

**UNANDA**  
UNIVERSITAS ANDI DJEMMA  
P-ISSN 2615 - 1871  
E-ISSN 2615 - 5850

# JEMMA | JOURNAL OF ECONOMIC, MANAGEMENT AND ACCOUNTING

**Volume 3, Nomor 2, September 2020**

# **DEWAN REDAKSI**

## **JEMMA (JOURNAL OF ECONOMIC, MANAGEMENT AND ACCOUNTING)**

Pembina: - Rektor Universitas Andi Djemma  
- LPPM Universitas Andi Djemma  
- Dekan Fakultas Ekonomi

### **Editor In Chief**

Dr. Andi Mattingaragau T, SE., M.Si

### **Editors**

Dr. Rudianto, SE., MM  
Didiharyono, S.Si., M.Si  
Suryati, SE., M.Ak

### **Reviewer Ahli**

1. Dr. Muhammad Sujunus, SE., Ak., MAFIS., Ak (Universitas Airlangga)
2. Prof. Dr. Salim Basalamah, SE., MS (UMI)
3. Dr. Masiyah Kholmi, MM., Ak., C.A (UM Malang)
4. Dr. A.M. Nur Baumassepe, SE., MM (UNHAS)
5. Prof. Dr. Abdul Hadis, M.Pd (UNM)
6. Dr. Marsus Suti (UNM)
7. Dr. Laode Anto, M.Si (UNHALU)
8. Dr. Bakhtiar, SE., MM (Universitas Andi Djemma)
9. Dr. Andi Mattingaragau T., SE., M.Si (Universitas Andi Djemma)
10. Rafiqah Asaff, SE., M.Si (Universitas Andi Djemma)
11. Nurjannah, SE., MM (Universitas Andi Djemma)

### **Diterbitkan Oleh,**

Fakultas Ekonomi Universitas Andi Djemma

### **Alamat Redaksi**

**Jl. Puang H. Daud No.4A Telp & Fax. (0471)24506 P.O. Box.122 Palopo 91914**  
Email: [jemma@unanda.ac.id](mailto:jemma@unanda.ac.id)/[jemma.unanda@gmail.com](mailto:jemma.unanda@gmail.com)

## DAFTAR ISI

- 1. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Opini Audit Going Concern pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2018**  
Wenny Anggeresia Ginting dkk \_\_96-102
- 2. Pengaruh Motivasi Ekstrinsik dan Motivasi Intrinsik terhadap Kinerja Karyawan CV. Muncul Anugerah Jaya**  
Theo Samuel, Fanny Septina \_\_103-112
- 3. Penerapan Metode FIFO dalam Persediaan Resi AKDP (Asuransi Kecelakaan Dalam Perjalanan) pada PT Jasaraharja Putera**  
Salisatul Laili Finisa, Octavia Lhaksmi P. \_\_113-121
- 4. Pemilihan Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Teknik Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) (Studi Kasus Pada Hijab Alila Karawang)**  
Bungaran Saing, Eni Wulandari \_\_122-132
- 5. Faktor-Faktor Yang Menentukan Stres Kerja Karyawanpada PT. Hadji Kalla**  
Al Asy Ari Adnan Hakim, Zulkifli \_\_133-145
- 6. Bentuk Penerapan *International Financial Reporting Standard (IFRS)* di Negara Anggota ASEAN**  
Rahmat Fajar Ramdani \_\_146-153
- 7. Selling Time Strategy dan Dampaknya terhadap Kesejahteraan Petani Garam**  
M. Munir Syam AR, Djoko Nestri Kwartatmono \_\_154-164
- 8. Analisis Strategi Pemasaran Produk Rumah Herbal Bidara Kota Palopo**  
Nasruddin \_\_165-172
- 9. Analisis *Employee Engagement* Melalui Dimensi *Vigor, Dedication* dan *Absorption* pada PT. Sumber Graha Sejahtera Di Kabupaten Luwu**  
Erwina, Amri \_\_172-180
- 10. Model *Governansi* Manajemen Penanganan Korban Banjir: Studi Pesona Siri' Metodologi Di Luwu Utara**  
Andi Mattingaragau Tenrigau, Herawati Dahlan \_\_181-193



## Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Opini Audit Going Concern pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2018

**Wenny Anggeresia Ginting<sup>1,a</sup>, Katherine Tanika<sup>2,b,\*</sup>, Nurul Amaliah<sup>3,c</sup>, Karina Kalvari Br Ginting<sup>4,d</sup>, Efriano Pasaribu<sup>5,e</sup>, Soziduhu Zai<sup>6,f</sup>**

<sup>1, 2, 3,4,5,6</sup> Program Studi Akuntansi, Universitas Prima Indonesia

<sup>a, b, c,d,e,f</sup> Email: [gintinganggresiawenny@gmail.com](mailto:gintinganggresiawenny@gmail.com), [nn.kekettan@gmail.com](mailto:nn.kekettan@gmail.com),  
[nrlamaliah20@gmail.com](mailto:nrlamaliah20@gmail.com), [calvaricarina@gmail.com](mailto:calvaricarina@gmail.com), [pasaribuefriano@gmail.com](mailto:pasaribuefriano@gmail.com),  
[soziduhuzai1996@gamil.com](mailto:soziduhuzai1996@gamil.com).

\*Correspondent Email: [nn.kekettan@gmail.com](mailto:nn.kekettan@gmail.com)

### Article History:

Received: 19-6-2020; Received in Revised: 30-6-2020; Accepted: 2-7-2020

DOI: <http://dx.doi.org/10.35914/jemma.v3i2.368>

### Abstrak

*Penelitiannya ini mengkaji mengenai pengaruhnya kualitas audit, likuiditas perusahaan, opini audit tahun sebelumnya pada Opini Audit Going Concern. Metode penelitiannya berjenis kualitatif, Dalam analisisnya melalui uji kelayakan model regresi logistic. Sampel yang digunakan dengan sampling dan didapatkan sampel sejumlah 145 perusahaan manufaktur yang tercantum dalam daftar di BEI tahun 2014-2019. Analisis datanya dengan regresi logistic. Hasil penelitian memperlihatkan variable bebasnya tidak berpengaruh pada variabel terikat. Penelitiannya ini terbatas pada penggunaan periode 5 tahun, belum terlihat kemungkinan trend yang dipengaruhi kondisi keuangan dari model lainnya. Saran untuk penelitian lebih lanjut agar menambah variabel independen untuk mengetahui lebih lanjut pengaruh yang berdampak pada Opini keberlangsungan hidup pesrusahaan. Dilain sisi kami menyarankn agar bisa mengubah variabel KAP agar tidak hanya fokus pada big four dan no-big four.*

**Kata Kunci:** kualitas audit, kondisi keuangan perusahaan, opini audit tahun sebelumnya, opini audit going concern.

### Abstract

*Research it examines concerning the effect quality audit, liquidity company, opinion an audit year previous on Opinion Audit Going Concern. The research method qualitative type, In his analysis through the feasibility test regression model logistic. Sample which is used with sampling and is obtained the sample 145 manufacturing companies that listed in the list in IDX 2014-2019. Analysis the data with regression logistics. Results research shows the independent variable has no effect on the dependent variable. His research is limited to use period 5 year, not yet seen possibility trend affected condition finance of other models. Advice for research furthermore so that add variable independent to find out more about the effect that it has on Opinion the survival of the company. On the other hand, we suggest that you can change the KAP variable so that it does not only focus on big four and no- big four.*

**Keywords:** audit opinion going concern, condition finance company, quality audit, opinion an audit year before

## 1. Pendahuluan

*Going concern* ialah suatu keberlangsungan sebuah industri yang berguna dalam mengetahui apakah perusahaan terkait masih dapat berjalan ataukah tidak. Anggapan ini membuat suatu perusahaan memiliki kesanggupan untuk menjaga keberlangsungan hidup dan tetap meneruskan bisnisnya dimasa mendatang. *Going concern* bisa juga di sebut sebagai kontinuitas dimana suatu usaha akan berlanjut dalam waktu yang terbatas. Sebagai contoh, perusahaan manufaktur di ndonesia sebisanya berusaha untuk membuat barang berkualitas bagus dalam biaya yang sedikit untuk meningkat kan keampuan bersaing. jika perusahaan tersebut tidak di dukung oleh pengawasan yang ketat otomatis kelangsungan hidup (*going concern*) perlu dipertimbangkan.

Perusahaan kecil lebih dominan beresiko tidak dapat menjalankan kelangsungan hidupnya dibandingkan dengan perusahaan besar. Seorang auditor bertanggung jawab untuk merilai apakah ada ketidakyakinan yang kuat terkait kapasitas perusahaan untuk menjaga perusahaannya pada kurun waktu kurang dari 1 tahun tertanggal pelaporan audit, jika ada keraguan auditor wajib mengungkapkan pada laporan opini audit pada bahasa penjelas *unqualified opinion report with explanatory*.

Pada kenyataan nya persoalan *going concern* sebagai sesuatu yang kompleks dan mesti ada maka dibutuhkan aspek sebagai ukuran yang pas guna menetapkan kondisi *going concern* perusahaan kekonsistenan dari aspek terkait mesti terus diukur supaya pada likuiditas yang tidak stabil, status *going concern* masih bisa diperkirakan. Berdasarkan pembahasan terkait, masalah yang diteliti yakni “apakah likuiditas perusahaan, mutu auditnya, opini audit tahun sebelumnya mempengaruhi penerimaan opini audit *going concern*”.

*Going concern* sebagai keberlangsungan bisnis sebuah badan usaha, melalui *going concern* dipercaya perusahaan dapat memperthankan keberlangsungan hidupnya. Umumnya informasi yang akurat dipandang bertolakbelakang dengan perkiraan keberlangsungan hidup. Satuan bisnis berkaitan dengan ketakmampuan suatu bisnis guna menjalankan kewajibannya sewaktu habis temponya menjual mayoritas aktiva pada pihak luar lewat usaha biasa, restrukturasi utang, pembentahan operasional yang dipaksa dari luar dan aktivitas sejenis lainnya (PSA No.30). Riset ini meliputi enam rasio keuangan guna memperkirakan masuknya opini audit *going concern* dari auditor. Namun dari enam rasionalya itu, tiga variabelnya yang memiliki pengaruh signifikan (Mutchler 1985).

Suatu perusahaan dikatakan sehat apabila kondisi keuanganya baik. Keadaan keuangan perusahaan sebagai cermin dari keberlangsungan kinerja sebuah industri di masa mendatang. Lewat laporan keuangannya, pihak yang berkepentingan bisa tahu akan posisi keuangan sebuah perusahaan dan bisa memperkirakan apakah terkait kelangsungan perusahaan terkait. Riset terkait komposisi komite audit dan laporan auditor memperlihatkan makin baik keadaan keuangan perusahan maka makin berpeluang mengungkapkan opini audit *going concern* dari auditor. Kelangsungan hidup sebuah bisnis sering di kaitkan dengan kapasitas manajemen dalam pengelolaan perusahaannya supaya tetap berjalan. Pada saat sebuah perusahaan terjadi masalah keuangan, aktivitas operasi perusahaan menjadi tertanggu sehingga mengakibatkan tinggi nya resiko yang dialami perusahaan guna menjaga keberlangsungan hidupnya di waktu mendatang. Yang demikian, dapat mempengaruhi opini audit dari auditor (Carcello dan Neal 2000).

Reputasi seorang auditor dapat dijadikan pedoman dalam hasil yang akan di keluarkan oleh seorang auditor, bila seorang auditor yang tergabung dalam *big 6* atau *big 4*, makin tinggi skala auditor maka akan memberi opini *going concern* yang lebih dapat dipercayai dari pada opini yang auditor *non big 6* dan *4* keluarkan (Mutchler dan McKeown, 1997). Dalam risetnya kualitas auditor diukur dengan memakai ukuran auditor specialization standar audit meliputi kualitas profesional, auditor independen, pertimbangan, penyelenggaraan dan pembuatan laporan auditnya.(Crasswel, et, Al dan Setyarno, et., al, 1995)

Opini audit tahun sebelumnya sebagai suatu acuan untuk sang audit dalam mengeluarkan opini audit *going concern*, jika tahun sebelumnya perusahaan mendapat opini audit *going concern*, jadi dimungkinkan pada tahun bersangkutan juga memperoleh hal yang sama. Opini audit tahun sebelumnya ialah opini yang diperoleh perusahaan teraudit di tahun lalu atau setahun sebelum riset. Pengujian pengaruh kesediaan informasi publik pada perkiraan opini audit *going concern* sebagai model opini audit yang digunakan perusahaan. Hasil yang diperoleh memperlihatkan model diskriminan analisis yang mengambil model opini audit tahun lalu memiliki perkiraan total yang akurat (Nurapianti, 2011). Terdapat hubungan posif dan signifikan diantara opini audit *going concern* tahun lalu dengan opini audit *going concern*, sehingga makin tinggi kecenderungan auditor dalam menyerahkan lagi hal yang sama untuk tahun kedepannya.

