terhadap pengurangan pengangguran di Indonesia. Mahasiswa seharusnya telah memiliki bekal yang cukup untuk memulai usaha dengan berbagai macam ilmu yang sudah dipelajari dan dimiliki terutama dengan kreativitas dan inovasinya karena telah menempuh pendidikan tinggi. [4].

Menurut Khoir et al., (2019) diperkirakan setiap tahunnya Indonesia melahirkan 750 ribu sarjana baru. Jumlah tersebut bukan jumlah yang pasti melainkan akan terus bertambah setiap tahunnya sehingga jumlah angka pencari kerja pun akan semakin meningkat. Apabila diasumsikan jumlah sarjana yang lahir setiap tahunnya memilih profesi sebagai wirausaha, lalu masing-masing sarjana tersebut dapat menyerap 10 tenaga kerja, maka akan ada 7,5 juta tenaga kerja yang terserap sehingga dapat mengurangi pengangguran di Indonesia.

Wirausaha memiliki peran penting bagi sebuah bangsa maka dari itu perlu dukungan dari pemerintah maupun swasta untuk mewujudkan terciptanya banyak lapangan kerja melalui usaha yang dibentuk oleh lulusan perguruan tinggi dengan memberikan pemahaman kepada mahasiswa agar menjadi calon wirausaha muda terdidik yang dapat menampung serta menyelesaikan permasalahan pengangguran di Indonesia.

Persentase jumlah wirausaha di Indonesia saat ini masih sangat kecil yaitu belum mencapai 2%. Menteri Koperasi dan Usaha Kecil Menengah RI mengatakan bahwa saat ini Indonesia baru memiliki 1,65% jumlah pengusaha dari sekitar 258 juta penduduk Tanah Air. Angka 2% dapat dicapai jika terciptanya 900 ribu pengusaha baru di Indonesia saat ini. Mahasiswa seharusnya mampu menjadi wirausaha melihat dari berbagai wawasan yang diberikan bahkan sampai ada mata kuliah kewirausahaan menjadi salah satu upaya untuk meningkatkan jumlah wirausaha di Indonesia. Namun, ada berbagai macam faktor yang perlu dipertimbangkan untuk menjadi wirausaha sehingga sebagian besar mahasiswa lebih menyukai jalan aman daripada tantangan berwirausaha salah satunya modal yang cukup besar untuk menjadi wirausaha.

Modal menjadi salah satu pertimbangan mahasiswa untuk merintis sebuah usaha atau mengembangkan suatu usaha. Namun permasalahan modal dapat teratasi dengan menjamunya lembaga keuangan seperti perbankan penyedia pembiayaan atau kredit modal usaha bagi pihak-pihak defisit. Selain itu, mahasiswa dapat memanfaatkan kegiatan investasi untuk mendapatkan modal mendirikan suatu usaha.

Menurut penelitian Bakhri, (2018) mahasiswa di bidang studi ekonomi dan bisnis khususnya memiliki peran penting menjadi penggerak agar adanya peningkatan dalam investasi di pasar modal Indonesia karena telah dibekali pengetahuan dasar tentang investasi. Mahasiswa diharapkan dapat menjadi salah satu calon investor muda yang berkontribusi aktif meningkatkan investasi di pasar modal Indonesia.

Para investor diberi kebebasan untuk memilih ingin berinvestasi pada jenis apa akibat adanya perkembangan teknologi yang terus berkembang sedemikian rupa. Banyak media telah memudahkan terkait informasi mengenai investasi. Masyarakat khususnya mahasiswa kini telah berminat dan mempraktekkan mengenai investasi. Hal ini terbukti dengan adanya beberapa pilihan untuk melakukan investasi seperti investasi saham, obligasi, property, logam mulia bahkan dalam bentuk tanah sekalipun.

Sebelum mengenal investasi, kebanyakan mahasiswa menghabiskan uangnya untuk berfoya-foya dan sedikit yang menabung. Seiring berkembangnya zaman, mahasiswa mulai mempelajari investasi dan mempraktekannya secara langsung untuk menambah pemasukan meskipun modal yang dikeluarkan kecil. Hal ini tentunya mempengaruhi minat mahasiswa untuk berinvestasi di pasar modal serta memanfaatkan hasil yang didapat dari kegiatan investasi untuk suatu mendirikan usaha. Menurut Zulaikha (2017) Memunculkan minat mahasiswa untuk berinvestasi dipasar modal sebenarnya tidaklah sulit hal ini biasa dilakukan dengan cara mendekatkan dan memberi pengetahuan tentang pasar modal di kalangan akademisi, meningkatkan pengetahuan tentang investasi, dan memberi pengarahan atau praktek untuk berinvestasi secara nyata. Tidak hanya pengarahan seiring dengan perkembangan zaman teknologi sudah mulai menduduki peran penting dalam kehidupan manusia, teknologi informasi sudah menjadi kebutuhan yang berkelanjutan bagi manusia, dengan adanya teknologi terdapat kemudahan bagi mahasiswa dalam mempelajari dan menggali pengetahuan terkait investasi, seperti halnya Gadget yang dapat menjadi multifungsi dan diisi dengan berbagai fitur aplikasi, termasuk aplikasi persahaman seperti IPOT Go, Reksadana etc.

Dalam membangun sebuah usaha, salah satu yang dibutuhkan adalah modal. Modal dalam pengertian ekonomi Syariah bukan hanya uang, tetapi meliputi materi baik berupa uang ataupun materi lainnya, serta kemampuan dan kesempatan. Salah satu modal yang penting adalah sumber daya insani yang mempunyai kemampuan di bidangnya. Sumber Daya Insani (SDI) yang dibutuhkan oleh sebuah lembaga keuangan Syariah, adalah seorang yang mempunyai kemampuan profesionalitas yang tinggi, karena kegiatan usaha lembaga keuangan secara umum merupakan usaha yang berlandaskan kepada kepercayaan masyarakat (Al-Ayyubi, 2020).

LANDASAN TEORI

Usaha merupakan setiap aktivitas manusia untuk memenuhi segala kebutuhannya dan mencapai tujuannya. Berwirausaha di era teknologi saat ini dapat memudahkan suatu pekerjaan atau nilai bagi bisnisnya kemudian nanti dapat mencari keuntungan dari hasil bisnis tersebut. Makna berwirausaha itu sendiri berasal dari kata *entrepreneurship* dalam bahasa Inggris yang artinya mengerjakan atau berusaha atau melakukan suatu pekerjaan. Seseorang yang berwirausaha adalah orang yang dapat mengatur, mengelola serta bersedia menanggung segala resiko jika terjadi dalam suatu usaha. Seseorang dalam membuka usaha atau bisnis pastilah mempunyai tujuan utama yaitu mendapatkan laba dan mengejar

keuntungan untuk meningkatkan perekonomian. Dalam mendirikan suatu usaha tidaklah mudah bahkan tidak semua orang mampu melakukannya karena tidak dapat menanggung resiko terhadap nanti apa yang terjadi dalam membuka usaha. Berwirausaha memiliki unsur-unsur yang harus di penuhi oleh pelaku bisnis diantaranya modal, sumber daya manusia, dan manajemen *skill* namun kendala yang sering terjadi dalam membuka usaha yaitu terkendala dengan modal maupun aspek pemasaran.

Pertumbuhan penduduk terus meningkat, setiap tahunnya selalu ada mahasiswa/i yang lulus perguruan tinggi negeri yang mengharapkan segera mendapatkan pekerjaan. Namun pada kenyataannya jumlah tenaga kerja lebih besar daripada daya tampung lahan pekerjaan yang tersedia. Muncul minatnya seseorang berawal dari faktor-faktor yang mempengaruhi hidupnya dalam mencukupi kebutuhan hidup sehari-hari. Menurut Lupiyoadi ada [3] faktor lingkungan yang mempengaruhi minat meliputi lingkungan keluarga, lingkungan pendidikan dan lingkungan masyarakat. Lingkungan sangat mempengaruhi minat mahasiswa dalam membuka usaha karena dari lingkungan sekitar kita dapat melihat peluang yang bisa diambil untuk sebagai ide mendirikan usaha di lingkungan tersebut.

Mahasiswa sebagai harapan penerus bangsa yang bermanfaat bagi masyarakat dan juga negara karena nantinya akan membawa perubahan ke arah lebih baik khususnya dalam bidang perekonomian. Mahasiswa yang diharapkan banyak memiliki kreativitas dan keahlian dalam bidang teknologi membuat banyak peluang bagi mahasiswa untuk mendirikan sebuah usaha. Tujuan dari mendirikan usaha untuk menambah pengalaman kerja dan sebagai penghasilan sendiri karena melihat betapa sedikitnya lahan pekerjaan. Faktor keuangan yang menjadi salah satu mahasiswa mendirikan usaha karena ingin menghasilkan pendapatan untuk memenuhi kebutuhannya setiap hari.

Investasi merupakan usaha yang sedang tren dikalangan anak muda khususnya mahasiswa, dari banyaknya pengetahuan mahasiswa tentang investasi yang membuat ketertarikan minat mahasiswa melakukan investasi.

Minat investasi merupakan hasrat atau keinginan yang kuat pada seseorang untuk mempelajari segala hal yang berkaitan dengan investasi hingga pada tahap mempraktikannya (berinvestasi).[7]. Dalam melakukan investasi pastinya memerlukan modal, seorang pendapatan mahasiswa yang masih melakukan pendidikan pastinya hanya mengandalkan uang pemberian dari orang tuanya atau usaha kecil-kecilan, oleh karena itu modal sangat mempengaruhi mahasiswa dalam melakukan investasi. Semakin kecilnya modal dalam suatu investasi maka akan semakin banyak juga mahasiswa yang mau melakukan investasi karena tujuan mahasiswa melakukan investasi yaitu mendapat banyak keuntungan dari modal yang dikeluarkan.

Saat ini keuangan syariah mengalami peningkatan yang cukup pesat karena dari banyaknya tawaran yang di berikan kepada nasabah secara menguntungkan dimana menggunakan sistem bagi hasil yang sama-sama tidak ada yang merasa kerugian ketika menggunakan bank syariah. Dengan pengetahuan yang dimiliki oleh mahasiswa dengan kesadarannya untuk menggunakan bank syariah sebagai modal untuk usaha, dan nantinya juga akan berpengaruh ke masyarakat luas yang akan meningkatkan pangsa pasar keuangan bank syariah.

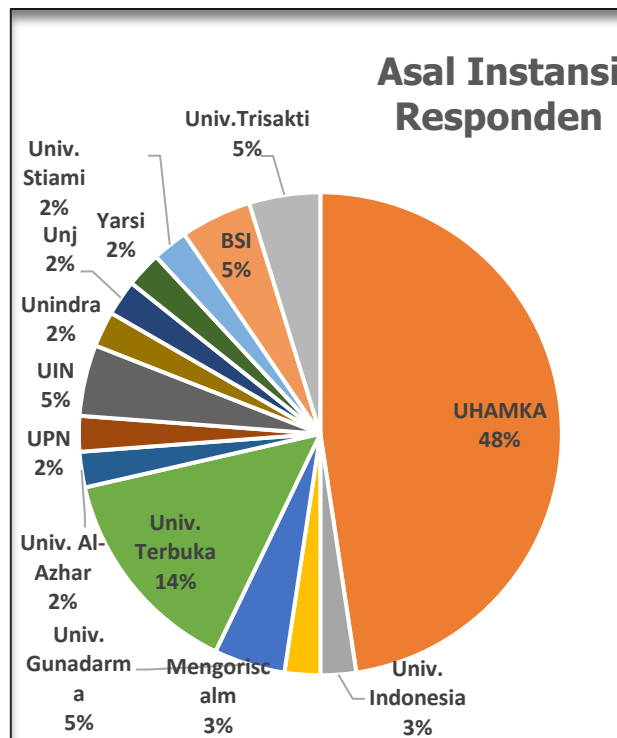
METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan penelitian deskriptif adalah suatu penelitian yang menggambarkan suatu keadaan yang bersifat sementara berjalan beriringan pada suatu \ Metode penelitian yang dilakukan adalah survei. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa dari berbagai kalangan universitas dengan rentang usia dengan sampel mahasiswa diambil dengan menggunakan teknik proporsional *random sampling* [8].

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan dengan melibatkan 42 responden mengenai pelaku bisnis Mahasiswa menggunakan investasi modal. Hasil survei di isi oleh mahasiswa dari berbagai kalangan usia dan instansi.

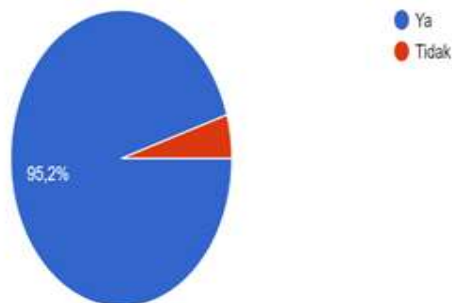
Dari hasil menunjukkan data yang mengisi angket tersebut ada persentase tertinggi dari Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka (UHAMKA) total 17 responden dengan presentase 40,47%, yang kedua universitas terbuka total responden 6 orang dengan persentase 14,3%, dan yang ketiga yaitu setara dengan 4,8% dari Universitas Islam Negeri (UIN), Universitas Gunadarma. dan pengelompokan ke 3 dengan total 2,4% dari universitas UBSI, YARSI, Universitas Trisakti, Universitas Negeri Jakarta.



Gambar 1. Asal Instansi Responden

Dalam data tersebut juga responden yang mengisi minat untuk berwirausaha dan bisnis terutama dalam investasi pasar modal syariah.

Apakah Saudara berminat untuk membuka usaha/bisnis?
42 jawaban



Seperti diagram diatas data menunjukkan minat membuka usaha atau berbisnis mahasiswa tinggi yaitu mencapai 96,2% mahasiswa yang minat membuka usaha atau bisnisnya. Sedangkan, 4,8% menyatakan tidak untuk membuka usaha dan berbisnis. Hal ini didukung oleh penelitian Pujiastuti & Filantrovi, (2018) yang menyatakan bahwa minat berwirausaha yaitu sebuah sikap yang menunjukkan keinginan, ketertarikan serta kesediaan untuk bekerja mandiri serta mengembangkan suatu usaha yang diciptakannya. Minat berwirausaha tidak muncul begitu saja, tetapi diperlukan suatu keterampilan dan pengetahuan untuk mengembangkan minat dalam berwirausaha. Jadi, dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa mahasiswa memiliki minat yang cukup tinggi untuk membangun suatu usaha, bisnis terutama dalam investasi modal syariah.

Investasi merupakan salah satu obyek kajian dari muamalah maliyah. Investasi diartikan sebagai suatu usaha menempatkan dana dengan tujuan mendapatkan keuntungan di waktu yang akan datang. Selain itu investasi juga dapat dikatakan sebagai suatu kegiatan pengelolaan aset atau kekayaan dengan orientasi tertentu yang di dalamnya terdapat strategi untuk mencapai tujuan tersebut. Investasi menurut ekonomi Syariah adalah menempatkan dana dengan tujuan mendapatkan keuntungan dengan cara dan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Investasi yang sesuai dengan prinsip Syariah Islam adalah investasi yang halal dan tidak mengandung unsur riba, maysir dan gharar. [10]

Dalam praktiknya investasi Syariah pada sektor keuangan memiliki term akad yang biasa digunakan di antaranya:

- Menggunakan akad musyarakah atau akad kerja sama antar dua pihak atau lebih dalam suatu usaha tertentu dengan penyertaan modal tertentu dengan kesepakatan-kesepakatan tertentu.
- Menggunakan akad mudharabah adalah kerja sama antar dua orang atau lebih dimana pemilik modal mempercayakan modalnya pengelola (mudharib) dengan kesepakatan pembagian keuntungan. Dengan komposisi dana 100 % dari shahibul maal dan keahlian dari mudharib.
- Menggunakan akad ijarah atau sewa yaitu akad yang memindahkan hak guna atau manfaat obyek ijarah dalam waktu tertentu tanpa diikuti oleh pemindahan kepemilikan.
- Menggunakan akad kafalah yaitu perjanjian antarpihak penjamin dan pihak yang dijamin

(Orang yang berutang) untuk menjamin kewajiban pihak yang dijamin kepada pihak lain (pihak yang berpiutang) e. Menggunakan akad wakalah perjanjian pihak pemberi kuasa dan penerima kuasa untuk melakukan tindakan tertentu. [11]

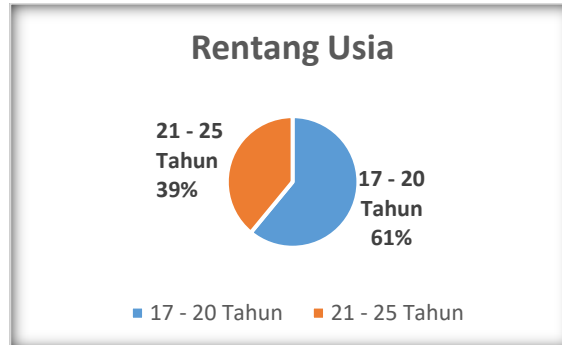


Kegiatan investasi di jelaskan oleh dapat diklasifikasikan menjadi 2 yaitu investasi langsung (direct investment) adalah suatu kegiatan kewirausahaan dengan cara menanamkan modal berjangka investasi panjang dan juga dapat dianggap sebagai pembayaran dengan tujuan untuk yang dilaksanakan dengan kepemilikan proyek yang kelihatan wujudnya. Sedangkan investasi tidak langsung dikenal juga dengan investasi pada financial asset. Investasi financial asset dilakukan di pasar uang, misalnya berupa sertifikat deposito, commercial paper, surat berharga pasar uang (SBPU), dan lainnya, investasi ini juga dapat dilakukan di pasar modal, misalnya berupa saham, obligasi, warrant, opsi dan lain sebagainya. Berdasarkan klarifikasi di atas, pengaturan hukum investasi di Indonesia mencakup 2 pengaturan, yaitu untuk investasi langsung di atur dalam UU Nomor 25 Tahun 2007 tentang penanaman modal, sedangkan untuk investasi tidak langsung atau investasi portofolio di pasar modal pengaturannya terdapat dalam UU Nomor 8 Tahun 1995 tentang pasar modal. Investasi portofolio di pasar modal, diatur juga di dalam peraturan Bapepam-LK. Manan selaku Kepala Cabang MNC Sekuritas Batam ingin memperkenalkan investasi saham kepada mahasiswa. Menurut Manan cara termudah bagi nasabah pemula untuk mengenal investasi saham adalah dengan cara menabung saham melalui MNC Gemesin. Seperti yang kita ketahui para mahasiswa masih memiliki ketergantungan secara finansial kepada orangtua, sehingga nominal tabungan dalam MNC GEMESIN dapat disesuaikan dengan kemampuan masing-masing [12].

Pernyataan diatas diperkuat oleh data yang menunjukkan pendapatan atau uang saku mahasiswa. Data menunjukkan Pendapatan/uang saku mahasiswa perbulan dengan persentase 31% lebih dari RP 500.000, 16,7% lebih dari RP 4.000.000 perbulan setara dengan RP 1.000.000 -1.999.999 hasil pendapatan mahasiswa perbulan, 14,3% RP 3000.000-3.999.999, 11,9% RP 500.000- RP 999.999, 9,5% menunjukan Rp 2.000.000-2.999.999 pendapatan/uang saku mahasiswa perbulan.

Dari hasil pemetaan pendapatan atau uang saku perbulan dari mahasiswa diatas 31% mahasiswa mendapatkan atau berpenghasilan lebih dari Rp 500.000 di setiap bulannya dan ini dapat menjadi peluang untuk para mahasiswa mencari modal untuk investasi awal.

Selanjutnya, data menunjukkan berbagai usia responden yang mengisi yaitu rentang usia 17-20 tahun ialah 63% dan 21-25 Tahun 37%.

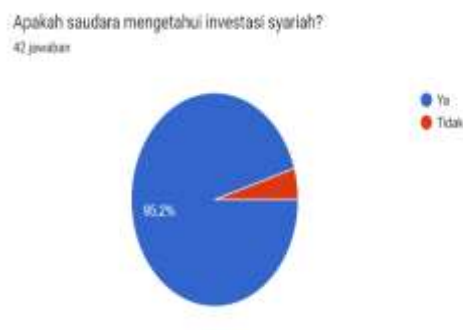


Gambar 2. Rentang Usia Responden

Dari data rentang usia diatas adalah data yang menunjukkan lebih banyak usia 17-20 tahun yang berminat untuk membuka usaha atau berbisnis dimana pada usia tersebut adalah masa produktif untuk memulai usaha menurut CNBC Indonesia (2020) Bagi sebagian orang usia 20-an adalah masa emas ketika merintis sebuah bisnis, dimana saat umur itu mereka memiliki ide-ide cemerlang, energi tak terbatas, dan berpikiran tajam.

Motivasi ini menjadi salah satu faktor internal yang mendorong seorang mahasiswa untuk membangun sebuah usaha. Motivasi mempengaruhi pemikiran mahasiswa untuk mencapai suatu tujuan dalam berwirausaha sehingga nantinya akan mendapatkan hasil yang maksimal, mendapatkan status social yang lebih baik serta mendapatkan pengalaman yang lebih akan mempengaruhi minat berwirausaha terutama bisnis dalam investasi pasar modal syariah.

Sejalan dengan minat usaha atau bisnis dari responden yang sangat tinggi data berikutnya juga menunjukkan mahasiswa mengetahui adanya investasi syariah.



Pengaruh Pengetahuan Investasi terhadap Minat Investasi pasar modal syariah

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.251 ^a	.063	.039	1.666

a. Predictors: (Constant), x1

Hasil analisis regresi linear sederhana variabel pengetahuan investasi terhadap minat investasi di pasar modal dari tabel di atas diketahui bahwa besarnya nilai korelasi/ hubungan R yaitu sebesar 251 dan determinasi R² sebesar 0,63 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas (pengetahuan investasi) terhadap variabel terikat (minat investasi di pasar modal syariah) adalah sebesar 90,5%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Koefisien regresi x sebesar 0,63 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 nilai pengetahuan investasi, maka nilai minat investasi di pasar modal bertambah sebesar 0,63. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel pengetahuan investasi (X₂) dengan variabel minat investasi di pasar modal (Y). Pengaruh Motivasi Investasi dan Pengetahuan Investasi terhadap Minat Investasi di Pasar Modal syariah

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7.444	1	7.444	2.684	.109 ^b
	Residual	110.961	40	2.774		
	Total	118.405	41			

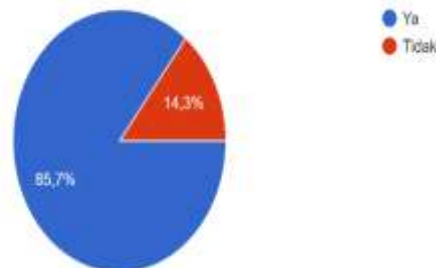
a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x1

Regression = 7.444, artinya jika tidak ada variabel motivasi investasi dan pengetahuan investasi yang mempengaruhi minat investasi pada mahasiswa, maka minat investasi pada mahasiswa sebesar 7.444 satuan. artinya jika variabel pengetahuan investasi meningkat sebesar satu satuan maka minat investasi pada mahasiswa akan meningkat dengan anggapan variabel bebas lain tetap. df (motivasi investasi) = 1, artinya jika variabel motivasi investasi meningkat sebesar satu satuan maka minat investasi pada mahasiswa akan meningkat sebesar dengan anggapan variabel bebas lain tetap. Data diagram diatas 95,2% dari responden mengetahui adanya investasi syariah dan 4,8% tidak mengetahui adanya investasi syariah.

Jika Ya, apakah saudara berminat membuka usaha dan menggunakan investasi syariah untuk membangun bisnis baru?

42 jawaban



Dari data yang mengetahui adanya investasi syariah, responden juga tertarik untuk membuka usaha dan menggunakan investasi syariah untuk membangun bisnis baru. Untuk mendukung pernyataan terdapat data yang menunjukkan 85,7% responden memiliki niat untuk memulai bisnisnya menggunakan investasi pasar modal syariah. Sedangkan 14,3%

data menunjukkan bahwa responden tidak tertarik untuk menggunakan investasi syariah sebagai awalan membangun bisnis baru.

KESIMPULAN

Dari hasil tersebut, didapatkan kesimpulan bahwa mahasiswa atau responden memiliki minat yang cukup tinggi untuk memulai usahanya dan salah satunya dengan menggunakan investasi pasar modal syariah yang merupakan solusi untuk mempermudah mahasiswa mendapatkan modal dengan cara mudah dan halal. Investasi syariah di masa kini, mendapatkan respon baik di kalangan mahasiswa. Para responden juga berpendapat bahwa mereka percaya investasi syariah aman, dan terpercaya. Namun ada juga yang berpendapat bahwa responden tidak berminat menggunakan investasi pasar modal syariah sebagai modal awal membangun bisnis baru, karena, banyaknya platform investasi yang terkadang tidak aman untuk digunakan sebagai modal awal. Jadi dalam hal ini bukanlah masalah pada investasi syariahnya, tapi lebih kepada kepercayaan responden yang sudah hilang dikarenakannya banyak platform investasi penipuan.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa. Karena berkat, rahmat dan karunia serta mukjizat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan jurnal artikel dengan judul "Peningkatan Pelaku Bisnis Mahasiswa Menggunakan Investasi Pasar Modal Syariah". Selesaiannya Penelitian ini, bukanlah menjadi sebuah akhir, melainkan suatu awal yang baru untuk memulai petualangan hidup yang baru.

Penulis menyadari betul bahwa ada orang-orang yang berjasa dibalik selesainya Penelitian ini. Tidak ada persembahan terbaik yang dapat penulis berikan selain rasa ucapan terimakasih kepada pihak yang telah banyak membantu penulis.

Segala kekurangan dan ketidaksempurnaan penelitian ini, penulis sangat mengharapkan masukan, krtikan, dan saran yang bersifat membangun kearah perbaikan dan penyempurnaan penelitian ini ini. Cukup banyak kesulitan yang penulis alami dalam penyusunan skripsi ini, tetapi Puji Syukur dapat terselesaikan dengan baik. Akhir kata, penulis berharap semoga Penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan semoga amal baik yang telah diberikan mendapatkan balasan dari Allah SWT. Amin.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. Thoharudin and Y. Suriyanti, "Peranan Koperasi Mahasiswa Dalam Membentuk Mental," vol. 4, no. 2, pp. 74-86, 2017.
- [2] N. T. Wardani and R. M. Dewi, "Pengaruh Motivasi , Kreativitas , Inovasi dan Modal Usaha terhadap Minat Berwirausaha," no. 2018, 2020.
- [3] S. Yunus, Karnelis, Amirullah, and Zulkarnain, "Pengaruh Motivasi dan Lingkungan terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa STIM Pase Langsa," *Samudra Ekon.*, vol. 4, no. 1, pp. 11-20, 2020.
- [4] M. Yunus, "Ekonomi Kreatif: Konsep Ekonomi Baru Penggerak Mahasiswa Menjadi Wirausaha Kreatif," *Semin. Nas. Keindonesiaan Iv*, pp. 125-130, 2019.
- [5] M. F. Khoir, F. Nosita, and Asruni, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa STIE Pancasetia Banjarmasin," *Ekon. Bisnis*, vol. 5, no.

-
- November, pp. 327–336, 2019.
- [6] S. Bakhri, “Minat Mahasiswa Dalam Investasi Di Pasar Modal,” *Al-Amwal J. Ekon. dan Perbank. Syari’ah*, vol. 10, no. 1, p. 146, 2018, doi: 10.24235/amwal.v10i1.2846.
- [7] R. C. Pajar and A. Pustakaningsih, “Investasi Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Pada Mahasiswa Fe Uny,” *J. Profita*, no. 2, pp. 1–16, 2017.
- [8] L. Sihaloho, “Pengaruh Efikasi Diri (Self Efficacy) Terhadap Hasil Belajar Ekonomi Siswa Kelas Xi Ips Sma Negeri Se-Kota Bandung,” *JINoP (Jurnal Inov. Pembelajaran)*, vol. 4, no. 1, p. 62, 2018, doi: 10.22219/jinop.v4i1.5671.
- [9] Y. Pujiastuti and E. W. Filantrovi, “Gambaran Minat Kewirausahaan Mahasiswa (Studi terhadap Mahasiswa STIE Bank BPD Jateng),” *J. Manaj.*, vol. 15, no. 2, pp. 169–180, 2018.
- [10] M. Malkan, I. Kurniawan, and N. Noval, “Pengaruh Pengetahuan Tentang Pasar Modal Syariah Terhadap Minat Investasi Saham Di Pasar Modal Syariah Malkan,” vol. 3, no. 1, 2018.
- [11] I. N. Inayah, “Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam Dalam Investasi Syariah,” 2019.
- [12] M. Syaifullah¹, Fachrurazi², F. Achmad³, S. A. Usman⁴, and Rizki Wahyuni⁵, “Manajemen Strategi Galeri Investasi Syariah Dalam Meningkatkan Minat Mahasiswa Untuk Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah,” *J. Ekon. Keuangan, Dan Perbank. Syariah*, Vol. Volume 3.

HALAMAN INI SENGAJA DI KOSONGKAN

**ANALISIS STRATEGI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT BERBASIS POTENSI LOKAL
MELALUI PROGRAM PENGEMBANGAN MENUJU DESA WISATA PATUGURAN
(STUDI KASUS PADA DESA WISATA PATUGURAN)**

Oleh:

Bambang Sutikno¹, Sri hastari², Yufenti Oktavia³

Universitas Merdeka Pasuruan

Email: 3oktaviavnty@gmail.com

Article History:

Received: 23-12-2022

Revised: 26-01-2023

Accepted: 01-02-2023

Keywords:

Community

Empowerment, Local

Potential, Tourism

Village

Abstract: *The tourism village development program is a form of community empowerment program to maximize the village's potential in improving people's welfare. The development of Patuguran village tourism towards a tourist village will have a positive impact on the economic development of local communities by increasing people's income, being able to provide job opportunities and provide additional income for the village government through the collection of levies. This research was conducted to find out the form of community empowerment action in the tourism village development program. This research uses a qualitative approach through case studies. Data collection techniques were carried out by interviews, observation, and document studies. Community empowerment is carried out by optimizing tourism village development programs to become tourism commodities based on local potential in the form of mangrove forests. The development of the Patuguran tourism village, Rejoso sub-district, Pasuruan Regency will provide changes for the community, especially in increasing their knowledge and economy. Therefore, the community empowerment program in Patuguran village can be used as a reference in ecotourism-based community empowerment activities.*

PENDAHULUAN

Salah satu permasalahan yang menjadi fokus pembangunan yang terkait dengan permasalahan kemiskinan dan kemiskinan ini biasanya berada di wilayah pertanian, perikanan dan kelautan khususnya yang terjadi pada masyarakat Indonesia. Mengatasi permasalahan tersebut ada upaya yang selama ini banyak dirancang oleh berbagai pihak untuk mengatasi kemiskinan. Upaya pengentasan kemiskinan mulai digalakkan oleh berbagai lintas sektor dari pemerintah dengan program-program unggulannya hingga lembaga swadaya masyarakat melalui usaha yang dilakukan yang tujuannya adalah untuk mengurangi angka kemiskinan dan mensejahterakan masyarakat. Salah satu upaya yang bisa dilakukan oleh berbagai pihak adalah dengan jalan pemberdayaan masyarakat, hal ini juga disebutkan oleh Widayanti (2012) yang mengemukakan bahwa pemberdayaan masyarakat menjadi *concern* publik dan dinilai sebagai salah satu pendekatan yang berfokus dalam

mengatasi masalah sosial, khususnya masalah kemiskinan, yang bisa dilaksanakan dengan berbagai elemen mulai dari pemerintah, dunia usaha dan masyarakat melalui organisasi masyarakat sipil termasuk perguruan tinggi. Aksi pemberdayaan masyarakat merupakan upaya untuk memberikan kekuatan bagi masyarakat agar dapat keluar dari permasalahan yang dihadapinya. Aksi pemberdayaan masyarakat juga dimaksudkan untuk memandirikan masyarakat supaya dapat menghadapi berbagai tantangan dalam kehidupannya. Pemberdayaan masyarakat dapat diwujudkan melalui program desa wisata. Pengembangan Desa Wisata sebagai program pemberdayaan masyarakat dimaksudkan untuk memberikan kekuatan sekaligus sebagai salah satu upaya dalam mengurangi angka kemiskinan di suatu wilayah dengan mengolah potensi lokal yang ada di wilayah tersebut, sehingga melalui desa wisata maka masyarakat diuntungkan melalui banyaknya pengunjung yang masuk sehingga membuka peluang ekonomi bagi sektor yang lain. Program desa wisata akan memberikan nilai tambah dan manfaat yang berguna bagi meningkatkan taraf perekonomian masyarakat di wilayah tersebut.

Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia Nomor 29 Tahun 2015 tentang pengembangan wisata berbasis pedesaan (desa wisata) yang dampaknya akan menggerakkan aktifitas ekonomi pariwisata di wilayah perdesaan dan akan mencegah urbanisasi masyarakat dari desa ke kota. Pengembangan wisata perdesaan akan mendorong pelestarian alam, dalam hal ini adalah hutan mangrove yang berfungsi sebagai penahan abrasi dari air laut ke daratan dan sebagai ekologi bagi biota pantai yang pada gilirannya akan berdampak meningkatnya hasil pendapatan para nelayan atau masyarakat pesisir yang ada disekitarnya. Program desa wisata diharapkan mampu memberikan kontribusi yang positif bagi pengembangan pemberdayaan dan kemandirian masyarakat, sehingga potensi lokal yang ada serta beragam potensi baik potensi sumber daya alam maupun potensi budaya dapat dimanfaatkan oleh masyarakat. Pengembangan desa wisata bisa menjadi pilihan utama bagi pemerintah desa Patuguran, ditambah dengan dukungan dari pemerintah kabupaten, propinsi dan pusat dalam pengembangan pariwisata di Indonesia, selain itu dengan adanya desa wisata akan memungkinkan adanya pelestarian potensi sumber daya alam karena dalam desa wisata yang ditawarkan adalah keasrian sebuah kawasan, dalam hal ini kawasan hutan mangrove. Perkembangan desa wisata mangrove ini akan didapat keuntungan dari segi pemberdayaan masyarakat khususnya dalam sosial ekonomi dengan segala aktivitasnya yang akan berdampak menjadi sumber pendapatan baru atau sebagai bentuk mata pencaharian baru yang bisa memberikan pendapatan dan mengubah perekonomian masyarakat sekitarnya menjadi lebih baik.

Manfaat yang lain dari segi lingkungan, dimana dengan adanya desa wisata akan menjadikan masyarakat selalu menjaga lingkungan hutan mangrove dari kerusakan-kerusakan dari oknum yang tidak bertanggung jawab, dengan demikian maka desa wisata ini mengedepankan aspek keasrian kawasan hutan mangrove sebagai sebuah produk wisata yang ditawarkan. Program pengembangan desa wisata sebagai salah satu program pemberdayaan masyarakat akan memberikan manfaat yang berarti bagi suatu masyarakat yang ada pada suatu kawasan. Salah satu daerah rintisan yang akan masuk dalam program desa wisata untuk mewujudkan pemberdayaan masyarakat ada di desa Patuguran, kecamatan Rejoso, Kabupaten Pasuruan, sehingga nantinya dapat dijadikan sebagai salah satu desa wisata yang mampu memberikan manfaat bagi masyarakat pesisir di desa

Patuguran dan kegiatan wisata lingkungan mangrove yang sudah dilengkapi dengan fasilitas pariwisata. Keberadaan desa Patuguran telah menjadikan masyarakat desa mampu memberikan perubahan misalnya adanya peningkatan perekonomian masyarakat dari produksi berbagai olahan dari hasil perikanan laut dan tambak sebagai salah satu unggulan di desa Patuguran misalnya bandeng asap dan otak-otak bandeng. Masyarakat tidak hanya disugahi dengan pemandangan hutan mangrove tetapi juga bisa menikmati pandangan dari hamparan luas tambak bandeng dan udang, sehingga hal ini bisa dipadukan sebagai obyek wisata pada saat panen ikan dan juga terdapat kolam pancing yang disediakan oleh masyarakat di wilayah sekitar dan pengunjung bisa membeli hasil panen ikan tambak secara langsung dan juga adanya *home industry* olahan ikan dan buah mangrove seperti kerupuk mangrove, es krim mangrove, dan lain-lain yang ada di desa Patuguran. penelitian ini akan membahas tentang program desa wisata sebagai salah satu perwujudan dari program pemberdayaan masyarakat untuk memandirikan masyarakat di desa Patuguran. Penelitian ini menjadi penting karena akan membahas bentuk pemberdayaan masyarakat melalui potensi lokal menuju pengembangan desa wisata di desa Patuguran.

LANDASAN TEORI

Konsep teoritis dari pemberdayaan masyarakat telah dijabarkan oleh Dibyo (2019) bahwa pemberdayaan masyarakat itu ditujukan untuk membantu klien memperoleh daya untuk mengambil keputusan serta menentukan tindakan yang akan dilakukan yang terkait dengan diri mereka, termasuk mengurangi efek hambatan pribadi dan sosialnya. Makna dari pemberdayaan dapat dipandang sebagai upaya untuk memampukan individu atau komunitas atau masyarakat umum, dimana pemberian wewenang atau kekuasaan tersebut dapat bertujuan untuk membuat masyarakat menjadi mandiri. Pemberdayaan berasal dari kata "daya" yang berarti kekuatan untuk melakukan aktifitas dalam berusaha. Hermawan, (2016) menyebutkan bahwa pemberdayaan (*empowerment*) merupakan konsep yang berkaitan dengan kekuasaan (*power*) dalam kemandirian pribadi. Banyak para ahli yang mengemukakan konsep pemberdayaan diantaranya Robbins, Chatterjee, & Canda (dalam Ramos dan Prideaux, 2014) termasuk pemberdayaan yang ada dalam undang-undang Undang-Undang, Nomor 6, Tahun 2014, tentang pemerintahan desa yang mengemukakan bahwa pemberdayaan adalah suatu proses yang menggambarkan sarana dari individu dan kelompok atau masyarakat dalam memperoleh kekuasaan, akses ke sumber daya dan keuntungan kontrol atas hidup mereka.

Pemberdayaan dianggap sebagai proses kolaboratif di mana orang atau masyarakat dikerahkan untuk meningkatkan akses dan kontrol atas sumber daya tersebut untuk memecahkan masalah pribadi atau komunitas/masyarakat. Upaya ini dapat dilakukan dengan berbagai bentuk kegiatan atau program yang salah satunya adalah dengan pengembangan potensi wisata desa menjadi desa wisata dengan menggunakan salah satu atau semua ikon yang unik yang ada di desa tersebut. Pengembangan potensi wisata desa menjadi desa wisata menjadikan potensi lokal yang ada di desa untuk dapat dimaksimalkan fungsinya guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat, misalnya masyarakat pesisir desa Patuguran yang memiliki potensi hamparan hutan mangrove yang bisa berfungsi sebagai penahan abrasi, namun dengan adanya pengembangan desa wisata ini hamparan hutan mangrove yang saat ini sebagai wisata lingkungan di wilayah pesisir Patuguran dapat mendatangkan tambahan keuntungan ekonomi dan pengetahuan pada masyarakat desa Patuguran dan buah mangrove yang ada dan melimpah serta memperolehnya secara gratis dapat dijadikan sebagai bahan pangan dengan berbagai bentuk olahan yang siap saji, yang saat ini sudah banyak dilakukan oleh masyarakat desa Patuguran.

Cara pandang terhadap potensi lokal inilah sebagai dasar untuk dapat dilakukan

pengembangan yang dapat dimaksimalkan dengan segala potensi yang ada di desa Patuguran menjadi desa wisata, untuk mendukung kearah pengembangan desa wisata yaitu dengan memampukan masyarakat desa Patuguran yang memiliki potensi lokal untuk mendukung terwujudnya desa wisata ini dengan jalan pemberdayaan masyarakat. Pengorganisasian pemuda untuk ikut serta dalam mensukseskan program pengembangan desa wisata. Kelompok pemuda atau karang taruna bisa difasilitasi oleh desa untuk aktif di kegiatan kesenian, terutama kesenian lokal, hal ini dilakukan untuk menghidupkan kesenian atau budaya yang ada di desa Patuguran sekaligus sebagai atraksi budaya yang mana bisa digunakan dalam rangka keberhasilan menuju desa wisata. Program pengembangan desa wisata yang ada di desa Patuguran tidak hanya tergantung pada kondisi hutan mangrove saja, tetapi atraksi budi daya ikan air payau dengan hamparan tambak yang luas serta kolam pancing dan berperahu keliling pantai juga dengan atraksi budaya adat masyarakat pesisir yang juga dipandang memiliki potensi dan nilai lebih dalam rangka menunjang terbentuknya desa wisata Patuguran, hal tersebut bisa digunakan sebagai salah satu prasyarat adanya desa wisata yang mampu memberikan atraksi tidak hanya dari alamnya saja namun adanya atraksi budaya yang ada di Desa Patuguran.

Desa Patuguran merupakan desa yang akan berkembang menjadi desa wisata yang memberikan keindahan suasana hutan mangrove yang kondisinya sudah tertata rapi sebagai salah satu obyek wisata yang bisa dinikmati oleh masyarakat umum, diantaranya *jogging Track* dan fasilitas yang lain yang dibutuhkan oleh para wisatawan dengan menyisir sungai Rejoso menuju pantai dan hutan mangrove untuk dapat menikmati keindahan hutan mangrove dan alam sekitar pantai serta area pertambakan air payau maka pengunjung datang langsung ketempat wisata atau dapat melakukan kontak terlebih dahulu kepada pihak pengelola wisata, agar segala sesuatu yang dibutuhkan oleh wisatawan dapat tersediakan saat wisatawan datang di lokasi, misalkan makan kas Patuguran yang tersaji, berapa perahu yang dibutuhkan, hal ini dilakukan untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi pengunjung pada saat tiba di lokasi wisata, karena pihak pengelola sudah siap untuk menyediakan kebutuhan pengunjung.