## 2. Metodologi

Keuangan perusahaan ialah indikator bagi perusahaan apakah perusahaan itu baik atau tidak. Apabila situasi keuangannya perusahaan baik, jadi seorang audit tidak akan memberikan opini audit *going concern* (Ramadhany, 2004). Riset tentang kelaangsungan hidup perusahaan dan opini audit *going concern* dan opini audit sebuah kajian perusahaan perbankan di BEI. Membuktikan jika rasio likuiditas dan profitabilitas mempengaruhi secara negatif untuk penerbitan opini audit *going concern* (Hany et., al, 2003).

**H1:** Likuiditas perusahaan kemungkinan mempunyai pengaruh penerimaan opini audit *going concern*.

Auditor yang mempunyai reputasi bagus atau telah terdaftar pada *big four* akan mengeluarkan saran yang lebih baik dan terpercaya untuk menghindari masalah yang akan berpengaruh pada reputasi disbanding auditor yang tidak termasuk dalam *big four*. Editor akan cenderung lebih jujur dalam menghadapi suatu masalah agar lebih kuat dalam pengadilan. Argument tersebut akan membuat auditor memiliki kekuatan lebih besar dalam melaporkan masalah *going concern* pada klien daripada auditor berskala kecil (De Angelo, 1981)

**H2:** Mutu audit kemungkinan mempunyai pengaruh opini audit *going concern*

Opini ini merupakan faktor pertimbangan pokok sang audit dalam menerbitkan opini tersebut jadi besar kemungkinannya perusahaan dalam mendapatkan lagi opini tersebut ditahun berjalan. Riset menunjukkan bila sang audit mengeluarkan opini audit *going concern* di tahun sebelumnya maka perusahaan harus mempunyai reputasi yang baik di tahun selanjutnya dan meningkatkan keuangan jika tidak akan di berikan di tahun berikutnya (Nogler, 1995)

**H3:** opini audit tahun sebelumnya dimungkinkan mempengaruhi opini audit *going concern*

Pada dasarnya populasinya ialah industri manufaktur yang terdaftar di BEI, sampelnya diambil melalui teknik Sampling berdasarkan ketentuan yaitu (1) perusahaannya telah tercantum dalam daftar BEI 1 Januari 2014-2018; dan (2) mengeluarkan laporan keuangan per 31 Des periode 2014-2018.

Tujuannya yakni melihat sebesar apa pengaruhnya opini *going concern* ketika krisis ekonomi dan tahun setelahnya. Adapun kriteria penelitian sebagaimana ditunjukan pada Tabel 1.

Table 1. Kriteria Penelitian

No	Keterangan	Jumlah
1	Nama perusahaan di BEI tahun 2014-2018	145
2	Data perusahaan yang tidak lengkap antara tahun 2014-2018	103
3	Perusahaan yang <i>delisting</i>	3
3	Jumlah sampel yang diambil	39

Riset ni dilaksanakan di semua industri manufaktur yang tercantum dalam daftar BEI tahun 2014-2018. Metode penelitiannya menggunakan regresi logistik. Dalam analisisnya tidak membutuhkan uji prasyarat pada varibel independen (Ghozali, 2005). Pada penelitian ni lebih kepada sebesar apa pengaruhnya variabel bebas terhadap variabel terikatnya, melalui analisa logistik. Model regresi yang dipakai dalam pengujianya ialah:

$$\frac{Gc}{1 - Gc} = \alpha + \beta_1 LIKUD + \beta_2 ADTR + \beta_3 PRIOP + \varepsilon$$

Dimana,  $\ln \frac{Gc}{1-Gc}$  = Opini Audit *Going Concern* yang memakai variabel;  $\alpha$  = Konstan; LIKUID = Likuiditas; ADTR = Mutu auditor yang memakai variabel dummy; dan PRIOR = Opini audit tahun sebelumnya memakai variabel dummy.

### 3. Hasil dan Pembahasan

#### A. Hasil Penelitian Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif yang dipergunakan dalam riset ni dimana riset yang dilaksankan guna mendapatkan gambaran yang sesungguhnya mengenai situasi perusahaan dalam menganalisa. Statistik deskriptif memperlihatkan tentang angka minimal, rerata, dan standar deviasinya dari variable ndependen dan variabel dependen. Berikut ini ditampilkan deskripsi keseluruhan variabel penelitiannya.

Tabel 2. Descriptive Statistics

	N	Min	Max	Sum	Mean	Std. Deviation	Variance
Kondisi keuangan perusahaan	117	3.68	205.58	4996.00	42.7009	31.04154	963.577
Kualitas audit	117	0	1	57	.49	.502	.252
Opini audit tahun sebelumnya	117	0	1	109	.93	.253	.064
Opini audit going concern	117	0	1	114	.97	.159	.025
Valid N (listwise)	117						

## **Uji Kelayakan Model Regresi**

### **Uji Hosmer and Lemeshow's**

Untuk mengukur apakah bentuk regresi logistik merupakan bentuk yang tepat, kita dapat melakukan uji *Hosmer and Lemeshow's* terlebih dahulu guna melihat kecocokan ataupun kelayakan model secara keseluruhan. Berdasarkan tabel dipengecekan *Hosmer And Lemeshow's* terdapat nilainya 0.995 artinya menunjukan nilainya lebih tinggi dari 0.05 maka model bisa diterima. ni menunjukan bahwa bentuk regresi cocok digunakan di kajian selanjutnya, karena modelnya sanggup memperkirakan nilai pengamatanya.

Tabel 3. Hosmer dan Lemeshow Test

Step	Chi-square	df	Sig.
1	1.376	8	.995

## **Uji Nagelkerke R Square**

Agar dapat mengetahui keanekaragaman variabel dependen yang bias diterangkan oleh variable independennya bias memakai uji *Nagelkerke R Square*. Terdapat bahwa nilai *Nagelkerke R Square* yakni 0.200 hal ni menunjukan jika keanekaragaman variabel yang bias diperlihatkan dari uji *Nagelkerke R Square* adalah 20% variabel bebas dan 80% mendapat pengaruh dari sesuatu diluar modelnya.

Table 4. Model Summary

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	22.838 <sup>a</sup>	.042	.200

## **Persamaan Regresi**

Tabel 5. Variables in the Equation

	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1 <sup>a</sup>	LIKUID	.005	.018	.080	1	.777
	ADTR	18.446	5321.641	.000	1	.997
	PRIOP	-18.397	14158.323	.000	1	.999
	Constant	20.968	14158.323	.000	1	.999

Hasil pengujian regresi logistic di tabel atas menghasilkan model sebagai berikut:

$$\text{Opini } going concern (Y) = 20.968 + 0.005 X_1 + 18.446 X_2 - 18.397 X_3.$$

## **B. Pembahasan**

### **Uji Hipotesis Pertama ( $H_1$ )**

Likuiditas perusahaan bisa dinilai melalui mengukur salah satu ratio keuangannya perusahaan, rasio hutang (*debt ratio*) yang di pakai dalam riset dimana total hutang dibagi dengan total aset. Pada table 4 telah memperlihatkan nilai sig senilai 0.777, sementara tingkat sig yang digunakan hanya 0.05 ini mengartikan bahwa  $0.777 > 0.05$  ini memberikan pernyataan bahwa dari hasil perhitungan tersebut maka  $H_1$  tidak ada pengaruhnya pada opini audit *going concern*. Pada dasarnya sang audit akan mempertimbangkan likuiditas suatu

perusahaan sebelum menyampaikan opini audit *going concern*. Buruknya situasi keuangannya akan membuat seorang audit untuk menyampaikan opini audit *going concern*. Likuiditas bias terlihat melalui salah satunya ratio yaitu rasio hutang dimana seberapa besar utang perusahaan di dalam suatu perusahaan berpengaruh besar bagi keberlangsungan perusahaan tersebut. Hasil riset ni didukung dengan penelitian Andi Kartika (2012), bahwa kondisi keuangan yang didapat dari rasio hutang tidak berpengaruh sig atas opini audit *going concern*.

### **Uji Hipotesis Kedua ( $H_2$ )**

Kualitas audit mendapatkan hasil seperti yang dapat dilihat di tabel 4 dimana nilai sig senilai 0.997 sementara nilai signifikansinya yang dipakai hanya 0.05 maka dari itu  $0.997 > 0.05$  dimana hasil tersebut memberikan pernyataan bahwa dari hasil perhitungan tersebut  $H_2$  tidak mempengaruhi opini audit *going concern*. Hal tersebut membuktikan jika kapasitas sebuah KAP mempunyai pengaruh pada hasil yang akan dikeluarkan oleh KAPnya itu, selain itu juga tidak mempengaruhi pada kemungkinannya muncul opini audit *going concern*. Hal itu karena bila suatu KAP telah mempunyai pamor yang baik, jadi akan selalu berupaya untuk menjaga reputasi tersebut dan se bisa mungkin menghindar dari sesuatu yang akan mencoreng nama baik KAP tersebut, sehingga KAP sikapnya objektif terhadap tugasnya. Apabila suatu industri memiliki masalah dalam keberlangsungan perusahaan, jadi yang didapatkannya ialah opini audit non *going concern*, dengan tidak melihat apakah sang auditnya termasuk *big four* ataupun bukan *big four*. Riset ni didukung dengan penelitiannya Nurul Ardiani, dkk (2012) bahwa kualitas audit tidak mempengaruhi opini audit *going concern*.

### **Uji Hipotesis Ketiga ( $H_3$ )**

Opini audit tahun sebelumnya hasilnya sesuai dengan tabel 4 dimana nilai sig sebesar 0.999 sementara jumlah sig yang digunakan 0.05, maka dari tu dapat dilihat bahwa  $0.999 > 0.05$  yang dimana memberikan pernyataan  $H_3$  tidak ada pengaruhnya variabel terikatnya. Hasilnya itu membuktikan bila opini audit tahun sebelumnya tidak mempengaruhi variabel terikatnya. Hasilnya didukung oleh penelitiannya Andi Kartika (2012) yang mengungkapkan jika opini audit tahun sebelumnya pengaruhnya signifikan pada penerimaan opini audit *going concern*.

## **4. Kesimpulan**

Adapun kesimpulan dari penelitian ini yaitu setelah melakukan riset yang bertujuan untuk memastikan apakah likuiditas, kualitas audit dan opini audit tahun sebelumnya tentang kemungkinan penerimaan opini audit *going concern*. Serta telah melakukan pengecekan statistic mendapatkan perolehan dan menyimpulkan jika likuiditas, kualitas audit, dan opini audit tahun sebelumnya tidak memberikan pengaruh terhadap opini audit *going concern*. Saran untuk peneliti selanjutnya agar menambahkan beberapa variabel ndependen untuk mengetahui lebih lanjut akan pengaruh-pengaruh pada penerimaan opini audit *going concern*, untuk peneliti berikutnya juga kami sarankan agar meneliti dengan beberapa jenis industri agar mendapatkan hasil yang berbeda dari penelitian ni, saran selanjutnya untuk mengubah variabel pada KAP agar tidak hanya tertuju pada *big four* dan bukan *big four*.

## 5. Daftar Pustaka

- Aiisiah, N. (2012). Pengaruh Kualitas Audit , Kondisi Keuangan Perusahaan , Opini Audit Tahun Sebelumnya , Perusahaan Terhadap Kecenderungan Penerimaan Opini Audit Going Concern. *Skripsi Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, Semarang.*
- Sari, A. I. (2012). *Pengaruh Kualitas Audit, Opini Audit Tahun Sebelumnya, Ukuran Perusahaan, Dan Kepemilikan Perusahaan Terhadap Penerimaan Opini Audit Going Concern (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Yang Terdapat di Bursa Efek Indonesia ).*
- Praptitorini, M. D., & Januarti, I. (2011). Analisis Pengaruh Kualitas Audit, Debt Default Dan Opinion Shopping Terhadap Penerimaan Opini Going concern. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Indonesia.* <https://doi.org/10.21002/jaki.2011.05>
- Dewayanto, T. (2011). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Opini Audit Going Concern Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Fokus Ekonomi.*
- Rahayu, A., & Pratiwi, C. (2011). Pengaruh opini audit tahun sebelumnya,pertumbuhan perusahaan,leverage dan reputasi auditor terhadap penerimaan opini audit going concern. In *Proceeding PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur & Sipil).*
- Ekonomika, F., Bisnis, D. A. N., & Diponegoro, U. (2012). *Analisis Pengaruh Debt Default, Kualitas Audit, Opinion Shopping Dan Kepemilikan Perusahaan Terhadap Penerimaan Opini Audit Going Concern.* 1(1), 656–665.
- Nafiatin, R. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Opini Audit going Concern. *Accounting Global Journal,* 1(1), 451–481. <https://doi.org/10.24176/agj.v1i1.3327>
- Susanto, Y. K. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Opini Audit Going Concern Pada Perusahaan Publik Sektor Manufaktur. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi,* 11(3), 156–174. <https://doi.org/10.34208/jba.v11i3.242>
- Fahmi, M. N. (2016). Pengaruh Audit Tenure, Opini Audit Tahun Sebelumnya, Dan Disclosure Terhadap Opini Audit Going Concern. *Akuntabilitas,* 8(3), 162–170. <https://doi.org/10.15408/akt.v8i3.2770>
- Ginting, W. A. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Opini Audit Going Concern. *Jurnal REKSA: Rekayasa Keuangan, Syariah Dan Audit,* 5(1), 45. <https://doi.org/10.12928/j.reksa.v5i1.158>
- Wardani, O., & Muyani, S. D. (2019). Pergantian dan Fee Auditor, Kepemilikan Asing serta Opini Audit Going Concern dengan Pemoderasi Spesialisasi Auditor. *Perspektif Akuntansi,* 2(4), 533–542. <https://doi.org/10.15294/aaj.v3i4.4215>
- Yaqin, muhammad, & Sari, M. (2015). Pengaruh Faktor Keuangan Dan Non Keuangan Pada Opini Audit Going Concern. *E-Jurnal Akuntansi,* 11(2), 500–514.
- Kartika, A., Studi, P., Universitas, A., Kendeng, S. J., Bendan, V., & Semarang, N. (2012). Pengaruh Kondisi Keuangan dan Non Keuangan Terhadap Penerimaan Opini Going Concern Pada Perusahaan Manufaktur di BEI, *The Effect of Financial Condition and Non-Financial of Going Concern in the Manufacturing Companies Listed at Indonesia Stock Exchange.* 1(1), 25–40.
- Qolillah, S. (2016). Analisis yang Memengaruhi Opini Audit Going Concern pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Journal Riset Mahasiswa,* 1–10.
- Dewi, S. P. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Opini Audit Going Concern. *Jurnal SIKAP (Sistem Informasi, Keuangan, Auditing Dan Perpajakan),* 2(2), 96. <https://doi.org/10.32897/sikap.v2i2.79>.



## **Pengaruh Motivasi Ekstrinsik dan Motivasi Intrinsik terhadap Kinerja Karyawan CV. Muncul Anugerah Jaya**

**Theo Samuel<sup>1,a</sup>, Fanny Septina<sup>2,b,\*</sup>**

<sup>1</sup> Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Ciputra Surabaya

<sup>2</sup> Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Ciputra Surabaya

<sup>a,b</sup> Email: [theo.samuel@gmail.com](mailto:theo.samuel@gmail.com), [septinafanny@gmail.com](mailto:septinafanny@gmail.com).

\*Correspondent Email: [septinafanny@gmail.com](mailto:septinafanny@gmail.com)

### **Article History:**

Received: 16-6-2020; Received in Revised: 1-7-2020; Accepted: 7-7-2020

DOI: <http://dx.doi.org/10.35914/jemma.v3i2.365>

### **Abstrak**

*Penelitian ini bertujuan untuk mengobservasi pengaruh motivasi ekstrinsik (work environment, reward, job involvement, leadership) dan motivasi intrinsik (self-expression, personal-fit, personal fullfilment) kinerja karyawan CV. Muncul Anugerah Jaya (CV. MAJ). Metode pengumpulan data dengan kuesioner kepada seluruh karyawan CV. MAJ yang berjumlah 31 orang, penelitian ini diuji dengan metode analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi ekstrinsik tidak berpengaruh terhadap kinerja karyawan, sedangkan motivasi intrinsik berpengaruh terhadap kinerja karyawan CV. MAJ.*

**Kata kunci:** kinerja karyawan, motivasi ekstrinsik, motivasi intrinsik

### **Abstract**

*This study aims to observe the effect of extrinsic motivation (work environment, reward, job involvement, leadership) and intrinsic motivation (self-expression, personal-fit, personal fullfilment) employee performance of CV. Appear Anugerah Jaya (CV. MAJ). Data collection method with a questionnaire to all employees of CV. MAJ, amounting to 31 people, this study was tested by multiple linear regression analysis methods. The results of this study indicate that extrinsic motivation does not affect employee performance, while intrinsic motivation affects employee performance CV. MAJ.*

**Keywords:** employee performance, extrinsic motivation, intrinsic motivation.

## **1. Pendahuluan**

CV. Muncul Anugerah Jaya (CV. MAJ) memiliki visi untuk menjadi distributor yang menyalurkan produk secara merata di Kalimantan Timur dari toko kecil hingga pasar swalayan. Demi mencapai visi tersebut CV. MAJ memiliki misi dengan membuka cabang di luar Samarinda, retailer yang dapat dijangkau lebih luas dan mengutamakan kepuasan konsumen. Oleh karena itu dibutuhkan dukungan secara penuh dari seluruh karyawan agar dapat terwujud.

Kinerja karyawan merupakan hasil kerja yang dicapai oleh karyawan dalam melaksanakan tugas dan pekerjaan sesuai tanggung jawab dan wewenang yang dimilikinya (*job performances*) (Mulyadi et al., 2018). Faktor utama yang mempengaruhi kinerja karyawan adalah motivasi dalam bekerja yaitu *hygiene factors* dan *motivator factors* (Alshmenmri, 2017). *Hygiene factors* merupakan motivasi ekstrinsik yaitu motivasi yang timbul akibat pengaruh dari luar individu tersebut, sedangkan *motivator factors* merupakan motivasi yang timbul akibat pengaruh dari dalam diri individu tersebut untuk melakukan sesuatu (Meng & Wang, 2016).

Studi yang dilakukan oleh Kadir (2018), faktor motivasi ekstrinsik berdampak positif terhadap kinerja karyawan PT. Permata Finance Cabang Banjarmasin, sedangkan faktor motivasi intrinsik berdampak negatif terhadap kinerja karyawan PT. Permata Finance Cabang Banjarmasin. Faktor motivasi intrinsik lebih dominan terhadap kinerja pekerja dalam *crowdsourcing* (Pinto et al, 2018). Motivasi dan kepemimpinan memiliki pengaruh terhadap kinerja karyawan sebesar 64% sedangkan 36% di pengaruh oleh faktor lain (Robert et al, 2018). Sedangkan Akbar et al (2012) dalam studinya menemukan bahwa variabel yang memiliki pengaruh lebih dominan terhadap kinerja karyawan yaitu motivasi ekstrinsik.

Menurut Meng dan Wang (2016) indikator motivasi ekstrinsik terdiri dari *work environment, reward, job involvement, leadership*, sedangkan yang menjadi indikator motivasi intrinsik adalah *self-expression, personal-fit, and personal fulfilment*. Usaha yang dapat dilakukan oleh pihak pemberi kerja untuk memotivasi karyawan sebagian besar berasal dari faktor eksternal, namun tidak dipungkiri bahwa dampak eksternal akan mempengaruhi faktor internal. Hasil penelitian dari Muslih (2017) menunjukkan bahwa motivasi ekstrinsik tidak selalu dominan mempengaruhi kinerja karyawan. Demikian penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh motivasi ekstrinsik dan motivasi intrinsik terhadap kinerja karyawan CV. MAJ.

## 2. Metodologi

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jumlah sampel 31 orang yang merupakan karyawan CV. MAJ yang telah bekerja lebih dari 1 tahun. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari isian kuesioner yang dibagikan kepada responden dan data sekunder yang digunakan berupa data ketidakhadiran karyawan dan data keterlambatan karyawan. Kuesioner yang digunakan oleh peneliti menggunakan skala Likert yang terdiri kategori: sangat tidak setuju, tidak setuju, cukup setuju, setuju, dan sangat setuju. Persamaan regresi yaitu,

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

Keterangan: Y = Variabel Kinerja Karyawan;  $\alpha$  = Konstanta;  $\beta_1$   $\beta_2$  = Koefisien Regresi;  $X_1$  = Motivasi Ekstrinsik; dan  $X_2$  = Motivasi Intrinsik.

## 3. Hasil dan Pembahasan

### A. Hasil Penelitian

Responden dalam penelitian ini adalah karyawan tetap CV. Muncul Anugerah Jaya. Peneliti menyebarkan kuesioner kepada 31 karyawan tetap yang telah bekerja lebih dari 1 tahun di CV. Muncul Anugerah Jaya.

Tabel 1. Karakteristik Responden

<b>Profil</b>		<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
<b>Usia</b>	18-29 Tahun	7	22,58%
	30-39 Tahun	9	29,03%
	40-49 Tahun	11	35,48%
	Lebih dari 50 Tahun	4	12,90%
<b>Total</b>		<b>31</b>	<b>100%</b>
<b>Divisi</b>	Administrasi	6	19,4%
	Marketing	14	45,2%
	Operasional	9	29%
	Supervisor	2	6,5%
<b>Total</b>		<b>31</b>	<b>100%</b>
<b>Jenis Kelamin</b>	Pria	18	58,1%
	Wanita	13	41,9%
	<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100%</b>

Tabel 2. Variabel Motivasi Ekstrinsik

<b>Indikator</b>	<b>Pernyataan Kuesioner</b>	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>CS</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>	<b>Mean</b>	<b>Std.Dev</b>
X1.1 ( <i>Work Environment</i> - fisik)	Ruangan kerja perusahaan nyaman dan membantu saya fokus bekerja, suasana tenang, tidak panas, tidak pengap.	4	0	16	2	9	3,3870968	1,2826384
X1.2 ( <i>Work Environment</i> - non-fisik)	Saya memiliki hubungan yang baik dengan rekan kerja.	0	1	3	7	20	4,48387	0,81121
X1.3 ( <i>Reward</i> )	Saya mendapatkan gaji/incentif yang sesuai dengan jabatan pekerjaan.	0	1	9	7	14	4,096774	0,943569
X1.4 ( <i>Job Involvement</i> )	Saya berusaha menyelesaikan tugas dan tanggung jawab saya.	0	0	3	6	22	4,612903	0,667204
X1.5 ( <i>Leadership</i> )	Saya memiliki hubungan yang baik dengan pemimpin perusahaan.	0	0	3	7	21	4,58065	0,67202
		4	2	34	29	86	4,232259	0,875328

Tabel 3. Variabel Motivasi Intrinsik

<b>Indikator</b>	<b>Pernyataan Kuesioner</b>	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>CS</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>	<b>Mean</b>	<b>Std.Dev</b>
X2.1 ( <i>Self-expression</i> )	Saya bebas mengutarakan pendapat.	1	1	11	7	11	3,8387097	1,0676071

X2.2 <i>(Personal-fit)</i>	Aturan yang diterapkan di perusahaan sesuai dengan nilai pribadi yang saya miliki.	0	3	11	7	10	3,774194	1,023383
X2.3 <i>(Personal Fulfilment)</i>	Pekerjaan saya sesuai dengan latar belakang pendidikan yang saya miliki.	2	3	12	4	10	3,548387	1,233929
X2.4 <i>(Reputation)</i>	Saya berusaha menyelesaikan pekerjaan dengan baik agar mendapatkan promosi jabatan.	4	2	13	4	8	3,322581	1,300951
		7	9	47	22	39	3,6209677	1,1564674