METODE PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini nantinya akan dapat memberikan wawasan pada semua pihak yang terlibat dalam rangka mewujudkan adanya desa wisata di desa Patuguran sehingga masyarakat dapat memanfaatkan potensi lokal yang saat ini berupa destinasi wisata mangrove yang ada di desa Patuguran. Penelitian ini dilakukan pada bulan Agustus 2022 sampai bulan September 2022. Bentuk penelitian ini berupa studi kasus. Observasi awal dilakukan dengan mencari data mengenai pengembangan wisata lingkungan yang ada di desa Patuguran. Berdasarkan hasil observasi tersebut desa Patuguran telah mengembangkan lokasi wisata lingkungan berupa hutan mangrove dengan segala kelengkapannya. Desa Patuguran merupakan desa yang akan dijadikan sebagai desa binaan Universitas Merdeka Pasuruan yang timnya sudah terbentuk yang menggabungkan dosen dari empat fakultas yaitu, fakultas ekonomi, fakultas hukum, fakultas pertanian dan fakultas teknik infomatika melalui Surat Keputusan Rektor tahun 2022. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitiannya deskriptif dengan metode penelitian studi kasus. Penelitian ini dilakukan di desa Patuguran, kecamatan rejoso, kabupaten Pasuruan. Sumber data dibedakan atas sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer didapat melalui wawancara yang mendalam kepada para informan.

Wawancara yang mendalam dilakukan untuk mendapatkan data primer dengan pihak pengelola wisata mangrove, pengurus desa Badan Permusyawaratan Desa (BPD), BUMDES dan pengelola usha mikro sebagai *home industry*, dan beberapa tokoh masyarakat yang

terlibat dalam pengembangan desa wisata mangrove. Sumber data sekunder berupa dokumentasi dan arsip-arsip resmi yang dapat mendukung hasil penelitian. Data sekunder didapat dengan mengkaji beberapa dokumen yang terkait dengan program pengembangan desa wisata di desa Patuguran. Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting untuk dijadikan sebagai bahan laporan dari penelitian. Teknik analisis data pada penelitian ini mengacu pada Milles & Huberman dalam Sugiyono (2010) yang terbagi dalam tiga langkah, yaitu:

1. Reduksi data

Reduksi data yaitu suatu proses pemilahan, pemusatan perhatian peneliti pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Teknik analisis data penelitian proses reduksi data adalah pertama, data yang didapat peneliti dari wawancara merupakan data mentah, selanjutnya peneliti memilah data yang dikumpulkan. Kedua, setelah data dipilah peneliti melakukan pengkodean data, artinya peneliti mengkodekan data dengan menggunakan simbol, berdasarkan informan dan waktu wawancara untuk mempermudah peneliti mencari data. Ketiga, data yang sudah diberi kode, kemudian peneliti sesuaikan dengan masalah pokok penelitian data terfokus.

2. *Display* data atau penyajian data

Data dipilah dan peneliti menyusun dan menyesuaikan dengan masalah pokok kajian atau agar sifat data terfokus, lalu kemudian peneliti dapat melakukan penyajian data.

3. Verifikasi atau penarikan kesimpulan

Data disajikan untuk di analisis sesuai tujuan penelitian dan peneliti melakukan verifikasi atau penarikan kesimpulan awal berdasarkan hasil analisis temuan data di lapangan. Setelah data diverifikasi berdasarkan bukti-bukti yang kuat dan konsisten dengan kondisi saat dilakukan penelitian di lapang, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sementara kemudian peneliti kembali ke lapang untuk mengkoscek kembali atau memverifikasi ulang data setelah semua bisa dinyatakan valid dan reliabel baru kemudian peneliti membuat suatu kesimpulan akhir sesuai dengan tujuan penelitian yang telah ditetapkan. Sedangkan untuk pengecekan keabsahan data menggunakan Triangulasi Sumber yaitu dengan membandingkan data hasil wawancara antara informan yang satu dengan yang lain, selain itu juga digunakan Triangulasi Teknik yaitu membandingkan data yang dilihat oleh peneliti dan analisis dilakukan dari ketiga teknik yang dilakukan tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pemberdayaan Masyarakat Melalui Desa Wisata

Program pengembangan menuju desa wisata sebagai salah satu program yang diperuntukkan untuk pemberdayaan masyarakat sebagai upaya untuk mewujudkan kemandirian masyarakat pesisir dan petani tambak melalui pemanfaatan potensi-potensi yang dimiliki oleh desa Patuguran. Program pemberdayaan masyarakat melalui desa wisata juga dimaksudkan untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan kawasan pesisir yang baik guna melindungi kerusakan-kerusakan yang mungkin terjadi, seperti misalnya ancaman tergerusnya daratan oleh air laut dan hilangnya sumber-sumber potensi biota pantai yang sangat bermanfaat bagi sosial ekonomi masyarakat sebagai mata pencahariannya. Desa wisata merupakan suatu bentuk integrasi antara kegiatan, dan kelengkapan serta fasilitas

pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku yang disajikan bagi pengunjung. Program Desa wisata yang dihubungkan dengan program pemberdayaan masyarakat akan memiliki dampak yang kuat dalam untuk memberikan kekuatan kepada masyarakat dalam kemandiriannya. Robbins, Chatterjee, & Canda (dalam Ramos dan Prideaux, 2014) mengemukakan bahwa pemberdayaan adalah proses yang menggambarkan sarana untuk individu dan kelompok akan memperoleh kekuasaan, akses ke sumber daya dan keuntungan kontrol atas hidup mereka sendiri. Mengacu dari pengertian tersebut maka dengan adanya pemberdayaan akan menjadikan masyarakat dapat mandiri dengan akses ke sumber-sumber daya yang ada di wilayahnya.

Pemberdayaan bisa dikatakan sebuah proses yang mana orang bisa menjadi mampu untuk berpartisipasi dalam berbagai pengontrolan atas kebijakan yang mempengaruhi kehidupan mereka. Pemberdayaan juga menekankan bahwa setiap orang atau kelompok masyarakat akan memperoleh keterampilan, pengetahuan dan kekuasaan yang cukup untuk mempengaruhi kehidupannya, dan kehidupan orang lain dalam interksi sosialnya dengan demikian maka dalam melaksanakan kegiatan pemberdayaan masyarakat di desa Patuguran sebagai salah satu desa yang memiliki destinasi wisata mangrove diperlukan sikap kreatif dan inovatif serta aktif dari masyarakat hal itu merujuk dari apa yang telah diungkapkan oleh Wibawa (2014) yang mana pada hakikatnya inti dari pemberdayaan itu berada pada diri manusia dan faktor luar diri manusia itu sendiri dan masyarakat hanyalah berfungsi sebagai stimulus, perangsang munculnya semangat, motivasi, rasa atau dorongan pada diri manusia untuk memberdayakan dirinya sendiri, untuk mengendalikan dirinya sendiri dan untuk mengembangkan dirinya sendiri berdasarkan potensi yang dimiliki lingkungannya. Pemberdayaan masyarakat dari yang telah dipaparkan diatas dilakukan dapat dilihat melalui sisi pemberdayaan dan hal tersebut dapat dijelaskan dengan merujuk sisi pemberdayaan masyarakat yang diungkapkan oleh Kartasasmita (1997) dalam Widnyana, dkk. (2020) sebagai berikut:

1. Menciptakan suasana atau kondisi lingkungan yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang (*enabling*). Titik tekannya adalah pengenalan bahwa setiap diri manusia, setiap masyarakat, memiliki potensi yang dapat dikembangkan artinya tidak ada manusia atau masyarakat yang sama sekali tanpa daya atau potensi. Pemberdayaan adalah salah satu bentuk upaya untuk membangun dan memperkuat daya dari potensi itu dengan mendorong, memotivasi, dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimiliki serta berupaya untuk mengembangkannya. Sebagai contoh yang ada di desa Patuguran adalah dengan memotivasi masyarakat untuk memanfaatkan potensi sumber daya alam yang dimiliki oleh masyarakat. Sebagaimana diketahui bahwa masyarakat memiliki sumber daya alam dan seni yang bisa dijadikan sebagai komoditi pariwisata. Masyarakat dapat dimotivasi lebih aktif, inovatif dan kreatif lagi untuk dapat memanfaatkan apa yang ada sebagai potensi wilayah dengan menjadikan sebagai daerah wisata
2. Memperkuat potensi atau sumberdaya yang dimiliki oleh masyarakat (*empowering*) dalam rangka ini sangat diperlukan langkah-langkah yang lebih positif, selain dari hanya menciptakan suasana atau kondisi lingkungan kondusif penguatan ini meliputi langkah-langkah nyata, dan menyangkut penyediaan berbagai masukan (input), serta pembukaan

akses ke dalam berbagai peluang yang akan membuat masyarakat menjadi lebih berdaya. Perlu ada program khusus bagi masyarakat yang kurang berdaya, karena program-program yang bersifat umum yang ada kadang-kadang tidak dapat menyentuh lapisan masyarakat ini. Contoh pada pemberdayaan masyarakat di desa Patuguran yang dilakukan dengan merancang program peningkatan akses wisata lingkungan berupa kawasan hutan mangrove dengan segala atributnya. Masyarakat diberi peluang untuk memaksimalkan potensi yang dimiliki untuk dijadikan sebagai sumber pendapatan tambahan, hal yang ada misalnya dengan membentuk kelompok-kelompok usaha mikro dijadikannya sebagai ikon produk unggulan yang berbasis bahan baku lokal yaitu bandeng asap, presto, otak-otak bandeng dan berbagai bentuk olahan makanan ringan dari buah mangrove misalnya kerupuk mangrove sirup mangrove dan lain-lain dari produk mangrove.

3. Memberdayakan mengandung makna melindungi dalam proses pemberdayaan harus dicegah yang lemah menjadi bertambah lemah, dan yang kuat akan semakin kuat, maka dari itu kurang pemberdayaan dalam menghadapi yang kuat harus betul-betul menjadi prioritasnya. Perlindungan dan pemihakan kepada yang lemah amat mendasar sifatnya dalam konsep pemberdayaan masyarakat, dengan demikian goalnya adalah memandirikan, memampukan, dan membangun kemampuan untuk memajukan masyarakat ke arah kehidupan yang lebih baik secara berkelanjutan. Program pengembangan menuju desa wisata yang dilakukan di Desa Patuguran dilakukan untuk memandirikan masyarakat dengan memaksimalkan apa yang dimiliki untuk dijadikan sumber-sumber ekonomi dalam kehidupan sosial untuk mencapai kesejahteraan masyarakat desa Patuguran seperti pemanfaatan kawasan hutan mangrove, aliran sungai Rejoso, kawasan pertambakan dan pemancingan dapat terus berkembang sebagai dasar untuk dijadikan tempat wisata yang semakin eksotik dan juga hasil bumi dari produk lokal dapat dijadikan sebagai salah satu bahan olahan seperti otak-otak bandeng dan bandeng presto desa Patuguran yang banyak dikenal di masyarakat luas, sehingga ada nilai tambah yang dihasilkan dari hasil bumi yang dimiliki oleh masyarakat. Bentuk kegiatannya adalah mengikutkan masyarakat untuk selalu turut berkontribusi dalam rangka mengembangkan potensi wisata desa menuju kearah desa wisata. Salah satu diantaranya yang terlihat di desa Patuguran seperti penggunaan perahu nelayan sebagai alat transportasi menuju kawasan hutan mangrove untuk disewakan kepada pengunjung, selain itu pengaktifan berbagai bentuk kesenian yang dimiliki oleh masyarakat Patuguran dapat ditampilkan sebagai salah satu penambah nilai wisata dan juga bisa dijadikan salah satu bentuk strategi pengembangan masyarakat. Pengembangan menjadi desa wisata maka secara tidak langsung masyarakat bisa menjadi berkembang untuk dapat mengolah sumber daya yang ada (buah mangrove dan bandeng) sehingga di desa Patuguran dapat sebagai salah satu contoh program pemberdayaan masyarakat yang mampu memandirikan masyarakat terhadap segala bentuk kehidupannya serta perawatan tanaman mangrove untuk dijadikan sebagai tempat wisata yang asri dan eksotik.

Pengembangan menuju desa wisata ini maka masyarakat bisa berpartisipasi dalam rangka mensukseskan program pemerintah yang terkait dengan peningkatan jumlah dari desa wisata. Pemberdayaan masyarakat dalam program pengembangan menuju desa wisata

ini diharapkan mampu mengubah seberapa besar masyarakat pesisir untuk berubah menjadi lebih baik dari sisi ekonomi dan sosialnya. Perubahan pengetahuan tentang bagaimana cara mengatur sebuah potensi desa untuk dijadikan sebagai komoditi pariwisata yang mampu memberikan pendapatan bagi masyarakat itu sendiri, selain itu dengan adanya program pemberdayaan masyarakat maka masyarakat akan dapat memiliki keterampilan dalam mengolah buah mangrove dan hasil bumi lainnya sebagai produk unggulan, sehingga akan berdampak pada meningkatnya tingkat pendapatan masyarakat di desa Patuguran khususnya masyarakat yang ada di wilayah pesisir. Peningkatan kemampuan tersebut merupakan goalnya dari adanya pemberdayaan masyarakat, sebagaimana yang dijelaskan oleh Suryadi (2014) yang menyatakan bahwa pemberdayaan merupakan proses untuk mengangkat harkat dan martabat seseorang atau kelompok masyarakat, melalui penguatan kemampuan belajar sepanjang hayat sebagai proses yang dapat memutakhirkan pengetahuan, kecakapan, dan kemampuan lainnya yang berguna bagi kehidupan. Pemberdayaan masyarakat dalam program pengembangan menuju desa Wisata tersebut diharapkan nantinya masyarakat akan mendapat tambahan penghasilan selain penghasilan utama yaitu dalam bidang kelautan-perikanan dan pertanian. Desa wisata merupakan pola pembangunan masyarakat desa yang menyatukan antara pariwisata dengan pemberdayaan masyarakat. Letak pemberdayaan masyarakatnya adalah dengan memanfaatkan apa yang menjadi potensi yang bisa dimanfaatkan oleh masyarakat menuju terbentuknya desa wisata dengan demikian diharapkan juga masyarakat untuk selalu menjaga harmonisasi alam dengan kehidupannya yang kemudian akan memberikan dampak untuk menghasilkan produktifitas masyarakat yang semakin baik dan berkelanjutan serta akan berkembang pula UMKM yang juga sebagai pemanfaatan dari konsep desa wisata.

2. Proses Pemberdayaan Masyarakat pada Desa Wisata Patuguran

Pengembangan menuju Desa Wisata Patuguran adalah merupakan salah satu bentuk dari pemberdayaan masyarakat berbasis kearifan lokal yang ada di desa Patuguran. Program pemberdayaan dilakukan dengan tujuan untuk memandirikan masyarakat melalui pengembangan kawasan mangrove dan kawasan pertambakan melalui nilai eksotiknnya wilayah dan menjadikan kawasan tersebut sebagai ikon desa wisata. Melalui pengembangan menuju desa wisata ini diharapkan masyarakat akan dapat mengembangkan potensi yang dimiliki agar potensi tersebut dapat dimanfaatkan secara maksimal untuk peningkatan kesejahteraannya khususnya masyarakat nelayan, petani tambak dan masyarakat pada umumnya yang ada di desa Patuguran. Pemberdayaan masyarakat seperti yang dijelaskan tersebut di atas adalah merupakan sebuah proses untuk memperkuat kondisi masyarakat yang kurang berdaya dalam mengakses sumberdaya lingkungan dalam pembangunan ekonomi dan sosial kemasyarakatan, sehingga terdapat proses yang dapat dijalankan dengan baik guna menghasilkan tujuan pembangunan khususnya dalam hal pemberdayaan yaitu memperkuat daya akses masyarakat dalam pembangunan terutama pembangunan terhadap kemandiriannya. Beberapa hal yang dilakukan pada program pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan menuju desa Wisata yang telah dilakukan di desa Patuguran diantaranya adalah sebagai berikut:

a. Tim Desa Wisata

Kegiatan pemberdayaan masyarakat dilakukan oleh tim yang berasal dari masyarakat

yang bertujuan sebagai kelompok petugas dalam mengembangkan desa wisata sekaligus sebagai penggerak masyarakat. Perlunya sebuah tim dalam pemberdayaan masyarakat sebelumnya telah disinggung oleh Sunaryo (2013) bahwa memang untuk memulai sebuah proses pemberdayaan masyarakat terlebih dulu menciptakan sebuah tim (kelompok) yang berasal dari masyarakat itu sendiri, oleh karena itu, dalam mencapai itu semua maka pemerintah desa Patuguran menetapkan beberapa pengurus yang dapat mengelola wisata mangrove dengan baik. Pengurus sebagai pengelola menjalankan kegiatannya memobilisasi dan pemanduan terhadap pengunjung serta mengadakan program pengembangan dengan berbagai pihak dan secara khusus dengan dinas Perikanan dan Kelautan kabupaten Pasuruan dan propinsi dalam pengadaan dan perluasan kawasan hutan mangrove yang selama ini terus dilakukan di kawasan pesisir desa Patuguran sebagai kawasan hutan lindung serta berbagai lintas sektor terkait dengan pariwisata, termasuk dengan Universitas Merdeka Pasuruan, melalui Surat Keputusan Rektor yang menjadikan desa Patuguran sebagai desa binaan dengan demikian akan memperjelas langkah-langkah yang diambil oleh pengelola destinasi wisata mangrove bersama pemerintah desa untuk menciptakan desa Patuguran berkembang menjadi desa wisata. Selain itu pengelola juga bertindak dan sebagai motivator dalam menggerakkan masyarakat untuk terlibat secara aktif pada segala aspek pelaksanaan program desa wisata sehingga adanya pengelola ini juga dapat meningkatkan partisipasi masyarakat serta memudahkan dalam pengorganisasian masyarakat.

b. Pendampingan

Proses pendampingan dalam rangka pengembangan desa wisata ini juga dilakukan oleh pengurus sebagai pengelola dari destinasi wisata mangrove yang telah ada. Pendampingan dilakukan agar masyarakat dapat mendukung kegiatan program misalnya dari masyarakat nelayan yang memiliki perahu bisa diorganisir untuk menjadi tempat penyewaan sebagai sarana transportasi untuk menghantar pengunjung ke lokasi wisata mangrove serta bisa untuk berkeliling menyusuri keindahan pantai dan menuju ke laut untuk melihat keindahan biota di dasar laut melalui pemanduan dari pihak pengelola sehingga memberikan perasaan nyaman dan aman bagi pengunjung dengan demikian keterlibatan masyarakat ada di semua aspek dalam pengembangan menuju desa wisata, termasuk bagi petani tambak air payau untuk selalu ketersediaan bahan baku produk olahan bandeng Patuguran sedangkan dari pihak pemerintah desa juga mendukung dalam rangka pemenuhan fasilitas desa wisata tidak hanya itu, pendampingan juga dilakukan kepada kelompok pemuda atau karang taruna melalui program kesenian sebagai atraksi kesenian yang bisa ditampilkan dalam area destinasi wisata mangrove rangka menunjang sebagai penunjang pengembangan desa wisata selain itu juga ada pendampingan khusus oleh PPL (Petugas Penyuluh Lapangan) dari lintas sektoral, model pendampingannya adalah pemberian informasi jika kemungkinan ada program-program pemerintah yang terkait dengan desa wisata yang dapat diakses oleh pengurus dalam meningkatkan potensi atau keberdayaan dari wista yang ada termasuk keberdayaan masyarakat Desa Patuguran.

3. Partisipasi Masyarakat Pada Program Pemberdayaan Masyarakat Melalui Desa Wisata

Pelaksanaan dari pemberdayaan selalu melibatkan masyarakat sebagai pelaku utama

dalam setiap aspeknya untuk menciptakan desa wisata sehingga dalam prakteknya diperlukan adanya partisipasi yang kreatif, inovatif dan aktif dari masyarakat itu sendiri. Adisasmita (dalam Wibawa, 2014) menjelaskan bahwa partisipasi masyarakat itu sendiri merupakan bentuk keterlibatan dan pelibatan anggota masyarakat dalam setiap aspek pembangunan, karena dalam program pemberdayaan masyarakat menitikberatkan keterlibatan masyarakat terhadap seluruh aspek pada program yang dijalankan. Masyarakat Desa Patuguran mendukung adanya pengembangan program desa wisata ini hal tersebut dapat dilihat dari usaha masyarakat yang turut serta dalam kegiatan-kegiatan diskusi yang terkait dengan program desa wisata, selain itu dalam prakteknya masyarakat juga turut mendukung dan melaksanakan pengembangan dan pelestarian hutan mangrove secara swadaya kawasan mangrove yang semula rusak dan tidak begitu luas menjorok kelaut sekarang sudah menjadi kawasan yang bagus dan terus mengembang dan menjorok kelaut sehingga memberikan pemandangan yang bagus dan memberikan tempat untuk keliling menikmati indahnya hutan mangrove dari tengah laut adanya tempat parkir dan yang disampingnya terdapat kios-kios usaha mikro dari masyarakat setempat. Keterlibatan masyarakat untuk pengembangan desa wisata ini juga terlihat dari dibentuknya *home industri* milik masyarakat sebagai salah satu pengembangan dari produksi bandeng dengan berbagai bentuk olahannya, selain itu juga masyarakat mampu memanfaatkan buah mangrove yang diolah dalam berbagai macam olahan makanan baru yang juga dapat dijadikan sebagai oleh-oleh pengunjung desa wisata patuguran hal yang dilakukan oleh masyarakat juga dapat menyediakan tempat kolamancing di tambak untuk pengunjung.

Keterlibatan itulah yang menjadikan pengembangan desa wisata patuguran terwujud, selain itu keterlibatan masyarakat dapat juga dilakukan dalam hal atraksi seni budaya dalam area wisata mangrove yang memang sudah tersedia area berupa bangunan terbuka dengan alas papan kayu, hal ini juga bisa menambah daya tarik pengunjung ke desa wisata Patuguran, sehingga di Patuguran tidak hanya menawarkan wisata lingkungan berupa tanaman mangrove dan keindahan laut serta aliran sungai Rejoso yang bermuara ke laut saja. Atraksi budaya juga bisa dibuat sebagai salah satu paket khusus yang bisa dinikmati pengunjung sebagai salah satu bentuk pengembangan desa wisata. Kegiatan utama pemberdayaan masyarakat bisa dilihat dari berbagai sisi, khususnya dari desa wisata dapat dilihat dari segi ekonomi. Hal ini dapat diukur dengan adanya peranan usaha skala mikro sebagai salah satu usaha yang mampu memberikan peningkatan ekonomi. Usaha mikro berperan dalam memberikan kesempatan bagi masyarakat desa Patuguran dalam hal meningkatkan perekonomian masyarakat. Kegiatan budaya khususnya seni suara dan yang lain dijadikan sebagai ikon dari salah satu pembangunan jati diri masyarakat, sikap, dan semangat yang tinggi serta sifat kerja keras, disiplin, ingin maju, menghargai prestasi, dan siap bersaing yang tidak pernah putus asa. Kegiatan utama pemberdayaan dalam segi budaya adalah dengan terjaganya budaya dengan ditunjukkan kegiatan kesenian masyarakat yang masih terjaga dan masih berkembang. Program desa wisata sebagai salah satu program pemberdayaan masyarakat akan dapat memberikan perubahan yang berarti bagi masyarakat desa Patuguran. Potensi-potensi sumberdaya alam dan sumber daya manusia yang dimiliki oleh desa Patuguran akan dapat dimaksimalkan untuk memberikan nilai tambah dari sisi ekonomi dan sosial bagi masyarakat Patuguran khususnya dan masyarakat sekitar desa Patuguran pada umumnya sehingga masyarakat akan mendapatkan nilai

tambah dan penghasilan dari hal tersebut secara berkelanjutan dan berkesinambungan.

4. Model Pengembangan Desa Wisata Berbasis Potensi Lokal

Desa Patuguran dapat dijadikan sebagai alternatif model pengembangan desa wisata alam hal yang mendasari adalah kondisi alam yang cukup menunjang, dimana sebelah barat aliran sungai Rejoso adalah Desa Jarangan yang juga terdapat fasilitas wisata mangrove walaupun keberadaannya tidak sebagus yang ada di desa Patuguran dan sebelah utara merupakan daerah pantai wisata mangrove. Hal ini didukung kondisi lingkungan yang alami dengan hembusan udara sejuk, keriuhan suara burung di alam bebas, keramahan penduduk desa, luasnya hamparan tambak udang dan bandeng, serta adanya berbagai jenis olahan produk hasil tambak yang sudah dikelola dengan sistem yang baik oleh penduduk memberikan nilai positif untuk pengembangan desa Wisata edukatif. Kondisi wisata alam hutan mangrove sangat cocok untuk *tracking* remaja, anak-anak, dewasa dan orang tua dengan melewati jalur susur sungai, dan melewati rindangnya berbagai jenis tanaman hutan pantai namun demikian pengembangan seni budaya yang ada di desa Patuguran juga tidak boleh dibiarkan begitu saja untuk mendukung pengembangan desa wisata mangrove selain itu wisatawan yang berkunjung juga dapat terlibat secara langsung dengan berbagai aktivitas penduduk, seperti panen bandeng dan udang secara tradisional, kolam pancing tambak dapat terus digalakkan, adanya paket wisata yang dibuat dengan mengkombinasikan kekayaan budaya atau tradisi lokal dan keindahan alam memungkinkan pengembangan desa wisata mangrove desa Patuguran, pengurus dalam pengelolaannya sudah mengadopsi teknologi modern untuk pengembangannya, selain itu penyampaian informasi komunikasi cukup intensif baik melalui web maupun sosialisasi media yang lain. Pengembangan wisata dalam satu paket bisa dikemas agar para wisatawan dapat belajar tentang bagaimana bertani, belajar memelihara ikan, memasak makanan tradisional dan membuat olahan hasil buah mangrove yang memiliki khas rasa yang enak.

KESIMPULAN

Potensi wisata desa akan terus dapat dikembangkan menjadi bentuk desa wisata dan hal ini merupakan salah satu bentuk program pemberdayaan masyarakat desa dalam rangka meningkatkan pengetahuannya yang akan berdampak pada peningkatan pendapatannya sehingga akan dapat memandirikan perekonomiannya melalui program desa wisata. Desa Patuguran merupakan desa yang memiliki kawasan hutan mangrove dan sekaligus aliran sungai Rejoso yang bermuara kelaut sebagai kawasan wisata berbasis lingkungan alam yang dapat dinikmati keindahannya, dengan adanya desa wisata maka masyarakat bisa berpartisipasi dalam rangka mensukseskan program desa wisata. Perubahan sikap yang ada dengan berkembangnya desa wisata, adanya perilaku yang mempengaruhi masyarakat dalam hal ini dapat dipandang dari meningkatnya pendapatan masyarakat seiring berkembangnya wisata yang diikuti dengan berkembangnya usaha mikro yang berbasis bahan baku lokal sebagai produk unggulannya. Program pengembangan destinasi wisata menjadi desa wisata yang ada di desa Patuguran dapat digunakan sebagai salah satu model pemberdayaan masyarakat dalam memandirikan perekonomiannya dan keberdayaannya secara berkelanjutan dan berkesinambungan.

SARAN

Pengembangan wisata dalam suatu wilayah desa menjadi desa wisata memerlukan banyak dukungan dari berbagai pihak dalam pemberdayaan masyarakat untuk itu diperlukan langkah kongkrit pemerintah desa itu sendiri dan dinas lintas sektoral yang terkait di pemerintah kabupaten Pasuruan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Bambang Sunaryo. 2013. Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia. Yogyakarta: Gava Media.
- [2] Damanik, J dan Weber, HF. (2006). *Perencanaan Ekowisata*. Yogyakarta: Pusbar UGM & Andi Yogyakarta
- [3] Damanik, J. 2013. *Pariwisata Indonesia: Antara Peluang dan Tantangan*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- [4] Fandeli, C. 2001. *Perencanaan Kepariwisata Alam*. Yogyakarta: Fakultas Kehutanan UGM.
- [5] Hermawan, H. (2016). Dampak Pengembangan Desa Wisata Nglanggeran Terhadap Ekonomi Masyarakat Lokal. *Jurnal Pariwisata, III* (2).
- [6] Kartasasmita, G.1997. Membangun Sumber Daya Sosial Profesional. Disampaikan pada Kongres ke VII HIPIIS Medan, 21 Maret 1997
- [7] Kusmayadi, dan Sugiarto, E. 2000. Metodologi Penelitian dalam Bidang Kepariwisata. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- [8] Kotler, Bowen J and Makens J. 2002. Pemasaran perhotelan dan Pariwisata. PT Prenhallindo. Jakarta.
- [9] Muliawan, H. 2008. Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat Konsep dan Implementasi. Jakarta. Rineka Cipta.
- [10] Nalayani, N.N.A.H. 2016. Evaluasi Dan Strategi Pengembangan Desa Wisata Di Kabupaten Badung, Bali. *Jurnal Master Pariwisata*. Vol 2 (2) hal. 189-198
- [11] Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010 – 2025
- [12] Putra, D.I.N dan Pitana I.G. 2010. Pariwisata Pro-Rakyat. Jakarta : Kementrian Kebudayaan dan Pariwisata.
- [13] Pitana, I Gede & I Ketut Surya Diarta. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- [14] Priasukmana, S. dan R. M. Mulyadin. (2001). Pembangunan Desa Wisata: Pelaksanaan Undang-undang Otonomi Daerah. Info Sosial Ekonomi.
- [15] Prastiyo, Dibyo (2019). Analisis Strategi Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pengembangan Desa Wisata Cempaka Kecamatan Bumijawa Kabupaten Tegal. Departemen Politik dan Pemerintahan FISIP UNDIP Semarang
- [16] Ramos, A.M & Prideaux, B. 2014. Indigenous Ecotourism In The Mayan Rainforest Of Palenque: Empowerment Issues In Sustainable Development. *Journal Of Sustainable Tourism*. Vol. 22(3). Hal. 461-479
- [17] Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bandung (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- [18] Suryadi, A. 2014. *Pendidikan Indonesia Menuju 2025: Outlook: Permasalahan, Tantangan & Alternatif Kebijakan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

- [19] Sugiyono. 2010. Metode peneliltian Bisnis. Alfabeta. Bandung
- [20] Solimun, 2013. Penguatan metodologi penelitian partial least square (PLS) & gernal structural component analysis (GSCA). Program Studi Statistika Fakultas MIPA. Universitas Brawijaya. Malang
- [21] Suwanto, G. 2004. *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- [22] Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan. Undang-undang nomor 22, tahun 1999, tentang Pemerintah Daerah.
- [23] Undang-Undang, Nomor 6, Tahun 2014, tentang Desa.
- [24] Widayanti, S. 2012. Pemberdayaan Masyarakat: Pendekatan Teoritis. *Jurnal Welfare*. Vol. 1(1). Hal. 87-102
- [25] Wibawa, A. 2014. Pemberdayaan Masyarakat dalam Rehabilitasi Hutan Lahan melalui Program Kebun Bibit Rakyat di Desa Sumberrejo Kecamatan Tempel Kabupaten Sleman. *Jurnal Pembangunan Wilayah & Kota*. Vol. 10 (2). Hal. 187-196

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN

JAMUR ENTOMOPATHOGEN *BEAUVERIA BASSIANA* SEBAGAI PENGENDALI HAYATI NYAMUK

Oleh:

Lisa Hidayati¹, Yoli Zulfanedi²

¹Fakultas Keperawatan dan Kesehatan Masyarakat, Universitas Prima Nusantara
Bukittinggi

²Medik Veteriner Muda, Puskesmas Darmasraya, Dinas Pertanian Kabupaten
Darmasraya

Email: [1lisahidayati@gmail.com](mailto:lisahidayati@gmail.com)

Article History:

Received: 28-12-2022

Revised: 28-01-2023

Accepted: 01-02-2023

Keywords:

Nyamuk, Fungi,
Mycoinsektisida,
Pengendalian

Abstract: *Cendawan genus Beauveria merupakan salah satu cendawan entomopatogen yang paling sering diisolasi dan memiliki penyebaran yang kosmopolitan. Serangga terinfeksi memperlihatkan gejala awal yang sama, yaitu tidak mau makan, lemah, dan kurang orientasi hingga lama kelamaan diam dan mati. Selain menginfeksi larva, cendawan Beauveria juga virulen terhadap nyamuk dewasa. Umumnya produk B. bassiana diformulasi dalam bentuk bubuk (powder) dan merupakan formulasi paling efektif memicu kontak dengan serangga sasaran.*

PENDAHULUAN

Filum Deuteromycetes terdapat kelompok jamur Hyphomycetes dengan kesamaan morfologi berupa jamur filamen yang bereproduksi secara umum menggunakan konidia yang dibentuk secara aerial dari konidiospora yang muncul dari substrat. Banyak jamur entomopatogen yang terdapat pada kelompok ini. Mereka memiliki rentang inang paling luas diantara entomopatogen lainnya, termasuk didalamnya spesies nyamuk. Jalur infeksi paling umum untuk menyerang inang melalui integumen luar, meskipun infeksi melalui saluran pencernaan dapat dilakukan (Goettel dan Inglis 1997). Konidia menempel pada kutikula, berkecambah, dan mempenetrasi kutikula. Ketika sampai haemosol, miselium tumbuh didalam inang, membentuk badan hifa yang disebut blastospora. Kematian serangga seringkali disebabkan oleh kombinasi dari racun jamur dan/atau invasi organ. Setelah inang mati, hifa biasanya muncul dari bangkai dan pada kondisi abiotik yang cocok, konidia dihasilkan pada bagian luar inang. Konidia selanjutnya disebarkan oleh air atau angin (Goettel dan Inglis 1997).

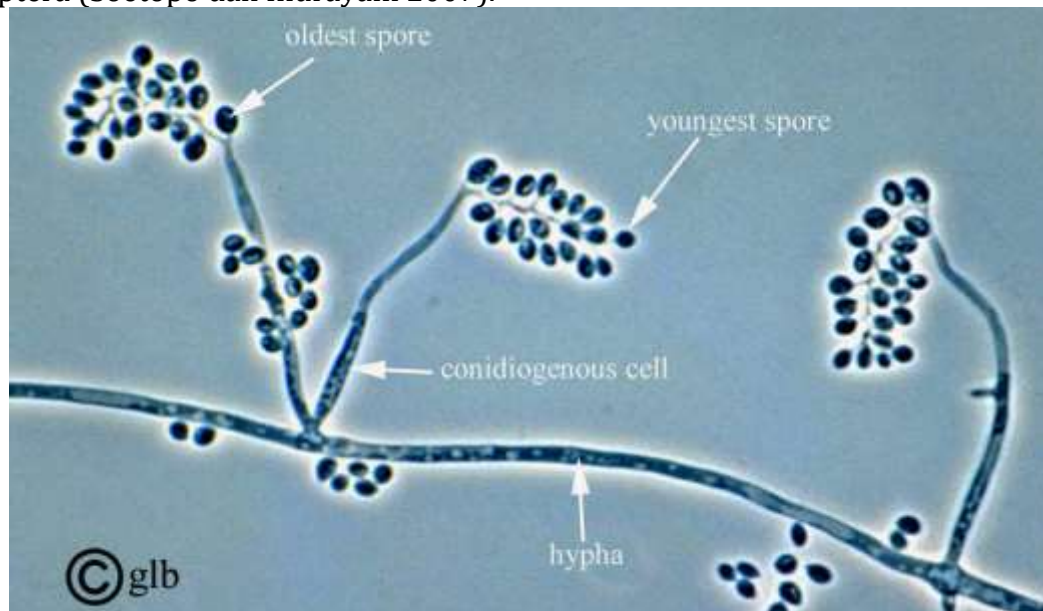
Secara umum, cendawan entomopatogen harus melalui 3 fase untuk menginfeksi serangga inang: 1) perlekatan dan perkecambahan spora pada integumen serangga inang, 2) penetrasi tabung kecambah pada integumen serangga inang, dan 3) perkembangan cendawan dalam tubuh serangga inang yang pada umumnya menyebabkan kematian serangga inang terinfeksi (Samson *et al.* 1988 dalam Zulyusri 2005).

Terdapat beberapa genera Deuteromyces yang dilaporkan memiliki potensi dalam mengendalikan nyamuk, diantaranya *Culicinomyces*, *Beauveria*, *Metarhizium*, dan *Tolyocladium* (Scholte *et al.* 2004). Dari beberapa genus tersebut, pada makalah ini hanya akan dijelaskan mengenai spesies *Beauveria bassiana*, karena merupakan spesies

entomopatogen yang paling sering diisolasi dan memiliki distribusi yang kosmopolitan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Cendawan genus *Beauveria* merupakan salah satu cendawan entomopatogen yang paling sering diisolasi dan memiliki penyebaran yang kosmopolitan. *Beauveria* memiliki rentang inang yang luas (Robert 1974). Cendawan *B. bassiana* telah dimanfaatkan untuk mengendalikan berbagai spesies serangga hama. Meskipun pada awalnya dimanfaatkan untuk pengendalian serangga hama dalam tanah, tetapi patogenisitasnya cukup tinggi pada serangga hama permukaan tanaman. Perkembangan pemanfaatannya semakin luas pada berbagai komoditas dan ekosistem. Demikian pula serangga hama sasaran meliputi lebih dari 100 spesies dari berbagai ordo termasuk Coleptera, Diptera, Homoptera, Hymenoptera, dan Lepidoptera (Soetopo dan Indrayani 2007).



Gambar 1. Penampang *Beauveria bassiana*

Keberadaan cendawan *Beauveria* pada nyamuk secara alami hanya empat kali dilaporkan, tiga kasus merupakan *Beauveria bassiana* (Balsamo) Vullemin, yaitu dua kasus dilaporkan Clark *et al.* (1968) menginfeksi *Culex tarsalis*, *Culex pipiens*, dan *Anopheles albimanus* serta satu kasus dilaporkan Pinnock *et al.* (1973) menginfeksi *Ochlerotus sierrensis*. Satu kasus merupakan spesies *Beauveria brongniarti* (Saccardo) Petch menyebabkan satu-satunya keadaan epizootic yang dilaporkan oleh genus *Beauveria* terhadap populasi alami nyamuk *Ochlerotatus sierrensis* (Pinnock *et al.* 1973). Meskipun cendawan *B. bassiana* terlihat memiliki pengaruh kecil terhadap populasi nyamuk di alam, namun terdapat beberapa bukti potensi penggunaan isolat *Beauveria bassiana* dan *Metarhizium anisopilae* untuk pengendalian nyamuk dewasa (Kikankie *et al.* 2010).

Konidia merupakan stadium cendawan yang paling efektif dan stabil untuk aplikasi pengendalian di lapangan dibandingkan dengan hifa dan blastospora (Soper & Ward 1981; Feng *et al.* 1994 dalam Soetopo dan Indrayani 2007). Meskipun stadium paling patogen bagi larva nyamuk adalah blastokonidia, akan tetapi penggunaannya ditinggalkan karena sulitnya menyimpan jenis konidia ini dalam jangka waktu lama. (Ferron 1981 dalam Scholte *et al.*

2004).

Konidia *Beauveria bassiana* efektif membunuh larva nyamuk jika ditaburkan pada permukaan air tempat perkembangbiakan (Clark *et al.* 1968). Konidia *Beauveria* bersifat hidrofobik sehingga akan mengapung di atas permukaan air dan akan bersinggungan dengan larva nyamuk yang mencari makan dibawah permukaan air. Bagian larva yang paling sering bersinggungan dengan konidia adalah sifon, meskipun demikian, Miranpuri dan Khachatourian (1991) menemukan bahwa kepala juga merupakan bagian penting bagi infeksi cendawan.

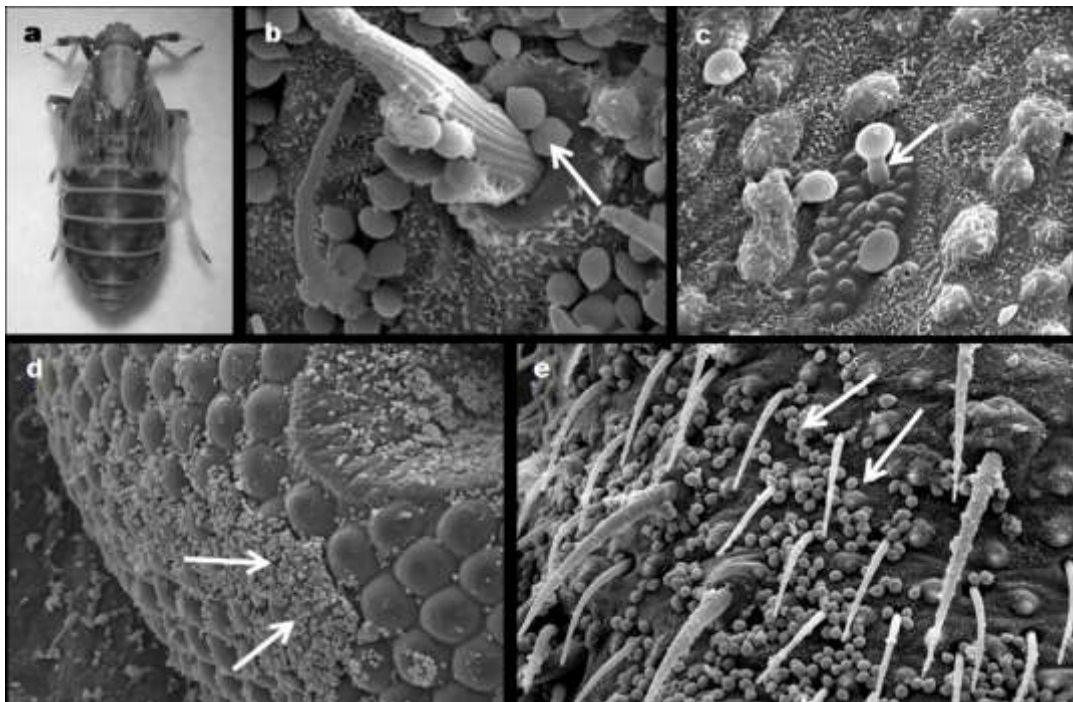
Secara umum, cendawan entomopatogen harus melalui 3 fase untuk menginfeksi serangga inang: 1) perlekatan dan perkecambah spora pada integumen serangga inang, 2) penetrasi tabung kecambah pada integumen serangga inang, dan 3) perkembangan cendawan dalam tubuh serangga inang yang pada umumnya menyebabkan kematian serangga inang terinfeksi (Samson *et al.* 1988 dalam Zulyusri 2005).

Kontak antara spora dan epikutikula serangga inang merupakan syarat terjadinya proses infeksi. Sifat kutikula yang impermeabel merupakan tempat melekat yang baik bagi spora cendawan (Grula *et al.* 1984 dalam Zulyusri 2005). Lektin yang terdapat pada permukaan konidia *B. bassiana* diduga berperan dalam perlekatan *B. bassiana* pada kutikula inang (Boucic & Pendland 1998 dalam Zulyusri 2005). Pada kebanyakan kasus, patogen ini memasuki tubuh serangga inang melalui membran intersegmental, menyebar ke seluruh lapisan dinding tubuh dengan bantuan enzim proteinase, lipase, dan kitinase (Ferron 1985 dalam Zulyusri 2005). Infeksi melalui saluran pencernaan jarang ditemui, karena mikroflora dalam saluran pencernaan serangga biasanya menghambat pertumbuhan cendawan, lagipula ketersediaan oksigen terbatas. Selain itu, pH dalam saluran pencernaan terlalu tinggi atau terlalu rendah pada sejumlah serangga untuk pertumbuhan cendawan (Boucic & Pendland 1998 dalam Zulyusri 2005). Namun demikian, menurut Steinhaus (1963 dalam Zulyusri 2005) dan Broome *et al.* (1976 dalam Zulyusri 2005), cendawan *B. bassiana* juga dapat memasuki tubuh serangga melalui saluran pencernaan.

Infeksi patogen yang berhasil bergantung pada kemampuan patogen memecah dan mengasimilasi material serangga serta mengatasi pertahanan serangga inang. Beberapa cara yang dilakukan patogen menurut Zulyusri (2005) antara lain 1) mengambil nutrisi inang, misalnya *B. bassiana* menghasilkan endoprotease Pr1 yang mampu mendegradasi kutikula inang; 2) memfasilitasi pergerakan patogen dalam tubuh serangga dengan menghancurkan komponen kutikula; 3) melawan mekanisme pertahanan inang seperti pertahanan inang seperti pertahanan melalui detoksifikasi zat kimia dengan fenoloksidase; 4) menyediakan lingkungan mikro yang kondusif bagi patogen, seperti degradasi protein kutikula yang menyebabkan pH meningkat menjadi 8 sehingga dapat memfasilitasi enzimolisis lebih lanjut oleh endoprotease Pr1; 5) menstimulasi pengaruh sitotoksis melalui perubahan sistem fenoloksidase inang, titer hormon, dan metabolisme intermediet sehingga merusak sistem koordinasi fisiologis serangga inang; dan 6) menghambat invasi sekunder oleh organisme lain.

Serangga terinfeksi memperlihatkan gejala awal yang sama, yaitu tidak mau makan, lemah, dan kurang orientasi hingga lama kelamaan diam dan mati. Kematian inang diduga disebabkan faktor kelaparan karena infeksi *B. bassiana* dapat menyebabkan paralisis pada saluran pencernaan makanan sehingga menstimulasi penghentian makan dan penurunan berat badan (Cheung & Grula 1982 dalam Zulyusri 2005). Serangga yang mati seringkali

berubah warna dan pada kutikula terlihat bercak hitam yang menunjukkan tempat penetrasi cendawan (Ibrahim & Low 1982 dalam Zulyusri 2005). Setelah serangga mati, mula-mula tubuhnya lunak, tetapi dalam waktu kira-kira 5 jam menjadi kaku (mummi). Apabila keadaan lingkungan mendukung, sehari setelah mati tubuh larva diselimuti miselia *B. bassiana* berwarna putih yang menembus keluar jaringan tubuh serangga. Selanjutnya, cendawan membentuk konidia dan sklerotium yang pada dan keras terbungkus lapisan miselium berwarna putih (Macleod 1954 dalam Zulyusri 2005). Apabila keadaan kurang mendukung, perkembangan cendawan hanya berlangsung di dalam tubuh serangga tanpa keluar menembus integumen (Santoso 1993 dalam Zulyusri 2005).



Gambar 2. Hasil *scanning electron micrograph* serangga (a) *Perigrinus maidis* betina dewasa yang terinfeksi konidia *Beauveria bassiana* pada (b) sekitar soket rambut, (c) penetrasi kecambah *B. bassiana* pada pori kelenjar lilin, (d) mata majemuk, dan (e) antena.

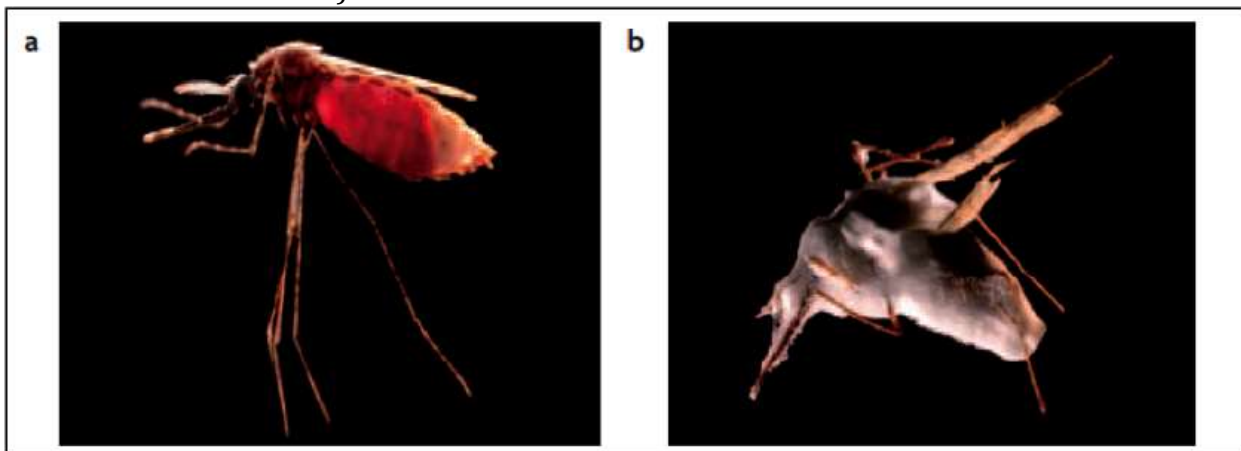
Penelitian-penelitian mengenai aplikasi cendawan *Beauveria* untuk pengendalian nyamuk telah beberapa kali dilakukan. Penelitian tersebut telah menunjukkan bahwa konidia *B. bassiana* dapat membunuh larva nyamuk *Culex pipiens*, *Culex tarsalis*, *Culex tritaeniorhynchus* dan *Anopheles albimanus*, namun tidak efektif terhadap *Aedes aegypti*, *Ochlerotatus sierensis* (Clark *et al.* 1968; Sandhu *et al.* 1993; Geetha dan Balaraman 1999), dan *Culex quinquefasciatus* (Alves *et al.* 2002 dalam Scholte *et al.* 2004) melalui percobaan di laboratorium. Spesies yang suseptibel lebih mudah terinfeksi beberapa waktu sebelum pergantian kulit (*molting*). Jika infeksi terjadi sesaat sebelum *molting*, miselium akan terbuang bersama kulit yang ditinggalkan.

Pada tiga penelitian lapangan skala kecil menggunakan konidia *B. bassiana*, terjadi penurunan 82, 95, dan 69% populasi larva dan pupa *Culex pipiens* setelah dua minggu (Clark *et al.* 1968). Penelitian terhadap lubang batang pohon yang ditaburi blastokonidia (5×10^3 atau 5×10^5 konidia ml^{-1} air) dari *Beauveria brongniartii* menghasilkan penurunan populasi

larva nyamuk *Ochlerotatus sierrensis* yang berkembang menjadi dewasa antara 53 dan 71% (Pinnock *et al.* 1973). Selain terhadap *Ochlerotatus sierrensis*, cendawan *Beauveria* juga patogen terhadap larva *Aedes aegypti*, *Ochlerotatus dorsalis*, *Ochlerotatus hexodontus*, *Culex pipiens*, *Culex tarsalis* dan *Culiseta incidens* (Clark *et al.* 1968).

Selain menginfeksi larva, cendawan *Beauveria* juga virulen terhadap nyamuk dewasa. Pada uji laboratorium terhadap nyamuk dewasa *Culex tarsalis*, *Culex pipiens*, *Aedes aegypti*, *Ochlerotatus sierrensis*, *Ochlerotatus nigromaculis*, dan *Anopheles albimanus*, konidia *Beauveria bassiana* menghasilkan 100% kematian setelah 5 hari pemaparan, sementara kematian kurang dari 50% terjadi pada kontrol (Clark *et al.* 1968).

Pemeriksaan penampang irisan tubuh nyamuk dewasa terinfeksi yang difiksasi parafin segera setelah mati memperlihatkan bahwa banyak miselium mengelilingi saluran trakea. Nampaknya konidia masuk melalui spirakel, berkecambah, menyerang dinding trakea, dan kemudian mengeluarkan racun yang membunuh nyamuk dewasa tersebut (Clark *et al.* 1968). Penelitian lebih lanjut mengkonfirmasi adanya racun yang dihasilkan cendawan genus *Beauveria*, yaitu beavericin, bassianin, bassianolide, beauverolides, dan tenellin, serta oosporein dari *Beauveria brongniartii* (Ferron 1981; Grove & Pople 1980; Strasser *et al.* 2000 dalam Scholte *et al.* 2004).



Gambar 3. Nyamuk *Anopheles stephensi* (a) sebelum terinfeksi dan (b) yang diselubungi koloni miselium *Beauveria bassiana*.

Kelembaban dan suhu merupakan satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan aplikasi *Beauveria* baik di laboratorium maupun di lapangan. (Scholte *et al.* 2004; Soetopo & Indrayani 2007; Kikankie *et al.* 2010). Kedua faktor tersebut berpengaruh terhadap proses infeksi dan sporulasi cendawan. Suhu optimum untuk perkembangan, patogenisitas, dan kelulusan hidup cendawan umumnya antara 20-30°C (McCoy *et al.* 1988 dalam Soetopo dan Indrayani 2007). Untuk perkecambahan konidia dan sporulasi pada permukaan tubuh serangga dibutuhkan kelembaban sangat tinggi (>90% RH), terutama kelembaban di lingkungan mikro sekitar konidia sangat penting perannya dalam proses perkecambahan dan produksi konidia (Millstein *et al.* 1983; Nordin *et al.* 1983 dalam Soetopo dan Indrayani 2007).

Perbanyakkan *B. bassiana* dalam skala kecil dan untuk masa penyimpanan berdurasi singkat (<1 tahun) cukup dilakukan menggunakan media Saouroud Dextrose Agar (SDA). Media ini dapat menjaga viabilitas konidia *B. bassiana* hingga 6 minggu sebelum digunakan sebagai inokulum dalam perbanyakkan massal. Untuk mempertahankan virulensi, pemurnian

pada media buatan sebaiknya cukup dilakukan empat kali (Wright *et al.* 2001 dalam Soetopo dan Indrayani 2004). Media alami perbanyak *B. bassiana* cukup banyak, antara lain beras, gandum, kedelai, jagung, padi-padian, sorghum, kentang, roti, dan kacang-kacangan. Penggunaan bahan ini bergantung pada beberapa faktor, termasuk kemudahan memperoleh bahan tersebut, biaya, dan strain isolat yang akan diperbanyak. (Soetopo dan Indrayani 2007).

Umumnya produk *B. bassiana* diformulasi dalam bentuk bubuk (*powder*) dan merupakan formulasi paling efektif memicu kontak dengan serangga sasaran (Stimac *et al.* 1993 dalam Soetopo dan Indrayani 2007). Akan tetapi, karena ukuran nyamuk yang relatif lebih kecil dibandingkan serangga hama tanaman, beberapa formulasi terus dikembangkan untuk meningkatkan efikasi terhadap larva atau nyamuk dewasa.

KESIMPULAN

Cendawan bagi pengendalian nyamuk harus memiliki sifat-sifat berikut: a) dapat membunuh nyamuk stadium larva dan dewasa, b) memerlukan hanya satu atau beberapa aplikasi setiap musim, c) dapat secara aktif disebarkan oleh nyamuk betina dewasa ke tempat perkembangbiakan baru, d) memiliki aktivitas residual dan persisten pada populasi nyamuk setelah introduksi, e) membunuh nyamuk secara selektif dan bukan serangga lain, f) efektif terhadap rentang salinitas, suhu, kelembaban relatif, dan tempat perkembangbiakan dengan kualitas air yang berbeda-beda, g) mudah dan murah untuk diproduksi dan diformulasi, h) patogenesis tidak berubah setelah penyimpanan lama, i) tidak berbahaya bagi manusia dan makhluk hidup non-target lainnya (Scholte *et al.* 2004). Hingga kini, tidak ada satupun jamur patogen terhadap nyamuk yang memiliki semua sifat tersebut, namun hanya satu atau beberapa sifat saja. Satu pertanyaan yang perlu dipertanyakan ketika penggunaannya sudah meluas, apakah manfaat yang didapat sesuai dengan risiko infeksi pada organisme non-target, atau adakah efek samping lain yang tidak diketahui sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Clark TB, Kellen W, Fukuda T, Lindegren JE. 1968. Field and laboratory studies on the pathogenicity of the fungus *Beauveria bassiana* to three genera of mosquitoes. *J Invertebr Pathol*, 11:1-7.
- [2] Goettel MS, Inglis GD. 1997. Fungi: Hyphomycetes. In: Lacey LA editor. *Manual of Techniques in Insect Pathology*, 5-3: 213- 248. San Diego: Academic Press.
- [3] Kikankie, C. K., *et al.* 2010. The infectivity of the entomopathogenic fungus *Beauveria bassiana* to insecticide-resistant and susceptible *Anopheles arabiensis* mosquitoes at two different temperatures. *Malaria Journal*, 9:71. Tersedia di: <http://www.malariajournal.com/content/9/1/71>
- [4] Pinnock DE, Garcia R, Cubbin CM. 1973. *Beauveria tenella* as a control agent for mosquito larvae. *Journal of Invertebrate Pathology*. 22: 143-147.
- [5] Sandhu SS, Rajak RC, Sharma M. 1993. Bioactivity of *Beauveria bassiana* and *Metarhizium anisopliae* as pathogens of *Culex tritaeniorhynchus* and *Aedes aegypti*: effect of instar, dosages and time. *Indian Journal of Microbiology* 33: 191-194.
- [6] Scholte E-J, Knols BGJ, Samson RA, Takken W. 2004. Entomopathogenic fungi for mosquito control: A review. 24pp. *Journal of Insect Science*, 4:19, Available online:

insectscience.org/4.19

- [7] Soetopo, D. dan Indrayani, I. 2007. Status teknologi dan prospek *Beauveria bassiana* untuk pengendalian serangga hama tanaman perkebunan yang ramah lingkungan. *Perspektif* Vol. 6 No. 1, Juni 2007: 29 – 46.
- [8] Zulyusri. 2005. Interaksi antara cendawan entomopatogen *Beauveria bassiana* (Bals.) Vuill. (Deuteromycotina: Hyphomycetes), Parasitoid *Eriborus argenteopilosus* Cameron (Hymenoptera: Ichneumonidae) dan hama kubis *Crociodolomia pavonana* (F.) (Lepidoptera: Pyralidae) [Disertasi]. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor.

2524

JCI

Jurnal Cakrawala Ilmiah

Vol.2, No.6, Februari 2023

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN

RELATIONSHIP OF AGE, REPETITIVE ACTIVITIES, WORK POSTURE AND WORKING PERIOD WITH SUBJECTIVE COMPLAINTS OF MUSCULOSKELETAL DISORDERS (MSDS) IN LAUNDRY WORKERS IN JAMBI CITY IN 2022

Oleh:

Dwi Fuja Netasya^{1*}, Eko Mirsiyanto², Novi Berliana³

^{1,2,3} Program Studi Kesehatan Masyarakat, STIKes Harapan Ibu, Kota Jambi

Email: [1dwipuja.n@gmail.com](mailto:dwipuja.n@gmail.com)

Article History:

Received: 19-12-2022

Revised: 28-01-2023

Accepted: 01-02-2023

Keywords:

Complaints Of
Musculoskeletal, Age,
Repetitive Activity,
Working Posture,
Length Of Service

Abstract: *Complaints in the musculoskeletal system are complaints that a person feels in their skeletal muscles, starting from mild to severe complaints. The purpose of this study is to relationship age, repetitive activities, work posture and length of work to MSDs complaints experienced in Laundry workers in Jambi City in 2022. This type of research is quantitative research with a cross-sectional approach. This study was conducted at a laundry business in Jambi City with a sample of 42 workers. Sampling using the total sampling technique. Primary data were taken using NBM questionnaires, interviews, measurements with REBA and video/stopwatches. The data were analyzed univariately and bivariately using the chi-square test. As many as 11.9% of respondents experienced musculoskeletal complaints in the high category, 52.4% of respondents experienced a risky age, 31% of respondents experienced repetitive activity, 42.9% of respondents with moderate work posture and 7.1% had a long working life. The bivariate results showed that there was a relationship between age and MSDs complaints (p-value 0.023), there was no relationship between repeated activities and MSDs complaints (p-value 0.134), there was no relationship between work posture and MSDs complaints (p-value 0.074) and no contact between length of service and MSDs complaints (p-value 0.509).*

PENDAHULUAN

Keselamatan dan kesehatan kerja difilosofikan menjadi suatu pola pikir dan tindakan untuk memenuhi keutuhan jasmani dan rohani khususnya para pekerja atau manusia pada umumnya. Sedangkan K3 juga dapat diartikan sebagai suatu ilmu pengetahuan dan penerapan untuk melakukan tindakan pencegahan kemungkinan adanya kecelakaan dan penyakit akibat kerja. Kesehatan dan keselamatan Kerja (K3) tidak dapat dipisahkan dengan proses produksi baik jasa maupun industri (Kemenkes RI, 2016).

Menurut ILO (2013) penyakit akibat kerja terus menjadi penyebab utama kematian. Menurut perkiraan, dari 2,34 juta kematian akibat kerja setiap tahun, hanya 321.000 yang disebabkan oleh kecelakaan. Sisanya 2,02 juta kematian disebabkan oleh berbagai jenis penyakit akibat kerja.

Semua macam pekerjaan dimanapun tempatnya baik pekerjaan formal atau informal mempunyai risiko yang dapat mengakibatkan gangguan kesehatan. Biasanya para pekerja di sektor informal sangat minim tingkat kesadaran dan pengetahuan tentang bahaya dilingkungan kerjanya. Para pekerja informal juga mempunyai risiko terkena penyakit tidak menular dan penyakit menular selain masalah gizi yang dapat mengganggu produktivitas mereka seperti fungsi otot rangka, mata, kulit yang abnormal (KEMENKES RI, 2016).

Keluhan pada sistem *musculoskeletal* yaitu keluhan yang dirasakan seseorang pada otot rangkanya, diawali dari keluhan rasa sakit ringan sampai berat. Apabila otot menumpu beban yang berat, berulang dan waktu yang lama akan dapat menimbulkan keluhan berupa kerusakan pada sendi, ligamen dan tendon (Tarwaka, 2015).

Sekitar 1,71 milyar orang memiliki keluhan *musculoskeletal* di seluruh dunia, keluhan ini secara medis dapat mempengaruhi gerakan, dan ketangkasan sehingga seseorang memutuskan untuk pensiun dini dari kerjanya, tingkat kesejahteraan yang menurun, dan berkurangnya kemampuan untuk ikutserta dalam kegiatan bermasyarakat (WHO, 2021).

Angka Penyakit Akibat Kerja (PAK) yang terjadi pada tahun 2012 menimpa 27,1 dari 1000 pekerja. Angka kecelakaan yang terus pada tahun 2012 rata – rata terjadi ditempat kerja. Dari jumlah kasus yang tercatat tersebut, sebanyak 32% adalah menderita keluhan musculoskeletal karena kegiatan yang berat seperti angkat – angkat beban (43%). Kejadian pada keluhan tersebut mampu berubah menjadi lebih parah jika posisi saat bekerja tidak sesuai atau janggal (Health And Safety Authority, 2015).

Gangguan *Musculoskeletal* dapat dialami karena penggunaan tenaga fisik oleh seluruh para pekerja fisik serta bekerja dengan posisi tidak baik dan statis seperti pekerja laundry. Laundry menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah salah satu usaha yang memberikan layanan jasa yang bergerak di bidang pencucian.

Piter Vi (2000) menyatakan bahwa faktor primer yang mampu menimbulkan keluhan *MSDs* yaitu, peregangan otot yang berlebihan, aktivitas berulang, dan sikap kerja yang tidak alamiah. Faktor sekunder penyebab terjadinya keluhan *MSDs* yaitu, tekanan, getaran, dan iklim mikro. Sedangkan faktor individu penyebabnya keluhan *MSDs* yaitu, umur, jenis kelamin, kebiasaan merokok, kesegaran jasmani, masa kerja, kekuatan fisik, dan ukuran tubuh (Tarwaka, 2015).

Proses kerja pada pekerjaan laundry meliputi beberapa tahapan antara lain tahap mengumpulkan, memilah, mencuci, perendaman pewangi, mengeringkan, menyetrika, dan pengepakan atau *finishing* (Aswi, 2009).

Menurut Ulfah et al., (2014) penelitiannya menunjukkan bahwa posisi kerja yang berkaitan dengan adanya risiko kelainan otot rangka yaitu pada saat mencuci yang menimbulkan risiko *MSDs*. Sedangkan menurut Tampubolon et al., (2014) menjelaskan bahwa rata – rata pekerja berusia ≤ 35 tahun (63,33%), masa kerja 1-2 tahun (53,33%), lama kerja 9-12 jam/hari (80%) dan durasi istirahat 1 jam (83,33%). 22 orang mengalami *musculoskeletal* dibahu kanan, 17 orang mengalami di betis kanan maupun kiri, dan sebanyak 16 orang mengalami keluhan di pinggang dan bahu kiri.

Hasil wawancara tentang *musculoskeletal disorders* pada 5 orang pekerja laundry terdapat 4 pekerja mengalami keluhan *musculoskeletal* dikarenakan faktor umur dimana semakin tua umur seseorang maka kekuatan otot mereka semakin berkurang karena melakukan pekerjaan terus menerus rata-rata pekerja yang memiliki keluhan berusia ≥ 25

tahun, 3 orang pekerja mengalami keluhan musculoskeletal di karenakan posisi kerja yang dimana ketika pekerja melakukan pekerjaan penyetrikaan pakaian dengan sikap kerja yang tidak tepat seperti punggung yang membungkuk dan posisi leher yang tertekuk, 3 orang mengalami keluhan di karenakan aktivitas yang berulang pada proses penyetrikaan dimana proses tersebut sering melakukan gerakan berulang sehingga memungkinkan timbulnya risiko musculoskeletal disorders dan 4 orang mengalami keluhan yang di sebabkan oleh faktor masa kerja karena semakin lama masa kerja seseorang maka semakin lama pekerja tersebut terkena paparan di tempat kerja menyebabkan risiko terkena keluhan musculoskeletal.

Hasil survei awal yang dilakukan terdapat 2 orang mengalami sedikit keluhan pada bagian leher, tengkuk, bahu punggung dan pinggang, 1 orang mengalami keluhan sakit pada bagian leher dan punggung, 1 orang merasakan rasa sakit pada bagian leher punggung dan pinggang, dan 1 orang tidak memiliki keluhan sama sekali.

Keluhan otot skeletal umumnya mulai dirasakan pada usia 25-65 tahun. Pertama kali merasakan keluhan pada usia 35 tahun dan selalu meningkat terus menerus berjalan dengan pertambahan usia. Hal tersebut dapat timbul karena usia setengah baya, diikuti menurunnya ketahanan dan kekuatan otot (Tarwaka, 2004).

Berdasarkan latar belakang perlu dilakukannya penelitian mengenai MSDs yang disebabkan oleh beberapa faktor penyebab timbulnya gangguan *musculoskeletal* pada pekerja *laundry* di Kota Jambi. Sehingga penulis tertarik untuk meneliti tentang "Hubungan Umur, Aktivitas Berulang, Postur Kerja Dan Masa Kerja Dengan Keluhan Subjektif *Musculoskeletal Disorders* (MSDs) Pada Pekerja *Laundry* Di Kota Jambi Tahun 2022".

METODE PENELITIAN

1) Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di tempat usaha Laundry di Kota Jambi

2) Populasi dan Sampel

Sampel dalam penelitian ini adalah pekerja di tempat usaha *laundry* sebanyak 42 pekerja dari populasi total sebanyak 59 pekerja.

3) Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian *cross sectional*.

4) Pengumpulan Data

Teknik pengambilan data primer menggunakan kuesioner dengan variabel independen adalah umur, aktivitas berulang, postur kerja dan masa kerja. Sedangkan variabel dependennya yaitu keluhan *musculoskeletal*. Sedangkan Pengumpulan data sekunder diambil dari Kantor Dinas Koperasi dan UMKM Kota Jambi.

5) Analisis Data

Analisis data menggunakan analisa Univariate dan Bivariate.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis univariat

a. Keluhan *musculoskeletal*

Tabel 1. Distribusi Responden Berdasarkan Keluhan *Musculoskeletal Disorders* Pada Pekerja Laundry

No	Keluhan	Frekuensi	Persentase
1.	Tinggi	5	11,9%
2.	Rendah	37	88,1%
Total		42	100%

Berdasarkan tabel 1. Menjelaskan bahwa dari 42 responden, 5 (11,9%) responden mengalami keluhan *musculoskeletal* dalam kategori tinggi, dan 37 (88,1%) responden mengalami keluhan *musculoskeletal* dalam kategori rendah.

b. Umur

Tabel 2. Distribusi Responden Berdasarkan Umur Pada Pekerja Laundry

No	Umur	Frekuensi	Persentase
1.	Berisiko (≥ 35 tahun)	22	52,4%
2.	Tidak berisiko (<35 tahun)	20	47,6%
Total		42	100%

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa dari 42 responden, 22 (52,4%) responden mengalami umur berisiko dan 20 (47,6%) responden mengalami umur yang tidak berisiko.

c. Aktivitas Berulang

Tabel 3. Distribusi Responden Berdasarkan Aktivitas Berulang Pada Pekerja Laundry

No	Aktivitas berulang	Frekuensi	Persentase
1.	Berulang	24	57,1%
2.	Tidak berulang	18	42,9%
Total		42	100%

Berdasarkan tabel 3. menunjukkan bahwa dari 42 responden, 24 (57,1%) responden mengalami aktivitas yang berulang dan 18 (42,9%) responden mengalami aktivitas tidak berulang.

d. Postur Kerja

Tabel 4. Distribusi Responden Berdasarkan Postur Kerja Pada Pekerja Laundry

No	Postur kerja	Frekuensi	Persentase
1.	Sedang	18	42,9%
2.	Rendah	24	57,1%
Total		42	100

Berdasarkan tabel 4. menunjukkan bahwa dari 42 responden, 19 (42,9%) responden dengan postur kerja sedang, dan 24 (57,1%) responden dengan postur kerja rendah.

e. Masa Kerja

Tabel 5. Distribusi Responden Berdasarkan Masa Kerja Pada Pekerja Laundry

No	Masa kerja	Frekuensi	Persentase
1.	Lama (>5 tahun)	3	7,1%
2.	Baru (≤5 tahun)	39	92,9%
Total		42	100%

Berdasarkan tabel 4.5 diatas menunjukkan bahwa dari 42 responden, 3 (7,1%) memiliki masa kerja yang lama dan 39 (92,9%) memiliki masa kerja yang baru.

3.1 Analisis Bivariat

Tabel 6. Hubungan Usia Terhadap Keluhan *Musculoskeletal Disorders* Pada Pekerja Laundry

No	Umur	Keluhan <i>musculoskeletal</i>						p-value
		Tinggi		Rendah		Total		
		N	%	n	%	n	%	
1.	Berisiko	5	22,7	17	77,3	22	100	0,023
2.	Tidak berisiko	0	0	20	100	20	100	
Total		5	11,9	37	88,1	42	100	

Berdasarkan tabel 6. menunjukkan bahwa hasil analisis umur pekerja mempunyai pengaruh terhadap terjadinya keluhan *Musculoskeletal Disorders* diketahui bahwa dari 22 responden dengan kategori berisiko: 5 responden (22,7%) mengalami keluhan yang tinggi, dan 17 responden (77,3%) mengalami keluhan yang rendah. Sedangkan dari 20 responden dengan kategori tidak berisiko: 20 responden (100%) mengalami keluhan yang rendah.

Tabel 7. Hubungan Aktivitas Berulang Terhadap Keluhan *Musculoskeletal Disorders* Pada Pekerja Laundry

No	Aktivitas berulang	Keluhan <i>musculoskeletal</i>						P-value
		Tinggi		Rendah		Total		
		n	%	N	%	N	%	
1.	Berulang	4	16,7	20	83,3	24	100	0,271
2.	Tidak berulang	1	5,6	17	94,4	18	100	
Total		5	11,9	37	88,1	42	100	

Berdasarkan tabel 7. menunjukkan bahwa hasil analisis aktivitas berulang pekerja dengan keluhan *musculoskeletal* diketahui bahwa dari 24 responden dengan kategori berulang: 4 responden (16,7%) mengalami keluhan yang tinggi, dan 20 responden (83,3%) mengalami keluhan yang rendah. Sedangkan dari 18 responden dengan kategori tidak berulang: 1 responden (5,6%) mengalami keluhan yang tinggi, dan 17 responden (94,4%) mengalami keluhan rendah.

Tabel 8. Hubungan Postur Tubuh Terhadap Keluhan *Musculoskeletal Disorders* Pada Pekerja Laundry

No	Postur kerja	Keluhan <i>musculoskeletal</i>						p-value
		Tinggi		Rendah		Total		
		N	%	N	%	N	%	
1.	Sedang	4	22,2	14	77,8	18	100	0,074
2.	Rendah	1	4,2	23	95,8	24	100	
	Total	5	11,9	37	88,1	43	100	

Berdasarkan tabel 8. menunjukkan bahwa hasil analisis postur kerja dengan keluhan *musculoskeletal* diketahui bahwa dari 18 responden dengan kategori sedang: 4 responden (22,2%) merasakan keluhan yang tinggi dan 14 responden (77,8%) memiliki keluhan yang rendah. Sedangkan dari 24 responden dengan kategori rendah: 1 responden (4,2%) mengalami keluhan yang tinggi, dan 23 responden (95,8%) mengalami keluhan rendah.

Tabel 9. Hubungan Masa Kerja Terhadap Keluhan *Musculoskeletal Disorders* Pada Pekerja Laundry

No	Masa kerja	Keluhan <i>musculoskeletal</i>						P-value
		Tinggi		Rendah		Total		
		N	%	N	%	N	%	
1.	Lama	0	0	3	100	3	100	0,509
2.	Baru	5	12,8	34	87,2	39	100	
	Total	5	11,9	37	88,1	42	100	

Berdasarkan tabel 9. menunjukkan bahwa hasil analisis masa kerja dengan keluhan *musculoskeletal* diketahui bahwa dari 3 responden dengan kategori lama: 3 responden (100%) mengalami keluhan yang rendah. Sedangkan dari 39 kategori baru: 5 responden (12,8%) mengalami keluhan yang tinggi, dan 34 responden (88,7%) mengalami keluhan yang rendah.

PEMBAHASAN

Berdasarkan uji statistik pada **Tabel 6.** diperoleh $P\text{-value} = 0,023$ ($P\text{-value} < 0,05$) yang artinya usia mempunyai pengaruh terhadap terjadinya dengan keluhan MSDs pada pekerja Laundry.

Pada usia kerja keluhan di sistem musculoskeletal sering dirasakan ketika sedang bekerja. Namun pertama kali dirasakan pada usia 35 tahun dan selalu meningkat seiring dengan penambahan usia. Hal tersebut dapat timbul karena usia yang tidak muda lagi, diikuti dengan menurunnya kekuatan dan ketahanan otot. Menurut (Stanton et al., 2005) saat usia 30 tahun terjadi degenerasi kerusakan jaringan parut, karena kurangnya cairan. Hal tersebut menimbulkan kurangnya stabilitas otot dan tulang. Sehingga dapat disimpulkan semakin tua seseorang maka orang tersebut juga merasakan kelenturan tulang yang menurun akibat dari gejala *musculoskeletal*.

Sebagai contoh, adanya studi tentang kekuatan otot pria dan wanita dengan umur antara 20 tahun hingga 60 tahun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kekuatan otot optimal terjadi

pada usia 20 – 29 tahun. Apabila umur telah mencapai batas 60 tahun maka kekuatan otot akan mengalami penurunan hingga 20% (Tarwaka, 2015).

Penelitian ini sependapat dengan penelitian (Sari et al., 2017) dan (Asnel & Pratiwi, 2021) bahwa terdapat hubungan antara usia dengan dengan keluhan MSDs pada pekerja *Laundry* ditempat penelitian yang berbeda.

Berdasarkan pada hasil penelitian yang penulis temukan, dari 42 pekerja terdapat 22 pekerja yang berusia di atas 35 tahun dan terdapat 20 pekerja yang berusia 35 tahun kebawah. Dalam penelitian ini, bukan berarti pekerja yang berusia di atas 35 tahun tidak diperbolehkan untuk bekerja, tetapi pada usia tersebut keluhan akan meningkat seiring bertambahnya usia.

Terdapat kaitannya antar usia dengan keluhan *musculoskeletal disorders*, diharapkan kepada pekerja untuk lebih menjaga kesehatan dan kekuatan otot dengan cara rajin berolah raga, dan untuk pemilik usaha, sebaiknya perlu dilakukannya rotasi kerja pada pekerja yang memiliki umur berisiko. Rotasi kerja dapat dilakukan misalnya dengan memindahkan pekerja tersebut ke bagian yang lebih ringan seperti pada bagian pengepakan atau *finishing*.

Berdasarkan uji statistik pada Tabel 7. diperoleh $P\text{-value} = 0,271$ ($P\text{-value} > 0,05$) secara statistik bahwa aktivitas berulang tidak mempunyai pengaruh terhadap terjadinya dengan keluhan MSDs pada pekerja *Laundry*.

Kegiatan berulang ialah aktivitas yang dilaksanakan secara menerus seperti mencangkul, membelah kayu besar, mengangkat dan sebagainya. Rasa sakit timbul karena beban yang diterima terlalu berat, terus menerus, dan tidak diberikan kesempatan untuk merelaksasi.

Penelitian ini sependapat dengan (Mawadi & Rachmalia, 2016) bahwa gerakan reptitif tidak memiliki kaitan dengan dengan keluhan MSDs pada pekerja *Laundry* di Banda Aceh.

Menurut peneliti, agar pekerja tidak mengalami berbagai macam keluhan, sebaiknya pekerja melakukan peregangan otot saat bekerja untuk mengantisipasi terjadinya keluhan otot yang disebabkan oleh aktivitas berulang. Peregangan dapat mengurangi risiko keluhan toto tersebut dan hanya membutuhkan waktu 5-10 menit untuk melakukannya.

Berdasarkan uji statistik pada **Tabel 8.** dengan menggunakan uji *chi-square* diperoleh $P\text{-value} = 0,074$ ($P\text{-value} > 0,05$) secara statistik bahwa postur kerja tidak mempunyai pengaruh terhadap terjadinya keluhan MSDs pada pekerja *Laundry*.

Bekerja dalam postur tubuh yang tidak nyaman akan mengakibatkan tubuh mengalami penurunan kekuatan otot. Misalnya bekerja dengan posisi membungkuk dalam rentan waktu yang lama dan kepala mendongak keatas akan cepat merasakan lelah dan cenderung mengalami beberapa gangguan *musculoskeletal disorders* akibat kerja, seperti terjadinya nyeri punggung bawah, leher dan sebagainya.

Penelitian ini sependapat dengan penelitian (Fuadah et al., 2022) bahwa tidak terdapat hubungan antara postur tubuh dengan keluhan MSDs pada pekerja *Laundry* di Kelurahan Tembalang dengan $p\text{-value} 0,619$ ($p > 0,005$).

Sebaiknya pekerja dalam melakukan proses pekerjaan mampu membuat posisi tubuh senyaman mungkin dalam bekerja, seperti posisi badan yang tidak terlalu membungkuk dan leher tidak terlalu menunduk, dan untuk para pemilik usaha memberikan fasilitas yang memadai untuk para pekerja, seperti menyediakan kursi yang memiliki penyangga punggung khususnya untuk para pekerja pada proses penyetricaan.

Berdasarkan uji statistik pada **Tabel 9.** Diperoleh hasil $P\text{-value} = 0,509$ ($P\text{-value} > 0,05$) menandakan tidak adanya hubungan antara lama masa kerja dengan dengan keluhan MSDs

pada pekerja *Laundry*.

Penelitian ini sependapat dengan penelitian dari (Sari et al., 2017) bahwa masa kerja tidak mempunyai kaitan dengan timbulnya keluhan MSDs pada pekerja *Laundry* di Yogyakarta. Namun berbeda dengan penelitian dari (Asnel & Pratiwi, 2021) menjelaskan masa kerja memiliki kaitan dengan timbulnya keluhan MSDs pada pekerja *Laundry* di Kecamatan Tampan. Faktor pekerjaan juga memiliki pengaruh terhadap terjadinya keluhan *musculoskeletal* dan pekerja telah mencoba untuk beradaptasi dengan lingkungan kerja.

Untuk meminimalisir terjadinya keluhan *musculoskeletal* sebaiknya para pekerja sebelum bekerja melakukan aktivitas fisik ringan seperti melakukan senam untuk melemaskan otot-otot tubuh.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis hasil dan pembahasan dari penelitian yang dilakukan pada pekerja *Laundry* di Kota Jambi Tahun 2022 dapat disimpulkan bahwa sebanyak 11,9% responden mengalami keluhan *musculoskeletal* dengan kategori tinggi. Ada hubungan antara Usia terhadap keluhan MSDs pada Pekerja *Laundry*, sedangkan tidak ada hubungan antara Aktivitas Berulang, Postur Kerja, Masa Kerja terhadap keluhan *musculoskeletal Disorders* pada Pekerja *Laundry*.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Asnel, R., & Pratiwi, A. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keluhan Musculoskeletal Disorder Pada Pekerja Laundry. *Public Health and Safety International Journal*, 1(01), 53–61.
- [2] Aswi, B. (2009). *Bisnis Laundry Kiloan*. Jakarta: Penebar Plus+.
- [3] Fuadah, I. W., Ekawati, E., & Wahyuni, I. (2022). The Relationship Between Work Posture And Work Station Design In Drying Activities With Complaints Of Musculoskeletal Disorders In Laundry Workers In Tembalang Village. *Kesmas Indonesia*, 14(1), 59–74.
- [4] Harahap, P. S., & Rahma, D. (2021). Hubungan Aktivitas Berulang, Sikap Kerja Dan Lama Kerja Dengan Keluhan Kelelahan Otot Pekerja Getah Karet. *Public Health and Safety International Journal*, 1(01), 7–11.
- [5] Health And Safety Authority. (2015). Manual Handling Infographics. *Health And Safety Authority*.
- [6] ILO. (2013). *The Prevention Of Occupational Diseases*.
- [7] Iridiastadi, H., & Yassierli. (2014). *Ergonomi Suatu Pengantar (Pertama)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- [8] Kemenkes RI. (2016). *Kesehatan dan Keselamatan Kerja*.
- [9] KEMENKES RI. (2016). *Hidupkan Pos UKK Agar Pekerja Sektor Informal Tersentuh Layanan Kesehatan Kerja*. Kementerian Kesehatan Indonesia.
<https://www.kemkes.go.id/article/view/16110900002/hidupkan-pos-ukk-agar-pekerja-sektor-informal-tersentuh-layanan-kesehatan-kerja-.html>
- [10] Mawadi, Z., & Rachmalia, R. (2016). Factors Related to Musculoskeletal Disorders in Laundry Workers in Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Keperawatan*, 1(1).
- [11] Notoatmodjo. (2012). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineke Cipta.

-
- [12] Notoatmodjo, S. (2018). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- [13] Novita, Y. (2018). *Housekeeping Laundry*. CV. Mifan karwa Sekawan.
- [14] Sari, E. N., Handayani, L., & Saufi, A. (2017). The Relationship Between Age and Length of Service with Complaints of Musculoskeletal Disorders (MSDs) in Laundry Workers. *Jurnal Kedokteran Dan Kesehatan*, 13(2), 183–194.
- [15] Soedirman, & Suma'mur. (2014). *Kesehatan Kerja Dalam Perspektif Hiperkes & Keselamatan Kerja*. Jakarta: Erlangga.
- [16] Stanton, N., Hedge, A., Brookhuis, K., Salas, E., & Hendrick, H. (2005). *Handbook of Human Factors and Ergonomics Methods*. [https://ftp.idu.ac.id/wp-content/uploads/ebook/ip/BUKU ERGONOMI/BUKU INGGRIS/HumanFactors.pdf](https://ftp.idu.ac.id/wp-content/uploads/ebook/ip/BUKU%20ERGONOMI/BUKU%20INGGRIS/HumanFactors.pdf)
- [17] Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [18] Tampubolon, J. S., Adiatmika, I. P. G., Dokter, P., Kedokteran, F., & Udayana, U. (2014). Musculoskeletal complaints on laundry workers in South Denpasar Subdistrict, Bali. *E-Jurnal Medika Udayana*, 3(5), 592–601.
- [19] Tarwaka. (2004). *Ergonomics for Safety, Occupational Health and Productivity*. Surakarta: UNIBA Press.
- [20] Tarwaka. (2015). *Industrial Ergonomics Basics Of Ergonomics Knowledge And Applications In The Workplace*. Surakarta: Harapan Offset.
- [21] Ulfah, N., Harwanti, S., & Nurcahyo, P. J. (2014). Work attitudes and risk of musculoskeletal disorders in laundry workers. *Kesmas: Jurnal Kesehatan Masyarakat Nasional (National Public Health Journal)*, 330–336.
- [22] Wahyuningsih, H. puji, & KusmiyatiYuni. (2017). *Anatomi Fisiologi*.
- [23] WHO. (2021). No Title. *Musculoskeletal Conditions*. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/musculoskeletal-conditions>
- [24] Yuslistyari, E. I., & Adhadin, A. (2018). Perbaikan Postur Kerja Operator Pengelasan dengan Metode Quick Exposure Check (QEC). *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya*, (1), 17–22.