Tabel 4. Variabel Kinerja Karyawan

Indikator	Pernyataan Kuesioner	ST S	T S	C S	S	SS	Mean	Std.Dev
Y.1 <i>(Kesetiaan)</i>	Saya menganggap perusahaan sebagai bagian dalam diri saya.	0	1	5	7	18	4,354838	0,8774351
Y.2 <i>(Prestasi Kerja)</i>	Saya menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan target.	0	0	5	10	16	4,354839	0,754912
Y.3 <i>(Kejujuran)</i>	Segala sesuatu yang berkaitan dengan pekerjaan pasti saya sampaikan kepada atasan sesuai dengan keadaan sesungguhnya.	0	1	5	5	20	4,419355	0,885972
Y.4 <i>(Kedisiplinan)</i>	Saya mematuhi peraturan yang diterapkan dalam perusahaan.	0	0	6	5	20	4,451613	0,809885
Y.5 <i>(Kreativitas)</i>	Kreativitas membantu saya menyelesaikan pekerjaan dengan efektif.	0	0	7	8	16	4,290323	0,82436
Y.6 (Kerja Mandiri)	Saya dapat bekerja mandiri.	3	0	5	7	16	4,064516	1,26321
Y.7 (Kerja)	Saya dapat bekerja	0	0	3	8	20	4,548387	0,675214

Sama)	dalam tim.							
Y.8 (Kepribadian) n)	Saya berteman dekat dengan beberapa orang.	4	1	10	7	9	3,516129	1,31329
Y.9 (Prakarsa)	Jika ada permasalahan, saya berinisiatif untuk menyelesaiakannya.	0	3	4	4	20	4,322581	1,045214
Y.10 (Kecakapan )	Keterampilan yang saya miliki sesuai dengan pekerjaan yang saya lakukan.	0	1	9	10	11	4	0,894427
Y.11 (Tanggung Jawab)	Saya akan bertanggung jawab penuh akan pekerjaan saya.	0	0	4	4	23	4,612903	0,715422
		7	7	63	75	189	4,266862	0,9144856

Nilai rata-rata dari seluruh indikator variabel ekstrinsik sebesar 4,23 termasuk dalam kategori “Sangat Setuju” pada interval skala Likert, *job involvement* memiliki nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,61 dan lingkungan kerja memiliki standar deviasi tertinggi sebesar 1,28 pada variabel motivasi ekstrinsik. Nilai rata-rata dari seluruh indikator variabel intrinsik sebesar 3,62 termasuk dalam kategori “Setuju” pada interval skala Likert, *self-expression* memiliki nilai rata-rata tertinggi sebesar 3,84 dan reputasi memiliki standar deviasi tertinggi sebesar 1,30 pada variabel motivasi intrinsik. Nilai rata-rata dari indikator variabel kinerja karyawan sebesar 4,27 termasuk dalam kategori “Sangat Setuju” pada interval skala Likert, responsible memiliki rata-rata tertinggi sebesar 4,61 dan *personality* memiliki standar deviasi tertinggi sebesar 1,31 pada variabel kinerja karyawan.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Validitas			Kesimpulan
		Pearson Correlation	Sig (2-tailed)	(2-	
Motivasi Ekstrinsik (X1)	X1.1	0,664	0,000		Valid
	X1.2	0,661	0,000		Valid
	X1.3	0,818	0,000		Valid
	X1.4	0,781	0,000		Valid
	X1.5	0,730	0,000		Valid
Motivasi Intrinsik (X2)	X2.1	0,676	0,000		Valid
	X2.2	0,805	0,000		Valid
	X2.3	0,695	0,000		Valid
	X2.4	0,655	0,000		Valid
Kinerja Karyawan (Y)	Y1.1	0,828	0,000		Valid
	Y1.2	0,721	0,000		Valid
	Y1.3	0,856	0,000		Valid

Y1.4	0,786	0,000	Valid
Y1.5	0,875	0,000	Valid
Y1.6	0,659	0,000	Valid
Y1.7	0,620	0,000	Valid
Y1.8	0,384	0,033	Valid
Y1.9	0,916	0,000	Valid
Y1.10	0,717	0,000	Valid
Y1.11	0,821	0,000	Valid

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Indikator	Cronbach Alpha	Kesimpulan
Motivasi Ekstrinsik (X1)	X1.1	0,729	Reliabel
	X1.2		
	X1.3		
	X1.4		
	X1.5		
Motivasi Intrinsik (X2)	X2.1	0,653	Reliabel
	X2.2		
	X2.3		
	X2.4		
Kinerja Karyawan (Y)	Y1.1	0,903	Reliabel
	Y1.2		
	Y1.3		
	Y1.4		
	Y1.5		
	Y1.6		
	Y1.7		
	Y1.8		
	Y1.9		
	Y1.10		
	Y1.11		

Uji validitas menunjukkan semua pertanyaan indikator pada variabel motivasi ekstrinsik, motivasi intrinsik dan kinerja karyawan menunjukkan nilai signifikansi  $> 0,05$  pada nilai *Pearson Correlation*, sehingga dapat dinyatakan valid. Uji reliabilitas nilai *Cronbach Alpha* pada semua variabel lebih besar dari 0,6, maka semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel dinyatakan reliabel. Data telah terditribusi normal, nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* sebesar  $0,413 > 0,05$ . Variabel motivasi ekstrinsik dan variabel motivasi intrinsik memiliki nilai toleransi  $> 0,100$  dan nilai *VIF*  $< 10$ , tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas. Menurut Amboningtyas (2018), uji heterokedastisitas adalah uji yang melihat varian dari residual yang tidak sama pada pengamatan ( $0,05$ ). Nilai *Sig (2-tailed)*  $> 0,05$ , maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji autokorelasi nilai *Durbin-Watson* yang didapatkan sebesar 2,169, dari jumlah responden ( $n$ ) = 31 dan jumlah variabel independen penelitian ( $k$ ) = 2, maka didapatkan nilai *Durbin Watson* 1,570.  $DU < DW < 4-DU = 1,570 < 2,169 < 2,430$ , maka  $H_0$  diterima dan tidak terjadi autokorelasi. Nilai signifikansi liniearitas variabel motivasi ekstrinsik  $0,007 < 0,05$  adanya hubungan linier pada kinerja karyawan dengan

motivasi ekstrinsik, nilai signifikansi liniearitas variabel motivasi intrinsik adalah  $0,781 > 0,05$  tidak ada hubungan linier pada kinerja karyawan dengan motivasi intrinsik.

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien	t	Signifikansi	Hipotesis
Konstanta	18,642	-	-	-
Motivasi Ekstrinsik	0,348	0,943	0,354	H <sub>1</sub> Ditolak
Motivasi Intrinsik	1,445	4,067	0,000	H <sub>2</sub> Diterima
Koefisien korelasi (R)	0,739			
Koefisien determinasi (R <sup>2</sup> )	0,546			

Persamaan regresi linier berganda:

$$Y = 18,642 + 0,348 X_1 + 1,445 X_2$$

Koefisien regresi motivasi ekstrinsik sebesar 0,348, hal ini menunjukkan setiap peningkatan satuan maka kinerja karyawan CV. MAJ akan meningkat positif searah sebesar 0,348 dengan asumsi variabel motivasi intrinsik bernilai tetap. Koefisien regresi motivasi intrinsik sebesar 1,445 hal ini menunjukkan setiap peningkatan satuan maka kinerja karyawan CV. MAJ akan meningkat sebesar 1,445 positif searah dengan asumsi variabel motivasi intrinsik bernilai tetap. Secara simultan dengan uji F nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  sehingga variabel-variabel dalam model persamaan regresi tersebut layak itu diuji.

Variabel motivasi ekstrinsik memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,354 > 0,05$ , hal ini menunjukkan motivasi ekstrinsik tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan CV. MAJ. Variabel motivasi intrinsik memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , sehingga motivasi intrinsik memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan CV. MAJ, besar nilai t tabel menunjukkan 2,045, karena nilai t variabel motivasi intrinsik sebesar  $4,067 > 2,045$  maka variabel motivasi intrinsik memiliki pengaruh secara nyata pada taraf signifikansi 4% terhadap variabel kinerja karyawan.

Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,739, sehingga variabel motivasi ekstrinsik dan motivasi intrinsik memiliki hubungan dengan kinerja karyawan yang cukup kuat. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 54,6%, hal ini menunjukkan variabel motivasi ekstrinsik dan motivasi intrinsik memiliki pengaruh sebesar 54,6% kinerja karyawan CV. MAJ, sedangkan 45,4% dipengaruhi variabel di luar penelitian ini.

## B. Pembahasan

Nilai rata-rata tertinggi pada variabel motivasi ekstrinsik dari pernyataan "Saya berusaha menyelesaikan tugas dan tanggung jawab saya." Karyawan CV. MAJ rata-rata secara keseluruhan telah berusaha menyelesaikan pekerjaan dengan baik. Standar deviasi terbesar 1,28 berada pada pernyataan "Ruang kerja perusahaan nyaman dan membantu saya fokus bekerja, suasana tenang, tidak panas, tidak pengap". CV. MAJ secara fisik berupa bangunan toko dengan fasilitas fisik yang cukup. Upaya yang sudah pernah dilakukan perusahaan memberikan fasilitas yang memadai khususnya karyawan bagian administrasi (seperti penyejuk ruangan dan lampu yang terang). Nilai rata-rata tertinggi pada variable motivasi intrinsik dari pernyataan "Saya bebas mengutarakan pendapat". Karyawan CV. MAJ

dapat mengutarakan pendapatnya kepada atasan selama masih dalam konteks pekerjaan. Standar deviasi terbesar 1,30 berada pada pernyataan “Saya berusaha menyelesaikan pekerjaan dengan baik agar mendapatkan promosi jabatan”. CV. MAJ merupakan perusahaan dagang dengan sistem perusahaan keluarga, dimana jabatan manajerial yang dapat dialihkan kepada karyawan sangat terbatas. Nilai rata-rata tertinggi pada variabel kinerja karyawan dari pernyataan “Saya akan bertanggung jawab penuh akan pekerjaan saya”. Standar deviasi terbesar 1,31 berada pada pernyataan “Saya berteman dekat dengan beberapa orang”, tidak semua karyawan memiliki kedekatan hubungan pertemanan dengan karyawan lainnya.

Selama ini CV. MAJ hanya berfokus pada reward dan lingkungan kerja yang dianggap memiliki dampak tertinggi untuk meningkatkan kinerja karyawan, padahal motivasi ekstrinsik (gaji, pengawasan, lingkungan kerja, dan status) hanya memengaruhi 31,5 % dari kinerja karyawan sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain (Muslih, 2017). Atasan seperti manajer dalam suatu organisasi harus memberikan perhatian lebih kepada bawahannya, memperhatikan keinginan dan kebutuhan karyawan, kekuatan yang dimiliki bawahan serta sasaran yang ditetapkan dalam rangka memuaskan kebutuhan diri karyawan untuk meningkatkan kinerja karyawan. Semakin besar motivasi ekstrinsik yang didapatkan oleh karyawan maka akan semakin baik kinerja karyawan yang ditunjukkan (Wawuru, 2017).

CV. MAJ perlu memperhatikan motivasi intrinsik yang memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan (Akbar, 2012). Motivasi ekstrinsik tidak selalu lebih dominan dibandingkan motivasi intrinsik (Azhari & Dauyah, 2017), selain itu pernyataan ini juga didukung oleh penelitian Pinto & Dos Santos (2018) yang menyatakan bahwa motivasi intrinsik memiliki pengaruh lebih besar dibandingkan motivasi ekstrinsik. Evaluasi motivasi intrinsik diperlukan mempertimbangkan aspirasi dari karyawan yang memiliki peluang untuk membangun perusahaan, melakukan evaluasi rutin terhadap hasil kinerja karyawan, memberikan bimbingan dan pendidikan yang dapat meningkatkan produktivitas dan penjualan perusahaan. Motivasi intrinsik dapat mempengaruhi prestasi kerja yang akan berdampak baik pada kinerja karyawan (Komara & Anton, 2016). Motivasi intrinsik berpengaruh signifikan kepada kinerja karyawan CV.MAJ sependapat dengan penelitian sebelumnya (Akbar, 2012). Semakin tinggi motivasi intrinsik semakin tinggi juga kinerja pegawai (Triadi & Hidayah, 2019). Oleh karena itu, CV. MAJ yang selama ini kurang memperhatikan pentingnya motivasi intrinsik harus mulai memperhatikan peranan motivasi intrinsik agar kinerja karyawan bisa meningkat.