2534

JCI

Jurnal Cakrawala Ilmiah

Vol.2, No.6, Februari 2023

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN

PRINSIP KEJUJURAN DALAM JUAL BELI MENURUT PERSPEKTIF AL-QUR'AN

Oleh:

Citra Andanari. M¹, Achmad Abubakar², Halimah Basri³

^{1,2,3}Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

Email: 1andanaric5@gmail.com

Article History:

Received: 28-12-2022

Revised: 24-01-2023

Accepted: 01-02-2023

Keywords:

Kejujuran, Jual Beli,
Perspektif Al-Qur'an

Abstract: *Konsep perdagangan dalam islam harus dilandasi oleh nilai-nilai dan etika yang bersumber dari nilai-nilai dasar agama yang menjunjung tinggi kejujuran dan keadilan. Nabi telah meletakkan prinsip dasar bagaimana pelaksanaan perdagangan yang adil dan jujur. Prinsip dasar yang digariskan oleh Nabi berkaitan dengan mekanisme pasar dalam perdagangan, dimana kedua belah pihak dapat menjual dan membeli barang secara langsung sehingga tidak ada campur tangan dan campur tangan pihak lain dalam menentukan harga barang. Dengan kejujuran diharapkan usaha dagang seorang muslim akan semakin maju dan berkembang, karena akan diridhoi Allah di dunia dan di akhirat.*

PENDAHULUAN

Sifat kejujuran merupakan kunci utama dalam berbaaur dengan masyarakat. Semua orang menginginkan sifat jujur dalam dirinya, walaupun ia sering melakukan suatu hal yang tidak jujur. Kata jujur sendiri adalah sebuah ungkapan yang sering kali kita dengar dan menjadi pembicaraan. Akan tetapi bisa jadi pembicaraan tersebut hanya mencakup sisi luarnya saja dan belum menyentuh pembahasan inti dari makna jujur itu sendiri. Kejujuran merupakan hal yang berkaitan dengan banyak masalah keislaman, baik itu akidah akhlak ataupun muamalah, dimana yang terakhir ini memiliki banyak cabang, seperti masalah jual beli, utang piutang, dan sebagainya.

Dalam pandangan islam, perdagangan merupakan aspek kehidupan yang dikelompokkan kedalam masalah muamalah, yakni masalah yang berkenaan dengan hubungan yang bersifat horizontal dalam kehidupan manusia. Pada prinsipnya perdagangan merupakan suatu bentuk usaha yang dibolehkan menurut ajaran Islam. Meskipun demikian, sektor ini mendapatkan penekanan khusus dalam ekonomi Islam, karena keterkaitannya secara langsung dengan sektor riil. Dalam Islam, kegiatan perdagangan itu haruslah mengikuti kaidah-kaidah dan ketentuan yang telah ditetapkan oleh Allah SWT. Aktivitas perdagangan yang dilakukan sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang digariskan oleh agama mempunyai nilai ibadah. Dengan demikian, selain mendapatkan keuntungan-keuntungan material guna memenuhi kebutuhan ekonomi, seseorang tersebut sekaligus dapat mendekatkan diri kepada Allah SWT.

Perdagangan yang dilakukan atas dasar prinsip kejujuran, yaitu yang didasarkan pada sistem nilai yang bersumber dari agama Islam dan aspek spiritual yang senantiasa melekat pada praktek-praktek pelaksanaannya, maka usaha perdagangan yang terjadi akan mendatangkan keuntungan kepada semua pihak yang terlibat. Akan tetapi perdagangan yang

dilakukan dengan cara yang tidak jujur, dimana mengandung unsur penipuan (*gharar*), maka akan ada pihak yang dirugikan, dan praktek-praktek lain yang sejenis jelas merupakan hal-hal yang dilarang dalam Islam.

Dalam bahasa Arab, jujur merupakan terjemahan dari kata *shiddiq* yang artinya benar, dapat dipercaya. Dengan kata lain, jujur adalah perkataan dan perbuatan sesuai dengan kebenaran. Jujur adalah lawan kata dari *kidzb* (bohong atau dusta). Dengan demikian, jujur berarti keselarasan antara berita dengan kenyataan yang ada. Jadi, kalau suatu berita sesuai dengan keadaan yang ada, maka dikatakan benar atau jujur, tetapi kalau tidak, maka dikatakan dusta. Sifat jujur merupakan sifat para nabi dan rasul yang diturunkan oleh Allah SWT dengan membawa cahaya penerang bagi umat di zamannya masing-masing. Nabi dan rasul datang dengan metode (syariah) yang bermacam-macam, tetapi sama-sama menjunjung tinggi nilai-nilai kejujuran.

Kejujuran tidak hanya pada ucapan, tetapi juga pada perbuatan. Sebagaimana seorang yang melakukan suatu perbuatan, tentu sesuai dengan yang ada pada batinnya. Seseorang yang berbuat riya' tidaklah dikatakan sebagai orang yang jujur karena dia telah menampakkan sesuatu yang berbeda dengan apa yang dia sembunyikan (di dalam batinnya). Begitu pula orang munafik tidaklah dikatakan sebagai seorang yang jujur karena dia menampakkan dirinya sebagai seorang yang bertauhid, padahal sebaliknya. Jelasnya, kejujuran merupakan sifat seorang yang beriman, sedangkan lawannya dusta, merupakan sifat orang yang munafik.

Setiap kegiatan umat Islam dalam kehidupan, baik secara vertikal maupun horizontal, telah diatur dengan ketentuan-ketentuan agar sesuai dengan yang diperintahkan oleh Allah. Hal yang mendasari setiap perbuatan itu dilandaskan pada sumber-sumber hukum yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits. Dengan demikian perdagangan dalam Islam juga berdasar dari landasan hukum tersebut. Al-Qur'an memberi motivasi untuk berbisnis pada ayat berikut:

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ إِذَا أَفَضْتُمْ مِّنْ عَرَفَاتٍ فَاذْكُرُوا اللَّهَ عِنْدَ الْمَشْعَرِ الْحَرَامِ وَاذْكُرُوهُ كَمَا هَدَيْتُمْ وَإِنْ كُنْتُمْ مِّنْ قَبْلِهِ لَمَنِ الضَّالِّينَ

Terjemahan:

Bukanlah suatu dosa bagimu mencari karunia dari Tuhanmu (pada musim haji). Apabila kamu bertolak dari Arafah, berzikirlah kepada Allah di Masyarilharam. Berzikirlah kepada-Nya karena Dia telah memberi petunjuk kepadamu meskipun sebelumnya kamu benar-benar termasuk orang-orang yang sesat. (QS. Al-Baqarah/2: 198).

Yang dimaksud dengan Masyarilharam adalah bukit Quzah di Muzdalifah. Akan tetapi, telah disepakati bahwa Muzdalifah secara keseluruhan dapat digunakan sebagai tempat mabit.

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Terjemahan:

Apabila salat (Jumat) telah dilaksanakan, bertebaranlah kamu di bumi, carilah karunia

Allah, dan ingatlah Allah sebanyak-banyaknya agar kamu beruntung. (QS. Al-Jumu'ah/62: 10).

Dalam melakukan transaksi perdagangan, Allah memerintahkan agar manusia melakukan dengan jujur dan adil. Tata tertib perniagaan ini dijelaskan oleh Allah SWT seperti tercantum dalam QS. Syu'ara/26: 181-183, QS. Huud/11: 84-85, demikian pula dengan QS. Al-An'am/6: 152, yang mengatur tentang takaran dan timbangan perniagaan. QS. Syu'ara/26: 181-183 yang berbunyi:

﴿أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ۚ وَزِنُوا بِالْقِسْطِاسِ الْمُسْتَقِيمِ ۚ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ۚ﴾

Terjemahan:

181. Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan orang lain. 182. Timbanglah dengan timbangan yang benar. 183. Janganlah kamu merugikan manusia dengan mengurangi hak-haknya dan janganlah membuat kerusakan di bumi. (QS. Syu'ara/26: 181-183).

QS. Huud/11: 84-85 yang berbunyi:

﴿وَالِى مَدْيَنَ أَخَاهُمْ شُعَيْبًا ۗ قَالَ يَاقَوْمِ اعْبُدُوا اللَّهَ مَا لَكُمْ مِنْ إِلَهٍ غَيْرُهُ ۗ وَلَا تَنْقُصُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ ۗ إِنِّى أَرَأَيْكُمْ بِخَيْرٍ وَإِنِّى أَخَافُ عَلَيْكُمْ عَذَابَ يَوْمٍ مُّحِيطٍ وَيَقَوْمِ أَوْفُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ ۗ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ۗ﴾

Terjemahan:

84. Kepada (penduduk) Madyan (Kami utus) saudara mereka, Syu'aib. Dia berkata, "Wahai kaumku, sembahlah Allah! Tidak ada tuhan bagimu selain Dia. Janganlah kamu kurangi takaran dan timbangan! Sesungguhnya Aku melihat kamu dalam keadaan yang baik (makmur). Sesungguhnya aku khawatir kamu akan ditimpa azab pada hari yang meliputi (dan membinasakanmu, yaitu hari Kiamat). 85. Wahai kaumku, penuhilah takaran dan timbangan dengan adil! Janganlah kamu merugikan manusia akan hak-hak mereka dan janganlah kamu membuat kejahatan di bumi dengan menjadi perusak! (QS. Huud/11: 84-85).

QS. Al-An'am/6: 152 yang berbunyi:

﴿وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ ۗ وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ ۗ لَا نُكَلِّفُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا ۗ وَإِذَا قُلْتُمْ فَاعْدِلُوا ۗ وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ ۗ وَبِعَهْدِ اللَّهِ أَوْفُوا ۗ ذَلِكُمْ وَصَّيْنَاكُمْ بِهِ لَعَلَّكُمْ تَتَذَكَّرُونَ ۗ﴾

Terjemahan:

Janganlah kamu mendekati (menggunakan) harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih bermanfaat, sampai dia mencapai (usia) dewasa. Sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak membebani seseorang melainkan menurut kesanggupannya. Apabila kamu berbicara, lakukanlah secara adil sekalipun dia kerabat(-mu). Penuhilah pula janji Allah. Demikian itu Dia perintahkan kepadamu agar kamu mengambil pelajaran. (QS. Al-An'am/6: 152).

Al-Qur'an memerintahkan manusia untuk jujur, ikhlas dan benar dalam semua perjalanan hidupnya, dan ini sangat dituntut dalam bidang bisnis syariah. Jika penipuan dan tipu daya dikutuk dan dilarang, maka kejujuran tidak hanya diperintahkan, tetapi dinyatakan

sebagai keharusan yang mutlak. Sikap jujur akan terlihat dalam kemampuan dalam menjalankan Amanah-amanah yang diberikan. Orang yang jujur sudah pasti Amanah dalam setiap kepercayaan yang diberikan kepadanya. Ketidakjujuran adalah bentuk kecurangan yang paling jelek. Orang yang tidak jujur akan selalu berusaha melakukan penipuan kepada orang lain, kapanpun dan dimanapun kesempatan itu terbuka bagi dirinya. Al-Qur'an dengan tegas melarang ketidakjujuran itu. Hal tersebut bisa dilihat dalam firman Allah SWT. QS. Al-Anfal/8: 27 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمْنَتِكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Terjemahan:

Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul serta janganlah kamu mengkhianati amanat yang dipercayakan kepadamu, sedangkan kamu mengetahui. (QS. Al-Anfal/8: 27).

Selain benar dan memegang amanat, seorang pedagang harus berlaku jujur, dilandasi keinginan agar orang lain mendapatkan kebaikan dan kebahagiaan sebagaimana ia menginginkannya dengan cara menjelaskan cacat barang dagangan yang dia ketahui dan tidak terlihat oleh pembeli.

Pada bagian ini penulis akan menjelaskan satu sisi dari Nabi Muhammad SAW, yaitu beliau sebagai seorang pedagang. Muhammad memberikan contoh yang sangat baik dalam setiap transaksi bisnisnya. Beliau melakukan transaksi-transaksi secara jujur, adil, dan tidak pernah membuat pelanggannya kecewa. Beliau selalu menepati janji dan mengantarkan barang dagangannya dengan standar kualitas sesuai dengan permintaan pelanggan. Reputasinya sebagai pedagang yang jujur telah tertanam dengan baik sejak muda. Lebih dari itu, Muhammad juga meletakkan prinsip-prinsip dasar dalam melakukan transaksi dagang secara adil.

Rahasia keberhasilan dalam perdagangan adalah sikap jujur dan adil dalam mengadakan hubungan dagang dengan para pelanggan. Dengan berpegang teguh pada prinsip ini, Muhammad telah memberi teladan cara terbaik untuk menjadi pedagang yang berhasil. Ucapan-ucapan Muhammad berikut ini telah menjadi kaidah yang sangat berharga bagi para pedagang yang menjunjung tinggi profesionalisme dan kejujuran:

“Berusaha untuk mendapatkan penghasilan halal merupakan sebuah kewajiban, di samping tugas-tugas lain yang diwajibkan.” (HR Al-Baihaqi).

“Muslim itu adalah saudara muslim. Tidak boleh bagi seorang muslim, apabila ia berdagang dengan saudaranya dan menemukan cacat, kecuali diterangkannya”. (HR Thabrani dan Ahmad).

“Pedagang yang jujur dan dapat dipercaya termasuk dalam golongan para nabi, orang-orang yang benar-benar tulus, dan para syuhada.” (HR Al-Tirmidzi, Al-Darimi, Al-Daruqutni).

“Allah memberikan rahmat-Nya pada setiap orang yang bersikap baik ketika menjual, membeli, dan membuat suatu pernyataan.” (HR. Al-Bukhari).

Kejujuran merupakan faktor penyebab keberkahan bagi pedagang dan pembeli, sebagaimana tersebut dalam hadistberikut:

“Penjual dan pembeli boleh melakukan khiyar, apabila keduanya jujur dan menjelaskan cacat barangnya niscaya Allah akan menurunkan keberkahan, tetapi apabila keduanya saling berbohong dan menyembunyikan cacat barangnya niscaya Allah akan mencabut keberkahan dari transaksi perdagangannya.”

Pedagang yang tidak jujur, selain mendapat celaan dari Allah dan Rasul-Nya. Abu Hurairah meriwayatkan sebuah hadist tentang inspeksi pasar yang dilakukan oleh Rasulullah sebagai berikut:

“Pada suatu hari Rasulullah berjalan di pasar dan mendapati setumpuk makanan (kurma), kemudian beliau memasukkan tangan ke dalam tumpukan kurma tersebut dan beliau mendapati ada yang basah. Beliau bertanya kepada pedagang, mengapa ini? Pedagang menjawab: terkena hujan ya Rasulullah. Beliau mengatakan mengapa tidak engkau letakkan yang basah itu di atas agar orang dapat melihatnya? Barang siapa menipu bukan golonganku.”

Hadist di atas mengisahkan bahwa Rasulullah pada suatu hari berjalan ke pasar, kemudian beliau melihat pedagang menjual setumpuk kurma yang bagus. Rasulullah tertarik dengan kurma tersebut, tetapi ketika beliau memasukkan tangan ke dalam tumpukan kurma itu ternyata di bagian bawahnya terdapat kurma yang busuk, kemudian Rasulullah menanyakan kepada pedagang mengapa kurma yang dibawahnya basah. Pedagang menjawab bahwa kurma yang basah tersebut karena hujan. Kemudian Rasulullah bertanya lagi mengapa kurma yang basah tersebut tidak diletakkan di atas supaya orang bisa melihatnya. Rasulullah menyatakan bahwa orang yang menipu dalam berdagang bukan dari golongan kami. Perkataan “bukan dari golongan kami” menunjukkan bahwa menipu (curang) adalah dosa besar. Hadist ini mencakup seluruh sifat curang, seperti curang dalam sewa-menyewa, dalam menjalin kerja sama, dan dalam berdagang.

Berdasarkan ayat-ayat dan hadist-hadist tersebut menunjukkan bahwa transaksi perdagangan merupakan instrument penting dalam kehidupan seorang muslim, sehingga kejujuran dalam transaksi menjadi jaminan apakah seseorang itu termasuk Muslim sejati atau tidak. Diantara bentuk kasih sayang Allah kepada manusia adalah dikaitkan-Nya kebutuhan dan seluruh kemaslahatan manusia dengan sesuatu yang tidak secara langsung dapat digunakan untuk mempertahankan hidupnya seperti emas, perak, dan uang. Atau dengan kata lain, manusia hanya dapat hidup apabila ditunjang oleh makanan, minuman, dan pakaian, bukan oleh emas, perak, dan uang itu sendiri. Seorang pembeli membeli sesuatu yang dapat mempertahankan kehidupannya seperti makanan, minuman, dan pakaian dengan menukar sesuatu yang tidak berkaitan langsung dengan kehidupannya. Sedangkan penjual menyerahkan sesuatu yang dapat mempertahankan kehidupan pembeli dan mengambil sesuatu yang tidak berkaitan langsung dengan kehidupannya yaitu emas, perak, dan uang. Dengan demikian, semakin banyak pembeli semakin banyak pula keuntungan yang didapatkan oleh pedagang. Untuk mendapatkan keuntungan yang diberkahi, maka kejujuran merupakan keniscayaan bagi pedagang.

Prinsip-prinsip Etika Bisnis Dalam Islam

Menurut Muhammad (2004:21), dalam etika bisnis Islam ada beberapa prinsip yang harus diperhatikan oleh setiap orang dalam menjalankan bisnis, yaitu:

1. *Unity* (Kesatuan/keesaan)

Unity merupakan refleksi konsep tauhid yang memadukan seluruh aspek kehidupan baik ekonomi, sosial, politik budaya menjadi keseluruhan yang *homogeny*, konsisten dan teratur. Adanya dimensi vertikal (manusia dengan penciptanya) dan horizontal (sesame manusia). Prakteknya dalam bisnis berguna untuk:

- a. Terciptanya hubungan yang harmonis, saling ridha, tidak ada unsur eksploitasi;
- b. Taat kepada Allah SWT, dan Rasul-Nya;
- c. Meninggalkan perbuatan yang tidak beretika dan mendorong setiap individu untuk bersikap amanah karena kekayaan yang ada merupakan amanah dari Allah SWT.

2. *Equilibrium* (Keseimbangan)

Keseimbangan, kebersamaan, dan kemoderatan merupakan bisnis etis yang harus diterapkan dalam aktivitas maupun entitas bisnis. Prakteknya dalam bisnis:

- a. Tidak melakukan kecurangan seperti dalam takaran dan timbangan;
- b. Penentuan harga berdasarkan mekanisme pasar yang normal.

3. *Free Will* (Kebebasan Berkehendak)

Kebebasan disini dalam artian bebas memilih atau bertindak sesuai etika atau sebaliknya. Sebagaimana dalam surah Al-Kahfi (18) :29 sebagai berikut:

وَقُلِ الْحَقُّ مِنْ رَبِّكُمْ فَمَنْ شَاءَ فَلْيُؤْمِنْ وَمَنْ شَاءَ فَلْيُكْفُرْ إِنَّا أَعْتَدْنَا لِلظَّالِمِينَ نَارًا أَحَاطَ بِهِمْ سُرَادِقُهَا وَإِنْ يَسْتَعِينُوا يَأْتُوا بِمَاءٍ كَالْمُهْلِ يَشْوِي الْوُجُوهَ بِئْسَ الشَّرَابُ وَسَاءَتْ مُرْتَفَقًا

Terjemahnya:

Katakanlah (Nabi Muhammad), “Kebenaran itu datangnya dari Tuhanmu. Maka, siapa yang menghendaki (beriman), hendaklah dia beriman dan siapa yang menghendaki (kufur), biarlah dia kufur.” Sesungguhnya Kami telah menyediakan neraka bagi orang-orang zalim yang gejolaknya mengepung mereka. Jika mereka meminta pertolongan (dengan meminta minum), mereka akan diberi air seperti (cairan) besi yang mendidih yang menghanguskan wajah. (Itulah) seburuk-buruk minuman dan tempat istirahat yang paling jelek.

Maka seorang muslim harus menyerahkan kehendaknya kepada Allah dan memilih jalan yang baik yang mendatangkan keridhaan Allah kepadanya. Aplikasinya dalam bisnis:

- a. Konsep kebebasan lebih mengarah kepada kerjasama, bukan persaingan apalagi sampai mematikan usaha satu sama lain. Kalaupun ada persaingan dalam usaha, maka persaingan itu dalam berbuat kebaikan atau *fastabiq al-khairat* (berlomba-lomba dalam kebaikan);
 - b. Menepati kontrak, baik kontrak kerjasama bisnis maupun kontrak kerja dengan pekerja.
4. *Responsibility* (tanggung jawab)

Hal ini merupakan bentuk pertanggungjawaban atas setiap tindakan. Prinsip

pertanggungjawaban menurut Sayid Quthb adalah tanggung jawab yang seimbang dalam segala bentuk dan ruang lingkungannya, antara jiwa dan raga, antara orang dan keluarga, antara individu dan masyarakat satu dengan masyarakat lainnya.

Aplikasinya dalam bisnis:

- a. Upah harus disesuaikan dengan UMR (upah minimum regional);
- b. *Economic return* bagi pemberi pinjaman modal harus dihitung berdasarkan perolehan keuntungan yang tidak dapat dipastikan jumlahnya dan tidak bisa ditetapkan terlebih dahulu seperti *gharar*, sistem *ijon*, dan sebagainya.

5. *Benevolence* (Kebenaran)

Kebenaran disini meliputi kebijakan dan kejujuran. Kebenaran adalah bagian dari niat, sikap, dan perilaku benar dalam melakukan berbagai proses baik itu proses transaksi, proses memperoleh komoditas, proses pengembangan produk maupun proses perolehan keuntungan. Aplikasinya dalam bisnis menurut Al-Ghazali:

- a. Memberikan ZIS (zakat, infaq, dan sedekah);
- b. Memberikan kelonggaran waktu pada pihak terhutang dan jika memungkinkan mengurangi beban hutangnya;
- c. Menerima pengembalian barang yang telah dibeli sesuai dengan syarat dan ketentuan yang sebelumnya ditetapkan;
- d. Membayar hutang sebelum penagihan datang;
- e. Sikap kerelaan antara kedua belah pihak yang melakukan transaksi, kerjasama atau peranjain bisnis;
- f. Adanya sikap ramah, toleran, baik dalam menjual, membeli, dan menagih hutang;
- g. Jujur dalam setiap proses transaksi bisnis;
- h. Memenuhi perjanjian atau transaksi bisnis.

Prinsip Kejujuran Dalam Jual Beli Menurut Perspektif Al-Qur'an

Kejujuran merupakan tonggak dalam kehidupan masyarakat yang beradab. Setiap orang hendaknya dapat bersikap jujur karena kejujuran dapat mendatangkan ketentraman hati, menghilangkan rasa takut, dan mendatangkan keadilan. Islam menyatakan bahwa orang-orang yang beriman diperintahkan untuk menegakkan keadilan, menjadi saksi yang adil, dan tidak boleh menyuburkan kebencian sehingga berlaku diskriminatif. Hal ini menunjukkan bahwa orang yang dapat berkata jujur dan bertindak sesuai dengan kenyataan berarti dapat berbuat adil dan benar. Sedangkan orang yang tidak dapat dipercaya tutur katanya dan tidak menepati janji dapat dikategorikan sebagai pendusta. Dengan demikian, kejujuran harus dilandasi dengan kesadaran moral yang tinggi, pengakuan terhadap persamaan hak dan kewajiban, perasaan takut berbuat kesalahan dan dosa.

Berbagai faktor yang menyebabkan manusia tidak dapat berlaku jujur seperti faktor iri hati, lingkungan, sosial ekonomi, ingin populer, maupun faktor-faktor lainnya. Perilaku jujur dan tidak jujur, tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia sehari-hari. Terjadinya korupsi, penyalahgunaan kekuasaan, perselingkuhan, merupakan implementasi dari ketidakjujuran. Sifat-sifat kotor merupakan sifat umum yang dimiliki manusia ketika memasuki dunia bisnis. Mereka tidak terkait ruang dan waktu karena merupakan karakter mendasar manusia. Karena itu Islam memberikan jalan yang terbaik untuk menyelesaikannya yaitu dengan mengikuti pesan-pesan Nabi Muhammad saw, yakni sifat-sifat yang terpuji. Jika para pedagang menerapkan sifat terpuji maka hal ini menunjukkan

bahwa pedagang khususnya dan masyarakat pada umumnya telah siap membangun dirinya sendiri dalam segala bidang kehidupan seperti politik, ekonomi, hukum, kebudayaan, dan sebagainya.

Dalam hal ini, penulis akan menganalisis salah satu hadis di atas. Dimana Rasulullah saw dalam sebuah hadis menyatakan bahwa bagi pedagang seharusnya menunjukkan cacat barang yang dijualnya. Jika ia menyembunyikan cacat barang yang dijualnya maka ia dapat dikategorikan sebagai penipu, sedangkan penipuan itu diharamkan. Kondisi seperti inilah yang disaksikan oleh Rasulullah saw. Ketika suatu hari beliau menginspeksi pasar Madinah sebagaimana telah disebutkan sebelumnya.

Inspeksi yang dilakukan Rasulullah menunjukkan bahwa dalam transaksi diperlukan kerelaan antara pedagang dan pembeli, sehingga tidak ada pihak yang merasa dirugikan. Perbuatan menyembunyikan cacat pada barang dagangan sebenarnya tidak akan menambah rizki, bahkan justru menghilangkan keberkahan sebab harta yang dikumpulkan dengan penipuan sangat dimurkai oleh Allah.

Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa harta tidak akan bertambah karena tindak kecurangan, sebagaimana harta tidak akan berkurang karena disedekahkan. Bagi orang yang tidak mengenal pertambahan dan pengurangan harta kecuali melalui ukuran material niscaya sulit menerima paham tentang keberkahan rizki. Sedangkan orang yang meyakini adanya keberkahan rizki niscaya akan dengan mudah meninggalkan tindak kecurangan karena bisa menghilangkan keberkahan rizkinya. Oleh karena itu, tidak sepatutnya seorang pedagang bersikap kurang peduli dengan kualitas barang yang diperdagangkannya. Hal ini tentu saja dapat dikiasikan kepadapedagang sendiri, bagaimana apabila ditipu oleh pedagang Lain, tentu saja ia tidak mau menerimanya. Pemberitahuan cacat suatu barang, dengan demikian menjadi suatu keharusan bagi pedagang untuk menjaga kepercayaan pembeli demi kelangsungan usaha mereka sendiri.

Hal ini bisa dilakukan pedagang, apabila pada saat belanja ia selalu memilih barang yang berkualitas baik yang ia sendiri menyukai barang itu dan tidak berlebihan mengambil keuntungan. Kondisi seperti inilah yang menyebabkan Allah akan menurunkan keberkahan dalam perdagangan, tanpa harus melakukan penipuan. Penipuan sulit dihindari oleh para pedagang, karena pada umumnya mereka tidak mau mengambil sedikit keuntungan, sementara usaha untuk meraup keuntungan yang besar jarang yang terhindar dari penipuan.

Penegakan nilai-nilai moral dalam kehidupan perdagangan di pasar harus disadari secara personal oleh setiap pelaku pasar. Artinya, nilai-nilai moralitas merupakan nilai yang sudah tertanam dalam diri para pelaku pasar, karena ini merupakan refleksi dari keimanan kepada Allah. Dengan demikian, seseorang boleh saja berdagang dengan tujuan mencari keuntungan yang sebesar-besarnya, tetapi dalam Islam, bukan mencari keuntungan melainkan juga keberkahan. Keberkahan usaha merupakan kemantapan dari sebuah usaha, yaitu dengan memperoleh keuntungan yang wajar dan diridhai oleh Allah Swt. Untuk memperoleh keberkahan dalam jual-beli, Islam mengajarkan prinsip-prinsip moral sebagai berikut:

a. Menjual yang baik mutunya

Islam menganjurkan dalam jual beli agar menjual barang yang baik mutunya dan masih dapat dipergunakan, serta halal. Islam melarang menjual barang yang sudah rusak apalagi barang yang haram.

- b. Tidak menyembunyikan cacat barang
Salah satu sumber hilangnya keberkahan jual beli, jika seseorang menjual barang yang cacat lalu menyembunyikan cacatnya.
- c. Tidak melakukan sumpah palsu
Ada kebiasaan pedagang untuk meyakinkan pembelinya dengan jalan bermain sumpah agar dagangannya laris, namun hal ini sangat dilarang dalam Islam.
- d. Longgar dan murah hati
Sifat longgar dan bermurah hati ini merupakan sifat yang terpuji dan sangat dianjurkan dalam melakukan bisnis karena akan mempermudah dalam menambah konsumen dan menarik minat mereka.
- e. Tidak menyaingi penjual lain
Lazim dalam melakukan bisnis jika ada persaingan, namun persaingan bisnis ini jangan dijadikan ajang untuk saling menjatuhkan, namun sebaliknya harus dijadikan sebagai ajang untuk memperbaiki dan menambah kualitas produk ataupun jasanya ditawarkan.
- f. Mencatat hutang piutang
Dalam dunia bisnis lazim terjadi pinjam meminjam. Dalam hal ini Al-Qur'an memerintahkan pencatatan hutang piutang. Gunanya adalah untuk mengingatkan dan menjadi bukti kepada kedua belah pihak jika salah satu pihak lupa atau khilaf.
- g. Mengeluarkan zakat bila telah sampai nisab dan haulnya.
Islam menganjurkan kepada umatnya untuk mengeluarkan zakat apabila telah sampai nilai/masanya. Dalam hal ini yaitu menghitung dan mengeluarkan zakat barang dagangan/penghasilan bisnis setiap tahun sebanyak 2,5% sebagai salah satu cara untuk membersihkan harta yang diperoleh dari hasil usaha.

Prinsip-prinsip tersebut diajarkan Islam untuk diterapkan dalam kehidupan di dunia perdagangan agar dapat memperoleh keberkahan usaha. Keberkahan usaha meliputi keuntungan di dunia dan akhirat. Keuntungan di dunia berupa relasi yang baik dan menyenangkan, sedangkan keuntungan akhirat berupa nilai ibadah karena perdagangan yang dilakukan dengan jujur.

Praktek Ketidakjujuran Dalam Transaksi Jual Beli

Setiap anggota masyarakat selalu mendambakan adanya ketentraman dan keseimbangan dalam kehidupannya. Salah satu instrument yang dipandang dapat mewujudkan ketentraman itu adalah transaksi perdagangan yang dilakukan atas dasar kejujuran serta terhindar dari penipuan dan kecurangan seperti pengurangan ukuran, takaran, dan timbangan. Ketentraman dalam masyarakat tidak dapat diwujudkan apabila lingkungan, di mana masyarakat itu hidup dan beraktivitas, terdapat banyak pelanggaran terhadap hukum, baik hukum agama maupun hukum dan perundang-undangan positif yang berlaku. Bentuk pelanggaran hukum yang terjadi di tengah-tengah masyarakat di antaranya adalah kecurangan dalam transaksi perdagangan di pasar tradisional.

Perbedaan antara pasar tradisional dengan pasar modern terlihat dari cara transaksinya, pada pasar tradisional masih bisa dilakukan tawar-menawar, sedangkan di pasar modern tidak bisa dilakukan tawar-menawar. Pedagang yang berjualan di pasar

tradisional kebanyakan adalah wanita, cara berjualan mereka pun sangat sederhana tanpa menggunakan strategi marketing modern, seperti pemberian diskon, hadiah, apalagi pembayaran lewat transfer uang. Pedagang tradisional selalu mengatakan untungnya sedikit apabila ada pembeli yang menawar dagangannya dengan harga murah. Hal seperti itu tidak mungkin dijumpai di supermarket atau mall.

Beberapa kecurangan dalam transaksi perdagangan terjadi dalam pasar. Kecurangan-kecurangan dalam transaksi perdagangan itu dapat dilihat dari fenomena berikut ini:

1. Kecurangan dibidang berat timbangan seperti penjualan gula dengan berat 1kg, padahal berat sebenarnya adalah 800 atau 900 gram.
2. Kecurangan dibidang ukuran seperti penjualan kain sepanjang 1 meter yang ternyata hanya 90 cm.
3. Ada diantara pedagang yang memiliki dua timbangan atau lebih. Satu timbangan yang benar dipakai untuk kulakan, sedangkan yang satu timbangan yang tidak benar dipakai saat menjaul.

Kecurangan-kecurangan tersebut semakin terlihat ketika menjelang hari raya yang biasanya jual-beli kebutuhan bahan pangan dan perhiasan meningkat tajam. Kecurangan dalam transaksi perdagangan semestinya tidak terjadi karena dilarang dalam Islam. Fenomena tersebut menggambarkan telah terjadi pelanggaran terhadap nilai-nilai dan hukum agama Islam yang sudah sangat tegas melarang dan mencela segala bentuk kecurangan dalam transaksi jual-beli. Selain pelanggaran terhadap nilai-nilai agama juga terjadi pelanggaran terhadap hukum perundangundangan Negara Republik Indonesia. Menurut UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 8 ayat 1a dan b dinyatakan bahwa pelaku usaha dilarang memproduksi dan memperdagangkan barang dagangan yang tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih, atau netto, tidak sesuai dengan ukuran, takaran, dan timbangan menurut ukuran yang sebenarnya.

Untuk menangkal kecurangan pedagang, perlu dilakukan tera ulang timbangan guna memberikan perlindungan ke konsumen (masyarakat) atas praktik kecurangan pedagang. Dalam kegiatan tera, pedagang bisa mengecek akurasi timbangan apabila merasa timbangannya kelebihan takaran. Tera ukuran, timbangan, takaran, dan perlengkapannya dilakukan untuk menjamin kepastian agar pedagang dan masyarakat sama-sama tidak dirugikan, sehingga transaksi dapat berjalan normal dan adil.

Allah SWT telah menyatakan dalam Al-Qur'an bahwa orang-orang yang melakukan kecurangan dalam menakar dan menimbang akan mendapatkan kebinasaan karena dianggap sebagai orang yang melupakan hari pembalasan, karena pada saat itu semua manusia menghadap Allah untuk mempertanggungjawabkan setiap perbuatannya.

PENUTUP

Dari pemaparan di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwasanya Islam mengharamkan segala bentuk penipuan, baik dalam masalah jual-beli, maupun dalam mu'amalah lainnya. Seorang muslim dituntut untuk berlaku jujur dalam seluruh urusannya sebab keikhlasan dalam beragama, nilainya lebih tinggi daripada seluruh usaha duniawi. Islam menjelaskan bahwa kejujuran selalu berdiri tegak di atas prinsip kebenaran akan mendatangkan keberkahan. Kejujuran sangat penting bagi pengusaha muslim untuk meningkatkan keuntungan dan mendorong meningkatkan kualitas produk dan pelayanan

penjualan. Kejujuran akan membawa ketenangan dan ketentraman, sebaliknya ketidakjujuran akan mengundang keraguraguan dan kesialan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Al-Bukhari, *Sahih al-Bukhari*, Riyadh: Ri'asat Idarat al-Buhuts al- 'Ilmiyyah wa al-Ifta'wa al-Da'wah wa al-Irshad, t.t.
- [2] Al-Nawawi, *Sahih Muslim bi Sharh al-Nawawi*, Juz II (Mesir: Maktabat'Ali Shubayh, t.t).
- [3] Asnawi, Haris Faulidi. *Transaksi Bisnis E-Commerce Perspektif Islam*, Yogyakarta: Magistra Insania Press bekerjasama dengan MSI UII, 2004.
- [4] Harahap, Sofyan S, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*, Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- [5] Kartajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula. *Syariah Marketing*. Bandung:PT Mizan Pustaka, 2008.
- [6] Mujahidin, Akhmad. *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007.
- [7] Qardhawi, Yusuf. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, penerjemah Zainal Arifin, Dahlia Husin. Jakarta: Gema Insani Press, 2001.
- [8] Salam, Burhanuddin. *Etika Sosial Asas Moral dalam Kehidupan Manusia*, Jakarta: Rineka Cipta, 1997.
- [9] Syawali, Husni dan Neni Sri Imaniyati. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Bandung: Sinar Maju, 2000.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN

ANALISIS CAR, NPF, BOPO DAN FDR TERHADAP PROFITABILITAS PADA BANK SYARIAH DI INDONESIA:
SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW

Oleh

Ahmad Afwan Alwi¹, Novianda Zulti², ElyantiRosmanidar³, Usdeldy⁴

^{1,2}Magister Ekonomi Syariah, Pasca Sarjana Universitas Sultan Thaha Syaifudin Jambi

Email: ¹afwanalwi@gmail.com, ²noviandazulti1993@gmail.com

Article History:

Received: 27-12-2023

Revised: 25-01-2023

Accepted: 01-02-2023

Keywords:

CAR, NPF, BOPO, FDR,
Profitability, Systematic
Literature Review.

Abstract: *This study has the objective of conducting a Systematic Literature Review (SLR) on Capital Adequacy Ratio (CAR), Non Performing Finance (NPF), Operating Costs and Operating Income (BOPO), and Financing Deposit To Ratio (FDR) on Profitability at Bank Syariah Indonesia in 2017- 2022[A1]. This review uses data collection methods from journals related to CAR, NPF, BOPO and to the Profitability of Bank Syariah Indonesia. The results of the research question (RQ: 1) on the method that is often used to conduct research related to the influence of CAR, NPF, BOPO and FDR on Profitability in Islamic Banks in Indonesia, the results obtained are the paper category based on the data collection technique using secondary data collection techniques in the form of Annual Report on Islamic banks through the official website as well as data in OJK (Financial Services Authority) publications. Furthermore, the results of the research question (RQ: 2), namely the journal that has the most significant effect of financial ratios on the profitability of Islamic Banks, there are 12 journals that analyze that every year there are journals that discuss this matter, even the most in 2022 are several journals with a quantitative approach. The results for the research question (RQ: 3) are about the factors that influence financial ratios on profitability, the results obtained are paper categories based on factors that affect profitability. That the greater the CAR value, the higher the NPF level, the lower the costs incurred and the amount of income or BOPO and the suitability of raising funds and distributing financing or FDR has an effect on the Profitability of Islamic Banks in Indonesia based on research in these papers.*

PENDAHULUAN

Dunia perbankan syariah di Indonesia memasuki masa persaingan yang sangat kompetitif, hal ini disebabkan banyaknya bank syariah yang beroperasi di Indonesia. Perkembangan perbankan syariah yang sangat pesat serta tingkat kompleksitas usaha perbankan yang tinggi dapat berpengaruh terhadap kinerja keuangan suatu bank. Berdasarkan Surat Edaran Bank Indonesia No. SE. 23/21/BPPP disebutkan bahwa kinerja lembaga keuangan adalah

mengenai permodalan, kualitas aktiva produktif, aspek manajemen, rentabilitas, dan likuiditas. Laporan keuangan bank dapat dijadikan ukuran kinerja suatu bank dengan melakukan analisis laporan keuangan.

Analisis kinerja keuangan bank dimulai dengan me-review data laporan keuangan, menghitung, membandingkan atau mengukur, menginterpretasikan dan memberi solusi. Perhitungan yang dilakukan untuk menganalisis kinerja keuangan bank dapat dilakukan dengan menggunakan berbagai teknik analisis, diantaranya adalah dengan menggunakan teknik analisis rasio. Analisis rasio merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui hubungan pos-pos yang ada dalam suatu laporan keuangan atau pos pos antara laporan keuangan neraca dan laporan laba rugi (Kasmir, 2012:72).

Tabel 1 Kondisi Rasio Keuangan CAR, NPF, BOPO dan FDR pada Bank Umum Syariah 2016-2020

<i>Tahun</i>	<i>ROA</i>	<i>CAR</i>	<i>NPF</i>	<i>BOPO</i>	<i>FDR</i>
<i>2016</i>	0.63%	16.63%	4.42%	96.22%	85.99%
<i>2017</i>	0.63%	17.91%	4.76%	94.91%	79.61%
<i>2018</i>	1.28%	20.39%	3.26%	89.18%	78.53%
<i>2019</i>	1.73%	20.59%	3.23%	84.45%	77.91%
<i>2020</i>	1.40%	21.64%	3.13%	85.55%	76.36%

Sumber : Statistik Perbankan Syariah 2020, Data Diolah

Dilihat dari tabel 1.1, tampak bahwa rasio-rasio keuangan dari tahun ketahun mengalami perubahan dan terdapat penyimpangan dengan teori yang menyatakan hubungan CAR, NPF, BOPO dan FDR terhadap ROA. Pada tahun 2016 ke 2019 ketika ROA naik 0.63% menjadi 1.73%, kondisi yang sama terjadi pada rasio CAR yang juga mengalami peningkatan sebesar 16.63% menjadi 20,59 %. Pada kondisi lain , NPF dan BOPO mengalami penurunan, dimana kredit macet menurun dari 4,42 % menjadi 3,13% dan biaya yang dikeluarkan menurun dari 96,22 % menjadi 84,45%. Namun sebaliknya walaupun FDR mengalami penurunan dari 85,99 % menjadi 77,91 % namun profitabilitas tetap meningkat.