#### **4. Kesimpulan**

Adapun kesimpulan dari penelitian ini yaitu motivasi ekstrinsik tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan CV. MAJ, motivasi intrinsik berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan CV. MAJ. Perusahaan perlu mendengarkan aspirasi karyawan yang memiliki peluang untuk memberikan kontribusi positif kepada perusahaan, dan memberikan pelatihan yang dibutuhkan oleh karyawan sesuai dengan bidangnya.

## 5. Daftar Pustaka

- Akbar, F. N. (2012). Pengaruh Motivasi Intrinsik dan Motivasi Ekstrinsik Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Perkebunan Nusantara XII Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1, pp. 1-20.
- Alshmemri, M., Shahwan-Akl, L., & Maude, P. (2017). Herzberg's Two-Factor Theory. *Life Science Journal*, 14(5), pp. 12-16.
- Amboningtyas, D. (2018). Influence of Learning Discipline, Methods of Teaching Teachers and School Facilities on Improving Student Achievement SMK Negeri 1 Pringapus. *Journal of Management*, 4, pp. 1-14.
- Anwar, M. (2019). Pengaruh Motivasi Intrinsik dan Motivasi Ekstrinsik terhadap Kinerja Pegawai pada Balai Pendidikan dan Pelatihan Keagamaan Banjarmasin. *Dinamika Ekonomi-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), pp. 19-32.
- Azhari, T., & Dauyah, E. (2018). Learning Motivation of Peripheral University Students and Its Relation with Their English Grades. *Proceedings of Micoms 2017*, pp. 473-478.
- Ermawati, Y., & Amboningtyas, D. (2017). Pengaruh Motivasi Intrinsik, Komunikasi, dan Kompenasi Finansial terhadap Kinerja Karyawan Produksi Video Preparation pada PT. Hit Polytron yang Berimplikasi pada Produktivitas. *Journal of Management*, 3, pp. 1-7.
- Pinto, L. F. S., & Dos Santos, C. D. (2018). Motivations of Crowdsourcing Contributors. *Innovation & Management Review*, 15(1), pp. 58-72.
- Kadir, A. (2018). Analisis Pengaruh Motivasi Intrinsik dan Ekstrinsik terhadap Kinerja Karyawan PT. Permata Finance Banjarmasin. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 4, pp. 151-159.
- Komara, A. H., & Anton, A. (2016). Pengaruh Motivasi Intrinsik dan Motivasi Ekstrinsik terhadap Kinerja Karyawan Bagian Penjualan pada CV. Metropolitan Pekanbaru. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 4(3), pp. 341-351.
- Maramis, M. V. (2018). Evaluasi Motivasi Intrinsik dan Ekstrinsik terhadap Keberlanjutan Bisnis Cahaya Bintang Perkasa. *Performa*, 2(3), pp. 378-387.
- Meng, P., & Wang, J. (2016). *Individual Motivation in Chinese Highly Educated Generation Y*.
- Mulyadi, R., Hidayati, T., & Maria, S. (2018). Pengaruh Perencanaan Karir Pelatihan dan Pengembangan Karir terhadap Kinerja Karyawan. *Kinerja*, 15(1), pp. 29-37.
- Muni, A., Nurhayati, T., & Widhiastuti, H. (2018). Analisa Pengaruh Pengembangan Karir dan Motivasi Ekstrinsik, Motivasi Intrinsik terhadap Kinerja SDM dengan Kepuasan Kerja sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 11(3), pp. 261-281.
- Robert, S., & Melinda, T. (2018). Pengaruh Motivasi dan Kepemimpinan terhadap Kinerja Karyawan. *Media Mahardhika*, 16(3), pp. 456-463.
- Syafrina, N. (2017). Pengaruh Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Suka Fajar Pekanbaru. *Eko dan Bisnis: Riau Economic and Business Review*, 8(4), pp. 1-12.

- Triadi, R., & Hidayah, S. (2019). Pengaruh Motivasi Intrinsik Dan Ekstrinsik Terhadap Kinerja Pegawai Yang Di Mediasi Oleh Komitmen Organisasi (Studi Pada Pegawai Kantor Pertanahan Kota Semarang). *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*, 26, pp.1-7.
- Waruwu, F. (2017). Analisis tentang Pengaruh Motivasi Intrinsik dan Motivasi Ekstrinsik terhadap Kinerja Karyawan. Studi Kasus: di Rumah Sakit Rajawali dan Stikes Rajawali Bandung (Yayasan Kemanusiaan Bandung Indonesia). *Jurnal Manajemen Maranatha*, 16(2), pp. 203-212.



## Penerapan Metode FIFO dalam Persediaan Resi AKDP (Asuransi Kecelakaan Dalam Perjalanan) pada PT Jasaraharja Putera

**Salisatul Laili Finisa<sup>1,a,\*</sup>, Octavia Lhaksmi P.<sup>2,b</sup>**

<sup>1</sup>. Mahasiswa Program Studi Akuntansi, Universitas Tidar Magelang

<sup>2</sup> Dosen Program Studi Akuntansi, Universitas Tidar Magelang

<sup>a, b</sup> Email: salisaalf@gmail.com, octaviaovi@untidar.ac.id.

\*Correspondent Email: salisaalf@gmail.com

### Article History:

Received: 17-6-2020; Received in Revised: 2-7-2020; Accepted: 15-7-2020

DOI: <http://dx.doi.org/10.35914/jemma.v3i2.370>

### Abstrak

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menilai keefektifan penerapan metode FIFO dalam persediaan Resi AKDP (Asuransi Kecelakaan Dalam Perjalanan) di PT Jasaraharja Putera. PT Jasaraharja Putera merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa asuransi. Persediaan merupakan aktiva perusahaan yang menempati posisi yang cukup penting dalam suatu perusahaan, baik itu perusahaan dagang maupun perusahaan industri (manufaktur). Persediaan yang dimiliki perusahaan dapat dijual untuk kegiatan operasional perusahaan. Kendala yang sering dihadapi dalam akuntansi persediaan yaitu mengenai pencatatan. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dimana penelitian dilakukan secara langsung di lapangan dan bersifat deskriptif pada PT Jasaraharja Putera. Penelitian ini menyimpulkan bahwa PT Jasaraharja Putera sudah menerapkan metode FIFO dalam pencatatan persediaan Resi AKDP (Akuntansi Kecelakaan Dalam Perjalanan), namun masih dilaksanakan dengan sangat sederhana dan belum terprogram.

**Kata kunci:** Metode FIFO; Persediaan; Resi AKDP.

### ABSTRACT

The purpose of this study is to assess the effectiveness of the application of the FIFO method in the inventory of AKDP Receipt (Travel Accident Insurance) at PT Jasaraharja Putera. PT Jasaraharja Putera is a company engaged in insurance services. Inventory is a company asset that occupies an important position in a company, be it a trading company or an industrial (manufacturing) company. Inventories owned by the company can be sold for the company's operational activities. Constraints that are often encountered in inventory accounting namely regarding recording. The method in this study uses qualitative methods where research is conducted directly in the field and is descriptive in nature at PT Jasaraharja Putera. This study concludes that PT Jasaraharja Putera has implemented the FIFO method in recording inventory of AKDP Receipt (Travel Accident Insurance), but it is still carried out in a very simple and not programmed manner.

**Keywords:** AKDP receipt; FIFO method; Inventory.

## 1. Pendahuluan

Semua perusahaan baik yang bergerak di bidang jasa, dagang maupun manufaktur perlu melakukan pencatatan akuntansi untuk mengetahui kondisi keuangan usahanya. Karena dari laporan keuangan yang dihasilkan digunakan sebagai sumber informasi penting tentang kinerja dan posisi keuangan suatu perusahaan, juga dijadikan sebagai landasan dalam pengambilan keputusan oleh investor, kreditur, dan pengguna lainnya. Pencatatan transaksi pada perusahaan jasa hampir sama dengan perusahaan dagang, perbedaannya terletak pada proses kegiatan usaha dan produk yang dihasilkan dan berpengaruh terhadap lembar kerja yang digunakan oleh masing-masing perusahaan. Jika pada perusahaan jasa hanya terdapat akun pendapatan untuk transaksi penjualan, sementara pada perusahaan dagang transaksi penjualannya bisa mencakup akun penjualan, harga pokok persediaan, dan harga pokok penjualan.

Sebuah perusahaan pasti memiliki persediaan, entah itu persediaan sebagai barang yang dijual kembali atau persediaan yang digunakan para pekerja perusahaan untuk operasional atau untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Persediaan ini sudah seyogyanya dicatat oleh perusahaan untuk menghindari kerugian atau kendala lain yang merugikan.

Menurut Ristono (2009) Persediaan adalah barang-barang yang disimpan untuk digunakan atau dijual pada masa yang akan datang. Sedangkan menurut Sartono (2010) Persediaan umumnya merupakan salah satu jenis aktiva lancar yang jumlahnya cukup besar dalam suatu perusahaan. Persediaan diadakan apabila keuntungan yang diharapkan dari persediaan tersebut lebih besar daripada biaya-biaya yang ditimbulkan. Persediaan merupakan aset lancar perusahaan yang digunakan untuk kegiatan operasional perusahaan sehari-hari. Dengan adanya persediaan pendapatan perusahaan menjadi bertambah apabila dilakukan pembelian secara tunai, namun apabila pembelian dilakukan secara kredit maka ada tenggang waktu sampai diterima pendapatan.

Dalam akuntansi persediaan barang bisa dihitung dalam beberapa metode, dimana metode ini bisa disesuaikan dengan jenis perusahaan dan juga kepentingan perusahaan. Beberapa metode perhitungan persediaan diantaranya, yaitu FIFO (*First In First Out*), LIFO (*Last In First Out*) dan Rata-rata (*Average*). Pada PT Jasaraharja Putera sendiri dalam pencatatan persediaan Resi AKDP (Asuransi Kecelakaan Dalam Perjalanan) menggunakan metode FIFO (*First In First Out*).

Metode *First In First Out* (FIFO) atau dalam bahasa Indonesia, pertama masuk pertama keluar yang berarti bahwa persediaan yang pertama kali masuk itulah yang pertama kali dicatat sebagai barang atau produk yang dijual. Metode FIFO ini didasarkan pada asumsi bahwa aliran *cost* masuk persediaan harus dipertemukan dengan hasil penjualannya. Sebagai akibatnya, biaya per unit persediaan yang masuk terakhir dipakai sebagai dasar penentuan biaya barang yang masih dalam persediaan pada akhir periode (persediaan akhir).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Resi adalah tanda terima secara tertulis, artinya apapun itu yang berupa tanda terima tertulis adalah resi termasuk resi pengiriman. Jadi, Resi AKDP merupakan tanda terima secara tertulis yang dikeluarkan oleh PT Jasaraharja Putera berupa kertas kecil yang di dalamnya terdapat nomor bukti bahwa

seseorang telah mendaftarkan diri dalam Asuransi Sektor Transportasi pada PT Jasaraharja Putera. Dalam Resi AKDP terdapat nomor urut peserta yang terdaftar, nama peserta, nomor plat kendaraan yang miliki serta paraf dan stempel logo PT Jasaraharja Putera. Resi AKDP (Asuransi Kecelakaan Dalam perjalanan) merupakan tanda terima secara tertulis yang dikeluarkan oleh PT Jasaraharja Putera berupa kertas kecil yang di dalamnya terdapat nomor bukti bahwa seseorang telah mendaftarkan diri dalam asuransi sektor transportasi.

PT Jasaraharja Putera memiliki berbagai Bidang Usaha & Produk yang dipasarkan. Bidang Usaha PT Jasaraharja Putera adalah Asuransi Umum, Surety Bond dan Asuransi Kredit. Sedangkan Produk yang dipasarkan meliputi (1) Spesialisasi Asuransi untuk Sektor Transportasi; (2) Asuransi Jaminan pada Sektor Jasa Konstruksi; (3) Asuransi Produk Asuransi Wisatawan; dan (4) Produk-produk Asuransi Umum dan Asuransi Kredit Lainnya.

Persediaan merupakan salah satu aktiva lancar yang harus dikelola dengan baik. Biasanya dalam menerapkan metode pencatatan maupun penilaian persediaan belum sepenuhnya dilakukan dengan baik oleh perusahaan karena kurangnya informasi terhadap metode pencatatan dan penilaian persediaan terbaru ataupun kurangnya pengetahuan dari pihak perusahaan untuk menerapkan metode yang layak bagi perusahaan. Pada PT Jasaraharja Putera sendiri penerapan metode pencatatan dan penilaian persediaan Resi AKDP belum sepenuhnya dilakukan berdasarkan metode FIFO yang seharusnya. Karena pada PT Jasaraharja Putera penerapan sistem pencatatan dan penilaian persediaan dilakukan dengan sangat sederhana, mudah dipahami dan masih manual dimana data persediaan dicatat pada buku stok. Sistem pencatatan yang manual mempunyai kekurangan pada pencatatan dan perhitungan yang biasanya menyebabkan selisih angka.

Produk yang dijual PT. Tirta Investama DC Manado sebagian besar berasal dari pabrik Tirta Investama manado, persediaan barang yang dijual cukup beragam. Sedangkan pada PT Jasa Raharja Putera, persediaan barang yang dijual cukup beragam pula. Tetapi PT Jasaraharja Putera Cabang Magelang sendiri lebih menekankan pada persediaan Resi AKDP untuk menaikkan angka pendapatan.

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nurul (2014) bertujuan untuk mengetahui adanya kesesuaian penerapan metode pencatatan dan penilaian persediaan barang di PT. Tirta Investama dengan PSAK No.14 tentang Persediaan. Metode penilaian persediaan menggunakan Metode FEFO (First Expired, First Out) yang didasarkan dari asumsi metode FIFO (First In, First Out). Metode FEFO mempunyai pengertian yaitu barang yang akan lebih dahulu kadaluarsa, barang itulah yang akan lebih dahulu untuk dijual. Sedangkan pada penelitian ini bertujuan untuk menilai keefektifan penerapan metode FIFO dalam persediaan Resi AKDP (Asuransi Kecelakaan Dalam Perjalanan) di PT Jasaraharja Putera. Metode penilaian persediaan Resi AKDP dilakukan menggunakan metode FIFO dimana barang yang masuk pertama yang dikeluarkan terlebih dahulu sesuai dengan nomor urut.

Hubungan yang mendukung penelitian sebelumnya yaitu penilaian dan pencatatan persediaan menggunakan metode FIFO (*First In First Out*) dan perpetual. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menilai keefektifan penerapan metode FIFO dalam persediaan Resi AKDP (Asuransi Kecelakaan Dalam Perjalanan) di PT Jasaraharja Putera.

## **2. Metodologi**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dimana dalam penelitian yang dilakukan bersifat Deskriptif yaitu untuk mengetahui atau menggambarkan kenyataan dari kejadian yang diteliti sehingga memudahkan penulis untuk mendapatkan data yang objektif dalam rangka mengetahui dan memahami Penerapan Metode FIFO Dalam Persediaan Resi AKDP (Asuransi Kecelakaan Dalam Perjalanan) pada PT Jasaraharja Putera Cabang Magelang. Penelitian ini dilakukan di PT Jasaraharja Putera, Jln. Pahlawan No. 125 Potrobangsan, Kecamatan Magelang Utara, Kota Magelang, Jawa Tengah 56116. Pada tanggal 13 Januari 2020 – 13 Februari 2020, Senin – Jumat pukul 07.30 – 16.30.

Tahapan penelitian dilakukan dengan (1) Perumusan Masaalah, perumusan masalah dilakukan dengan pengamatan dan terjun langsung pada objek penelitian untuk mengumpulkan informasi yang dibutuhkan dan menemukan permasalahan yang terjadi pada PT Jasaraharja Putera. (2) Penemuan Tujuan, setelah mendapatkan informasi dan menemukan permasalahan, selanjunya yaitu menentukan tujuan penelitian. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menilai keefektifan penerapan metode FIFO persediaan Resi AKDP (Asuransi Kecelakaan Dalam Perjalanan) pada PT Jasaraharja Putera. (3) Mempelajari Literatur, yaitu dengan mempelajari, memahami dan menyatukan kepustakaan dari berbagai sumber sesuai dengan yang dibutuhkan. (4) Pengumpulan Data, dilakukan untuk memperoleh informasi dan data-data yang dibutuhkan yang dilakukan dengan terjun langsung (observasi), wawancara dan menganalisa dokumen atau data. (5) Menarik Kesimpulan, setelah melakukan pengamatan dan mempelajari informasi dari berbagai sumber dapat ditarik kesimpulan apakah pada PT Jasaraharja Putera sudah melakukan pencatatan persediaan Resi AKDP (Asuransi Kecelakaan Dalam Perjalanan) secara efektif menggunakan metode FIFO.

Metode Pengumpulan Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Data kualitatif yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah pernyataan yang diperoleh melalui wawancara, observasi langsung serta mencari informasi dari web resmi PT. Jasaraharja Putera yaitu [www.jasaraharja-putera.co.id](http://www.jasaraharja-putera.co.id). Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer yang diperoleh peneliti dilakukan dengan cara wawancara (tanya jawab) dan praktik mencatat persediaan pada PT. Jasaraharja Putera. Sedangkan data sekunder yang dibutuhkan merupakan data laporan keuangan yang berkaitan dengan persediaan barang pada PT. Jasaraharja Putera.

Data yang telah diperoleh kemudian dianalisis menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Analisis deskriptif kualitatif adalah analisis yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasi objek sesuai dengan kenyataan dengan bentuk uraian kalimat berdasarkan kondisi atau hubungan yang ada, pendapat yang berkembang ataupun proses yang sedang berlangsung. Selanjutnya hasil analisis tersebut kemudian diinterpretasikan untuk memberikan gambaran yang jelas terhadap permasalahan yang diajukan mengenai Metode FIFO dalam Persediaan Resi AKDP (Asuransi Kecelakaan Dalam Perjalanan) pada PT. Jasaraharja Putera. Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu dengan wawancara, dan observasi.

### 3. Hasil dan Pembahasan

#### Perbandingan Metode FIFO

Untuk menetapkan nilai persediaan pada akhir periode dan menetapkan biaya persediaan selama satu periode PT. Jasaraharja Putera menggunakan asumsi metode masuk pertama keluar pertama atau yang biasa disebut dengan FIFO (*First In First Out*). Jasaraharja Putera sudah menerapkan metode FIFO dalam pencatatan persediaan resi AKDP (Asuransi Kecelakaan Dalam Perjalanan), namun masih dilaksanakan dengan sangat sederhana.

Tabel 1. Perbandingan menggunakan metode FIFO dibandingkan dengan tidak menggunakan FIFO.

Perbandingan	Dengan Metode FIFO	Tanpa Metode FIFO
Pengaruh terhadap neraca	Harga perolehan persediaan yang ditetapkan pada tanggal neraca akan mendekati saat itu	Harga perolehan persediaan tidak mencerminkan keadaan pada tanggal neraca dan aktiva lancar sehingga total aktiva akan dilaporkan lebih rendah dari harga yang berlaku pada tanggal neraca.
Pengaruh terhadap laba rugi	Pada masa inflasi akan menghasilkan laba bersih yang tinggi atau dapat terjadi pula laba bersih yang dihasilkan semu.	Disarankan lebih baik menggunakan metode yang lain, seperti metode LIFO.
Pengaruh terhadap pajak	Perhitungan laba bersih dengan metode FIFO akan menghasilkan pajak penghasilan yang lebih tinggi.	Perhitungan laba bersih dengan metode LIFO akan menghasilkan pajak penghasilan yang lebih rendah bila dibandingkan dengan metode FIFO maupun metode rata-rata.

Produk atau jasa asuransi yang ditawarkan oleh PT Jasaraharja Putera bermacam-macam seperti Asuransi Kendaraan, Asuransi Mobil Murah, Asuransi Pariwisata, Asuransi Aset Bangunan, Asuransi Surety Bond, dan sebagainya. Salah satunya yaitu Asuransi Kecelakaan Dalam Perjalanan (AKDP). Pencatatan Asuransi Kecelakaan Dalam Perjalanan (AKDP) menggunakan sebuah kertas kecil dengan urutan nomor pada kolom kanan atas atau yang biasa disebut dengan resi AKDP. Resi AKDP tersebut merupakan produk asuransi yang ditawarkan untuk masyarakat dengan sah karena terdapat paraf dan stempel logo perusahaan PT. Jasaraharja Putera.

PT. Jasaraharja Putera biasanya menyetok resi AKDP pada Samsat-samsat yang ada di wilayah Kedu. Sehingga orang yang melakukan transaksi di Samsat pada wilayah tertentu dapat membeli atau mendaftar jasa asuransi dengan resi AKDP tersebut. Setelah resi AKDP terjual, setiap minggu Samsat akan melaporkan pada PT. Jasaraharja Putera berapa pengeluaran stok resi AKDP tersebut. PT Jasaraharja Putera akan mencatat pengeluaran dan pemasukan persediaan resi AKDP yang terjual dan yang akan dipasarkan menggunakan metode FIFO (First In First Out). Metode pencatatan yang digunakan pada PT. Jasaraharja Putera adalah metode pencatatan periodik, sedangkan untuk metode penilaian persediaan resi AKDP menggunakan metode FIFO (First In, First Out). Namun, kelemahan yang ada pada PT. Jasaraharja dalam hal pencatatan dan penilaian persediaan ini yaitu, masih dilakukannya pencatatan dan penilaian resi AKDP secara manual dan tidak terprogram. Pada Jasaraharja Putera Resi AKDP belum sepenuhnya dilakukan berdasarkan metode FIFO yang seharusnya. Karena pada PT Jasaraharja Putera penerapan sistem pencatatan dan penilaian persediaan dilakukan dengan sangat sederhana, mudah dipahami dan masih manual dimana data persediaan dicatat pada buku stok. Sistem pencatatan yang manual mempunyai kekurangan pada pencatatan dan perhitungan yang biasanya menyebabkan selisih angka.

### **Persediaan AKDP**

Persediaan dimaknai sebagai suatu aktiva yang meliputi barang-barang milik perusahaan dengan maksud untuk dijual dalam suatu periode usaha normal, atau persediaan barang-barang yang masih dalam penggerjaan atau proses produksi, ataupun persediaan bahan baku dasar yang menunggu penggunaannya dalam suatu proses produksi. Menurut Standar Akuntansi Keuangan (1999), persediaan ialah aktiva yang tersedia untuk dijual dalam kegiatan usaha normal; aktiva dalam proses produksi atau dalam perjalanan atau aktifa dalam bentuk bagan atau perlengkapan (*supplies*) untuk digunakan dalam proses produksi atau pemberian jasa.

Dapat disimpulkan bahwa persediaan (*Inventory*), merupakan aktiva perusahaan yang menempati posisi yang cukup penting dalam suatu perusahaan, baik itu perusahaan dagang maupun perusahaan industri (manufaktur), maupun perusahaan jasa. Dalam laporan keuangan, persediaan merupakan hal yang sangat penting karena baik laporan Rugi/Laba maupun Neraca tidak akan dapat disusun tanpa mengetahui nilai persediaan. Kesalahan dalam penilaian persediaan akan langsung berakibat kesalahan dalam laporan Rugi/Laba maupun neraca.

Persediaan adalah elemen utama dari modal kerja perusahaan yang selalu dalam keadaan berputar dimana selalu mengalami perubahan. Persediaan secara terus menerus diperoleh, diproses, dan kemudian dijual. Hal ini dimaksud untuk memperlancar jalannya operasi perusahaan yang dilakukan secara kesinambungan. Tanpa adanya persediaan barang dagangan perusahaan akan menghadapi resiko yang dimana pada suatu waktu tidak dapat memenuhi keinginan dari para pelanggannya. Tentu saja kenyataan ini dapat berakibat buruk bagi perusahaan karena secara tidak langsung perusahaan menjadi kehilangan kesempatan untuk memperoleh keuntungan yang seharusnya didapatkan.

## **Manfaat Adanya Persediaan**

Berikut dijelaskan manfaat adanya persediaan yaitu meliputi:

1. Menghilangkan resiko keterlambatan datangnya barang atau bahan-bahan yang dibutuhkan perusahaan.
2. Menghilangkan resiko dari materi yang dipesan berkualitas atau tidak baik sehingga harus dikembalikan.
3. Mengantisipasi bahwa bahan-bahan yang dihasilkan secara musiman sehingga dapat digunakan bila bahan itu tidak ada dalam pasaran.
4. Mempertahankan aktivitas operasi perusahaan atau menjamin kelancaran arus produksi.
5. Mencapai penggunaan mesin yang optimal.
6. Memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan sebaik-baiknya agar keinginan pelanggan pada suatu waktu dapat dipenuhi dengan memberikan jaminan tetap tersedianya barang jadi tersebut.
7. Membuat pengadaan atau produksi tidak perlu sesuai dengan penggunaannya atau penjualannya.