Fenomena yang menarik adalah ketika tahun 2019 ke 2020 ketika ROA turun 1.73% dan 1.40% sejalan dengan rasio CAR yang mengalami kenaikan dari 20,59% menjadi 21,64% artinya ada peningkatan dana , sementara itu NPF mengalami penurunan artinya berkurangnya kredit macet dari 3,23 % menjadi 3,13 %. ROA yang mengalami penurunan sejalan dengan BOPO mengalami kenaikan pada tahun 2019-2020 dan penurunan porsi dana yang disalurkan ke nasabah karena rasio FDR mengalami penurunan dari 77,91 % menjadi 76,36 %. Besar kecilnya laba perusahaan dapat diketahui melalui analisa laporan keuangan perusahaan dengan rasio profitabilitas. Atas fenomena ini perlu diadakannya review terhadap penelitian-penelitian yang ada terkait hubungan kinerja rasio keuangan terhadap kinerja keuangan Bank Syariah di Indonesia. Rasio keuangan yang menjadi perhatian dalam penelitian ialah CAR, NPF, BOPO dan FDR.

Tahun 2016-2020 adalah sebuah periode dimana tahun tersebut Bank Umum Syariah mengalami profitabilitas dan dalam periode tersebut juga Bank Umum Syariah mengalami peningkatan pendapatan tercermin pada ROA, peningkatan modal tercermin pada CAR, karena semakin tinggi CAR maka semakin baik kemampuan bank tersebut untuk menanggung risiko dari setiap pembiayaan/aktiva produktif yang berisiko. Penurunan angka pembiayaan bermasalah atau macet tergambar pada NPF, serta penurunan biaya dan peningkatan pendapatan tergambar pada BOPO. Maka dari itu, akan dilakukan penelitian ingin melihat pengaruh serta menganalisis rasio keuangan CAR, NPF, BOPO dan FDR pada Profitabilitas Bank Umum Syariah.

LANDASAN TEORI

Rasio Keuangan

Ada beberapa rasio yang bisa digunakan untuk menilai suatu laporan keuangan diantaranya rasio profitabilitas. Rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk melihat kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh laba selama periode tertentu dengan modal dan aktiva yang dimiliki oleh perusahaan. Ukuran profitabilitas yang digunakan adalah ROA pada industri perbankan. ROA adalah rasio yang menggambarkan kemampuan bank dalam mengelola dana yang diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva yang menghasilkan keuntungan.

Untuk perusahaan perbankan, penggunaan ROA lebih diutamakan karena ROA terfokus pada kemampuan perusahaan untuk memperoleh earning dalam operasi perusahaan secara keseluruhan. ROA digunakan untuk mengukur profitabilitas bank karena Bank Indonesia sebagai pembina dan pengawas perbankan lebih mengutamakan nilai profitabilitas suatu bank, diukur dengan asset yang dananya sebagian besar dari dana simpanan masyarakat. Semakin besar ROA berarti semakin efisien penggunaan aktiva perusahaan atau dengan kata lain dengan jumlah aktiva yang sama bisa dihasilkan laba yang lebih besar, dan sebaliknya. (Sudana, 2011).

Besarnya nilai ROA suatu bank dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{ROA} = \frac{\text{laba sebelum pajak}}{\text{rata-rata total aset} \times 100\%}$$

Capital Adequacy Ratio (CAR)

CAR adalah rasio kecukupan modal yang berfungsi menampung risiko kerugian yang kemungkinan dihadapi oleh bank. Semakin tinggi CAR maka semakin baik kemampuan bank tersebut untuk menanggung risiko dari setiap kredit/aktiva produktif yang berisiko. Menurut Darmawi (2011), salah satu komponen faktor permodalan adalah kecukupan modal. Rasio untuk menguji kecukupan modal bank yaitu rasio CAR. Berdasarkan definisi menurut para ahli, maka dapat disimpulkan bahwa CAR adalah rasio kinerja bank untuk mengukur kecukupan modal yang dimiliki bank untuk menunjang aktiva yang mengandung atau menghasilkan risiko, seperti kredit yang diberikan kepada nasabah.

Rasio yang digunakan dalam struktur modal yaitu CAR (Capital Adequacy Ratio), adapun rumus CAR yaitu sebagai berikut :

$$\text{CAR} = \frac{\text{Modal (Modal + Modal Pelengkap)}}{\text{ATMR}}$$

Dimana:

Modal inti terdiri dari modal disetor dan cadangan tambahan bank

ATMR = Aktiva Tertimbang Menurut Risiko

Menurut Widjanarto, bahwa posisi Capital Adequacy Ratio suatu bank sangat bergantung pada:

- a. Jenis aktiva serta besarnya risiko yang melekat padanya.
- b. Kualitas aktiva atau tingkat kolektibilitasnya.
- c. Total aktiva suatu bank, semakin besar aktiva semakin bertambah pula risikonya.
- d. Kemampuan bank untuk meningkatkan pendapatan dan laba.

Non Performing Finance (NPF)

NPF yaitu kemampuan manajemen bank dalam mengelola pembiayaan bermasalah yang diberikan oleh bank. Hubungan NPF terhadap ROA adalah berbanding terbalik, dimana semakin kecil rasio NPF maka ROA semakin baik.

Jadi, peneliti mengambil kesimpulan bahwa NPF merupakan pembiayaan yang buruk yaitu pembiayaan yang tidak tertagih. Besarnya NPF mencerminkan tingkat pengendalian biaya dan kebijakan pembiayaan/kredit yang dijalankan oleh bank.

Menurut Gianini (2013) rasio NPF dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{NPF} = \frac{\text{pembiayaan bermasalah}}{\text{total pembiayaan}} \times 100\%$$

Adapun besaran rasio NPF yang ditetapkan oleh Bank Indonesia berdasarkan Peraturan BI Nomor 15/2/PBI/2013 adalah maksimal 5%.

Operational Costs and Operating Income (BOPO)

Menurut Veithzal (2013) pengertian BOPO adalah sebagai berikut: "Biaya operasional pendapatan operasional adalah rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi dan kemampuan bank dalam melakukan kegiatan operasinya."

Sedangkan menurut Anne Maria (2015) biaya produksi pendapatan produksi (BOPO) adalah merupakan rasio yang sering digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi atau kemampuan bank dalam mengendalikan biaya operasional terhadap pendapatan operasional.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa rasio BOPO adalah untuk mengetahui tingkat efisiensi bank dalam kegiatan operasinya dengan perbandingan biaya operasional dengan pendapatan operasional. Secara sistematis menurut (Veithzal dkk, 2013) rumus rasio BOPO adalah:

$$\text{BOPO} = \frac{\text{biaya operasional}}{\text{pendapatan operasional}} \times 100\%$$

Biaya Operasional merupakan total dari semua biaya yang berhubungan langsung dengan kegiatan operasional.

Financing Deposit To Ratio (FDR)

FDR atau LDR dalam bank konvensional, adalah rasio antara total kredit yang diberikan bank dengan dana yang dihimpun oleh bank. Karena dalam perbankan syariah tidak dikenal pinjaman namun pembiayaan. FDR merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat likuiditas bank yang menunjukkan kemampuan bank untuk memenuhi permintaan kredit dengan menggunakan total asset yang dimiliki bank. Semakin tinggi FDR maka laba bank semakin meningkat. Dengan demikian besar kecilnya rasio FDR suatu bank akan berpengaruh pada kinerja bank (Pramudhito, 2014).

FDR dapat dihiung dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{FDR} = \frac{\text{jumlah dana yang diberikan}}{\text{total dana pihak ketiga}} \times 100\%$$

METODE PENELITIAN

Systematic Literatur Review (SLR)

Pengertian SLR. Systematic Literature Review merupakan istilah yang digunakan untuk merujuk pada metodologi penelitian atau riset tertentu dan pengembangan yang dilakukan untuk mengumpulkan serta mengevaluasi penelitian yang terkait pada fokus topik tertentu. Jenis penelitian ini termasuk tinjauan pustaka tersier dengan langkah-langkah yang didokumentasikan secara sistematis (Kitchenham et al.,2009). Tujuan dari penelitian SLR diantaranya untuk mengidentifikasi, mengkaji, melakukan evaluasi, dan mentafsirkan semua penelitian yang ada dengan bidang topik fenomena yang menarik, dengan pertanyaan penelitian (*research question*) yang relevan (Kichennham & Charters,2017).

1. Identifikasi Masalah

Dalam tahap ini peneliti menjelaskan masalah dan membuat penjelasan yang bisa diukur ataupun menentukan tujuan dan hasil yang ingin dicapai penelitian menggunakan metode SLR. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui analisis kinerja keuangan bank syariah yang dilihat dari Rasio CAR, NPF, BOPO dan FDR terhadap Profitabilitas pada Bank Syariah. Untuk mencapai tujuan dalam penelitian ini, peneliti merumuskan 3 pertanyaan penelitian/research question (RQ) sebagai berikut:

- RQ1 : Metode apa yang paling sering digunakan untuk melakukan penelitian?
- RQ2 : Manakah jurnal yang merupakan jurnal yang paling signifikan?
- RQ2 : Apa saja faktor-faktor yang terbukti mempengaruhi Profitabilitas?

2. Pencarian Literatur

Pencarian literature dilakukan pada bulan November 2022, proses pencarian awal dilakukan berdasarkan tahun publikasi pada rentang waktu 2017-2022 dengan menggunakan keywords "CAR, NPF, BOPO FDR dan Profitabilitas". Hasil pencarian dari perangkat lunak Publish or Perish (PoP) terdapat 882 artikel yang didapat dari situs google scholar, selanjutnya artikel diseleksi.

3. Pemilihan Hasil Pencarian Literatur

Pada tahap ini dilakukan penyaringan hasil dari pencarian literature berdasarkan kriteria screening awal yang telah ditentukan sebelumnya, yaitu jangka waktu penerbitan jurnal yaitu 5 tahun terakhir (2017 s.d. 2022) dan fokus penelitian pada Bank Syariah di Indonesia. Literature yang digunakan hanya paper jurnal, proses seleksi studi penelitian dilakukan juga

dengan melihat judul, abstrak serta teks jangkak dan diperoleh hasil studi utama yang akan digunakan untuk dianalisis lebih lanjut.

Dari hasil penyaringan hasil pencarian literature dengan dua kriteria tersebut diperoleh 51 Artikel. Dari 51 artikel yang diperoleh, dilanjutkan penilaiannya kelayakan literatur dengan kriteria sebagai berikut:

- Entitas penelitian bukan pada bank umum syariah/diteliti dilembaga lain
- Variabel profitabilitas bukan menjadi variabel dependent
- Hasil penelitian tidak berdasarkan data sekunder.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Hasil dari proses pencarian serta kriteria inklusi dan eksklusi hanya diambil 20 artikel jurnal yang telah sesuai dengan kriteria artikel jurnal yang diterbitkan pada rentang waktu 2017-2022 dan mempunyai pembahasan yang berkaitan dengan pengaruh CAR, NPF, BOPO dan FDR terhadap profitabilitas pada Bank Syariah di Indonesia.

No	Deskripsi	Hasil Penemuan
1	Jurnal awal yang ditemukan tahun 2017 - 2022	882
2	Jurnal yang relevan berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi	51
3	Jurnal yang memenuhi kriteria penilaian	20

Sumber: Data diolah, 2022

Tabel 2 Hasil Pemilihan Artikel yang Memenuhi Kriteria

Kode Artikel	Author	Judul	Jurnal Penerbit	Variabel Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
Q1	Ahmad Fauzul Hakim Hasibuan, Falahudin, Hail Ulva, 2021	Pengaruh BOPO, FDR dan NPF Terhadap Profitabilitas (ROA) Pada Bank Syariah Periode 2009-2019	Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Universitas Malikussaleh	BOPO, FDR, NPF, Profitabilitas	Kuantitatif	BOPO, FDR dan NPF Memiliki Kemampuan Dan Berpengaruh Terhadap ROA.

Q2	Nurfadhila Tsania, Destian Arshad Darulmalshah Tamara, Setiawan, 2022	Pengaruh CAR, FDR, BOPO dan PDRB Terhadap Non Performing Financing Pada Bank Umum Syariah BUMD Di Indonesia	Journal Of Applied Islamic Economics And Finance	CAR, FDR, BOPO, PDRB, NPF.	Kuantitatif	CAR Memiliki Arah Pengaruh Positif Juga Tidak Signifikan Terhadap NPF FDR Mempunyai Arah Pengaruh Positif Juga Tidak Signifikan Terhadap NPF BOPO Mempunyai Arah Pengaruh Positif Juga Signifikan Terhadap NPF PDRB Mempunyai Arah Pengaruh Negatif Juga Tidak Signifikan Terhadap NPF
Q3	Ningsukma Hakiim, 2018	Pengaruh Internal Capital Adequency Ratio (CAR), Financing To Deposit Ratio (FDR), Dan Biaya Operasional Per Pendapatan Operasional (BOPO) Dalam Peningkatan Profitabilitas Industri Bank Syariah Di Indonesia	Jurnal Mega Aktiva : Universitas Muhammadiyah Kendari	CAR, FDR, BOPO, ROA.	Kuantitatif	CAR, FDR dan BOPO Terhadap Roa Yang Merupakan Indikator Kesehatan Bank Untuk Mengukur Profitabilitasnya Memiliki Hubungan Yang Tinggi.

Q4	Nurdahlia, Kasmawati, Rani Munika, 2022	The Effect Of Car, Npf, Bopo And Fdr On The Profitability Of Sharia Commercial Banks Registered In The Financial Services Authority For The 2016-2020 Period	Jurnal Riset Manajemen Indonesia (Jrmi)	CAR, NPF, BOPO, FDR, Profitabilitas	Kuantitatif	CAR dan BOPO Yang Berpengaruh Terhadap Profitabilitas Bank Umum Syariah Yang Terdaftar Di Otoritas Jasa Keuangan Periode 2016-2020
Q5	Muhammad Syakhrun, Asbi Amin, Anwar, 2019	Pengaruh CAR, BOPO, NPF dan FDR Terhadap Profitabilitas Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia	Bongaya Journal Of Research In Management	CAR, BOPO, NPF, FDR, Profitabilitas	Kuantitatif	Hasil Pengujian Menunjukkan Bahwa CAR, BOPO, NPF Berpengaruh Negatif Terhadap Profitabilitas Bank Umum Syariah Di Indonesia. Sedangkan FDR Berpengaruh Positif Terhadap Profitabilitas Bank Umum Syariah Di Indonesia. Penelitian Ini Menyarankan Bagi Pihak Manajemen Bank Umum Syariah Diharapkan Untuk Tetap Mempertahankan Rasio Keuangan

						Yang Dapat Meningkatkan Profitabilitas.
Q6	Ria Hartati, Rachma Nadhila Sudiyono, Admiral, 2022	Pengaruh NPF, FDR, BOPO dan CAR Terhadap Profitabilitas Pada Bank Syariah Periode Tahun 2016 – 2021	<i>Journal Of Communication Education</i> (Joice Ip)	NPF, FDR, BOPO, CAR, Profitabilitas	Kuantitatif	NPF, FDR, BOPO dan CAR Tidak Berpengaruh Terhadap Profitabilitas.
Q7	Saleh Sitompu, Siti Khadijah Nasution, 2019	The Effect Of CAR, BOPO, NPF, And FDR On Profitability Of Sharia Commercial Banks In Indonesia	Budapest International Research And Critics Institute-Journal (Birci-Journal)	ROA, CAR, BOPO, NPF, FDR.	Kuantitatif	Capital Adequacy Ratio (CAR), Operating Costs To Operating Income (BOPO), Non Performing Financing (NPF), Financing To Deposit Ratio (FDR) Simultaneously Have A Significant Effect On Return On Assets (ROA).
Q8	Abdul Karim, Fifi Hanafia, 2020	Capital Adequacy Ratio (CAR), Operating Costs To Operating Income (BOPO), Non Performing Financing (NPF), Financing To Deposit Ratio (FDR) Simultaneously Have A Significant Effect On Return On	Target : Jurnal Manajemen Dan Bisnis	ROA, CAR, BOPO, NPF, FDR, NOM, DPK.	Kuantitatif	Berdasarkan Hasil Penelitian Yang Telah Dilakukan, Dapat Disimpulkan Bahwa Masih Terjadi Inkonsistensi Hasil. Yang Berarti Masih Layak Untuk Melakukan

		Assets (ROA).				Penelitian Kembali.
Q9	Wahyu Dwi Yulihapsari, Dien Noviany Rahmatika Dan Jaka Waskito, 2017	Analisis Pengaruh Non Performing Financing (NPF), Capital Adequacy Ratio (CAR), Financing To Deposit Ratio (FDR) dan BOPO Terhadap Profitabilitas (Studi Kasus Pada Pt. Bank Victoria Syariah Periode 2011-2016)	Multiplier : Jurnal Magister Manajemen - Universitas Pancasakti Tegall	NPF, CAR, FDR, ROA.	Kuantitatif	Berdasarkan Hasil Pengujian Statistik Uji T, Variabel Npf Berpengaruh Negatif Tidak Signifikan Terhadap Roa, Car Berpengaruh Signifikan Positif Terhadap ROA, FDR Berpengaruh Positif Tidak Signifikan Terhadap Roa Dan BOPO Berpengaruh Negatif Signifikan Terhadap Variabel ROA. Berdasarkan Hasil Analisis Data Dengan Uji F, Dapat Disimpulkan Pada Variabel Independen NPF, CAR, FDR Dan BOPO Secara Simultan

						(Bersama-Sama) Berpengaruh Terhadap Variabel Dependen Profitabilitas (ROA).
Q10	Mumun Maemulah, Yanti, 2017	Pengaruh Npf, Bopo Dan Fdr Terhadap Profitabilitas Perbankan Syariah	Buana Akuntansi	NPF, BOPO, FDR, Profitabilitas	Kuantitatif	NPF Berpengaruh Negatif Signifikan Terhadap Profitabilitas Bank Syariah. BOPO Berpengaruh Negatif Signifikan Terhadap Profitabilitas Bank Syariah. FDR Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Profitabilitas Bank Syariah.
Q11	Chavia Gilrandy La Difa, Diharpi Herli Setyowati, Ruhadi, 2022	Pengaruh FDR, NPF, CAR, Dan BOPO Terhadap Profitabilitas Bank Umum Syariah Di Indonesia	Journal Of Applied Islamic Economics And Finance	FDR, NPF, CAR, BOP O, Profitabilitas	Kuantitatif	Hanya Variabel CAR Yang Memiliki Pengaruh Positif Secara Parsial Dalam ROA Pada Bus, Periode Tahun 2015-2019. Ada 2 Variabel Ditemukan Memiliki Pengaruh Negatif Kepada ROA Yakni NPF

						Serta BOPO. Namun FDR Tidak Memiliki Pengaruh Dalam ROA. Dan Sebagian, Variabel FDR, NPF, CAR Serta BOPO Bersamaan Mempunyai Pengaruh Terhadap Profitabilitas Yang Diukur Dengan ROA Pada BUS Periode 2015-2019.
Q12	Rima Cahya Suwarno, Ahmad Mifdlol Muthohar, 2018	Analisis Pengaruh NPF, FDR, BOPO, CAR, Dan GCG Terhadap Kinerja Keuangan Bank Umum Syariah Di Indonesia Periode 2013-2017	Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam	NPF, FDR, BOPO, CAR, GCG, Kinerja Keuangan	Kuantitatif	Secara Simultan Variabel NPF, FDR, BOPO, CAR, Dan GCG Berpengaruh Signifikan Terhadap Kinerja Keuangan (ROA) Bank Umum Syariah Di Indonesia Periode 2013-2017. NPF, FDR, GCG Secara Parsial Berpengaruh Positif Tidak Signifikan Terhadap Kinerja Keuangan

						(ROA) Bank Umum Syariah Di Indonesia Periode 2013-2017. Namun BOPO Secara Parsial Berpengaruh Negatif Signifikan.
Q13	Nining Ailiyah, 2020	Pengaruh Capital Adequacy Ratio (CAR), Financing To Deposit Ratio (FDR), Non Performing Financing NPF), Net Operating Margin (NOM) Terhadap Profitabilitas Dengan Biaya Operasional Per Pendapatan Operasional (BOPO)	Lan Tabur: Jurnal Ekonomi Syari'ah	CAR, FDR, NPF, NOM, Profitabilitas	Kuantitatif	CAR, NPF, FDR, NOM Yang Merupakan Indikator Kesehatan Bank Untuk Mengukur Profitabilitasnya Mempunyai Pengaruh Positif Signifikan Terhadap BOPO, Begitu Juga Dengan Variabel CAR, NPF, FDR, Terhadap ROA Mempunyai Pengaruh Positif Signifikan. Sementara NOM Berpengaruh Negatif Singnifikan Terhadap Profitabilitas.
Q14	Erika Bellinda Putri, Dewi Rahmi,	Pengaruh Financing To Deposit Ratio (FDR), Biaya Operasional	Bandung Conference Series: Economics Studies	FDR, BOPO, Pandemi Covid-19,	Kuantitatif	FDR, Tidak Memiliki Dampak Yang Menguntungkan Secara

	2022.	Terhadap Pendapatan (BOPO) Dan Pandemi Covid-19 Terhadap Profitabilitas Bank Umum Syariah Di Indonesia Tahun 2018-2020		Profitabilitas		Material Terhadap Profitabilitas (ROA). (BOPO) Terhadap Profitabilitas (ROA) Sangat Merugikan. Dampak Dummy Covid-19 Terhadap Profitabilitas (ROA) Perusahaan Besar Dan Signifikan, Terutama Dalam Situasi Di Mana Keberadaan Covid-19 Berpengaruh Negatif Terhadap Kinerja Perusahaan.
Q15	Rofiul Wahyudi, 2020.	Analisis Pengaruh CAR, NPF, FDR, BOPO Dan Inflasi Terhadap Profitabilitas Perbankan Syariah Di Indonesia: Studi Masa Pandemi Covid-19	At-Taqaddum	CAR, NPF, FDR, BOPO, Inflasi, Profitabilitas	Kuantitatif	Pertama, CAR, FDR, NPF, dan Inflasi Secara Parsial Tidak Memiliki Pengaruh Terhadap ROA. Hanya BOPO Yang Berdampak Kepada ROA. Kedua, Semua Variabel Independen Secara Simultan

						Mempunyai Pengaruh Terhadap ROA. Meskipun, Dimasa Pandemi Covid-19 Indikator Kinerja Bank Syariah Tetap Menunjukkan Pertumbuhan Kinerja Yang Berkualitas Dan Agresif.
Q16	Ayu Gusmawanti, Supaijo, Muhammad Iqbal, Muhammad Iqbal Fasa, 2020.	The Nexus Between FDR, NPF, BOPO Toward Profitability Of Indonesian Islamic Bank	Al-Amwal: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah	FDR, NPF, BOPO, Profitabilitas	Kuantitatif	Based On The Results Of The Study, It Can Be Concluded That Fdr Has A Negative And Not Significant Effect On ROA.
Q17	Muhammad Tamin, 2022	Pengaruh Biaya Operasional Pendapatan Operasional (BOPO) Dan Financing To Deposit Ratio (FDR) Terhadap Profitabilitas Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia Tahun 2016-2020	Jurnal Akuntansi Malikussaleh	BOPO, FDR, Profitabilitas	Kuantitatif	Biaya Operasional Pendapatan Operasional (BOPO) Dan Financing To Deposit Ratio (FDR) Dalam Menjelaskan Variabel Dependen Profitabilitas Return On Asset (ROA) Secara Bersama-Sama Atau

						Simultan Perubahan.
Q18	Intan Sari Budhiarjo, Hadijah Febriana, 2022	Pengaruh Fdr (Financing To Deposit Ratio), Npf (Non Performing Financing), Dan Bopo (Biaya Operasional Pendapatan Operasional) Terhadap Profitabilitas (Roa) Pada Pt Bank Syariah Mandiri Tbk	Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamna	FDR, NPF, BOPO, Profitabilitas	Kuantitatif	Pengaruh FDR, NPF, Dan BOPO Terhadap Profitabilitas (ROA)" Pada "PT. Bank Syariah Mandiri Periode 2011-2020", Yakni: "FDR Tidak Memiliki Pengaruh Dan Tidak Signifikan Terhadap Profitabilitas (ROA)"; "NPF Memiliki Pengaruh Signifikan Terhadap Profitabilitas (ROA)"; "BOPO Memiliki Pengaruh Signifikan Terhadap Profitabilitas (ROA)". Dan Secara Simultan "Financing To Deposit Ratio" (FDR), "Non Performing

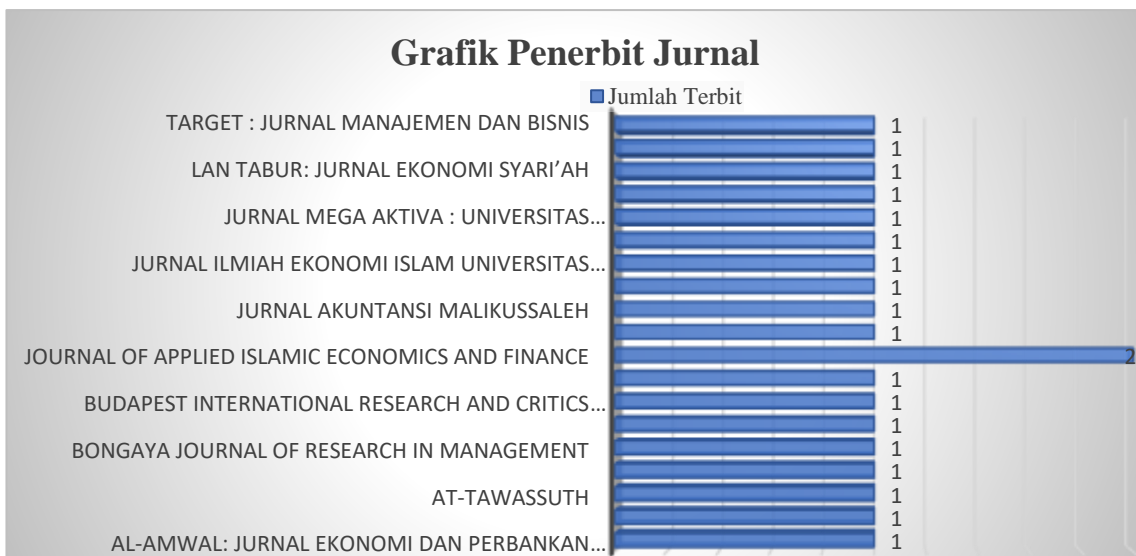
						Financing” (NPF), Dan “Biaya Operasional Pendapatan Operasional” (BOPO) Memiliki Pengaruh Signifikan Terhadap “Profitabilitas (ROA).
Q19	Sumarmi, Imam Soping, Tri Sudarwanto, 2020	Pengaruh CAR, FDR, NPF, BOPO dan BI Rate Terhadap Profitabilitas (Studi Pada PT. Bank Syariah Bukopin)	Jies : Journal Of Islamic Economics Studies	CAR, FDR, NPF, BOPO, BI Rate, Profitabilitas	Kuantitatif	CAR Berpengaruh Positif Dan Signifikan Pada ROA. Hasil Perhitungan Koefisien Regresi, FDR Tidak Berpengaruh Terhadap ROA. Hasil Perhitungan Koefisien Regresi, NPF Berpengaruh Pada ROA. Hasil Perhitungan Koefisien Regresi, BOPO Berpengaruh Signifikan Arah Yang Negatif Pada Roa. Hasil Perhitungan Koefisien Regresi, Bi Rate Tidak Berpengaruh

						Pada Roa. Pengaruh CAR, FDR, NPF, BOPO, Dan Bi Rate Bersama-Sama Berpengaruh Sign Pada ROA.
Q20	Nur Janah, Tri Pani Akhirudin Siregar, 2018	Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Profitabilitas Perbankan Syariah Indonesia	At-Tawassuth	CAR, ROA, FDR, BOPO, Profitabilitas	Kuantitatif	Variabel Car Tidak Berpengaruh Dan Tidak Signifikan Terhadap Variabel ROA Bertambahnya NPF Akan Mengakibatkan Hilangnya Kesempatan Untuk Memperoleh Laba Bersih Dari Pembiayaan Yang Diberikan, Sehingga Berpengaruh Buruk Pada ROA Berkurangnya FDR Akan Menyebabkan DPK Nasabah Yang Dikelola Bank Syariah Dapat Ditarik Sewaktu-Waktu Karena Bersifat Jangka

						Pendek, Sehingga Bank Syariah Kesulitan Memenuhi Kebutuhan Likuditas. Bertambahny a BOPO Menunjukkan Keadaan Yang Kurang Baik Karena Setiap Rupiah Penjualan Yang Terserap Dalam Biaya Tinggi Dan Yang Tersedia Untuk Laba Bersih Biayanya Kecil.
--	--	--	--	--	--	---

Hasil pemetaan terhadap Jurnal yang Berpengaruh Signifikan

Dari 20 artikel yang terpilih, dapat disampaikan hasil identifikasi jurnal dan banyaknya yang diterbitkan:



Gambar 1 Grafik Jurnal Penerbit Artikel Analisis Rasio Keuangan terhadap Profitabilitas Bank Syariah di Indonesia

Berdasarkan Research Question 1 atau RQ1 tentang metode yang sering dari 20 jurnal metode yang digunakan adalah metode kuantitatif, metode ini sangat relevan dengan yang dibutuhkan untuk mengetahui hasil yang mempengaruhi CAR, NPF, BOPO dan FDR terhadap Profitabilitas Bank Syariah. Dikarenakan Penelitian kuantitatif menyajikan proposal yang bersifat lengkap, rinci, prosedur yang spesifik, literatur yang lengkap, dan hipotesis yang dirumuskan dengan jelas. Metode kuantitatif mempunyai keunggulan dari sisi efisiensi. Analisis kuantitatif bekerja menggunakan sample untuk memecahkan persoalan yang dihadapi.

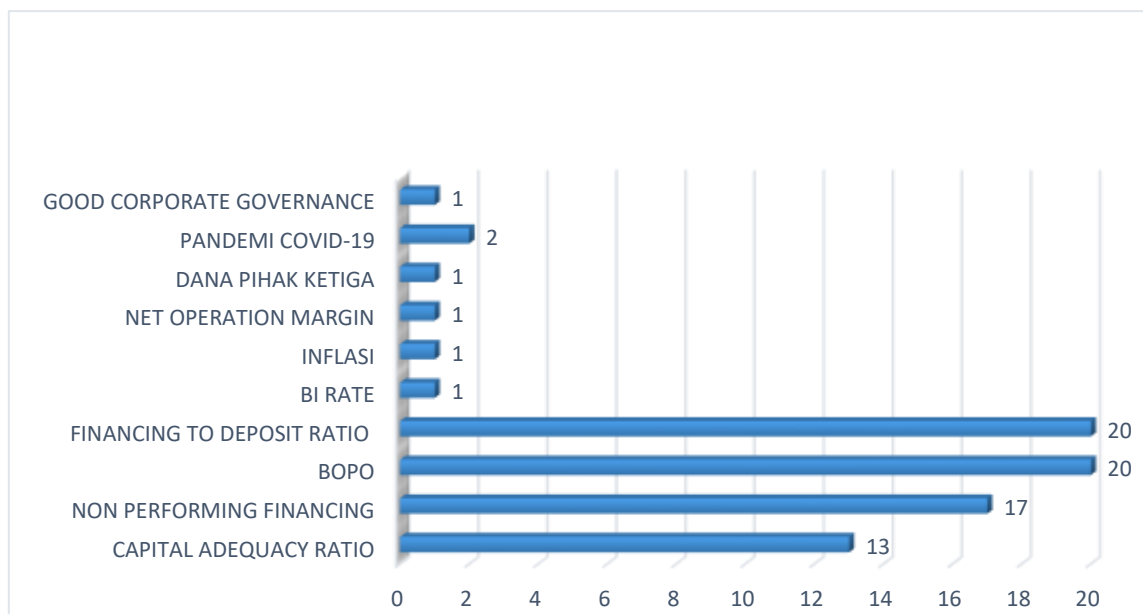
Berdasarkan Research Question 2 atau RQ2 tentang jurnal yang paling signifikan pengaruh CAR, NPF, BOPO dan FDR pada Profitabilitas, ada 20 jurnal yang menganalisis rasio keuangan pada Bank Syariah di Indonesia. Dari hasil yang terlihat pada tabel 2 menunjukkan bahwa setiap tahun terdapat peneliti dan jurnal yang membahas mengenai Analisis laporan rasio keuangan pada Bank Syariah, bahkan terbanyak pada tahun 2022 beberapa jurnal dengan pendekatan kuantitatif.

Selain dari 20 sisi sample, untuk hal-hal tertentu metode kuantitatif memberikan penjelasan yang lebih tepat terhadap fakta yang dihadapi. Berdasarkan dalam ulasan Systematic Literatur Review (SLR) ini, ada 12 jurnal pengaruh signifikan CAR, NPF, BOPO dan FDR terhadap Profitabilitas Bank Syariah di Indonesia.

Determinan Terhadap Profitabilitas Bank Syariah

Dari artikel-artikel yang dianalisa, terdapat 10 (sepuluh) faktor yang berpengaruh pada Profitabilitas. Berikut tersaji untuk masing-masing faktor dan jumlah penelitian yang menyimpulkan bahwa faktor tersebut berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas pada Bank Syariah di Indonesia:

Gambar 2 Grafik Determinan Terhadap Profitabilitas Bank Syariah di Indonesia



Berdasarkan Research Question 3 atau RQ3 tentang faktor yang mempengaruhi Profitabilitas pada Bank Syariah, didapatkan hasil yaitu kategori paper berdasarkan faktor yang mempengaruhi Profitabilitas. Dari hasil yang terlihat pada gambar 2 menunjukkan

bahwa Rasio Keuangan CAR, NPF, BOPO dan FDR menjadi faktor yang paling mempengaruhi Profitabilitas pada Bank Syariah berdasarkan penelitian yang terdapat paper-paper tersebut. Dari hasil analisis terhadap determinan terhadap terjadinya profitabilitas pada gambar 1 diperoleh terdapat empat faktor utama yang terbukti paling berpengaruh yaitu CAR, NPF, BOPO dan FDR.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil study literature yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa systematic literature review adalah proses mengidentifikasi, mengevaluasi, dan menginterpretasi semua bukti penelitian untuk menjawab pertanyaan penelitian tertentu. Ada 882 artikel, kemudian diseleksi dan hasil akhir studi utama yang terpilih 20 jurnal sesuai dengan kriteria inklusi dan eksklusi. Hasil yang didapat yaitu banyak hal yang mendorong peneliti untuk mengambil judul tersebut, dibuktikan dengan adanya ketidak konsistenan hasil dari penelitian terdahulu, perbedaan hasil penelitian, nasabah atau calon nasabah serta debitur atau calon debitur dalam mengambil pilihan bertransaksi, investasi dan menggunakan jasa perbankan dengan melihat rasio keuangan dan profitabilitas Bank Syariah.

Hasil dari research question (RQ:1) pada metode yang sering digunakan untuk melakukan penelitian terkait pengaruh CAR, NPF, BOPO dan FDR terhadap Profitabilitas pada Bank Syariah di Indonesia, didapatkan hasil yaitu kategori paper berdasarkan teknik pengumpulan datanya menggunakan teknik pengumpulan data sekunder berupa Annual Report pada bank syariah melalui website resmi serta data pada publikasi OJK (Otoritas Jasa Keuangan). Selanjutnya hasil dari research question (RQ:2) yaitu jurnal yang paling signifikan pengaruh rasio keuangan pada profitabilitas Bank Syariah, ada 12 jurnal yang menganalisis bahwa setiap tahun terdapat jurnal yang membahas mengenai hal tersebut, bahkan terbanyak pada tahun 2022 beberapa jurnal dengan pendekatan kuantitatif. Hasil untuk research question (RQ:3) yaitu tentang faktor yang mempengaruhi rasio keuangan pada profitabilitas, didapatkan hasil yaitu kategori paper berdasarkan faktor yang mempengaruhi profitabilitas. Bahwa semakin besar nilai CAR, semakin tingginya tingkat NPF, rendahnya biaya yang dikeluarkan dan besarnya pendapatan atau BOPO serta kesesuaian penghimpunan dana serta penyaluran pembiayaan atau FDR berpengaruh terhadap Profitabilitas Bank Syariah di Indonesia berdasarkan penelitian yang terdapat paper-paper tersebut.

KESIMPULAN

1. Sistem prakiraan iklim musiman (SPIM) berbasis warige dapat memprediksi sifat kebasahan musim kemarau dengan baik. Beda jumlah curah hujan musiman antara tahun kering dan tahun cukup signifikan tetapi kurang signifikan bila dibandingkan curah hujan di tahun basah dengan di tahun normal, dan di tahun normal dengan di tahun kering.
2. Terdapat beda curah hujan yang cukup nyata antara tahun basah dan tahun kering warige, namun perbedaan tersebut tidak tampak pada tipe tahun basah dengan tipe tahun sedang (normal). Meskipun perbedaan tidak sangat nyata, karakteristik dari setiap tipe tahun dan prakiraan hari jeda dan hari hujan cukup akurat, sehingga sangat berguna bagi petani yang ingin mempertahankan atau membuang air di sawahnya,

3. Tahun basah (*warige*) ditandai dengan musim hujan yang datang lebih awal (awal hingga pertengahan November). Angin barat (konvergensi angin Zonal dengan angin meridional terjadi pada bulan Desember - Februari, sedangkan tahun kering ditandai dengan curah hujan sporadis pada musim hujan (Desember - Februari). Curah hujan yang cukup datang pada awal Desember.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ailiyah, N. (2020). Pengaruh Capital Adequacy (CAR), Financing To Deposit Ratio (FDR), Non Performing Financing (NPF), Net Operating Margin (NOM), terhadap Profitabilitas Dengan Biaya Operasional Per Pendapatan Operasional (BOPO). *Jurnal Ekonomi Syariah*, 2, 85-106.
- [2] Budhiarjo, I. S., & Febriana, H. (2022). Pengaruh FDR (Financing To Deposit Ratio), NPF (Non Performing Financing), Dan BOPO (Biaya Operasional Pendapatan Operasional) Terhadap Profitabilitas (ROA) Pada PT Bank Syariah Mandiri Tbk. *Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma*, 5, 255-264.
- [3] Difa, C. G., Setyowati, D. H., & Ruhadi. (2022). Pengaruh FDR, NPF, CAR, dan BOPO Terhadap Profitabilitas Bank Umum Syariah di Indonesia. *Journal of Applied Islamic Economics and Finance*, 2, 333-341.
- [4] Gusmawanti, A., Supaijo, Iqbal, M., & Fasa, M. I. (2020). The Nexus Between FDR, NPF, BOPO, Toward Profitability of Indonesia Islamic Bank. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 12, 167-180.
- [5] Hakiim, N. (2018). Pengaruh Internal Capital Adequacy Ratio (CAR), Financing To Deposit Ratio (FDR) dan Biaya Operasional Per Pendapatan Operasional (BOPO) dalam Peningkatan Profitabilitas Industri Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Mega Aktiva*, 7, 1-10.
- [6] Hartati, R., Sudiyono, R. N., & Admiral. (2022). Pengaruh NPF, FDR, BOPO dan CAR terhadap Profitabilitas pada Bank Syariah Periode Tahun 2016-2021. *Journal Of Communication Eduation (JOCE IP)*, 16, 145-154.
- [7] Hasibuan, A. F., Fahaluddin, & Ulva, H. (2021). Pengaruh BOPO, FDR dan NPF terhadap Profitabilitas (ROA) Pada Bank Syariah Periode 2009-2019. *el-Amwal*, 4, 1-12.
- [8] Hilmi, Satria, D. I., & Usman, A. (2022). Pengaruh Biaya Operasional Pendapatan Operasional (BOPO) Dan Financing To Deposit Ratio (FDR) Terhadap Profitabilitas Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia Tahun 2016-2020. *Jurnal Akuntansi Malikussaleh*, 1, 123-136.
- [9] Janah, N., & Siregar, P. A. (2018). Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Profitabilitas Perbankan Syariah Indonesia. *At-Tawassuth*, III, 621-641.
- [10] Karim, A., & Hanafia, F. (2020). Analisis CAR, BOPO, NPF, FDR, NOM dan DPK terhadap Profitabilitas (ROA) pada Bank Syariah di Indonesia. *Target : Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2, 36-46.
- [11] Maemunah, M., & Yanti. (2017). Pengaruh NPF, BOPO dan FDR terhadap Profitabilitas Perbankan Syariah ((Studi Kasus Pada Perbankan Syariah Di Indonesia Periode 2012-2016). *Buana Akuntansi*, 5, 79-92.
- [12] Nurdahlia, Kasmawati, & Munika, R. (2022). The effect of CAR, NPF, BOPO and FDR on the profitability of Sharia Commercial Banks registered in the financial services

- authority for the 2016-2020 period. *Jurnal Riset Manajemen Indonesia (JRMI)*, 4, 25-35.
- [13] Putri, E. B., & Rahmi, D. (2022). Pengaruh Financing To Deposit Ratio (FDR), Biaya Operasional terhadap Pendapatan (BOPO) dan Pandemi COVID-19 terhadap Profitabilitas Bank Umum Syariah di Indonesia Tahun 2018-2020. *Bandung Conference Series: Economics Studies*, 534-543.
- [14] Sitompul, S., & Nasution, S. K. (2019). The Effect of Car, BOPO, NPF, and FDR on Profitability of Sharia Commercial Banks in Indonesia. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 2, 234-238.
- [15] Sumarni, Sopingi, I., & Sudarwanto, T. (2020). Pengaruh CAR, FDR, NPF, BOPO dan BI Rate Terhadap Profitabilitas (Studi pada PT. Bank Syariah Bukopin). *JIES : Journal of Islamic Economics Studies*, 1, 126-133.
- [16] Suwarno, R. C., & Muthohar, A. M. (2018). Analisis Pengaruh NPF, FDR, BOPO, CAR, dan GCG terhadap Kinerja Keuangan Bank Umum Syariah di Indonesia Periode 2013-2017. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 6, 94-117.
- [17] Syakhrun, M., Amin, A., & Anwar. (2019). Pengaruh CAR, BOPO, NPF dan FDR terhadap Profitabilitas pada Bank Umum Syariah di Indonesia. *Bongaya Journal of Research in Management*, 2, 1-10.
- [18] Tsania, N., Tamara, D. A., & Setiawan. (2022). Pengaruh CAR, FDR, BOPO dan PDRB terhadap Non Performing Financing pada Bank Umum Syariah BUMD di Indonesia. *Journal of Applied Islamic Economics and Finance*, 2, 524-535.
- [19] Wahyudi, R. (2020). Analisis Pengaruh CAR, NPF, FDR, BOPO dan Inflasi terhadap Profitabilitas Perbankan Syariah di Indonesia: Studi Masa Pandemi Covid-19. *At-Taqaddum*, 12, 13-24.
- [20] Yulihapsari, W. D., Rahmatika, D. N., & Waskito, J. (2017). Analisis Pengaruh Non Performing Financing (NPF), Capital Adequacy Ratio (CAR), Financing to Deposit Ratio (FDR) dan BOPO terhadap Profitabilitas (Studi Kasus Pada PT. Bank Victoria Syariah Periode 2011-2016). *Multiplier*, 2, 102-114.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN

**WACANA DIALOG KEAGAMAAN DALAM PLURALISME (SUATU TINJAUAN
HERMENEUTIKA HANS-GEORG GADAMER)**

Oleh
Hariyanto
Uin Sunan Kalijaga Yogyakarta
E-mail: hariyantoafi2@gmail.com

Article History:

Received: 29-12-2022

Revised: 25-01-2023

Accepted: 01-02-2023

Keywords:

Pluralisme, Dialog Antar
Agama, Gadamer

Abstract: Keberagamaan merupakan sesuatu yang tidak mungkin bisa dihindari, keberagaman menghasilkan warna dalam realitas sosial, tetapi keberagaman juga sering menimbulkan pertikaian, konflik. Walaupun demikian usaha menciptakan kembali perdamaian, kerukunan sesuai kalam Tuhan merupakan tugas yang harus dilaksanakan oleh manusia sebagai umat yang berakal. Pluralisme lahir dengan wacana dialog antar agama merupakan sarana mewujudkan keharmonisan, kerukunan, mengurangi egoistik, fanatik dalam beragama demi menghindari konflik yang tak berkesudahan atas nama agama. tulisan ini akan membedah wacana dialog keagamaan dalam pluralisme dengan pisau analisis hermeneutika Gadamer yaitu teori dialektika teks, yakni berupaya demi mencari makna yang diinginkan oleh teks dengan proses dialog.

PENDAHULUAN

Manusia merupakan makhluk yang berikan akal dan pikiran oleh Allah Swt, dengan pemahaman akal tersebut agaknya manusia mampu mengemban amanah sebagai pemimpin di muka bumi ini demi terciptanya keharmonisan, perdamaian, ketentraman, dan mengurangi, meminimalisir, dan menghindari segala bentuk pertikaian, permusuhan dan konflik. Sebab makhluk lain selain manusia tidak mendapat tempat istimewa dari Tuhan untuk mengemban amanah tersebut (Amin, 2018).

Hal ini sejalan dalam Islam, dalam anasir-anasir kitab suci al-Quran surah *al-Hujurat* ayat 13, Allah bercakap dalam kalamnya bahwa manusia diciptakannya dengan berbagai macam suku, bangsa dan agama, agar manusia sebagai makhluk pilihan dapat saling mengenal satu sama lain.

Jadi, manusia mestilah memikirkan kembali kalam Tuhan itu. Sebab hanya manusia yang mampu mengemban amanah tersebut. Secara historis memang benar adanya bahwa manusia sering kali terlibat dalam pertikaian, pertentangan, bahkan dalam sejarah tampaknya banyak pertikaian, konflik, invansi, baik yang bersifat ekonomi, politik, bahkan berkaitan dengan agama (Adminpanjatan, 2022)

Secara khusus argumen tersebut mengindikasikan bahwa yang terjadi dalam sejarah terlihat seperti kontradiktif atas kalam Tuhan tadi. Meminjam bahasa Marx sejarah manusia adalah sejarah pertentangan (Farihah, 2015). Walaupun demikian tak sedikit usaha manusia untuk menciptakan kedamaian, keharmonisan, kerukunan atas realitas tersebut.

Salah satu yang ikut andil dalam menciptakan kerukunan, kedamaian, dan

keharmonisan adalah para pluralis, mereka dianggap liberal karena mengajukan wacana-wacananya demi menghidupkan kembali kerukunan antar umat beragama. Karena tidak sedikit banyak terjadi konflik dewasa ini yang berasal dari pemahaman keagamaan. Jadi ide-ide pluralismen mengajak umat beragama untuk memikirkan kembali esensi beragama tersebut. Karena banyak sekali egositik dalam beragama yang menyebabkan umat kacau balau, saling ejek, dan maraknya permusahanan, padahal tujuan Tuhan menciptakan berbagai macam kemajemukan untuk saling mengenal. Mengenal disini tentu bukan hanya kenal, tetapi mengasihi, berteman, berkasih sayang, dan saling menjaga perasaan antar sesama umat beragama.

Salah satu Wacana pluralisme dapat menghidupkan keharmonisan antar umat beragama adalah dialog. Dialog antar agama diharapkan mampu menjadi solusi atas terjadinya carut marut dalam realitas sosial keagamaan. Dialog diharapkan dapat mencari esensi manusia dalam berbagai. Dialog mengajak umat satu dengan yang lain dapat memahami, jadi fenomena yang saling sikut menyikut agaknya dalam dihindari demi menciptakan kehidupan yang rukun walaupun berbeda keyakinan (Dey, 2018).

Tulisan ini akan menjabarkan bagaimana wacana-wacana pluralisme ini terkhusus dialog antar agama menjadi solusi menciptakan kerukunan umat beragama memakai suatu pendekatan Hermeneutika Gadamer seorang filosof ulung dengan teori Dialektika Teksnya (Hasanah, 2017). Dengan menjabarkan secara singkat pluralisme, pentingnya dialog keagamaan dan cara kerja pisau hermeneutika Gadamer dalam melihat dialog agama sebagai wacana pluralisme demi menciptakan keharmonisan beragama.

LANDASAN TEORI

Tulisan ini menggunakan *teori dialektika teks* Hans Georg Gadamer. Gadamer merupakan seorang filosof dari bidang Hermeneutika, Teori hermeneutika yang terkenal ialah dialektika teks. Bagi Gadamer, salah satu cara mencari hakikat atau pernyataan yang tepat adalah dengan menyatu dengan subjek dan menanggapi tindakan atau dialog. Dialog tidak mencoba menegaskan, tetapi mencoba menguji pernyataan objek.

Dialog hermeneutika dipahami sebagai upaya melebur (penafsir atau teks) dengan tradisi. Dalam hal ini mitra dialognya adalah teks. Tugas hermeneutika adalah mengekstraksi teks dari keterasingannya, yang ditemukan dalam suasana modern dan dialog yang hidup.

Pemahaman teks berarti proses dialogis antara penafsir dan teks. Interpreter berkomunikasi secara intensif dengan teks sebagai objek interpretasi. Interpretator menyampaikan pertanyaan penting dari subjek. Pertanyaan-pertanyaan tersebut harus dapat menggali hakikat di balik teks. Hanya melalui pengenalan penafsir interogatif teks menjadi objek interpretasi. Proses dialog memungkinkan keterbukaan antara penafsir dan objek interpretative (Hasanah, 2017).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Sejarah Singkat Pluralisme

Kata pluralisme terdiri dari dua suku kata yakni *plural* yang berarti jamak; lebih dari satu dan *isme sufiks* membentuk sistem kepercayaan substantif berdasarkan politik, masyarakat atau ekonomi. Dalam KBBI, pluralisme memiliki definisi yaitu keadaan masyarakat yang majemuk (menurut sistem sosial dan politiknya) (Kebudayaan, 1997).

Selain itu Pluralisme juga bisa diartikan menjadi bentuk interaksi damai antar kepercayaan yg berkembang pada suatu daerah tertentu. Pluralisme juga banyak dimaknai sebagai bentuk keyakinan bahwa ada kebenaran dalam agama-agama orang lain (Others), lebih sederhana lagi bahwa kebenaran tidak terletak pada satu agama (Saleh, 2017).

Melihat argumen Nurcholish Madjid, beliau mengatakan bahwa Pluralisme dimaknai setidaknya dalam tiga kategori, *pertama* kategori sosial, yang berarti bahwa semua agama berhak untuk hidup dan ada. *Kedua*, kategori etika atau moralitas, artinya semua pandangan moral suatu agama bersifat relatif dan sah. Ketika seseorang menganut pluralisme agama dalam nuansa etis, kita diminta untuk tidak menghakimi perspektif agama, yang tentunya memiliki perspektif moral yang berbeda. Ketiga, kategori teologis-filosofis, yang berarti bahwa agama-agama pada dasarnya sama, sederajat dan sama-sama benar, sama-sama penyelamat (Madjid, 1995).

Dalam sejarahnya Pluralisme agama muncul di negeri matahari terbenam, tepatnya abad ke dua belas, pada masa Yohanes Damaski. Tetapi istilah tersebut saat itu belum begitu populer. Tahun 1854 etika pusat Gereja.

Secara sosio-historis, istilah pluralisme agama muncul pertama kali di dunia Barat pada abad kedua belas, tepatnya pada masa Yohanes Damaski. Tetapi pada saat itu, istilah pluralisme ini belum begitu populer. Hingga akhirnya, pada tahun 1854 etika pusat Gereja Katolik mengeluarkan pernyataan resmi bahwa selain Kristen, hanya umat Islam yang tidak percaya pada ketuhanan al-Masih yang dinyatakan benar. Pada tahun yang sama, John Hick menerbitkan pernyataan menentang keputusan Gereja Katolik: Mengapa hanya satu agama? Bukankah agama lain memiliki hak yang sama? Bukankah setiap pemeluk suatu agama, jika mengikuti suara hati nuraninya yang tulus (fitrah), mereka tidak termasuk dalam kategori orang berdosa? John Hick melihat perlunya gereja mengakui semua agama tanpa kecuali. Pada saat yang sama, kritik John Hick terhadap pandangan gereja memunculkan gagasan baru tentang konsep pluralisme agama, yang kemudian dikenal secara teologis sebagai Revolusi Copernicus. Bagi John Hick, pluralisme agama bersifat rasional karena mampu mengafirmasi suatu realitas alamiah yang hakikatnya benar, berkembang dan benar, serta membuka jalan menuju pengalaman masa depan (Usman, 2002).

Di dunia Islam Pluralisme agama berkembang tepatnya pada Abad Pertengahan dalam sistem hukum dan etika Islam, suatu masa di mana sistem hukum agama-agama selain pemeluk Islam, termasuk Kristen, Yahudi, dan Hindu, diberikan hak dan berkembang lebih jauh dalam kerangka tersebut (Hukum Islam). Sistem hukum dan politik Islam seperti yang ada selama era kekuasaan umat Islam, pemerintahan Islam di Andalusia dan kerajaan Ottoman di Turki dan anak benua India.

Secara teoritis, agama Islam tidak memandang dirinya sebagai satu-satunya jalan yang benar menuju Tuhan dan menempuh jalan menuju surga. Islam menganggap agama monoteistik awal, yaitu Yudaisme dan Kristen dalam bentuk aslinya, sebagai agama yang sah. Bahkan Umat Islam mengakui keabsahan kitab-kitab suci sebelum Alquran, termasuk Taurat dan Injil.

Menurut Nurcholish Madjid, beliau merupakan tokoh penggerak pluralisme di Indonesia, beliau meletakkan landasan pluralisme agama yang cukup komprehensif dengan menetapkan Islam sebagai agama yang dapat menerima pluralisme. Nurcholish Madjid juga mencontohkan historiotas Islam tentang sebenarnya pluralisme juga telah dipraktikkan dalam kehidupan budaya dan politik, diantaranya terdapat pada, "Piagam Madinah" yang

merupakan contoh nyata praktik pluralisme pada masa silam. Piagam tersebut jelas menjadi dasar terbentuknya konfederasi berbagai elemen masyarakat di Madinah yang didirikan oleh Nabi Muhammad Saw, termasuk komunitas muhajirin para muhajirin dari Mekkah (Saleh, 2017).

B. Dialog Agama dan Pluralisme

Secara literal istilah dialog dimaknai "*diskusi percakapan di mana dua orang atau lebih mengambil bagian, baik dalam kehidupan nyata maupun dalam produksi sastra*" (Funk, 1955) (Dialog selain identik dengan istilah konversation, tetapi juga berarti diskusi konvensional, baik dalam kehidupan nyata maupun secara harfiah).

Tidak hanya itu, dialog juga dapat diartikan sebagai ladangnya pertukaran pikiran yang memiliki tujuan untuk memperjelas pendapat/keyakinan kedua belah pihak agar lebih memahaminya (bukan sekedar diketahui), keyakinan lain dihormati meskipun tidak selalu diterima. Tambah Heuken, menurutnya, dialog hanya berguna jika para pihak mau mendengarkan dan mempertimbangkan penjelasan dan argumentasi pihak lain dan memposisikan diri sebagai lawan bicara yang mencari kepentingan bersama, bukan kepentingan kelompok. Itu sebabnya ada banyak jenis dialog; Dialog karya termasuk kolaborasi dalam proyek kemanusiaan (doa bersama, meditasi). Dialog tematik: Diskusikan topik yang disetujui semua orang. Dialog informal/kehidupan: disini diperlukan kerukunan, dialog formal (tentang poin-poin tertentu) (Sj, 1991).

Menurut Mukti Ali, dialog antaragama merupakan perjumpaan antara hati dan pikiran pemeluk agama yang berbeda. Dialog adalah komunikasi antara orang-orang yang percaya pada tingkat agama. Dialog adalah cara umum untuk mempelajari kebenaran dan bekerja sama dalam proyek-proyek kepentingan bersama (Halim, 2015).

Dialog mensyaratkan bahwa masing-masing pihak dalam dialog menuntut kebebasan beragama, sehingga setiap orang dapat mengemukakan pendapatnya secara bebas kepada orang lain dan membiarkan mereka mengemukakan pendapatnya kepada dirinya sendiri. Dengan demikian, pemahaman agama menjadi lebih jelas, kita melihat lebih jelas di mana kita berbeda dan di mana kesamaan kita terletak pada realitas sosial.

Dialog juga tidak mempengaruhi hak setiap orang untuk mempraktikkan iman mereka dan membagikannya kepada orang lain. Dialog antaragama adalah pertemuan yang benar-benar ramah berdasarkan rasa hormat dan cinta di tingkat umat beragama (Halim, 2015) Kebanyakan orang memahami "dialog" sebagai dua orang yang berbicara satu sama lain. Mukti Ali menambahkan bahwa sub-kata "dia" dalam "dialog" tidak ada mempunyai sesuatu untuk dikerjakan oleh pihak kedua, tetapi sejatinya dialog berarti "dia-leghe" yaitu sedang berdiskusi, berbicara, sedang beralasan mengenai seluruh aspek persoalan. Karenannya saling mengoreksi dan bergerak bersama-sama dengan kata "concourse", yang memiliki makna berlari bersama, bergerak bersama, bergerak maju bersama bukan hanya berbicara satu dengan yang lain (Ali, 1997).

Secara umum, dialog merupakan salah satu bentuk dialektika, yaitu percakapan antara dua orang. Tapi sepertinya ketika dialog dilakukan di permukaan universal, terdapat berbagai permasalahan dan melibatkan berbagai pihak. Oleh karena itu, dialog tidak lagi berarti konfrontasi bersama antara Islam dan Kristen atau solusi atas masalah, tetapi ingin memasukkan agama lain dan aspek masalah yang berbeda. Maka dialog itu hadir dalam berbagai bentuk. Seperti diantaranya dialog kehidupan, dialog teologis, dialog monastic,

dialog pengalaman agamis, dialog perbuatan dan masih banyak lainnya (Halim, 2015).

Mukti Ali menambahkan, dialog membutuhkan sikap jujur yang seimbang, namun tidak boleh diluapi dengan pemikiran kritis yang terlampau berlebihan. Legowo serta siap menerima serta mendengarkan pendapat orang lain (Halim, 2015).

Perlu digaris bawahi melakukan dialog tidaklah mudah. Ada beberapa problem yang menjadi PR diantara lain sebagai berikut:

Pertama, sesuatu yang berkaitan erat dengan ajaran agama (yang bersumber pada kitab suci para agama) yang benar-benar absolutisme eksklusif karena Islam memiliki banyak ayat eksklusif yang menuju dan mengarah pada doktrin jihad dan kesyahidan. Sama halnya dengan ajaran Kristen bahwa keselamatan hanya ada di Gereja. *Ekstra Ecclesiam Nulla Solus* (Sj, 1991).

Kedua: Masalah kebebasan beragama, asas kebebasan atau freedom of religion berarti mengakui dan menjamin bahwa setiap orang dapat secara bebas dan mandiri menjalankan agama yang dianutnya. (Komaruddin Hidayat dan Ahmad Gaus AF, 1998) Di dalam Islam, misalnya, jika dilihat dalam sejarah banyak sekali mazhab dalam Islam yang menjunjung kebebasan, kebebasan agama mendapatkan ruang pengakuan terhadap manusia itu sendiri yang juga merupakan hak paling asasi berasal dari Tuhan, Indonesia merupakan negara yang didalamnya terdapat berbagai agama yang majemuk, negara Indonesia menjamin kebebasan beragama secara konstitusional. Hal tersebut dapat dilihat dalam paparan pasal 29 ayat 2 Undang-Undang Dasar 1945 bahwa negara menjamin kemerdekaan tiap-tiap penduduk untuk memeluk agamanya masing-masing dan untuk beribadat menurut agama dan sesuai kepercayaannya. Pada prinsipnya, Setiap orang atau kelompok berhak untuk menolak dan meninggalkan sekte atau agama yang dianutnya dan kemudian mengadopsi sekte atau agama lain yang dianggapnya sesuai. Dalam praktiknya, kebebasan berpindah agama seringkali bertentangan dengan hak kelompok/komunitas atau hak keluarga. Meninggalkan suatu agama seringkali disamakan dengan melepaskan hak-haknya sebagai anggota kelompok itu, dalam terminologi Islam disebut dengan istilah murtad.

Ketiga: Konvesi agama (Ralph W. Hool, 1985) (Lester Kurtz, 1995) Berangkat dari kebebasan beragama, masing-masing individu tentunya berhak untuk melakukan konversi agama. Hal ini tentu saja sangat dekat dengan hak asasi mereka. Padahal di sisi lain, hal itu bertentangan dengan ajaran agama-agama tersebut (khususnya Islam) yang menganggap sikap memalukan dan mencemarkan agama (dosa). Konversi agama bukanlah sesuatu fenomena atau peristiwa yang sederhana. Terdapat "pra condition" yang mendahuluinya dan "post condition" yang mengikutinya. Jenis dan tahapan yang dilalui juga sangat kompleks. Peristiwa dapat terjadi pada level personal satu orang atau lebih, bisa juga terjadi dalam skala yang lebih besar, kolektif, dan merupakan fenomena sosial yang juga memiliki motif sosial (Richard Bulliet, 1979). Oleh karena itu konversi dalam pengertian yang dalam berarti transformasi atau perubahan kepribadian dan kehidupan secara total (Devananda, 1992) mengandung dua realitas yang bertawanan; yaitu "*berpaling dari*" dan "*berpaling kepada*" dengan istilah lain yakni meninggalkan sesuatu yang lama dan "*berpaling kepada*" (Walter E Conn, 1998)(menerima) sesuatu yang baru. Konversi agama biasanya berfokus pada proses yang mengarah pada penerimaan satu keyakinan agama dan penolakan terhadap keyakinan agama lainnya, menurut Spilka hal tersebut terjadi yakni setidaknya dalam dua wujud; bertahap (gradual) dan tiba-tiba (sudden) (Ralph W. Hool, 1985) (Walter Houston Clark, 1958). Proses ini juga melibatkan perubahan keyakinan beragama disertai dengan

perubahan motivasi perilaku dan respon terhadap lingkungan sosial. (Thouless, 1971). M

Menurut Mukti Ali, tiga setengah persen dari 70 juta penduduk Indonesia saat itu pada masa kolonialisme Belanda berhasil dikristenkan (dikonversikan), (Ali, 1971) hal tersebut timbul sebagai reaksi terhadap lingkungan sosial atau bahkan karena kondisi ekonomi dan batasan sosial yang berlaku saat itu, tidak berarti, menafikan bentuk "sudden" dari konversi karena ukuran gradual dan sudden tersebut akan menjadi sangat relatif. Dari segi dampaknya, konversi mempengaruhi suatu tindakan sadar dan disengaja seseorang. Katterine menambahkan bahwa konversi membimbing pandangan, menyerap imajinasi, membebaskan simbol-simbol yang menekan kedalam jiwa. Konversi memperkaya pemahaman-pemahaman, membimbing penilaian-penilaian, dan memperkuat keputusan-keputusan. Adapun yang dimaksud dengan konversi dalam konteks ini, tentu saja sangat memicu sentimen salah satu agama (agama yang ditinggalkan). Meski di sisi lain terdapat keberhasilan agama yang diterima (agama baru) dalam mengkonversikan pemeluk agama lain. Dalam pandangan agama yang ditinggalkannya, omng yang melakukan konversi dikategorikan sebagai pendosa, tidak saleh, dan dangkal pemahaman agamanya (tentang agama yang ditinggalkannya) Berbeda dengan pandangan-pandangan agama yang baru diterimanya, justru sebaliknya dan merupakan awal dari gejala kedewasaan beragamanya.

Keempat: Kesalehan beragama (M Mashyur Amin, 1994).(Hidayat, 1998). Secara etimologi kesalehan berarti kebaikan atau kebaikan hati. Dalam kitab suci Al-Qur'an, kata Shalih sering digunakan untuk menggambarkan perbuatan yang dilakukan oleh seorang mukmin. Dalam arti yang lebih luas lagi, kata iman berarti kepercayaan tanpa memandang bentuk kepercayaan (Islam, Hindu, Budha, Kristen, dan Katolik), yang semuanya mengarah pada perbuatan baik (takwa). Seperti yang disampaikan oleh Masdar FM, kesalehan adalah kualitas spiritual tertentu yang dicapai dan ditunjukkan melalui penghayatan simbol-simbol agama.

Lebih lanjut, tidak ada agama di dunia yang mencoba melabeli pengikutnya sebagai individu yang jelek. Semua agama berusaha untuk membentuk perilaku yang baik dari pengikutnya untuk membawa sebuah ketentraman dan perdamaian dalam suatu kehidupan. Karena setiap agama memiliki dimensi etika, sosial dan nilai. Tetapi problemnya terletak pada definisi kesalehan dimasing agama, bisa dilihat sendiri dalam berbagai mungkin agama satu dengan yang lain memberikan standart yang berbeda terkiat kesalehan

Barangkali inilah alasan mengapa para pemeluk agama ingin membentuk suatu moralitas global. Karena jika tidak, kondisi ini sangat rawan munculnya disharmoni umat beragama. Memang keriligiusan beragama tidak lepas dari kedalaman atau kedangkalan agama seseorang dalam hubungannya dengan doktrin agama yang dianutnya. Mungkin ini bisa menjadi ukuran kesalehan beragama. Orang yang telah mampu mengamalkan agamanya dengan baik (dengan menghayati dan mengetahui ajaran agamanya) tampil di hadapan masyarakat sebagai sosok yang sangat bijaksana, selalu menyebarkan cinta dan kasih serta perdamaian kepada sesama dan lebih lembut dalam memperlakukan diri sendiri maupun kelompok lain di luar dirinya dan agamanya.

Betapa sulitnya mengukur religiusitas seseorang, hal tersebut menjadi jelas ketika kita bertemu dengan orang-orang yang memiliki pemahaman agama yang ekstrim atau yang disebut fundamentalis. Kemantapan pemahaman mereka tentang prinsip-prinsip agama mereka dapat digambarkan sebagai sesuatu yang luar biasa dan sebagian tercermin dalam

penghayatan ruhaninya yang tinggi terhadap ajaran tersebut. Tetapi bagi mereka yang berada di luar jalur agamanya, terutama mereka yang tidak beragama atau ateis, kelompok ini sangat kejam dan sama sekali tidak memiliki toleransi. Hal ini menimbulkan pertanyaan, apakah karena kedalaman agama mereka atau karena mereka dangkal memahami ajaran agamanya? Atau apakah mereka salah dan keliru memahami agama mereka? Padahal hidup beragama itu karena kita ingin menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan, selain berkhidmat kepada Tuhan. Seperti yang dikatakan Komaruddin Hidayat, hikmah hidup berkeragaman harus bermuara pada komitmen menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan tanpa terhalang oleh sentimen kelompok keagamaan. Jika agama memang diturunkan kepada manusia dan bukan kepada agama, maka ukuran sikap baik dan buruk dalam kehidupan beragama adalah penggunaan norma dan kategori kemanusiaan, bukan ideologi atau sentimen kelompok (Hidayat, 1998).

Dari pemaparan di atas, tampak ada problem-problem krusial dan tentu itu menjadi tugas besar sebagai manusia sosial dalam menjawab tantangan besar untuk menciptakan suatu dialog bagi para penganut agama dan harus disikapi secara serius oleh setiap umat beriman. Pada dasarnya jika ditelisik, dialog tersebut pada hakekatnya didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan nilai manusiawi, yang mengajak terciptanya suasana hidup berdampingan yang harmonis antara pemeluk agama lain.

C. Dialog Keagamaan dalam Hermeneutika Gadamer

Para pluralis banyak menerbitkan beberapa wacana-wacana demi terbentuknya cara pandang yang tidak logosentris, sebab pemahaman logo sentris seringkali menimbulkan beberapa pertikaian, tak jarang pertikaian tersebut menjadi ajang yang ekstrimis melibatkan banyak orang dan kelompok, seperti pengusuran tempat ibadah, pengeboman, pembunuhan dan lain-lain.

Dialog keagamaan berarti membuka secara bebas pemahaman keagamaan tanpa mengklaim secara esktrim-radikal yang lain salah dan harus dimusuhi. Salah satu pemahaman atau teori Gadamer yang senada dengan pemahaman pluralisme agaknya adalah teori Dialektika teks. Bagi Gadamer teks hanya bisa dipahami dicari maknanya jika melakukan pereleburan didalamnya, nanti disebut oleh Gadamer dengan istilah Dialektika Teks (Hasanah, 2017).

Senada dengan teori di atas, bahwa untuk melakukan atau mencari suatu makna haruslah dilakukan secara Dialog. Wacana-wacana pluralisme menganggap dialog keagamaan merupakan salah satu alternatif untuk menciptakan keharmonisan dan pencarian makna atas keagamaan itu sendiri. Dengan adanya dialog ke agamaan tentu para penganut agama harus bisa meyakini bahwa setiap agama memiliki jalan dan cara pandang yang berbeda. Barangkali kita memiliki pemahaman yang berbeda, tetapi tujuan akhir adalah tetap sama yaitu menuju sang maha sempurna (Hasanah, 2017). Dialog antar agama merupakan sebuah jalan keluar dari munculnya (selalu) "conflicting truth claims" dari percakapan antar agama (Pradjarta Dirdjosanjoto, Nick T Wiratmoko, 2006).

Di Indonesia agaknya sudah banyak aktivitas dialog keagamaan yang diadakan demi melihat titik temu agama-agama. Kemenag sendiri sebagai institusional negara ingin memberikan ruang keharmonisan bagi agama-agama. Kegiatan dialog antar umat beragama sebagai upaya membangun toleransi umat beragama, merawat dan menjaga kerukunan umat beragama sangat penting dan terus dilakukan di negara Indonesia dengan berbagai macam kemajemukan ini.

Dalam catatan sejarah dialog antar pemeluk agama di Indonesia telah ada sejak tahun 1969. Dialog itu diprakarsai oleh pemerintah dan dihadiri oleh pemimpin agama Islam, Protestan, Katholik, Hindu dan Budha. Tetapi dapat dikatakan bahwa usaha itu tidak berhasil. Lalu diadakan kembali tahun-tahun 1971 dengan melihat kegagalan dan belajar dari tahun 1969, yang mana dulunya dibuat oleh badan pemerintahan, ditahun tersebut dibuat oleh bukan badan pemerintahan, yang dulunya dibuat oleh pemimpin agama tetapi ditahun itu dibuat oleh sarjana-sarjana agama, yang biasanya berbicara tentang keyakinan teologis beralih ke pembangunan. Jadi yang terlibat berbagai macam civitas baik negeri ataupun swasta.

Dialog-dialog tersebut tumbuh subur di Indonesia dan memberikan pengaruh yang cukup besar dan menjadi modal bagi pembangunan umat di Indonesia, karena sejatinya umat Indonesia memiliki mental yang berupaya “musyawarah untuk mencapai mufakat”, bukan hanya politik tetapi aspek lain. Sehingga agenda dialog antar agama berjalan baik di Indonesia (Ali, 1995).

Salah satu contoh dialog antar agama yang diadakan di Indonesia baru-baru ini yaitu lebih tepatnya di Klaten, Kantor kementerian agama Kabupaten Klaten Provinsi Jawa Tengah. “Dialog antar umat beragama sebagai upaya membangun toleransi umat beragama, merawat dan menjaga kerukunan umat beragama sangat penting dan terus dilakukan di negara Indonesia dengan berbagai macam kemajemukan ini”. Hal tersebut disampaikan Kasubbag TU Kemenag Klaten, Riv Rozi saat menjadi narasumber dialog antar agama yang diselenggarakan Kemenag Klaten dalam hal ini penyelenggara Katolik bekerjasama dengan Paroki St. Perawan Maria Bunda Kristus Wedi di Balai Mandala Paroki yang dihadiri para tokoh agama, para ketua lingkungan, pengurus dewan harian dan para prodiakon (Klaten, 2022).

Jadi di Indonesia dari dulu hingga sekarang diberbagai provinsi sering dan gencarnya wacana wacana dialog agama demi mewujudkan keharmonisan antar umat beragama. Demi menghindari fenomena trust klaim yang secara berlebihan.

Kembali lagi ke Gadamer, Dialog teks bagi Gadamer bukanlah berargument dengan teks, tetapi lebih kepada peleburan kepada teks. Dalam pluralisme juga demikian, dialog antar agama bukanlah bermaksud melaga atau menghantam argument siapa yang paling kuat dan setelah itu agama tersebutlah yang menjadi superior. Dalam wacana-wacana menegakkan dialog antar agama disini bukanlah ditekankan pada tajamnya argument, tetapi para penganut agama haruslah seolah-olah menjadi mereka, agar mengerti posisi masing-masing penganut agama. Penganut agama A harus seolah-olah menjadi bagian penganut agama B agar terlihat seperti satu-kesatuan. Bukan dalam ranah aqidah, tetapi lebih ditekankan dalam ranah kemanusiaan, ranah sosial. Meminjam bahasa Mikhail Bakhtin, Untuk mencari makna tentang self harus berusaha melibatkan the other. Jadi umat beragama harus mengandaikan dirinya menjadi satu-kesatuan (peleburan) dengan umat agama lain (Manshur, 2017).

Hal ini bertujuan agar umat beragama sadar akan dirinya sebagai subjek agama tersebut. Lalu setelah terjadi peleburan antar umat agama lahirlah satu pemahaman dan titik temu yang diharapkan bisa dipegang erat sebagai visi dalam hidup rukun dan harmonis. Dalam bahasa Gadamer disebut penarikan teks keluar dengan proses dialog akan teks lepas dari alienasi dan mendapatkan dirinya kembali dalam suasana kekinian dan dialog yang

hidup.

Tidak sampai disitu, Hans Georg Gadamer menambahkan bahwa seorang penafsir harus menampilkan pertanyaan-pertanyaan filosofis atas teks. Interpretator melakukan komunikasi intensif terhadap teks sebagai obyek interpretative (Hasanah, 2017). Jika dikaitkan dengan wacana Pluralisme yaitu dialog antar agama, seorang penganut agama satu harus memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada agama lain, pertanyaan disini tentu pertanyaan yang bersifat publik tidak privat, bermakna pertanyaan yang sewajarnya. Dalam proses atau acara dialog antar agama dimana saja termasuk di Indonesia, akan didapatkan dan ditemui nantinya para penganut agama diberikan kesempatan bertanya terdapat agama lain. Pertanyaan itu sekiranya dapat menghasilkan jawaban, lalu munculnya jawaban yang bisa menjadikan umat beragama bersatu dalam visi untuk menciptakan kedamaian dan keharmonisan. Barangkali secara teks agama satu dengan yang lain terdapat kontrakdiktif, tetapi pemahaman kita sebagai manusia sosial akan menciptakan pemahaman yang harmonis, sebab manusia diikat dalam satu persaudaraan dalam ranah sosial.

PENUTUP

Kesimpulan

Dialog keagamaan merupakan salah satu wacana pluralisme demi mewujudkan keharmonisan antar umat beragama. Dengan dialog setidaknya para penganut agama dapat melihat dimana posisinya sebagai sesama penganut agama. Dialog merupakan pertemuan, percakapan dan diskusi untuk menemukan esensei keagamaan dalam menyikapi kemajemukan realitas sosial.

Gadamer menawarkan teori hermeneutika dengan istilah Dialektika teks, yaitu untuk mencari makna atas teks perlunya melebur dan menghidupkan dialog, sebagaimana wacana pluralisme, untuk mencari makna sebagai umat yang cinta kemajemukan perlunya dialog antar agama agar apa yang diinginkan oleh agama (teks dalam bahasa Gadamer) terwujud dan tentunya menjadi titik-temu antar banyak agama.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih penulis susun sepuluh jari kepada berbagai pihak, dosen, teman-teman beserta kolega di Uin Sunan Kalijaga dan Uin Sultan Syarif Kasim yang membantu dalam penyelesaian tulisan ini, dengan memberikan literatur-literatur yang berguna dalam memantapkan artikel yang sederhana ini. Kritik dan saran akan selalu diterima agar tulisan kedepannya lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Adminpanjatan. (2022). *Manusia Dicipta Untuk Saling Mengenal*. <https://Panjatan.Kulonprogokab.Go.Id/>.
<https://panjatan.kulonprogokab.go.id/detil/535/manusia-dicipta-untuk-saling-mengenal-oleh-kirmadi-sip>
- [2] Ali, M. (1971). *Pelbagai Persoalan Islam di Indonesia Dewasa ini*. NIDA.
- [3] Ali, M. (1995). *Ilmu Perbandingan Agama di Indonesia*. Penerbit Mizan.
- [4] Ali, M. (1997). "Agama, Moralitas dan Perkembangan Kontemporer," dalam Mukti Ali, dkk, *Agama dalam Pergumulan Masyarakat Kontemporer*. Tiara Wacana.
- [5] Amin, M. (2018). Kedudukan Akal dalam Islam. *TARBAWI: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 3(01), 79–92. <https://doi.org/10.26618/jtw.v3i01.1382>

-
- [6] Devananda, Y. (1992). Understanding Conversion in the Context of Dialogue. *The Ecumenical Review*, 44(4), 433–441. <https://doi.org/10.1111/j.1758-6623.1992.tb02807.x>
- [7] Dey, W. F. B. (2018). Dialog Menurut Pandangan Gereja Sebagai Jalan Menyuburkan Pluralisme. *Atma Reksa : Jurnal Pastoral Dan Kateketik*, 3(2), 66.
- [8] Farihah, I. (2015). Filsafat Materialisme Karl Marx (Epistemologi Dialectical and Historical Materialism). *FIKRAH: Jurnal Ilmu Aqidah Dan Studi Keagamaan*, 3(2), 431–454.
- [9] Funk, C. E. (Ed.). (1955). *New Practical Standard Dictionary*. Funk and Wagnalls Company.
- [10] Halim, A. (2015). Pluralisme dan Dialog Antar Agama. *TAJDID*, XIV(1), 38.
- [11] Hasanah, H. (2017). Hermeneutik Ontologis-Dialektis Hans-Georg Gadamer: Produksi Makna Wayang sebagai Metode Dakwah Sunan Kalijogo. *At-Taqaddum*, 9(1), 15.
- [12] Hidayat, K. (1998). *Menangkap Pesan-pesan Spiritual Agama*. Pustaka Hidayah.
- [13] Kebudayaan, D. P. dan. (1997). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Balai Pustaka.
- [14] Klaten, K. K. A. K. (2022). *Dialog Antar Agama, Upaya Membangun Toleransi*. <https://jateng.kemenag.go.id/>. <https://jateng.kemenag.go.id/2022/09/dialog-antar-agama-upaya-membangun-toleransi/>
- [15] Komaruddin Hidayat dan Ahmad Gaus AF (Ed.). (1998). *Passing Over Melintasi Batas Agama*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- [16] Lester Kurtz. (1995). *Gods in The Global Village: Trie World Religions in Sociological Perspective*. Pine Forge Press.
- [17] M Mashyur Amin. (1994). *Moralitas Pembangunan*. Pustaka Pelajar.
- [18] Madjid, N. (1995). *Islam Agama Kemanusiaan: Membangun Tradisi dan Visi Baru Islam di Indonesia*. Paramadina.
- [19] Manshur, F. M. (2017). Teori Dialogisme Bakhtin Dan Konsep-Konsep Metodologisnya. *SASDAYA: Gadjah Mada Journal of Humanities*, 1(2), 235. <https://doi.org/10.22146/sasdayajournal.27785>
- [20] Pradjarta Dirdjosanjoto, Nick T Wiratmoko, W. P. S. (Ed.). (2006). *90 Menit Bersama Gus Dur*. Pustaka Percik.
- [21] Ralph W. Hool, Jr. dan P. C. H. dan B. S. (1985). *The Psychology of Religion An Empiral Approach*. Prentice Hali Inc.
- [22] Richard Bulliet. (1979). *Conversion to Islam* (Nehemia Levtzion, Ed.). Holmes & Mejes Publisher.
- [23] Saleh, F. (2017). *Kajian Filsafat Tentang Keberadaan Tuhan dan Pluralisme Agama*. STAIN Kediri Press.
- [24] Sj, D. H. (1991). *Ensiklopedia Gereja*. Yayasan Cipta Loka Caraka.
- [25] Thouless, R. H. (1971). *An Introduction to Psychology of Religion*. Cambridge University Press.
- [26] Usman, F. (2002). *Wahdat al-Adyan: Dialog Pluralisme Agama*. LKIS.
- [27] Walter E Conn. (1998). *Corwersian: Perspectives on Personal and Social Transformation*. AlbaHcuse.
- [28] Walter Houston Clark. (1958). *The Psychology of Religion*. MacMillan Company.

KEKERASAN SEKSUAL DALAM TINJAUAN HUKUM ISLAM

Oleh

Adinda Cahya Magfirah¹, Kurniati², Abd. Rahman³

^{1,2,3}Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar

E-mail: ¹adindacahyamaghfira@gmail.com, ²kurniati@uin-alauddin.ac.id,

³abdul.rahman@uin-alauddin.ac.id

Article History:

Received: 27-12-2022

Revised: 23-01-2023

Accepted: 28-01-2023

Keywords:

Kekerasan, Seksual,
Hukum Islam

Abstract: Kekerasan seksual pada perempuan hingga saat ini masih terus terjadi, maraknya kasus kekerasan seksual yang dialami oleh perempuan menjadi salah satu topik yang selalu diperbicangkan untuk dikaji. Berbagai upaya dan kajian terus dilakukan untuk menanggulangi maupun menekan angka kekerasan seksual pada perempuan. Artikel ini memaparkan tentang kekerasan seksual yang dialami oleh perempuan dan juga membahas kekerasan seksual dalam pandangan hukum islam serta faktor yang menyebabkan adanya kekerasan seksual dan upaya mengatasi kekerasan seksual pada perempuan. Penelitian ini menggunakan penelitian yuridis normatif (metode penelitian hukum normative). Metode penelitian yuridis normatif adalah penelitian hukum kepustakaan yang dilakukan dengan cara meneliti bahan-bahan kepustakaan atau data sekunder belaka.

PENDAHULUAN

Manusia dikenal sebagai makhluk sosial, makhluk yang hidup di dalam kehidupan yang berkelompok/bermasyarakat. Disinilah gejala sosial yang disebut dengan kekerasan seksual sering timbul dalam kehidupan manusia. Masalah kekerasan seksual ini merupakan persoalan reaksi jender yang sangat luas dan kompleks yang menyangkut dalam aspek kehidupan manusia seperti terdapat pada moral, agama, iman dan lain-lain.

Kekerasan seksual sering dirasakan sebagai perilaku menyimpang, karena perbuatan tersebut memaksa seseorang terlibat dalam dalam suatu hubungan seksual atau menetapkan seseorang sebagai objek perhatian yang tidak diinginkannya.¹ Artinya, pelecehan seksual dapat berupa sikap yang tidak senonoh, seperti menyentuh anggota tubuh yang vital dan dapat pula hanya berupa kata-kata atau pernyataan yang bernuansa tidak senonoh. Sedangkan orang yang menjadi objek sentuhan atau pernyataan tersebut tidak menyenangkannya. Lebih rentan lagi pelecehan seksual ini sangat luas meliputi: main mata, bersiul nakal, cubitan, humor porno, colesan, tepukan atau sentuhan di bagian tubuh tertentu, gerakan tertentu atau isyarat yang bersifat seksual, ajakan berkencan dengan iming-iming atau ancaman, ajakan melakukan hubungan seksual bahkan sampai

¹Rohan Colier, *Pelecehan Seksual Hubungan Dominasi Masyarakat dan Minoritas*, (Yogyakarta: PT. Tiara Yogy, 1998), Cet. Ke-1, h. 4,

pemeriksaan.²

Kekerasan seksual ini bisa sering terjadi di mana saja dan kapan saja, seperti di dalam bus kota, pabrik, supermarket, bioskop, kantor, hotel, trotoar, dan sebagainya baik pada siang atau pada malam hari. Bila kita cermati lebih detail lagi yang sering menjadi korban kekerasan seksual adalah kaum hawa atau kaum perempuan, perempuan sering dilecehkan secara seksual karena ketidakberdayaannya, yang selalu berada di bawah kekuasaan kaum laki-laki. Namun ada juga yang berpendapat korban kekerasan seksual ini tidak hanya terjadi kepada kaum perempuan saja, tapi ada juga korban kekerasan seksual ini terjadi kepada kaum laki-laki. Tetapi yang lebih sering dijadikan korban kekerasan seksual hanya kaum perempuan. Artinya, kekerasan seksual ini terjadi karena kaum laki-laki sangat memiliki kekuasaan dan kedudukannya di mata masyarakat, sedangkan kaum perempuan dipandang hanya sebagai pemuas atau pelampiasan hawa nafsu belaka.