Terdapat dua sistem untuk menetapkan nilai persediaan pada akhir periode dan menetapkan biaya persediaan selama satu periode, sistem persediaan yang digunakan adalah:

### **1. Sistem Periodik (*Physical*)**

Yaitu pada setiap akhir periode dilakukan perhitungan secara fisik untuk menentukan jumlah persediaan akhir. Perhitungan tersebut meliputi pengukuran dan penimbangan barang-barang yang ada pada akhir suatu periode untuk kemudian dikalikan dengan suatu tingkat harga/biaya. Perusahaan yang menerapkan sistem periodik umumnya memiliki karakteristik persediaan yang beraneka ragam namun nilainya relatif kecil.

### **2. Sistem Permanen (*Perpetual*)**

Yaitu melakukan pembukuan atas persediaan secara terus menerus yaitu dengan membukukan setiap transaksi persediaan baik pembelian maupun penjualan. Sistem perpetual ini seringkali digunakan dalam hal persediaan memiliki nilai yang tinggi untuk mengetahui posisi persediaan pada suatu waktu sehingga perusahaan dapat mengatur pemesanan kembali persediaan pada saat mencapai jumlah tertentu. Misalnya persediaan alat rumah tangga elektronik (mesin cuci, kulkas, microwave).

## **Metode Penentuan Nilai Persediaan**

Stice dan Skousen (2009) ada beberapa macam metode penilaian persediaan yang umum digunakan yaitu : identifikasi khusus; biaya rata-rata (*average*); masuk pertama, keluar pertama (FIFO) dan masuk terakhir, keluar pertama (LIFO).

### **1. Metode FIFO (*First In First Out*)**

Barang yang pertama kali masuk (dibeli) menjadi barang yang pertama kali keluar (dijual). Metode FIFO menyatakan bahwa persediaan dengan nilai perolehan awal masuk akan dijual terlebih dahulu, sehingga persediaan akhir dinilai dengan nilai perolehan

persediaan yang terakhir masuk. Metode ini cenderung menghasilkan persediaan yang nilainya tinggi dan berdampak pada nilai aktiva perusahaan yang dibeli. Metode ini cocok untuk semua sifat produk.

## 2. Metode LIFO (*Last In First Out*)

Barang yang terakhir kali masuk (dibeli) menjadi barang yang pertama kali keluar (dijual). Metode LIFO menyatakan bahwa persediaan dengan nilai perolehan terakhir masuk akan dijual terlebih dahulu, sehingga persediaan akhir dinilai dan dilaporkan berdasarkan nilai perolehan persediaan yang awal masuk atau dibeli. Metode ini cenderung menghasilkan nilai persediaan akhir yang rendah dan berdampak pada nilai aktiva perusahaan yang rendah.

## 3. Metode Rata-rata (*Average Method*)

Metode ini melakukan penentuan harga diperoleh berdasarkan pada rata-rata harga perolehan semua barang. Dengan menggunakan metode ini nilai persediaan akhir akan menghasilkan nilai antara nilai persediaan metode FIFO dan nilai persediaan LIFO. Metode ini juga berdampak pada nilai harga pokok penjualan dan laba kotor.

Nilai persediaan barang yang ada di unit usaha kita dihitung berdasarkan harga rata-rata pembelian. Dalam metode ini terdapat dua cara penghitungan yang berbeda yaitu (a) rata-rata sederhana, Nilai rata-rata ditentukan dari rata-rata harga beli barang secara global; dan (b) rata-rata tertimbang, niali rata-rata per unit.

## 4. Metode Identifikasi Khusus

Pada metode ini, biaya dapat dialokasikan ke barang yang terjual selama periode berjalan dan ke barang yang ada di tangan pada akhir periode berdasarkan biaya aktual dari unit tersebut. Metode ini diperlukan untuk mengidentifikasi biaya historis dari unit persediaan. Dengan indenfikasi khusus, arus biaya yang dicatat disesuaikan dengan arus fisik barang.

## 4. Kesimpulan

Adapun kesimpulan dari penelitian ini yaitu metode pencatatan yang diterapkan pada PT Jasaraharja Putera untuk mencatat persediaan stok resi AKDP yaitu Metode pencatatan secara periodik. Sedangkan untuk metode penilaian persediaan menggunakan metode masuk pertama keluar pertama atau yang biasa disebut dengan FIFO (*First In First Out*). Pelaksanaan proses pencatatan dan penilaian persediaan stok resi AKDP masih sangat sederhana, manual dan belum terprogram yang dicatat dalam buku stok. Adapun saran dalam penelitian ini yaitu stok resi AKDP yang dibagikan pada Samsat-samsat di wilayah Kedu tidak terlalu banyak pencatatan dan penilaian persediaan, sebaiknya pencatatannya dilakukan secara komputerisasi dan terprogram. Tujuannya yaitu untuk memudahkan dan menghemat waktu serta tenaga dalam pencatatan dan penilaian persediaan resi AKDP tersebut.

## 5. Daftar Pustaka

- Ahmad Basir, (2011). *Makalah Metode Penelitian Deskritif*. Fakultas Tarbiyah, Institut Islam Nahdlatul Ulama' (INISNU) Jepara.
- Bambang, (2016). *BAB II Deskripsi PT Jasaraharja Putera*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Chandra D, Magdalena K, Renny S, (2012). Aplikasi Penjualan dan Persediaan Barang Dagang dengan Metode Perpetual FIFO Berbasis Web (Studi Kasus pada PD. XYZ). *Jurnal Teknologi Informasi Politeknik Telkom* Vol. 1, No.3.
- Despita Meisak, (2017). Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Persediaan Barang Menggunakan Metode FIFO pada PT. Shukaku jambi. *STIKOM Dinamika Bangsa, Prodi Sistem Informasi, Jambi. MEDIASISFO*, Vol. 11, No. 2.
- Dian I. Sari, (2018). Analisis Perhitungan Persediaan dengan Metode FIFO dan Average pada PT. Harapan. AMIK BSI Bekasi. Perspektif, Vol. XVI No. 1 Maret 2018.
- Fredy S. P. Simatupang, M. Hidayat, (2017). Analisis Metode Penilaian Persediaan Untuk Mencapai Laba Yang Optimal Pada Perusahaan OSI Electronic Manufacturing. *Measurement*, Vol.11 No. 1 : 92-100
- Gabriella D. Ayuni, Magdalena K, (2019). Penerapan Penilaian Persediaan Dan Perhitungan Harga Pokok Makanan Dengan Metode Fifo Pada Aplikasi Berbasis Web. *Accounting Information Systems and Information Technology Business Enterprise Volume 04*, Nomor 01.
- Goenawan, Alvina S, Yunus Fiscal, (2011). Pengaruh Metode Penilaian Persediaan Terhadap Penentuan Harga Pokok Penjualan (Study kasus pada PT. Dirgantara Pancapersada di Bandar Lampung). *Jurnal Akuntansi & Keuangan* Vol. 2 , No. 1: 165 – 176.
- Indroprasto, Erma Suryani, (2012). Analisis Pengendalian Persediaan Produk Dengan Metode EOQ Menggunakan Algoritma Genetika untuk Mengefisiensikan Biaya Persediaan. Jurusan Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, ITS Surabaya. *JURNAL TEKNIK ITS* Vol. 1: 2301-9271.
- Nurul F. Anwar, H. Karamoy., (2014). Analisis Penerapan Metode Pencatatan Dan Penilaian Terhadap Persediaan Barang Menurut PSAK NO.14 Pada PT. Tirta Investama DC Manado. *Jurnal EMBA*, Vol.2 No.2: 1296-1305.



## **Pemilihan Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Teknik Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) (Studi Kasus Pada Hijab Alila Karawang)**

**Bungaran Saing<sup>1,a,\*</sup>, Eni Wulandari<sup>2,b</sup>**

<sup>1,2</sup> Universitas Bhayangkara, Jakarta Raya

<sup>a,b</sup> Email: [bungaran.saing@dsn.ubharajaya.ac.id](mailto:bungaran.saing@dsn.ubharajaya.ac.id), [eniwulan08@gmail.com](mailto:eniwulan08@gmail.com)

\*Correspondent Email: [bungaran.saing@dsn.ubharajaya.ac.id](mailto:bungaran.saing@dsn.ubharajaya.ac.id)

### **Article History:**

Received: 1-7-2020; Received in Revised: 8-7-2020; Accepted: 13-8-2020

DOI: <http://dx.doi.org/10.35914/jemma.v3i2.383>

### **Abstrak**

*Persaingan adalah kata menarik bagi semua perusahaan karena persaingan inilah yang memotivasi perusahaan untuk selalu berjuang. Semua bagian di perusahaan harus terus berusaha agar perusahaan bertahan hidup dan berkembang dengan keunggulan bersaing di pasar sebagai hasil dari perencanaan strategis dan operasional. Demikian halnya bagi Hijab Alila (H.A.) sebagai salah satu merek pakaian wanita yang bergerak di bidang pakaian muslim. Tujuan penelitian ini adalah memilih strategi prioritas yang bisa diaplikasikan oleh H.A. distributor Karawang dengan menggunakan matriks QSPM. Matriks QSPM menggunakan nilai bobot dan nilai Attractive Score (AS) atau Daya Tarik yang dinilai oleh responden H.A. Dari matriks QSPM didapatkan tiga alternatif strategi pemasaran yang diprioritaskan untuk dilakukan oleh perusahaan yaitu dengan mempromosikan produk melalui banyak akun sosial media dengan cara sekreatif mungkin agar dapat menjangkau pasar lebih luas dan banyak atau menambah pangsa pasar dengan nilai Total Attractiveness Score (TAS) sebesar 22,35 dengan alasan bahwa dengan melakukan banyak promosi di media sosial akan menarik lebih banyak pelanggan sehingga pangsa pasar bisa lebih meluas. Kemudian menjaga kestabilan harga agar pelanggan tidak berpindah ke pesaing yang menawarkan harga lebih murah dengan kualitas baik dengan nilai TAS sebesar 16,31. Dan yang terakhir adalah memperbanyak marketer (reseller) produk agar produk yang dipasarkan semakin meluas dengan banyaknya orang yang memasarkan produk Hijab Alila dengan nilai TAS mencapai 14,53. Semua strategi tersebut sangat disarankan agar kedepannya distributor Karawang lebih baik lagi terutama omset penjualannya terus meningkat.*

**Kata Kunci:** Matriks QSPM, Strategi Pemasaran, TAS.

### **Abstract**

*Competition is an attractive word for all companies because competition is what motivates companies to always struggle. All parts of the company must continue to strive for the company to survive and develop with competitive advantage in the market as a result of strategic and operational planning. Likewise for Hijab Alila (H.A.) as one of the women's clothing brands engaged in Muslim clothing. The purpose of this study is to choose a priority strategy that can be applied by H.A. Karawang distributor using the QSPM matrix. The QSPM matrix uses weight values and Attractive Score (AS) values that are assessed by respondents H.A. From the QSPM matrix, three alternative marketing strategies are prioritized to be carried out by the company, namely by promoting products through as many social media accounts as creatively as possible*

*in order to reach a wider and wider market or adding market share with a Total Attractiveness Score (TAS) value of 22.35 with the reason that by doing many promotions on social media will attract more customers so that market share can expand. Then maintain price stability so that customers do not move to competitors who offer lower prices with good quality with a TAS value of 16.31. And the last is increasing marketers (resellers) of products so that the products marketed are increasingly widespread with the number of people marketing Alila Hijab products with a TAS value of 14.53. All these strategies are strongly recommended so that in the future Karawang distributors will be better, especially as sales turnover continues to increase.*