Selanjutnya, perempuan yang menjadi korban kekerasan seksual itu tidak hanya perempuan normal. Akan tetapi sering juga dialami oleh perempuan penyandang cacat. Yang dimaksud dengan penyandang cacat dalam Undang-undang No. 4 Tahun 1997 ialah setiap orang yang mempunyai kelainan pada fisik dan atau mental, yang dapat mengganggu atau merupakan rintangan atau merupakan rintangan atau hambatan baginya untuk melakukan kegiatan secara layak.

Para penyandang cacat ini dapat dikelompokkan menjadi 3 (tiga) kelompok:

1. Penyandang cacat fisik,
2. Penyandang cacat mental dan,
3. Penyandang cacat fisik dan mental.³

Secara sosiologis, dapat dikatakan bahwa dalam kehidupan masyarakat, semua warga Negara berpartisipasi penuh atas terjadinya kejahatan sebab masyarakat dipandang sebagai sebuah system kepercayaan yang melembaga (*system of institutionalized trust*). Tanpa kepercayaan itu, kehidupan sosial tidak mungkin berjalan dengan baik sebab tidak ada patokan yang pasti dalam bertingkah laku. Kepercayaan terpadu melalui norma-norma yang diekspresikan di dalam struktur organisasional. Bagi korban kejahatan dengan terjadinya kejahatan yang menimpa dirinya tentu akan menghancurkan system kepercayaan tersebut.⁴

Isu kekerasan seksual terhadap perempuan bukan saja merupakan masalah di Indonesia, namun juga menjadi masalah di berbagai dunia. (pendiri *Center Woman Policy Studies*) dalam Harkristuti bahwa tindakan kekerasan terhadap perempuan secara universal terjadi di semua budaya dan Negara.

Dalam KUHP, pengaturan kekerasan seksual yang sering diancamkan kepada pelaku adalah pencabulan dan persetubuhan. Kedua perbuatan ini, merupakan jenis perbuatan yang sering digunakan penegak hukum dalam menjerat pelaku. Namun apakah kekerasan seksual hanya mencakup perbuatan itu saja? Dalam realitas yang ada, harus diakui bahwa pengungkapan kekerasan seksual terhadap perempuan sebuah dilematis, sebab karakteristik tindak pidana kekerasan seksual berbeda dengan karakteristik tindak pidana yang lain.

²*Pelecehan Seksual*, [Http://Pelecehan.Htm](http://Pelecehan.Htm) diakses pada tanggal 22 November 2022 pukul 12:11

³Undang-Undang Penyandang Cacat No. 4 Tahun 1997 tentang Penyandang Cacat Pasal 1, h. 1

⁴Elizabeth Siregar, Dessy Rakhmawaty, and Zulham Adamy Siregar, "Kekerasan Seksual Terhadap Perempuan: Realitas dan Hukum," *PROGRESIF: Jurnal Hukum* 14, no. 1 (June 25, 2020): h. 2.

Kekerasan seksual merupakan perbuatan yang menyangkut nilai kehormatan dan penghargaan diri perempuan. Dimensi perbuatan yang tidak selalu diatur dalam legalitas sebuah hukum, namun kerap terjadi. Dari sisi kriminalisasi, misalnya tindak pidana kekerasan seksual yang ada saat ini belum mencakup beberapa perbuatan yang seharusnya juga tergolong tindak pidana kekerasan seksual. Selain itu, jika ditinjau dari penjatuhan pidana, penting mencermati bagaimana persepsi hakim dalam memberikan hukuman terhadap pelaku.⁵

Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik menulis tentang **Kekerasan Seksual dalam Tinjauan Hukum Islam** yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana kekerasan seksual dalam hukum Islam dan bagaimana faktor penyebab kekerasan seksual dan bagaimana pula upaya mengatasi kekerasan seksual.

METODE PENELITIAN

Berdasarkan judul dan permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini dan agar dapat memberikan hasil yang bermanfaat maka penelitian ini dilakukan dengan penelitian yuridis normatif (metode penelitian hukum normative). Metode penelitian yuridis normatif adalah penelitian hukum kepustakaan yang dilakukan dengan cara meneliti bahan-bahan kepustakaan atau data sekunder belaka.⁶

PEMBAHASAN

Kekerasan Seksual dalam Pandangan Hukum Islam

Kekerasan seksual dimulai pada peradaban Yunani, Romawi, India, Cina. Kekerasan seksual juga terjadi pada berbagai agama seperti Yahudi, Nasrani, Budha, Islam dan sebagainya.⁷

Sikap-sikap terhadap wanita merata di kalangan sebagian bangsa-bangsa kuno, termasuk pandangan bahwa wanita bukanlah manusia yang sempurna kedudukannya sebagai makhluk mungkin terletak di antara derajat manusia dan hewan. Juga wanita dianggap tidak mempunyai ruh sehingga ia tidak mungkin bisa masuk surga. Tahayul-tahayul lain yang serupa juga merata di masa yang lampau.⁸

Kekerasan seksual mempunyai berbagai macam bentuk dan jenis, diantaranya seperti berupa pandangan visual atau berupa sentuhan-sentuhan yang mempunyai unsur Fashiyah (tabu), seperti mencium, meraba, atau menyentuh organ intim lawan jenis atau milik sendiri dan dipertontonkan pada kalangan tertentu, dan bahkan mungkin berupa tulisan atau suara. Illat yang dijadikan dasar bahwa hal itu masuk kategori pelecehan seksual adalah adanya unsur memaksa orang lain untuk menonton atau mendengar, menerima dan mengonsumsi suatu hal yang mengandung unsur pornografi yang diluar kehendaknya.⁹

Kekerasan seksual menimbulkan dampak luar biasa kepada korban, meliputi

⁵Siregar, Rakhmawaty, and Siregar, "Kekerasan Seksual Terhadap Perempuan: Realitas dan Hukum," *PROGRESIF: Jurnal Hukum* 14, no. 1 (June 25, 2020): h. 4.

⁶Soerjono Soekanto dan Sri Mahmudji, *Penelitian Hukum Normatif, Suatu Tinjauan Singkat*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003), h. 13.

⁷Laudita Soraya Husin, *Kekerasan Seksual Pada Perempuan Dalam Perspektif Al-Quran Dan Hadis*, *Jurnal Al-Maqhsidi*, Januari-Juni, 2020, h. 16.

⁸Morteza Mutahhari, *Etika Seksual dalam Islam*, Bandung : Penerbit Pustaka, 1982, h. 6.

⁹Muhammad Syamsudin, dalam <https://Islam.nu.or.id/post/read/103397/kekerasan-seksual-dalam-fiqih-3-sanksi-bagi-pelaku-pelecehan-seksual> (diakses pada 22 November 2022, pukul 14:57).

penderitaan psikis, kesehatan, ekonomi, dan sosial hingga politik. Dampak kekerasan seksual sangat mempengaruhi hidup korban. Dampak semakin menguat ketika korban adalah bagian dari masyarakat yang marginal secara ekonomi, sosial dan politik, ataupun yang memiliki kebutuhan khusus, seperti orang dengan disabilitas dan anak.¹⁰

Islam ialah agama yang membawa misi luhur, yaitu rahmatan *lil'alam* (pembawa kebahagiaan bagi seluruh alam). Islam memberikan pemahaman bahwa segala makhluk ciptaan Allah swt. memiliki derajat kedudukan yang sama dimata Allah swt. Islam membawa ajaran untuk tidak membeda-bedakan umat manusia baik perempuan maupun laki-laki, perbedaan yang ada hanyalah nilai pengabdian dan ketaqwaannya pada Allah swt. sehingga Islam memandang kekerasan terhadap perempuan dan anak adalah tercela, melanggar hukum dan syariat Islam. Tindak kekerasan harus mendapatkan perhatian dari berbagai kalangan, hal ini menuntut kita agar lebih arif dalam menyikapi dan melihat jauh lebih dalam bagaimana sesungguhnya tindakan kekerasan seksual dalam perspektif al-Qur'an dan hadits.¹¹

Dalam agama Islam sifat ini dipandang sebagai perbuatan tercela karena agama Islam telah mengajarkan kepada setiap umat-Nya untuk saling hormat menghormati kepada siapapun tanpa melihat posisi dan jabatan seseorang. Dalam makna pelecehan seksual ini sudah dapat kita pahami pada bab sebelumnya. Sementara, ketentuan aktifitas seksual tersebut dalam agama Islam hanya boleh dilakukan dengan jalur yang telah ditentukan, yakni melalui jalur pernikahan yang sah, dengan mengikuti syarat dan ketentuan yang telah oleh Allah swt. yang telah menciptakan manusia dengan disertai hawa nafsu, hal ini dapat kita lihat dalam (QS al-Imran/14:3)

رُيِّنَ لِلنَّاسِ حُبُّ الشَّهَوَاتِ مِنَ النِّسَاءِ وَالْبَنِينَ وَالْقَنَاطِيرِ الْمُقَنْطَرَةِ مِنَ الذَّهَبِ وَالْفِضَّةِ وَالْخَيْلِ الْمُسَوَّمَةِ وَالْأَنْعَامِ وَالْحَرْثِ ۗ ذَلِكَ مَتَاعَ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا ۗ وَاللَّهُ عِنْدَهُ حُسْنُ الْمَآبِ

Terjemahnya: “Dijadikan indah pada (pandangan) manusia kecintaan kepada apa-apa yang diingini, Yaitu: wanita-wanita, anak-anak, harta yang banyak dari jenis emas, perak, kuda pilihan, binatang-binatang ternak dan sawah ladang. Itulah kesenangan hidup di dunia, dan di sisi Allah-lah tempat kembali yang baik (surga)”.

Dengan kata lain manusia tidak dapat lepas dari unsur nafsu karena dengan adanya unsur tersebut manusia dapat melanjutkan dan memperbanyak keturunannya.¹² Dengan demikian manusia tidak dapat lepas dari unsur nafsu seksual karena adanya unsur ini manusia dapat melanjutkan dan memperbanyak keturunannya.¹³

Tetapi bukan berarti manusia boleh melakukan aktifitas tersebut sesuka hati. Bila aktifitas seksual dilakukan di luar jalur yang telah ditentukan, seperti yang telah dilakukan oleh orang-orang yang hanya menuruti hawa nafsu dan keinginan mereka, maka hubungan seksual tersebut disebut zina. Agar manusia menjauh dari perbuatan yang dapat mendekati zina maka Allah swt. telah memberi rambu-rambu melalui Firman-Nya dalam (QS al-Isra/17:32) yang berbunyi :

¹⁰Imam Nakha'I, *Islam Menolak Kekerasan Seksual*, diakses dari <https://swarahima.com/> diakses pada 22 November 2022 pukul 13:35

¹¹Laudita soraya Husin, *Kekerasan Seksual Pada Perempuan Dalam Perspektif Al-Quran Dan Hadis*, h. 17.

¹²Jalaludin et.al, “*Pengantar Ilmu Jiwa Agama*”, (Jakarta: Cv Pustaka, 1989), Cet .Ke1, h. 11.

¹³Jalaludin et.al, “*Pengantar Ilmu Jiwa Agama*”, (Jakarta: Cv Pustaka, 1989), Cet .Ke1, h. 11.

وَلَا تَقْرَبُوا الزَّوْجَىٰ إِنَّهُ كَانَ فَاجِشَةً وَسَاءَ سَبِيلًا

Terjemahnya: “Dan janganlah kamu mendekati zina; Sesungguhnya zina itu adalah suatu perbuatan yang keji. dan suatu jalan yang buruk”.

Bila ayat di atas dipahami dan diaplikasikan maka dengan sendirinya perbuatan yang dapat menyebabkan perbuatan zina dapat dihindari. Adapun di antara aktivitas atau perbuatan yang dapat menyebabkan zina adalah bentuk-bentuk perbuatan pelecehan seksual seperti memandang wanita dari atas hingga bawah, lelucon seksual yang menyinggung perasaan, gambar atau foto yang pornografis dan bentuk-bentuk yang lain seperti yang telah disebutkan dalam bab sebelumnya tentang bentuk-bentuk pelecehan seksual.

Pelecehan seksual merupakan permasalahan yang timbul dalam pergaulan sosial masyarakat. Untuk itu ajaran agama Islam telah memberi aturan-aturan dalam pergaulan sosial masyarakat seperti sopan santun, etika berpakaian dan memandang seseorang dalam berinteraksi atau bergaul. Dengan demikian pelecehan seksual ini merupakan bentuk perbuatan yang dianggap sebagai perbuatan yang bermoral rendah, karena moral merupakan tata kelakuan seseorang yang berinteraksi dan bergaul. Dengan demikian ukuran moral yang sangat tinggi dapat diukur dari pengakuan masyarakat bahwa suatu perbuatan tersebut tidak dianggap menyalahi aturan dan kebiasaan yang ada di dalam masyarakat, apa yang patut dan apa yang tidak patut untuk dilakukan.¹⁴

Al-Qur’an menyebut pelecehan seksual baik fisik maupun non fisik sebagai “al-rafast” dan “fakhsiyah”. Menurut mufassirin ar-rafast adalah al-ifhasy li al-mar’ah fi al-kalam atau ungkapan-ungkapan keji terhadap perempuan yang menjurus kepada seksualitas. Sedangkan fakhsiyah mirip dengan ar-rafasta yaitu perbuatan atau ungkapan-ungkapan kotor yang menyerang dan merendahkan harkat dan martabat perempuan. Ungkapan-ungkapan dan tindakan keji yang menjurus seksualitas, seperti menyebut tubuh perempuan dengan tidak pantas (body shaming) yang merendahkan bentuk tubuh. Serta tindakan meraba-raba, mencolek, menggosok gosokkan anggota tubuh dan tindakan lainnya, jelas diharamkan baik di domestik ruang publik, dilakukan oleh siapapun dan dimanapun.¹⁵

Perempuan dan anak dimuliakan dalam Islam, dalam sejarahnya Islam membebaskan perempuan dari sistem sosial patriarki arab di zaman Jahiliyah (misalnya, yang tidak membatasi orang untuk menikah atau membunuh bayi perempuan) menjadi memiliki hak. Islam juga menghargai institusi keluarga dan melarang kekerasan dalam rumah tangga.

Al-Qur’an tidak pernah memandang laki-laki dan perempuan secara berbeda, al-Qur’an tidak memandang perempuan dan anak-anak rendah, tidak mengajarkan untuk berperilaku sewenang-wenang terhadap perempuan dan anak-anak apalagi untuk menyiksa maupun melukai perempuan. Beberapa ayat dalam al-qur’an dapat menggambarkan bahwa Islam memberikan apresiasi terhadap cinta, kasih sayang, keharmonisan dalam menjalani hubungan suami dan istri. Hal ini dapat dilihat dalam (QS Ar-rum/30:21) yang berbunyi :

وَمِنْ آيَاتِهِ أَنْ خَلَقَ لَكُمْ مِنْ أَنْفُسِكُمْ أَزْوَاجًا لِتَسْكُنُوا إِلَيْهَا وَجَعَلَ بَيْنَكُمْ مَوَدَّةً وَرَحْمَةً إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِقَوْمٍ يَعْقُرُونَ

Terjemahnya: “Dan di antara tanda-tanda kekuasaan-Nya ialah Dia menciptakan untukmu isteri-isteri dari jenismu sendiri, supaya kamu cenderung dan merasa tenteram kepadanya, dan dijadikan-Nya diantaramu rasa kasih dan sayang. Sesungguhnya pada yang demikian itu benar-benar terdapat tanda-tanda bagi kaum yang

¹⁴A. Gunawan Setiardja, *Dialektika Hukum dan Moral*, (Joyakarta: Kanisius, 1990), Cet 1, h. 90.

¹⁵Imam Nakha’I, *Islam Menolak Kekerasan Seksual*, diakses dari <https://swarahima.com/> diakses pada tanggal 22 November 2022 pukul 13:22.

berfikir”.

Ayat diatas menjadi penting karena al-Quran tidak mengaitkan seksualitas dengan perilaku hewani atau tindakan jasmani saja, namun memandang bahwa seksualitas sarana tuhan dalam menciptakan hubungan antara laki-laki dan perempuan yang dicirikan dengan kebersamaan, kedamaian, cinta dan kasih sayang.¹⁶

Kekerasan seksual merupakan permasalahan yang timbul dalam pergaulan sosial masyarakat. Untuk itu ajaran agama Islam telah memberi aturan-aturan dalam pergaulan sosial masyarakat seperti sopan santun, etika berpakaian dan memandang seseorang dalam berinteraksi atau bergaul. Dengan demikian kekerasan seksual ini merupakan bentuk perbuatan yang dianggap sebagai perbuatan yang bermoral rendah, karena moral merupakan tata kelakuan seseorang yang berinteraksi dan bergaul. Dengan demikian ukuran moral yang sangat tinggi dapat diukur dan pengakuan masyarakat bahwa suatu perbuatan tersebut tidak dianggap menyalahi aturan dan kebiasaan yang ada di dalam masyarakat, apa yang patut dan apa yang tidak patut untuk dilakukan.¹⁷

Dalam ajaran agama Islam jangankan mencium atau memegang anggota badan seseorang perempuan, melihat dengan menimbulkan syahwat saja tidak boleh, karena dikhawatirkan dapat menimbulkan dan mendekati zina. Hal ini ditegaskan oleh Allah swt. dalam Firmannya (QS an-Nur:24/31) yang berbunyi:

وَقُلْ لِلْمُؤْمِنَاتِ يَعْضُنْنَ مِنْ أَبْصَارِهِنَّ وَيَحْفَظْنَ فُرُوجَهُنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا مَا ظَهَرَ مِنْهَا وَلَا يَضْرِبْنَ بِخُمُرِهِنَّ عَلَى جُيُوبِهِنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا لِبُعُولَتِهِنَّ أَوْ آبَائِهِنَّ أَوْ آبَاءِ بُعُولَتِهِنَّ أَوْ أَبْنَائِهِنَّ أَوْ أَبْنَاءِ بُعُولَتِهِنَّ أَوْ إِخْوَانِهِنَّ أَوْ بَنِي إِخْوَانِهِنَّ أَوْ نِسَائِهِنَّ أَوْ مَا مَلَكَتْ أَيْمَانُهُنَّ أَوْ التَّبِيعِينَ غَيْرِ أُولَى الْأَرْبَابَةِ مِنَ الرِّجَالِ أَوْ الطِّفْلِ الَّذِينَ لَمْ يَظْهَرُوا عَلَى عَوْرَاتِ النِّسَاءِ وَلَا يَضْرِبْنَ بَأَرْجُلِهِنَّ لِيُعْلَمَ مَا يُخْفِينَ وَتَوْبُوا إِلَى اللَّهِ جَمِيعًا أَيُّهُ الْمُؤْمِنُونَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Terjemahnya: “Katakanlah kepada wanita yang beriman: "Hendaklah mereka menahan pandangannya, dan kemaluannya, dan janganlah mereka Menampakkan perhiasannya, kecuali yang (biasa) nampak dari padanya. dan hendaklah mereka menutupkan kain kudung kedadanya, dan janganlah Menampakkan perhiasannya kecuali kepada suami mereka, atau ayah mereka, atau ayah suami mereka, atau putera-putera mereka, atau putera-putera suami mereka, atau saudara-saudara laki-laki mereka, atau putera-putera saudara lelaki mereka, atau putera-putera saudara perempuan mereka, atau wanita-wanita Islam, atau budak- budak yang mereka miliki, atau pelayan-pelayan laki-laki yang tidak mempunyai keinginan (terhadap wanita) atau anak-anak yang belum mengerti tentang aurat wanita. dan janganlah mereka memukulkan kakinyua agar diketahui perhiasan yang mereka sembunyikan. dan bertaubatlah kamu sekalian kepada Allah, Hai orang-orang yang beriman supaya kamu beruntung”.

Dalam sebuah syair disebutkan:

“semua peristiwa (perzinaan) itu bermula dari memandang. Dan api yang besar itu berasal daro percikan api yang sangat kecil”

Dari konteks tersebut dapat kita pahami bahwa tindakan kekerasan seksual yang tampak sangat sepele sebenarnya dapat menyulut perbuatan yang sangat besar lagi, yaitu seperti terjadinya perzinaan.

¹⁶Karena Lebacqz, *Sexuality: A Reader. Edited by Karena Lebacqz. Claveland. Ohio: The Pilgrim Press, 1999. P. 45*

¹⁷A. Gunawan Setiardi, *Dialektika Hukum dan Moral* (Yogyakarta: Kanisius, 1990), Cet: 1, h. 90.

Faktor-Faktor Penyebab Terjadinya Kekerasan Seksual

Tingginya tingkat pelecehan seksual pada perempuan disebabkan oleh beberapa faktor. Terdapat dua faktor penyebab terjadinya kekerasan seksual, yakni faktor natural atau biologis dan faktor sosial budaya.

1. Faktor Natural dan Biologis

Faktor natural atau biologis memiliki asumsi bahwa laki-laki memiliki dorongan seksual yang lebih besar dibandingkan perempuan, sehingga laki-laki yang cenderung melakukan tindakan terhadap perempuan. Pada faktor natural dan biologis ini diasumsikan bahwa laki-laki dan perempuan sama-sama memiliki rasa ketertarikan yang besar satu sama lain. Oleh karena itu reaksi yang di harapkan muncul pada perempuan adalah perasaan tersanjung atau minimal tidak merasa terganggu oleh tindakan tersebut. Namun pada kenyataannya, korban pelecehan seksual merasa terganggu dan terhina karena dilecehkan oleh pelaku pelecehan seksual.

2. Faktor Sosial Budaya

Pada faktor ini di jelaskan bahwa pelecehan seksual adalah manifestasi dari sistem patriakal dimana laki-laki dianggap lebih berkuasa dan dimana keyakinan dalam masyarakat mendukung anggapan tersebut. Sehingga anggapan tersebut telah tertanam dalam pikiran masyarakat. Selama ini masyarakat cenderung memberikan reward kepada laki-laki untuk perilaku seksual yang bersifat agresif dan mendominasi, sedangkan perempuan diharapkan untuk bertindak lebih pasif dan pasrah. Akibat dari reward tersebut, masing-masing jenis kelamin baik laki-laki maupun perempuan diharapkan untuk berperilaku sesuai dengan peran yang telah di tentukan tersebut.¹⁸

Dampak Kekerasan Seksual

Secara umum dampak yang sering terjadi pada korban kekerasan seksual adalah minder atau ingin menjauh dari orang-orang atau mengurung diri. Hal tersebut terjadi karena korban merasa malu, menyalahkan diri sendiri, merasa minder dan dan direndahkan oleh masyarakat, dan sebagainya. Tidak banyak yang bisa dilakukan korban kecuali berusaha untuk mengurangi agar tidak kembali menjadi sasaran empuk dari laki-laki yang bermoral rendah. Tetapi ada juga orang yang berpendidikan memiliki moral yang sangat rendah.

Dampak dalam kehidupan pribadi dan sosial korban merasa direndahkan, hubungan keluarga atau bersosialisasi sangat sulit membina hubungan kembali terutama pada pria karena adanya rasa takut. Pada saat penyerangan berlangsung, korban tidak percaya dan menganggap penyerangan kekerasan seksual hanya terjadi pada orang lain, bukan dirinya, kemudian muncul rasa takut, minder atau menutupi bagian-bagian tubuh yang dapat menimbulkan untuk mengundang pelaku untuk melakukan kekerasan seksual.

Contoh Kekerasan Seksual Terhadap 13 Santri di Bandung

Pesantren adalah salah satu bagian dari lembaga pendidikan untuk mendalami agama memiliki peran yang sangat dibutuhkan untuk menyalurkan pendidikan bagi para santri. Pendidikan seksualitas dalam kajian Islam, dapat dijumpai dalam segi disiplin ilmu yang utama adalah ilmu hadis, fikih, dan tafsir. Kajian fikih yang mana merupakan kajian yang lain di pesantren dapat diselenggarakan dalam dua bentuk baik berupa kajian sorogan maupun bandongan. Kajian sorogan merupakan bentuk kajian yang memberi kesempatan

¹⁸Karlina, Annisa, Prabowo, Hendro. *The 17 FSTPT Internasional Symposium, Pelecehan Seksual Diangktan KRL Ekonomi dari Perspektif Pelaku*.

juga peluang untuk santri dapat belajar serta mendapat ilmu secara individu dalam bentuk melakukan pembacaan satu persatu di hadapan pengajar.

Lingkungan pesantren adalah salah satu tempat untuk menimba ilmu pengetahuan serta memperdalam ilmu keagamaan. Namun akhir-akhir ini beredar kasus tentang kekerasan seksual yang terjadi di lingkungan pesantren. Korban dari kejahatan seksual di lingkungan pesantren adalah para santriwati, yang mana usianya masih sangat muda sekitar 14 hingga 20 tahun. Korban dari pelaku tersebut bahkan mencapai belasan, pelaku dari kejahatan itu sendiri tak lain ialah salah satu guru yang mengajar di sana. Pelaku melakukan aksi bejatnya tahun 2016 lalu, yang kini telah memakan 13 korban santriwati dan 8 santri di antaranya telah melahirkan 9 bayi.

Herry Wirawan merupakan salah satu seorang pendidik yang ada di lingkungan korban, sebab itu hukuman pidana yang diberikan ditambah sepertiga dari ancaman pidana awal, dengan keputusan hakim pidana 20 tahun paling lama.

Upaya Mengatasi Kekerasan Seksual

Usikan seksual yang dialami oleh kaum perempuan, akan memberikan dampak yang sangat besar terhadap perkembangan psikososial korban maupun keluarga korban. Melihat dampak usikan seksual yang sangat berat, tindakan ini harus disikapi dengan lebih asertif agar tidak terjadi kesewenang-wenangan dan agar kasus tindak usikan seksual ini tidak semakin meningkat. Mengingat bahwa kaum perempuan terutama remaja perempuan tidak bisa dihindarkan dari topik masalah kekerasan seksual, maka perlu dilakukannya upaya-upaya preventif yang bersifat menyeluruh sehingga para perempuan tidak menjadi korban kekerasan seksual. Adapun alternative treatment yang dapat diberikan adalah pelatihan asertivitas normative.

Dalam mengatasi tingginya tingkat kekerasan yang terjadi pada kaum perempuan pada saat ini pelatihan asertif pun harus dilakukan dan diterapkan kepada korban karena pelatihan ini memberikan banyak manfaat untuk dapat mengurangi para korban kekerasan yang tidak berani melapor dan mengajukan hak yang ia miliki agar mendapat keadilan. Asertif merupakan suatu kemampuan untuk dapat mengkomunikasikan apa yang diinginkan dan dipikirkan kepada orang lain dengan tetap menjaga dan menghargai perasaan orang lain.

Pelatihan asertivitas merupakan sebuah konsep pendekatan behavioral yang digunakan untuk mendapatkan hak-haknya secara sempurna. Yaitu dengan mengembangkan self esteem dan melibatkan ekspresi perasaan yang positif (Alberti & Emmons, 2002). Pelatihan asertivitas bisa diterapkan pada individu yang mengalami kesulitan untuk menerima bahwa menyatakan atau menegaskan diri adalah sebuah tindakan yang layak dan benar.

Pelatihan asertif yang diberikan kepada korban lebih menggambarkan tentang prinsip-prinsip perilaku, misalnya penerapan kebutuhan-kebutuhan manusia, khususnya kebutuhan untuk dapat mengekspresikan diri secara penuh, terbuka, dan tanpa merasa takut akan adanya ejekan dan perasaan bersalah. Oleh karena itu, pemberdayaan perempuan dengan meningkatkan kemampuan berperilaku asertif melalui pelatihan asertivitas merupakan sebuah upaya untuk dapat mengurangi kejadian kekerasan seksual. Perilaku asertif penting untuk mencapai perlindungan diri dari aktivitas kekerasan seksual yang tidak

aman dan tidak diinginkan.¹⁹

PENUTUP

Kesimpulan

Kekerasan seksual tidak diperbolehkan untuk dilakukan dalam alasan dan dalam bentuk apapun. AlQuran tidak membuat klaim mengenai perbedaan perlakuan terhadap kaum laki-laki maupun perempuan. Al-Quran memandang laki-laki dan perempuan memiliki karakteristik seksualitas yang sama. Al-Quran dan Hadis memandang hubungan suami-istri atau seksualitas dengan penuh kasih sayang, cinta, kedamaian, dan menjunjung tinggi rasa empati dan humanis. Tidak ada klaim Al-Quran mengenai merendahkan perempuan terlebih untuk melakukan kekerasan kepada perempuan. Namun terkadang masih banyak pelaku kekerasan atau pelaku penyalahgunaan makna yang terkandung dalam AlQuran yang terkadang melenceng dari anjuran Al-Quran yang nantinya akan berdampak kepada perlakuan yang semena-mena terhadap perempuan atau kekerasan seksual pada perempuan.

Saran

Berdasarkan judul penulis yang sangat berkaitan dengan kekerasan seksual dan dari hasil penelitian yang diperoleh, penulis dapat memberikan saran yang bisa bermanfaat bagi pembaca dan penulis sendiri.

1. Dibutuhkannya pengenalan dan edukasi dimulai dari anggota keluarga terkait kesetaraan antara laki-laki dan perempuan, memberikan informasi terkait kekerasan seksual dan hak-hak perempuan agar dapat mencegah pelecehan seksual.
2. Ketika ada korban kekerasan seksual diharapkan untuk tidak diasingkan oleh lingkungan setempat, tetapi dibutuhkan perhatian dan kepedulian antar sesama untuk memulihkan mental korban.
3. Memiliki keberpihakan terhadap korban dengan menyuarakan dan membantu korban untuk hak-hak atas kebenarannya agar tidak terulang kembali kejahatan serupa.

DAFTAR REFERENSI

- [1] A Gunawan Setiardja, *Dialektika Hukum dan Moral*, Joyakarta: Kanisius, 1990.
- [2] Elizabeth Siregar, Dessy Rakhmawaty, and Zulham Adamy Siregar, "Kekerasan Seksual Terhadap Perempuan: Realitas dan Hukum," *PROGRESIF: Jurnal Hukum* 14, no. 1 June 25, 2020.
- [3] Husin Laudita Soraya, *Kekerasan Seksual dalam hukum islam*.
- [4] Imam Nakha'I, *Islam Menolak Kekerasan Seksual*, diakses dari <https://swararahima.com//> diakses pada tanggal 22 November 2022 pukul 13:22.
- [5] Imam Nakha'I, *Islam Menolak Kekerasan Seksual*, diakses dari <https://swararahima.com//> diakses pada 22 November 2022 pukul 13:35.
- [6] Jalaludin et.al, "Pengantar Ilmu Jiwa Agama", Jakarta: Cv Pustaka, 1989.
- [7] Karena Lebacqz, *Sexuality: A Reader. Edited by Karena Lebacqz. Claveland. Ohio: The Pilgrim Press, 1999. P. 45*
- [8] Karlina, Annisa, Prabowo, Hendro. *The 17 FSTPT Internasional Symposium, Pelecehan*

¹⁹Utami Zahirah Noviani, "MENGATASI DAN MENCEGAH TINDAK KEKERASAN SEKSUAL PADA PEREMPUAN DENGAN PELATIHAN ASERTIF," *Prosiding Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat* 5, no. 1 (June 29, 2018): hlm. 51-53.

- Seksual Diangkut KRL Ekonomi dari Perspektif Pelaku.*
- [9] Laudita soraya Husin, *Kekerasan Seksual Pada Perempuan Dalam Perspektif Al-Quran Dan Hadis.*
- [10] Laudita Soraya Husin, *Kekerasan Seksual Pada Perempuan Dalam Perspektif Al-Quran Dan Hadis*, Jurnal Al-Maqhsidi, Januari-Juni, 2020.
- [11] Laudita Soraya, *Kekerasan Seksual dalam Hukum Islam.*
- [12] Morteza Mutahhari, *Etika Seksual dalam Islam*, Bandung : Penerbit Pustaka, 1982.
- [13] Muhammad Syamsudin, dalam <https://Islam.nu.or.id/post/read/103397/kekerasan-seksual-dalam-fiqih-3-sanksi-bagi-pelaku-pelecehan-seksual> (diakses pada 22 November 2022, pukul 14:57).
- [14] *Pelecehan Seksual*, <Http://Pelecehan.Htm> diakses pada tanggal 22 November 2022 pukul 12:11
- [15] Rohan Colier, *Pelecehan Seksual Hubungan Dominasi Masyarakat dan Minoritas*, Yogyakarta: PT. Tiara Yogya, 1998.
- [16] Soerjono Soekanto dan Sri Mahmudji, *Penelitian Hukum Normatif, Suatu Tinjauan Singkat*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003.
- [17] Siregar, Rakhmawaty, and Siregar, "*Kekerasan Seksual Terhadap Perempuan: Realitas dan Hukum*," *PROGRESIF: Jurnal Hukum* 14, no. 1 (June 25, 2020): h. 4.
- [18] Utami Zahirah Noviani, "*MENGATASI DAN MENCEGAH TINDAK KEKERASAN SEKSUAL PADA PEREMPUAN DENGAN PELATIHAN ASERTIF*," *Prosiding Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat* 5, no. 1 June 29, 2018.
- [19] Undang-Undang Penyandang Cacat No. 4 Tahun 1997 tentang Penyandang Cacat Pasal 1.

**PENDEKATAN HUMANISTIK DALAM PENGAJIAN ISLAM DI KELAS IV MADRASAH
IBTIDAIYAH NAHDLATUL WATHAN KARANG BATA
(HUMANISTIC APPROACH TO ISLAMIC STUDY IN CLASS IV ISLAMIC SCHOOL
NAHDLATUL WATHAN KARANG BATA)**

Oleh
Rizki Isma Wulandari
Prodi PGMI FTK UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Email: riskiisma65@gmail.com

Article History:

Received: 16-01-2023

Revised: 25-01-2023

Accepted: 01-02-2023

Keywords:

*Humanistic Approach,
Islamic Studies,
Islamic School.*

Abstract: This research is aimed at: (1) examine the reasons for the fourth grade teacher at MI NW Karang Bata to apply a humanistic approach to the study of Islam in learning aqidah morals, (2) to examine the implementation of the humanistic approach in Islamic studies at MI NW Karang Bata. The research method in this article uses a qualitative approach with a descriptive type. This research was conducted at MI NW Karang Bata, Mataram City, Lombok. The research phase consists of: (1) data collection, (2) data reduction, (3) data presentation, (4) drawing conclusions. The results of this study are: 1) there are reasons why teachers apply a humanistic approach in studying Islam because a) the humanistic approach in education becomes more meaningful, b) creates harmonious, comfortable and happy interactions with students, and c) students become more valued. 2) The implementation of a humanistic approach in Islamic studies at MI NW Karang Bata has been implemented through the madrasa culture, namely the "Acimas" I Love Healthy Food Movement program, the clean Friday program, and the imtaq program every morning.

PENDAHULUAN

Pendidikan adalah mengelola dan membimbing anak. Pendidikan merupakan proses belajar yang berkelanjutan. Belajar pada hakikatnya sebagai upaya untuk mengembangkan diri agar anak mampu memahami dan memecahkan masalah, bukan hanya memahami konsep materi tetapi juga mampu bermanfaat di kehidupan sehari-hari dalam menghadapi berbagai permasalahan. Hal ini sesuai dengan konsep pendidikan menurut Ki Hajar Dewantara bahwa pendidikan merupakan upaya untuk memajukan pembentukan budi pekerti (kekuatan, batin, karakter, pikiran, fisik, mental, intelektual, dan tubuh anak).¹ Dengan demikian pendidikan harus mencakup semua aspek kehidupan dan kepribadian manusia melalui pendekatan humanisme, karena pendidikan yang holistik akan mampu menanamkan pribadi yang utuh sesuai perkembangan intelektual, moral, dan fisik.

¹ Hibana, Sodik A. Kuntoro, dan Sutrisno (Universitas Cokroaminoto Yogyakarta), "Pengembangan Pendidikan Humanis Religius di Madrasah," *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi dan Aplikasi* 3, no. 1 (2015): hlm. 21.

Konsep humanistik mengajarkan manusia memiliki rasa kemanusiaan yang mendalam dari seorang guru terhadap peserta didik dalam proses belajar mengajar, menghilangkan rasa egois, otoriter, dan individualis serta tidak semena-mena memperlakukan orang lain.² Oleh karena itu, pendidikan memanusiakan manusia perlu dibiasakan oleh siswa sejak dini agar saling menghargai antar sesama. Sehingga proses belajar dapat dianggap berhasil apabila siswa mampu memahami lingkungannya dan dirinya sendiri. Hal ini sesuai dengan tujuan utama teori humanis yaitu belajar dalam memanusiakan manusia. Namun pada kenyataannya tidak semua proses belajar menerapkan pendidikan humanistik. Pendidikan di Indonesia telah mengalami dehumanisasi, sebagaimana dijelaskan oleh Sodik A Kuntoro bahwa ilmu hanya sekedar dijadikan pengetahuan saja tidak digunakan untuk membangun perubahan diri.³ Sebagian guru masuk di kelas hanya berfokus kepada tugas mereka memberi informasi atau mengajarkan ilmu kepada siswa tanpa membangun interaksi kepada siswa, tidak memperhatikan sikap humanistik antar sesama siswa, maupun memperhatikan perkembangan moral siswa yang kurang baik akibat dampak dari media sosial sehingga perkataan maupun perilaku siswa yang terkadang menyimpang dan menyebabkan siswa sering bertengkar dengan temannya atau tawuran antar pelajar, suka mencela, berbicara kotor menjadi hal yang wajar, dan siswa lebih suka bermain *handphone* dari pada bermain dengan teman di luar. Sehingga seiring perkembangan zaman mulai berkurangnya sikap humanis siswa dengan sesama atau terjadinya dehumanisasi.

Konsep Pendidikan humanistik dalam Al-Qur'an menempatkan kembali seluruh aktifitas Pendidikan (*talab al-ilm*) di dalam naungan agama yang bertujuan untuk mencari ridha Allah. Sikap humanisasi yang diterapkan dalam Al-Qur'an tidak meninggalkan tugas dan peran manusia sebagai khalifah Allah di muka bumi "*imarah al-ardl*" dan sebagai hamba yang diwajibkan beribadah kepada sang khalik "*ibad*". Berdasarkan penelitian terdahulu menurut Sartono dan Muhtadi menyatakan pendidikan humanistik dalam Al-Qur'an mengandung beberapa unsur yaitu, Pendidikan manusia secara fisik dan biologis, secara batin dan psikolog, secara sosial dan spiritual. Konsep manusia dalam perspektif Al-Qur'an menjadi tolak ukur sebuah Pendidikan humanis, meliputi hakikat wujud manusia, potensi insaniah manusia, dan tujuan penciptaan manusia.⁴ Sebagaimana dijelaskan dalam suatu hadist yang memberikan contoh sederhana terkait pendidikan humanistik atau hubungan interaksi sesama umat muslim, Abu Hurairah berkata bahwa Rasulullah saw bersabda:

حَقُّ الْمُسْلِمِ عَلَى الْمُسْلِمِ خَمْسٌ رُدُّ السَّلَامِ وَعِيَادَةُ الْمَرِيضِ وَاتِّبَاعُ الْجَنَائِزِ وَإِجَابَةُ الدَّعْوَةِ
وَتَشْمِيتُ الْعَاطِسِ

Artinya: "Hak sesama muslim ada lima: membalas salamnya, menjenguk ketika sakit, mengikuti jenazahnya yang di bawa ke kuburan, memenuhi undangan dan bertasymit ketika orang lain bersin" (HR. Bukhari No 1164, HR. Muslim No. 4022).

Berdasarkan hadist di atas menjelaskan bahwa seorang guru perlu mendidik siswa mulai dari hal yang sederhana. Seperti penerapan menjawab salam (saling menghargai),

² Ahmad Zain Sartono dan Mohammad Muhtadi, "Pendidikan Humanistik Dalam Perspektif Al-Qur'an," *Journal of Islamic Education* 1, no. 1 (2019). hlm. 24.

³ Hibana, Kuntoro, dan Sutrisno (Universitas Cokroaminoto Yogyakarta), "Pengembangan Pendidikan Humanis Religius di Madrasah." hlm. 20.