**Keywords:** QSPM matrix, TAS, Marketing Strateg.

## 1. Pendahuluan

Pada dasarnya, perkembangan industrialisasi *fashion* hijab di Indonesia telah dimulai sejak tahun 1990 (Warta Ekspor, 2015). Dibuktikan dengan muncul beberapa merk busana muslim yang menawarkan berbagai desain pakaian untuk memenuhi permintaan masyarakat. Karena pada saat itu, kerudung tidak hanya digunakan para santri atau ibu-ibu pengajian saja, akan tetapi para artis, pengusaha, karyawan swasta, pegawai negeri bahkan polwan dan satpam wanita pun mulai menggunakan hijab dalam menjalankan kewajibannya. Ketua APPMI (Asosiasi Perancang Pengusaha Mode Indonesia) menuturkan bahwa, “APPMI memulai kampanye industri muslim dengan *route map* 2015 sudah mampu menembus pasar ASEAN, 2020 mampu menembus pasar Asia, dan 2015 sudah menempuh pasar dunia”. Hal demikian membuat banyak orang untuk berbondong-bondong menyerbu dunia bisnis busana muslim yang menimbulkan persaingan yang semakin ketat. Bahkan menurut data dari *state of global Islamic economic* 2017-2018, konsumsi fashion muslim di Indonesia mencapai USD 13,5 miliar atau masuk ke jajaran top 5 dunia. Ini menunjukkan potensi pasar domestik yang sangat besar, berdasarkan data Organisasi Konferensi Islam (OKI), saat ini ekspor fesyen muslim Indonesia berada di peringkat ketiga dengan nilai US\$ 7,18 miliar, setelah Bangladesh senilai US\$ 22 miliar dan Turki senilai US\$ 14 miliar (Warta Ekspor, 2015)

Hijab Alila (H.A) merupakan salah satu merek pakaian wanita yang bergerak di bidang pakaian muslim. Merek ini merupakan salah satu produk yang sangat diminati para wanita berhijab syar'i. Brand ini memiliki 52 distributor. H.A Karawang adalah salah satu distributor brand ini. Distributor ini memiliki masalah penjualan lebih rendah dibandingkan dengan distributor Bekasi. Untuk datanya dapat dilihat pada tabel 1 Omset Penjualan Hijab Alila, Distributor Bekasi dan Karwang dari Bulan Juli – Desember 2018 (Rupiah) sebagai berikut:

Tabel 1 Omset Penjualan Hijab Alila, Distributor Bekasi dan Karwang dari Bulan Juli – Desember 2018 (Rupiah)

Bulan	Distributor Bekasi	Distributor Karawang
Juli	Rp 47.477.435	Rp 11.871.750
Agustus	Rp 65.115.037	Rp 20.133.500
September	Rp 53.137.255	Rp 22.109.023
Oktober	Rp 49.999.725	Rp 25.284.855
November	Rp 70.158.150	Rp 38.817.993
Desember	Rp 63.383.190	Rp 31.655.319
<b>JUMLAH</b>	<b>Rp 394.270.792</b>	<b>Rp 149.872.440</b>

Dari data diatas menunjukkan bahwa omset penjualan distributor Karawang lebih kecil dibandingkan distributor Bekasi. Jumlah penduduk Kota Bekasi dapat dilihat pada tabel 2 Jumlah Penduduk Kota Bekasi Menurut Jenis Kelamin Tahun 2013-2018 di bawah ini:

Tabel 2 Jumlah Penduduk Kota Bekasi Menurut Jenis Kelamin Tahun 2013-2018

TAHUN	BEKASI		TOTAL
	LAKI-LAKI	PEREMPUAN	
2018	1.482.546	1.461.104	2.943.650
2017	1.447.872	1.425.612	2.873.484
2016	1.413.424	1.389.859	2.803.283
2015	1.378.883	1.354.357	2.733.240
2014	1.344.022	1.318.989	2.663.011
2013	1.309.175	1.283.644	2.592.819

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Bekasi, 2019

Dari data Badan Pusat Statistik menujukkan penduduk di Kota Bekasi untuk setiap tahunnya selalu mengalami peningkatan jumlah penduduk, baik yang berjenis kelamin laki-laki maupun perempuan sebagaimana terlihat pada tabel 3 Jumlah Penduduk Kabupaten Karawang Menurut Jenis Kelamin Tahun 2013-2018.

Tabel 3 Jumlah Penduduk Kabupaten Karawang Menurut Jenis Kelamin Tahun 2013-2018

TAHUN	KARAWANG		TOTAL
	LAKI-LAKI	PEREMPUAN	
2018	1.198.372	1.143.954	2.342.326
2017	1.187.274	1.118.468	2.305.742
2016	1.177.310	1.107.101	2.284.411
2015	1.166.478	1.095.138	2.261.616
2014	1.154.982	1.078.169	2.233.151
2013	1.142.884	1.069.314	2.212.198

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Karawang, 2019

Sama halnya dengan Kota Bekasi, Kabupaten Karawang juga tiap tahunnya mengalami peningkatan penduduk, baik laki-laki maupun perempuan.

Berikut adalah jumlah penduduk menurut Agama Islam di Kota Bekasi dan Karawang pada tahun 2014-2018:

Tabel 4 Jumlah Penduduk Menurut Agama Islam di Kota Bekasi dan Karawang Tahun 2014-2018

KOTA	TAHUN				
	2018	2017	2016	2015	2014
BEKASI	2.560.976	2.499.931	2.438.856	2.377.919	2.316.820
KARAWANG	2.295.479	2.259.627	2.238.723	2.216.384	2.188.488

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2019

Dari data Badan Pusat Statistik, dapat dihitung jumlah pembelanjaan Hijab Alila per orang di Kota Bekasi sebesar Rp 136,38/orang dan Kabupaten Karawang sebesar Rp 65,29/orang. Angka ini didapatkan dari hasil hitung setiap total penjualan distributor Bekasi dan Karawang tahun 2018 dibagi dengan jumlah penduduk tahun 2018 di masing-masing kota/kabupaten. Oleh karena itu dapat diasumsikan bahwa omset penjualan distributor Karawang lebih kecil dibandingkan dengan distributor Bekasi dan untuk jumlah pembelian atau pembelanjaan setiap individu di kabupaten karawang lebih kecil dibandingkan di kota Bekasi.

Data jumlah penduduk menurut agama di Kabupaten Karawang menunjukkan presentase lebih besar dibandingkan kota Bekasi, yaitu 97% beragama Islam sedangkan Kota Bekasi hanya sebesar 87% saja. Dengan data demikian, seharusnya distributor Karawang memiliki peluang pasar lebih banyak dibandingkan dengan distributor Bekasi. Oleh karena itu, peneliti ingin meningkatkan strategi pemasaran pada distributor Karawang supaya penjualan menanjak dan berdaya saing dengan para kompetitor yaitu dengan QSPM (Quantitative Strategic Planning Matriks).

Quantitative Strategic Planning Matrix merupakan satu teknik analisa yang didesain untuk menentukan daya tarik relatif dari tindakan alternatif yang layak (Meredith E. David, 2009). QSPM merupakan alat yang memungkinkan penyusun strategi mengevaluasi faktor kunci. Metode pemilihan strategi pemasaran dengan menggunakan QSPM ini telah dilakukan beberapa peneliti sebelumnya seperti Nia Budi Puspitasari dengan judul penelitian Pemilihan Strategi Bisnis dengan menggunakan QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix) dan model MAUT (*Multi Attribute Utility Theory*) Studi Kasus pada Sentra Industri Gerabah Kasongan, Bantul, Yogyakarta. Tujuan penelitiannya adalah 1. Mengidentifikasi faktor internal eksternal yang dihadapi perusahaan dalam kegiatan pemasaran produk pada IKM atau pengusaha gerabah 2. Mengetahui prioritas strategi dalam SWOT dengan dengan QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matriks*) dan input model MAUT (*Mutlti Attribute Utility Theory*) yaitu infrastruktur, waktu, cost dan pendapat pengusaha. 3. Merumuskan strategi pemasaran yang tepat sesuai kondisi internal dan eksternal yang dihadapi IKM atau pengusaha gerabah (Nia Budi Puspitasari, Rani Rumita, 2013).

Selain itu Hany Setyorini (2016) juga telah menggunakan matriks SWOT dan QSPM dengan judul penelitiannya adalah Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM (Studi Kasus: Restoran WS Soekarno Hatta Malang). Bertujuan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang dapat diterapkan bagi Restoran Waroeng Steak & Shake (WS) Cabang Soekarno-Hatta Malang. Dengan menggunakan matriks SWOT dan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM), alternatif strategi yang didapatkan yaitu mempertahankan citra atau image perusahaan, fasilitas restoran, mempertahankan kualitas dan pelayanan produk untuk menarik konsumen, meningkatkan kemampuan manajemen dan kerjasama untuk tujuan perusahaan, memberikan layanan delivery order untuk konsumen, memanfaatkan kemajuan teknologi untuk pemasaran, melayani pangsa pasar menengah ke bawah dengan menyediakan paket atau porsi khusus, dan menjaga hubungan baik dengan pemasok atau wilayah sekitar restoran. Strategi pemasaran prioritas yang disarankan adalah mempertahankan citra perusahaan (Hany Setyorini, Mas'ud Effendi, 2016).

## **2. Metodologi**

Jenis penelitian ini adalah deskriptif (kualitatif) dengan menggunakan variable SWOT dalam analisisnya (Helms & Nixon, 2010), dimana meliputi pengumpulan data untuk diuji hipotesis atau menjawab pertanyaan mengenai status dari subjek penelitian. Data deskriptif dikumpulkan melalui daftar pertanyaan dalam survei, wawancara ataupun observasi. Dari hasil kuesioner yang telah dibagikan untuk konsumen HA yang pernah membeli melalui distributor Karawang adalah 1.498 orang dengan eror level 10%. Sehingga berdasarkan perhitungan dengan menggunakan rumus Slovin didapat jumlah sampel sebanyak (Umar, 2008; Irwan & Haryono, 2015).

$$\begin{aligned} n &= 1.498 / (1.498(0,1)^2 + 1) \\ &= 93,742 \end{aligned}$$

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 94 orang, namun untuk memudahkan dalam perhitungan maka dibulatkan menjadi 100 orang.

Jenis data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data hasil kuesioner pelanggan dan wawancara dengan pihak distributor Karawang. Data Sekunder merupakan suatu data yang diperoleh dari studi literatur yang mendukung data primer dan data-data relevan lainnya. Data sekunder ini mengolah data perusahaan berupa data laporan penjualan distributor Karawang dengan pesaing mulai dari bulan Juli – Desember 2019.

Metode penelitian menguraikan tahapan dan teknik penelitian secara rinci, dilengkapi dengan bahan, lokasi, teknik dalam memperoleh dan menganalisis data, instrumen (piranti keras dan lunak). Pada bagian ini dapat dibagi menjadi beberapa sub bab, namun tidak perlu mencantumkan penomoran.

## **3. Hasil dan Pembahasan**

### **Gambaran Umum Perusahaan**

HA merupakan salah satu brand ternama di Indonesia. Brand ini bergerak di bidang fashion muslim, seperti gamis, khimar (segiempat, bero instan pet maupun non pet) dan aksesoris pakaian muslim (kaos kaki, manset, ciput, jarum pentul, outer dan lain-lain). Brand yang dimiliki oleh istri ustadz Felix Siauw ini berdiri sejak akhir tahun 2011. Dalam mengelola brand ini, Parsini atau lebih akrab dipanggil Iin dibantu oleh suaminya dan rekan bisnisnya yang bernama Benefiko.

Visi-misi Brand ini adalah berbisnis dan berdakwah, mengajak semua wanita muslimah untuk berpakaian sesuai syariat Islam. Tidak hanya untuk kalangan orang dewasa saja, namun brand ini juga memproduksi pakaian anak-anak dan mulai merambah ke men wear juga. Semua model gamis, khimar dan jenis pakaian lainnya dirancang sesuai ketentuan hijab syar'i dan aturan-Nya. Namun, target pasar brand ini lebih mengarah ke wanita muslim, karena produk yang dikeluarkan pun lebih dominan ke gamis dan khimar untuk para muslimah.

Dengan kegigihan, semangat dan pantang menyerah, brand ini mulai berkembang pesat di Indonesia. Saat ini, HA sudah memiliki 55 distributor di seluruh Indonesia. Salah satunya adalah Distributor Karawang. Distributor ini yang nantinya akan dijadikan objek penelitian oleh penulis. Namun, HA memiliki dua pesaing utama yaitu brand Kiciks Muslimah dan Ayyabina. Pada tahun 2018 lalu, brand tersebut