⁴ Sartono dan Muhtadi, "Pendidikan Humanistik Dalam Perspektif Al-Qur'an", hlm. 22.

menjenguk orang sakit (menunjukkan kasih sayang), mengikuti jenazah sampai kubur (menunjukkan sikap peduli dengan sesama), memenuhi undangan dan bertasyimid (peduli dan menghargai dengan teman)

Pendekatan humanistik dalam pendidikan merupakan suatu pendekatan yang lebih menekankan pada isi atau materi yang harus dipelajari proses membentuk manusia seutuhnya.⁵ Pendekatan humanistik penting untuk dipahami oleh setiap guru, agar pola interaksi antara guru dan siswa dalam proses pembelajaran dapat terjalin dengan baik. Menurut teori humanistik, tujuan belajar adalah untuk memanusiakan manusia. Teori belajar ini berusaha memahami perilaku belajar dari sudut pandang pelakunya. Implementasi teori humanistik belajar menekankan pentingnya isi dari proses belajar yang bersifat elektik untuk mencapai aktualisasi diri. Penerapan teori humanistik dalam pembelajaran, guru lebih mengarahkan siswa untuk berpikir induktif, mementingkan pengalaman, serta membutuhkan keterlibatan siswa secara aktif dalam proses belajar.⁶

Pendidikan berdasarkan teori humanistik ini cocok untuk diterapkan pada materi-materi pembelajaran yang bersifat pembentukan kepribadian, hati Nurani, perubahan sikap, dan analisis terhadap fenomena sosial. Sehingga dalam penelitian ini, peneliti akan berfokus pada implementasi pendekatan humanistik dalam pembelajaran akidah akhlak di madrasah ibtidaiyah. Karena materi pelajaran akidah akhlak sangat penting bagi siswa untuk diterapkan dan mampu membentuk kepribadian siswa melalui membahas materi secara berkelompok yang akan menjalin komunikasi siswa, mengemukakan pendapat di depan kelas yang mampu membentuk kepribadian siswa yang berani dan bertanggung jawab, serta guru memberi kesempatan siswa untuk bertanya apabila materi kurang dimengerti yang akan membentuk selain karakter, pikiran, fisik, mental, tetapi juga intelektual. Oleh sebab itu, Pendidikan humanistik di madrasah ibtidaiyah ini menekankan bahwa Pendidikan pertama dan yang utama adalah bagaimana menjalin komunikasi dan relasi siswa antara siswa-siswa, siswa-guru, maupun siswa-masyarakat di dalam lingkungan madrasah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana penerapan pendekatan humanistik dalam pengkajian islam di Madrasah Ibtidaiyah dan implementasi pendekatan humanistik dalam pengkajian islam di Madrasah Ibtidaiyah khususnya pada mata pelajaran akidah akhlak. Artikel jurnal ini merupakan hasil dari mata kuliah pendekatan dalam pengkajian islam, yang kemudian diperkaya dengan sumber-sumber literatur dan penelitian langsung seperti jurnal dan buku tentang pendekatan dalam pengkajian islam serta hasil wawancara.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif jenis deskriptif. Subyek penelitian artikel ini adalah guru kelas IV MI NW Karang Bata dan kepala sekolah MI NW Karang Bata sebagai informan primer agar memperoleh data yang akurat, mendalam, dan dapat teruji keabsahannya karena guru kelas memiliki peran penting dalam implementasi pendidikan humanistik dalam proses pembelajaran dan memahami karakteristik setiap siswa, namun fokus proses pembelajaran dalam artikel ini adalah pada mata pelajaran akidah akhlak, karena pendekatan humanistik sangat relevan dengan materi-materi pembelajaran yang bersifat pembentukan kepribadian, hati nurani, perubahan sikap,

⁵ Lutfi,dkk. Metode Pembelajaran: Strategi, pendekatan, model, metode pembelajaran. (Malang. IRDH, 2020), hlm 35.

⁶ Sartono dan Muhtadi, "Pendidikan Humanistik Dalam Perspektif Al-Qur'an.", hlm 25.

dan analisis terhadap fenomena sosial. Sehingga mata pelajaran akhidah akhlak sangat sesuai jika menggunakan pendekatan humanistik agar siswa mampu memahami materi, menerapkan, dan memberikan perubahan diri.

Begitu juga dengan kepala sekolah untuk memperoleh data terkait bentuk implemementasi pendekatan humanistik dalam lingkungan sekolah melalui budaya madrasah yang diterapkan. Sedangkan sumber data sekunder diperoleh melalui observasi yang dilakukan di MI NW Karang Bata Kota Mataram. Kegiatan observasi dilakukan untuk memperoleh data terkait implementasi guru dikelas dalam melakukan interaksi kepada siswa dan perilaku siswa terhadap teman, guru, dan di lingkungan sekolah dengan mengamati proses pembelajaran dan perilaku siswa disaat jam istirahat. Pentingnya kegiatan observasi ini dilakukan untuk melihat sejauh mana implementasi pendekatan humanistik siswa dan integratifitasnya dengan hasil wawancara. Kemudian data yang diperoleh akan dianalisa dengan teori-teori yang relevan serta berorientasi pada Al-Qur'an dan hadist yang diintegrasikan dengan pengkajian dalam islam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Alasan MI NW Karang Bata Menerapkan Pendekatan Humanistik dalam Pengkajian Islam

1. Pendekatan humanistik dalam pendidikan menjadi lebih bermakna

Pendekatan adalah titik tolak atau sudut pandang terhadap proses pembelajaran atau Pendidikan tentang terjadinya suatu proses yang sifatnya masih sangat umum. Sedangkan humanistik adalah memandang manusia sebagai manusia, artinya makhluk Tuhan dengan fitrah-fitrah tertentu sebagai makhluk hidup, ia harus melangsungkan, mempertahankan, dan mengembangkan hidupnya dengan potensi-potensi yang dimilikinya. pendekatan humanistik dalam pendidikan adalah sebuah pendekatan yang menitikberatkan pada pentingnya nilai-nilai manusiawi dalam Pendidikan.⁷

Pendekatan humanistik dalam pendidikan adalah suatu hal yang penting karena dalam segala aspek manusia pasti melakukan interaksi dengan satu sama lain. Tidak hanya aspek yang terdapat di madrasah saja tetapi juga di lingkungan sekitar madrasah. Madrasah perlu menerapkan pendekatan humanistik agar semua keadaan, situasi, sarana, fasilitas, sumber daya manusia, dan siswa mampu turut berkontribusi dan berhasil menerapkan pendidikan madrasah yang humanis. Interaksi dilakukan tidak hanya untuk mencapai tujuan duniawi, tetapi juga harus dilandaskan dengan islam yaitu untuk mencari ridha Allah swt dan diniatkan sebagai ibadah.

Menurut Carl Rogers dalam jurnal penelitian Ratna Syifa'a Rachmahana menyatakan pendidikan humanistik adalah belajar yang maknanya belajar tanpa ancaman, belajar atas inisiatif sendiri, dan belajar untuk perubahan diri.⁸ Hal ini sesuai hasil wawancara bahwa pendidikan yang baik adalah yang memberikan pengajaran, bimbingan, dan kebebasan serta dilakukan dengan menyenangkan, sehingga guru berupaya pembelajaran efektif dan menyenangkan bagi siswa.

⁷ Umar, Pengembangan Kurikulum Pendidikan Agama Islam trasformatif (Yogyakarta: Depublish, 2016), hlm.45.

⁸ Ratna Syifa'a Rachmahana, "Psikologi Humanistik dan Aplikasinya dalam Pendidikan", El-Tarbawi-Jurnal Pendidikan Islam, No. 1, Vol. 1, 2008, hlm. 07.

Berdasarkan hasil penelitian dilapangan menunjukkan bahwa alasan utama guru menggunakan pendekatan humanistik adalah membuat pembelajaran dapat berjalan dengan maksimal dan siswa mampu memahami materi sesuai tujuan Pendidikan. Artinya dalam hal ini siswa berperan aktif di pembelajaran dan guru menggunakan metode yang menyenangkan. Mereka merasa nyaman dengan metode-metode yang diterapkan oleh guru. Siswa tampak bersemangat dalam proses belajar mengajar, dengan demikian siswa bebas memberikan pendapat dan berlomba-lomba berargumen saat pembelajaran akidah akhlak.

Pembelajaran akidah akhlak di MI NW Karang Bata menggunakan beberapa metode dan model yang mengandung konsep humanistik. Guru sangat jarang menggunakan metode ceramah hal ini karena jika menggunakan ceramah maka proses pembelajaran kurang bermakna dan maksimal dengan kata lain para siswa hanya sibuk dengan dunianya sendiri seperti tidur dan bermain hp.⁹ Metode yang digunakan adalah *snow bolling, everyone is a teacher, problem solving, quantum learning*, tutor sebaya, diskusi, nonton film dan pembelajaran diluar kelas. Pada masing-masing metode ini memiliki beberapa alasan tersendiri, salah satunya adalah agar siswa pada saat pembelajaran akidah akhlak mampu bergerak aktif. Hal ini sesuai dengan hasil observasi bahwa guru menggunakan metode pembelajaran yang aktif dan menyenangkan dalam mendesain RPP. Hal ini sesuai dengan teori Vygotsky yang memungkinkan anak untuk memperoleh pengetahuan melalui adanya interaksi antara guru dan siswa.¹⁰

Selain itu dalam pembelajaran akidah akhlak juga menerapkan metode pembelajaran berdasarkan pada fakta yang terjadi di kalangan masyarakat. Sehingga pada siswa benar-benar mengetahui permasalahan yang sedang terjadi di luar sana. Agar materi mudah dipahami dengan baik oleh siswa, sebelum mengajar guru melihat karakter dan kemampuan siswa itu sendiri.

Berdasarkan hasil wawancara mengenai alasan guru dalam pembelajaran akidah akhlak menerapkan pendekatan humanistik dapat disimpulkan bahwa dalam pendekatan ini memiliki kelebihan yakni membuat pembelajaran lebih berkualitas serta dapat menggugah semangat rasa ingin tahu siswa. Dengan demikian pendekatan ini betul-betul memberikan efek yang cukup baik terhadap proses belajar mengajar akidah akhlak di kelas maupun diluar kelas.¹¹

Model pembelajaran yang humanis telah banyak dikaji, salah satunya adalah penelitian menurut Jumarudin berpendapat bahwa model pembelajaran yang efektif untuk menanamkan karakter positif adalah model pembelajaran yang humanis.¹² Model pembelajaran ini menunjukkan pelaksanaan yang tergolong baik, dengan kriteria yang efektif dan praktis. Siswa memiliki respon yang amat positif terhadap model pembelajaran yang humanis dalam Pendidikan karakter di sekolah. Dalam pandangan Al-Qur'an dijelaskan juga dalam surat Al-Baqarah ayat 185:

⁹ Hasil observasi, MI NW Karang Bata, 14 Oktober 2022.

¹⁰ Cecilia Amuche, *et al*, "Child Friendly Pedagogy for Sustainable Human Capacity Development in Nigerian Primary Schools", *Journal of Emerging Trends in Educational Research and Policy Studies (JETERAPS)*, 6(7): 217-224. 2015. hlm.218.

¹¹ Marzukki, *Hasil Wawancara*, MI NW Karang Bata, pukul 17.06 WIB.

¹² Andriansyah Qodir, "Pendekatan Humanistik dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Islam di SMAN 1 Kota Probolinggo," 2015, <http://etheses.uin-malang.ac.id/5055/1/11110012>. hlm. 107.

يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمْ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمْ الْعُسْرَ...

Artinya: ... Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu ...”

2. Terciptanya interaksi dengan siswa yang harmonis

Dalam dunia pendidikan, guru dan siswa adalah dua komponen yang tidak dapat dipisahkan. Jika guru tidak ada maka siswa akan sulit berkembang, begitu juga sebaliknya jika siswa tidak ada maka guru tidak dapat memberikan ilmunya dan ia tidak akan disebut guru. Setiap anak memiliki kepribadian yang berbeda dengan yang lainnya, ada yang memiliki watak yang lembut dan ada juga yang keras.

Berdasarkan permasalahan yang dikemukakan di atas, agar para pendidik dapat memahami pentingnya Pendidikan humanistik, sehingga pola interaksi antara pendidik dan peserta didik menjadi harmonis serta dapat meningkatkan mutu pendidikan di Indonesia yang demokratis. Guru dan siswa tidak dapat dipisahkan, jika guru tidak ada maka siswa tidak akan terkontrol dan terbimbing walaupun mampu mencari informasi sendiri. Begitu pula sebaliknya jika siswa tidak ada maka guru juga tidak dapat memberikan Pendidikan yang dimiliki, dan guru tidak akan disebut guru jika tidak ada siswa.

Dalam pembelajaran, guru seharusnya tidak hanya memberikan pengetahuan atau *transfer knowledge*, guru bukan hanya mengajar tetapi juga harus mendidik. Hal penting yang masih perlu dikuatkan adalah pemahaman guru terhadap substansi mengajar. Bahwa mengajar sesungguhnya bukan hanya transfer ilmu pengetahuan. Substansi mengajar selain mengembangkan pengetahuan adalah membangun nilai, karakter, dan sikap mental positif. Mengajar juga melatih siswa untuk menyelesaikan masalah yang ada di lingkungannya sesuai dengan tahap kemampuannya. Selain itu juga mengembangkan ide-ide konstruktif, membangun inspirasi dan cita-cita yang tinggi untuk kepentingan yang lebih luas. Hal inilah yang masih belum cukup dimiliki oleh para guru.

Berdasarkan hasil observasi dan hasil wawancara guru dalam pembelajaran guru telah mendidik siswa melalui berbagai aspek. Seperti dalam hal penanaman pembiasaan mengucapkan terimakasih terhadap sesama, meminta maaf, saling tolong menolong dan memberi bantuan terhadap teman. Selain itu guru juga melakukan pendekatan dengan siswa untuk melakukan interaksi dan membangun hubungan yang harmonis seperti dengan menyapa siswa, memberikan perhatian, dan membuat siswa menganggap guru sebagai teman dengan guru menggunakan bahasa yang biasa digunakan siswa, guru memberikan motivasi untuk belajar dan apresiasi kepada siswa dengan bentuk jempol atau *emoticon love*, memegang bahu, memberi tepuk tangan, berkata bagus, pintar, *good, excellent*.¹³

Hal ini disebut juga dengan manusia menjadi sosial, hal ini dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Hujurat ayat 13:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ۗ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتَقْوَاهُ ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

¹³ Marzukki, *Hasil Wawancara*, MI NW Karang Bata, pukul 17.14 WIB.

Artinya: Hai manusia, Sesungguhnya kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa - bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling taqwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha mengetahui lagi Maha Mengenal”.

3. Siswa menjadi lebih dihargai

Dalam pembelajaran akidah akhlak penerapan pendekatan humanistik sangat tepat dilakukan karena siswa akan mengimplementasi materi-materi yang dipelajari diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu dalam pembelajaran guru yang memberikan kebebasan kepada siswa untuk berpendapat, belajar dengan mandiri, dan mengajarkan sopan santun, pembentukan karakter yang baik menjadikan siswa merasa lebih dihargai. Hal ini sesuai dengan pendapat Ende Supriyadi yang menyatakan bahwa Pendidikan humanistik merubah paradigma yang awalnya memandang manusia sebagai mesin kini menjadi lebih manusiawi dan dihargai sebagai kesatuan yang utuh.¹⁴ Dalam upaya mendidik atau membimbing siswa untuk mengembangkan potensinya secara optimal maka bagi para guru agar dapat memahami perkembangan anak, dalam hal ini perkembangan anak usia madrasah ibtidaiyah.

Penerapan teori humanistik lebih menunjukkan pada semangat siswa dalam proses pembelajaran melalui metode-metode yang diterapkan. Peran guru dalam pembelajaran humanistik adalah sebagai fasilitator dan motivator bagi siswa. Kesadaran mengenai arti atau makna pembelajaran dalam kehidupan sehari-hari. Guru memfasilitasi pengalaman belajar kepada siswa dan mendampingi siswa untuk memperoleh tujuan pembelajaran. Siswa berperan sebagai pelaku utama (*student center*) yang memaknai proses pengalaman belajar sendiri. Diharapkan siswa memahami potensi diri, mengembangkan potensi dirinya secara positif dan meminimalkan potensi diri yang bersifat negatif.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara menyatakan bentuk guru menghargai siswa dapat dilihat dalam kegiatan berdiskusi, siswa menyatakan pendapat atau argumen yang mereka pahami dan guru menghargai pendapat siswa dengan memberikan apresiasi dalam bentuk pujian seperti kalimat bagus, pintar, pandai, *good, excellent*, ekspresi dan gestur tubuh seperti memberi jempol, memegang bahu siswa dan meminta teman-teman memberi tepuk tangan. Bentuk penghargaan selain apresiasi juga dengan motivasi, siswa yang belum berani menjawab atau menyatakan pendapat karena malu atau belum maksimal, guru perlu memberikan motivasi. Hal ini selain guru bersifat adil terhadap semua siswa, guru juga mampu membangun interaksi kepada siswa yang masih malu untuk berkomunikasi. Hal ini menjadi dorongan penting untuk guru berperan dengan maksimal dalam mendidik siswa melalui pendekatan humanistik yaitu melalui strategi pendekatan lebih intens kepada siswa dan memahami karakteristiknya, karena ada beberapa siswa yang merasa malu berargumen didepan orang banyak namun sebenarnya mereka mampu menyampaikan pendapat dihadapan orang tertentu saja.

Hal ini didukung teori menurut Abraham Maslow berpandangan bahwa setiap manusia mempunyai potensi untuk maju. Dalam teori ini mengatakan bahwa manusia dimotivasi oleh dua kebutuhan, yaitu *basic needs* (membutuhkan perhatian, dihargai, dan kasih sayang), dan

¹⁴ Ende Supriyadi dalam Uci Sanusi, “Pembelajaran Dengan Pendekatan Humanistik”, Jurnal Pendidikan Agama Islam, No. 2, Vol. 11, 2013, hlm. 126.

meta needs (kebaikan, kesatuan, dan keindahan).¹⁵

Dalam islam nabi Muhammad saw dijadikan sebagai contoh pendidik yang sangat profesional. Nilai-nilai Pendidikan yang ada dalam diri nabi Muhammad saw menunjukkan bahwa beliau telah berhasil menjadi guru yang profesional.¹⁶ Hal ini patut kita contoh sebagai guru agar mampu berkomunikasi dengan siswa sesuai dengan kadar kesanggupan siswa tersebut. Dalam hadist menyatakan bahwa:

نَحْنُ مَعَاشِرَ الْأَنْبِيَاءِ أُمِرْنَا أَنْ نُنْزِلَ النَّاسَ مَنَازِلَهُمْ وَنُكَلِّمَهُمْ عَلَى قَدْرِ عَقُولِهِمْ (رواه ابي داود)

Artinya: “Kami para Nabi diperintahkan untuk menempatkan manusia sesuai dengan kedudukan mereka dan berbicara terhadap mereka sesuai dengan tingkat pemikiran mereka. (H.R. Abu Dawud).

Berdasarkan hadits tersebut dapatlah dipahami bahwa Rasulullah saw telah mengingatkan kepada umat Islam bahwa mendidik harus dilakukan dengan berdasar atas nilai-nilai kemanusiaan. Kesemua contoh yang telah ditunjukkan Nabi Muhammad saw dalam haditsnya merupakan acuan dan sumber yang dapat digunakan umat Islam dalam seluruh aktivitas kehidupan.

Implementasi Pendekatan Humanistik Dalam Pengkajian Islam di MI NW Karang Bata

Pendidikan humanistik menekankan perlunya siswa terhindar dari tekanan lingkungan, sehingga mereka akan merasa aman untuk belajar. Setelah siswa merasa aman, belajar mereka menjadi lebih mudah dan lebih bermakna, pendekatan pembelajaran yang mengacu pada pola kemanusiaan yaitu belajar tanpa ancaman. Belajar tanpa ancaman adalah suatu pembelajaran dapat berjalan dengan lancar apabila tidak ada intimidasi atau pengancaman di dalamnya. Karena pembelajaran pembelajaran merupakan sebuah proses tidak tau menjadi tau, dari tidak paham menjadi memahami dengan baik. Pembelajaran akidah akhlak di MI NW Karang Bata berlangsung tanpa berupa ancaman apapun kepada siswanya. Kalaupun itu ancaman itu hanyalah berupa teguran atau nasihat saja. Tidak jarang pula guru memberikan siswanya penghargaan berupa pujian, barang yang bermanfaat, dan berupa makanan ringan.

Berdasarkan teori dan paparan diatas dapat disimpulkan bahwa pembelajaran akidah akhlak di MI NW Karang Bata berjalan dengan humanis dan membuat siswa nyaman dengan tanpa rasa takut, karena tidak adanya ancaman-ancaman yang membuat mereka tertekan, bahkan mereka justru mendapat apresiasi. Hal ini sangat menghargai perkembangan dan kemampuan siswanya.

Pendidikan yang humanistik memandang manusia sebagai makhluk ciptaan tuhan dengan fitrah-fitrah tertentu untuk dikembangkan secara optimal. Selain itu Pendidikan humanistik dalam islam adalah Pendidikan yang mampu memperkenalkan apresiasinya yang tinggi kepada manusia sebagai makhluk allah yang mulia dan bebas serta dalam batas-batas eksistensinya yang hakiki dan tentu juga sebagai khalifatullah di muka bumi.¹⁷ Adapun

¹⁵ Andriansyah Qodir, “Pendekatan Humanistik dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Islam di SMAN 1 Kota Probolinggo”, UIN Maulana malik Ibrahim, (2015), hlm. 09.

¹⁶ Abuddin Nata dan Fauzan (eds), *Pendidikan dalam Perspektif Hadits*, (Ciputat: UIN Jakarta Press, 2005), cet. I, hlm. 28.

¹⁷ Baharuddin dan Moh makin, *Pendidikan Humanistik, Konsep, Teori, dan Aplikasi Praktis Dalam Dunia*

tujuan utama pendidik adalah membantu peserta didik untuk mengembangkan dirinya, yaitu membangun masing-masing individu untuk mengenal diri mereka sendiri sebagai manusia yang unik dan membantu dalam mewujudkan potensi-potensi yang ada dalam diri siswa.

Guru memfasilitasi pengalaman belajar kepada siswa dan mendampingi siswa untuk mencapai tujuan pembelajaran. Siswa berperan sebagai pelaku utama (*student center*) yang memaknai proses pengalaman belajarnya sendiri. Diharapkan siswa memahami potensi diri, mengembangkan potensi dirinya secara positif dan meminimalkan potensi diri yang bersifat negatif. Seorang guru memang seharusnya jika selain mengajar mereka juga harus memperhatikan potensi yang dimiliki oleh setiap siswanya dan dikembangkan menurut keahliannya masing-masing.

Humanisasi menurut Malik Fadjar berimplikasi pada proses kependidikan dengan orientasi pengembangan aspek-aspek kemanusiaan manusia, yakni aspek fisik-biologis dan ruhaniah-psikologis. Aspek ruhaniah-psikologis inilah yang dicoba didewasakan dan di-*insan kamil*-kan melalui Pendidikan sebagai elemen yang berpretensi positif dalam pembangunan kehidupan yang berkeadaban. Dari pemikiran ini, maka pendidikan merupakan tindakan sadar dengan tujuan memelihara dan mengembangkan fitrah serta potensi (sumber daya) insani menuju terbentuknya manusia seutuhnya (*insan kamil*).¹⁸ Manusia sebagai makhluk biologis yang senantiasa tumbuh dan berkembang baik jasmani maupun rohani, dalam proses perkembangan dan pertumbuhan tersebut peranan pendidikan sangat diperlukan, pendidikan diibaratkan sebagai wadah untuk menjembatani segala potensi yang ada dalam diri manusia tersebut. Disamping itu, pendidikan juga merupakan sesuatu yang esensial bagi kehidupan manusia, selain dapat membentuk kepribadian seseorang juga dapat menentukan status seseorang dalam masyarakat. Secara signifikan memang ada perbedaan antara orang yang berilmu dan yang tidak berilmu, dan Islam sangat menghargainya, yang dijelaskan dalam Al-Qur'an surat al-Mujādilah [58] ayat 11:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا قِيلَ لَكُمْ تَفَسَّحُوا فِي الْمَجْلِسِ فَافْسَحُوا يَفْسَحِ اللَّهُ لَكُمْ
وَإِذَا قِيلَ انشُرُوا فَانشُرُوا يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ ءَامَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ
دَرَجَاتٍ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ

Artinya : "Hai orang-orang beriman apabila kamu dikatakan kepadamu: "Berlapang-lapanglah dalam majlis", Maka lapangkanlah niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. dan apabila dikatakan: "Berdirilah kamu", Maka berdirilah, niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat, dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.

Ayat di atas tidak menyebut secara tegas bahwa Allah akan meninggikan derajat orang berilmu. Tetapi, menegaskan bahwa mereka memiliki derajat-derajat, yakni yang lebih tinggi dari pada yang sekadar beriman. Tidak disebutnya kata meninggikan itu sebagai isyarat bahwa sebenarnya ilmu yang dimilikinya itulah yang berperanan besar dalam ketinggian derajat yang diperolehnya, bukan akibat dari faktor diluar ilmu itu.

Adapun relevansi pendidikan humanistik perspektif Al-Qur'an dengan Pendidikan

Pendidikan, (Yogyakarta: Ar-Ruzzmedia, 2009), hlm. 22-23.

¹⁸ Achmadi, "Islam paradigma Ilmu Pendidikan", Yogyakarta: Aditya Media, 1992, hlm. 16.

humanistik di Indonesia di maknai sebagai pendidikan tanpa kemanusiaan berdampak pada terciptanya manusia-manusia yang kehilangan jati dirinya sebagai manusia.

Berdasarkan hasil wawancara implementasi Pendidikan pendekatan humanistik dalam pengkajian islam di MI NW Karang Bata menerapkan beberapa program budaya madrasah yaitu dengan adanya Gerakan “ACIMAS” yang artinya Aku Cinta Makanan Sehat, dimana program ini akan membentuk siswa untuk saling berbagi makanan dengan teman dan memahami indahny kebersamaan. Yang kedua adalah program jum’at bersih, yaitu dengan melakukan gotong royong yang akan membentuk pembiasaan siswa untuk saling tolong menolong, dan program imtaq setiap pagi untuk menanamkan cinta terhadap sesama dalam hal kebaikan terutama beribadah.¹⁹

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa alasan guru MI NW Karang Bata menerapkan pendekatan humanistik dalam pengkajian islam adalah karena *pertama*, Pendekatan humanistik dalam pendidikan menjadi lebih bermakna dibanding dengan pendekatan lain, disebabkan pendekatan humanistik mampu menilai sikap siswa dalam impelentasi materi pembelajaran akidah akhlak. *Kedua*, Terciptanya interaksi dengan siswa yang harmonis, nyaman dan senang serta siswa menjadi lebih dihargai karena diberikan kebebasan dan guru mendidik siswa untuk memanusiaikan manusia seperti saling berbagi, tolong menolong, bersyukur, dan meminta maaf.

Implementasi pendekatan humanistik dalam pengkajian islam di MI NW Karang Bata telah diterapkan melalui budaya madrasah, yaitu dengan program Gerakan “Acimas” Aku Cinta Makanan Sehat yang mengajarkan saling berbagi sesama teman, program Jum’at bersih yang menanamkan perilaku saling membantu atau tolong menolong melalui gotong royong, dan program imtaq setiap pagi hari untuk membentuk pribadi yang selalu mengajak berbuat kebaikan dalam beribadah.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Achmadi. “*Islam paradigma Ilmu Pendidikan*”. Yogyakarta: Aditya Media, 1992.
- [2] Amuche, Cecilia. “Child Friendly Pedagogy for Sustainable Human Capacity Development in Nigerian Primary Schools”, *Journal of Emerging Trends in Educational Research and Policy Studies (JETERAPS)*, 6(7): 217-224. (2015)
- [3] Andriansyah Qodir. “Pendekatan Humanistik dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Islam di SMAN 1 Kota Probolinggo.” *UIN Maulana Malik Ibrahim*, 2015.
- [4] Baharuddin dan Moh Makin. *Pendidikan Humanistik, Konsep, Teori, dan Aplikasi Praktis Dalam Dunia Pendidikan*. Yogyakarta: Ar-Ruzzmedia. 2009.
- [5] Hibana, Sodiq A. Kuntoro, dan Sutrisno (Universitas Cokroaminoto Yogyakarta). “Pengembangan Pendidikan Humanis Religius di Madrasah.” *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi dan Aplikasi* 3, no. 1 (2015): 19–30.
- [6] Lutfi,dkk. *Metode Pembelajaran: Strategi, pendekatan, model, metode pembelajaran*. Malang: IRDH, 2020.
- [7] Nata, Abuddin dan Fauzan, *Pendidikan dalam Perspektif Hadits*. Ciputat: UIN Jakarta Press, 2005.

¹⁹ Muzakki, *Hasil Wawancara*, MI NW Karang Bata, pukul 17.45 WIB.

- [8] Rachmahana, Ratna Syifa'a. "Psikologi Humanistik dan Aplikasinya dalam Pendidikan". El-Tarbawi-Jurnal Pendidikan Islam, No. 1, Vol. 1 (2008).
- [9] Sanusi, Uci. "*Pembelajaran Dengan Pendekatan Humanistik*", Jurnal Pendidikan Agama Islam, No. 2, Vol. 11. (2013)
- [10] Sartono, Ahmad Zain, dan Mohammad Muhtadi. "Pendidikan Humanistik Dalam Perspektif Al-Qur'an." *Journal of Islamic Education* 1, no. 1 (2019).
- [11] Umar, *Pengembangan Kurikulum Pendidikan Agama Islam* trasformatif. Yogyakarta: Depublish. 2016.

2602

JCI

Jurnal Cakrawala Ilmiah

Vol.2, No.6, Februari 2023

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN

COMPARASION OF LEVICA AND BUNASCAN IN SPINAL ANESTHESIA ACTION ON WORK ONCE AND SENSORIC BLOCKED IN ANALGESIA IN SECTIO CAESAREAN PATIENTS

Oleh

Papo Lutfhie Chandra¹, Tophan Heri Wibowo², Mariah Ulfah³

¹Program Studi Keperawatan Anestesiologi Program Sarjana Terapan, Fakultas Kesehatan Universitas Harapan Bangsa

^{2,3}Program Studi Keperawatan Program Magister, Fakultas Kesehatan Universitas Harapan Bangsa

Email : ¹papolutfhiechandra@gmail.com, ²bowo_4@yahoo.com,

³mariahulfah@uhb.ac.id

Article History:

Received: 29-12-2022

Revised: 25-01-2023

Accepted: 01-02-2023

Keywords:

Bunascan, Levica, Sectio Caesarea, Spinal Anesthesia

Abstract: *The use of bunascan drugs was carried out when the Bontang Islamic Hospital was established, while the levica drug is still relatively new and has not been widely used in caesarean section surgery. This study aims to determine the comparison of levica with bunascan in spinal anesthesia on the onset of action and blockade of sensory analgesia in cesarean section patients at the Bontang Islamic Hospital. This research method uses a pre-experimental design with a type of one-shot case study. sampling technique with accidental sampling of as many as 78 respondents. The results showed that there was a significant difference between bunascan and levica on the onset of action and blockade of sensory analgesia, with a sensory block p-value of 0.007 and an onset of action p-value of 0.024. The average value of bunascan drugs is 62.9 seconds (sensory block) and 84.78 seconds (start of action), while levica is 87.3 seconds (sensory block) and 102.4 seconds (start of action). So the drug levica 15 mg has a sensory block of analgesia and a slower onset of action than bunascan 15 mg for spinal anesthesia in caesarean section.*

PENDAHULUAN

Penggunaan obat bunascan telah dilakukan pada saat Rumah Sakit Islam Bontang berdiri, sedangkan obat levica ini masih terbilang cukup baru dan masih belum banyak dipergunakan secara luas seperti halnya obat bunascan pada pembedahan seksio sesarea. Penggunaan levica di Rumah Sakit Islam Bontang mulai masuk pada tahun 2020 sehingga obat ini terbilang cukup baru dan harganya relatif lebih terjangkau dibanding penggunaan bunascan yang digunakan mulai dari Rumah Sakit Islam Bontang ini berdiri.

Meskipun penggunaan levica untuk anestesi spinal telah dijelaskan dengan baik dalam literatur, namun sangat sedikit penelitian telah meneliti efek levica dalam anestesi obstetri. Penelitian mengenai perbandingan penggunaan levica dengan bunascan untuk anestesi spinal pada kasus seksio sesarea juga masih belum banyak dilakukan (Artawan et al., 2021).

Tujuan umum penelitian ini adalah Untuk mengetahui perbandingan levica dengan bunascan pada tindakan anestesi spinal terhadap mula kerja dan blokade sensorik analgesia pasien seksio sesaria di Rumah Sakit Islam Bontang, Kalimantan Timur.

METODE PENELITIAN

Metodelogi penelitian dengan rancangan pre-eksperimen jenis one shots case study. Pengambilan sampel dengan teknik accidental sampling acak dengan total sampel berjumlah 78 responden, terbagi menjadi 20 responden yang memakai bunascan dan 58 responden yang memakai levica dengan pelaksanaan 81 hari. Variabel dalam penelitian ini adalah variabel bebas yaitu bunascan 15 mg dan levica 15 mg, sedangkan variabel tergantungnya yaitu mula kerja dan blok sensorik analgesia. Kriteria inklusi pada responden yang bersedia mengikuti penelitian, usia 15 sampai 49 tahun, dan responden dengan ASA I dan II.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum penelitian dilaksanakan, peneliti meminta permohonan kelayakan etik (*ethical clearance*) dari Komisi Etik Penelitian, Fakultas Kesehatan, Universitas Harapan Bangsa Purwokerto dan setuju untuk layak etik pada tanggal 8 Juli 2022, dengan nomor surat keterangan etik penelitian yaitu No. B.LPPM-UHB/1128/07/2022.

Penelitian dilaksanakan selama bulan April sampai Juni 2022 di Rumah Sakit Islam Bontang. Penelitian ini diikuti oleh 78 responden yang menjalani operasi seksio sesaria dengan anestesi spinal, yang sesuai kriteria inklusi dan eksklusi. Sampel dibagi menjadi dua kelompok, kelompok 01 yang menggunakan bunascan dengan dosis 15 mg sebanyak 20 responden dan kelompok 02 yang menggunakan levica dengan dosis 15 mg sebanyak 58 responden dengan keterbatasan penelitian yang akan dijelaskan selanjutnya.

Semua responden yang memenuhi kriteria inklusi diberi penjelasan secara lisan dan menandatangani lembar persetujuan untuk bersedia mengikuti penelitian dan menjadi subjek penelitian. Bila ada suatu alasan, maka responden berhak mengundurkan diri dari penelitian ini.

Karakteristik Sampel

Tabel 1. Distribusi data frekuensi usia dan diagnosis responden dengan penggunaan obat bunascan dan levica

Karakteristik Responden	Frekuensi (<i>f</i>)	Presentase (%)
Usia		
15-20 tahun	4	5.1
21-25 tahun	24	30.8
26-30 tahun	21	26.9
31-35 tahun	17	21.8
36-40 tahun	12	15.4
Diagnosis		
Gagal Induksi	8	10.3
Fetal Distress	3	3.8
Letak Lintang / Sungsang	10	12.8
Riwayat SC	24	30.8
Gangguan Visus	4	5.1

Bayi Besar	5	6.4
Gamelli	1	1.3
Asma	5	6.4
PER / PEB / HT	7	9.0
DM	4	5.1
Hepatitis	2	2.6
IUFD	1	1.3
Lain-Lain	4	5.1
Total	78	100.0

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 1 di atas menunjukkan bahwa usia responden terbanyak pertama yang berumur 21-25 tahun sebanyak 24 responden (30,8%) cenderung lebih banyak melakukan operasi seksio sesaria dan diikuti dengan responden terbanyak kedua yang berumur 26-30 tahun sebanyak 21 responden (26,9%).

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 4.2 di atas menunjukkan bahwa responden dengan riwayat operasi sesar sebelumnya lebih banyak dilakukan tindakan operasi sesar pada kehamilan setelahnya dengan jumlah responden sebanyak 24 responden (30,8%).

Hasil Perhitungan Rerata

Tabel 2. Perhitungan rerata blok sensorik dan mula kerja dari obat bunascan dan levica

Kelompok		N	Mean	SD	Min.	Maks.
Blok Sensorik	Bunascan	20	62.9	8.25	40	77
	Levica	58	87.3	10.2	29	156
Mula Kerja	Bunascan	20	84.78	423.41	60	108
	Levica	58	102.4	351.3	47	161

Berdasarkan tabel 2 terkait hasil perhitungan blok sensorik analgesia menunjukkan bahwa responden yang menggunakan bunascan lebih cepat (nilai mean 62.9 detik) dari pada yang menggunakan levica (nilai mean 87.3 detik). Sedangkan pada perhitungan mula kerja obat menunjukkan bahwa responden yang menggunakan bunascan juga lebih cepat (nilai mean 84.78 detik) dari pada yang menggunakan levica (nilai mean 120.4 detik).

Hasil Analisa Perbedaan dan Perbandingan

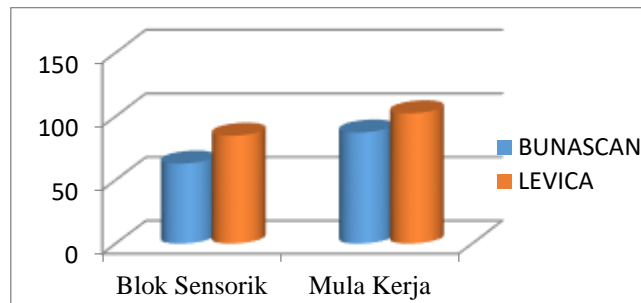
Tabel 3. Perhitungan analisa perbedaan standar signifikan dari bunascan dan levica

Kelompok	p-value
Blok Sensorik	0.007
Mula Kerja	0.024

*Jika nilai *p-value* <0.05, maka terdapat perbedaan yang signifikan

Berdasarkan tabel 3 di atas diketahui bahwa hasil perhitungan didapat *p-value* 0,007 yang berarti lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara hasil kelompok blok sensorik antara bunascan dan levica.

Dan dari hasil perhitungan di atas didapat nilai *p-value* 0,024 yang berarti kurang dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara hasil kelompok mula kerja bunascan dan levica.



Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa blok sensorik antara bunascan dan levica terlihat perbedaan yang signifikan, dimana pada blok sensorik bunascan dengan hasil rerata 62.9 detik dan levica dengan hasil rerata 87.3 detik.

Sedangkan pada tabel diagram 3 di atas menunjukkan mula kerja pada obat bunascan dengan hasil rerata 84.78 detik dan levica dengan hasil rerata 102.4 detik.

KESIMPULAN

Karakteristik responden seksio sesaria dengan tindakan anestesi spinal yaitu pada rentang usia produktif terbanyak pada rentang usia 21-25 tahun sebanyak 24 responden (30.8%), sedangkan pada diagnosis indikasi tindakan seksio sesaria terbanyak didapatkan dari responden yang memiliki riwayat persalinan sesar sebelumnya sebanyak 24 responden (30.8%).

Nilai angka rerata blok sensorik analgesia dan mula kerja obat bunascan adalah 62.9 detik (blok sensorik) dan 84.78 detik (mula kerja), sedangkan untuk obat levica adalah 87.3 detik (blok sensorik) dan 102.4 detik (mula kerja).

Terdapat perbedaan yang signifikan terhadap mula kerja (p -value 0,024) dan blok sensorik (p -value 0,007) antara obat bunascan dan levica.

Penggunaan obat anestetik lokal yaitu bunascan dan levica sama-sama bagus kepada pasien secara umum, meskipun masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan, sehingga kedua obat tersebut sebaiknya tetap diadakan oleh rumah sakit sebagai pembandingan dan alternatif pada penggunaan anestetik spinal anestesi jika salah satu obat tidak bekerja dengan baik pada pasien.

Penelitian ini diharapkan menjadi salah satu acuan bagi penelitian di masa datang, khususnya pada penelitian tentang obat-obatan anestesi spinal, baik farmakokinetik dan farmakodinamik.

Perlu penelitian lebih lanjut dengan sampel yang lebih besar dan jumlah responden sama rata antara kedua obat yang dibandingkan untuk memperkuat validitas hasil penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Artawan, I. M., Yulianto Sarim, B., Sagita, S., & Ety Dedi, M. A. (2021). Perbandingan Anestesi Spinal Menggunakan Bupivakain Hiperbarik Dengan Levobupivakain Isobarik Pada Seksio Sesarea. *Jurnal Anestesi Obstetri Indonesia*, 4(2), 93–99. <https://doi.org/10.47507/obstetri.v4i2.74>
- [2] Fadhuri, R. (2017). *Perbandingan Antara Levobupivacaine dengan Bupivacaine Intratekal Terhadap Onset dan Durasi Blok Sensorik & Motorik Serta Waktu Rescue*

- Analgetik Pada Operasi Extremitas Bawah* (Vol. 53, Issue 4). Universitas Hasanuddin Makassar.
- [3] Fahrudin, Amri, I., & Wahyudi. (2017). Perbandingan Efek Antara Dexmedetomidin Dosis 0.25 mcg/kgBB Dan 0.5 mcg/kgBB Intravena Terhadap Durasi Blok Anestesi Spinal Pada Bedah Ekstremitas Bawah. *Jurnal Kesehatan Tadulako*, 3(2), 9–20.
- [4] Fiantis, D. (2013). Anestesi Spinal. In *Keperawatan Anestesiologi* (pp. 5–24).
- [5] Hakim, F. (2020). *Perbandingan Efektivitas Bupivacaine Hiperbarik Dengan Levobupivacaine Isobarik untuk Anestesi Spinal Operasi Abdomen dan Extremitas Bawah*. Universitas Sumatera Utara.
- [6] Juliathi, P. L. i, Marhaeni, A. G., & Dwi, M. N. M. (2021). Gambaran Persalinan Dengan Sectio Caesarea Di Instalasi Gawat Darurat Kebidanan Rumah Sakit Umum Pusat Sanglah Tahun 2020. *Jurnal Ilmiah Kebidanan (The Journal Of Midwifery)*, 9(1), 19–27. <https://ejournal.poltekkes-denpasar.ac.id/index.php/JIK/article/view/1475>
- [7] Subekti, S. W. (2018). Indikasi Persalinan Seksio Sesarea. In *Jurnal Biometrika dan Kependudukan* (Vol. 7, Issue 1, p. 11). <https://doi.org/10.20473/jbk.v7i1.2018.11-19>
- [8] Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, R&D*. Alfabet

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN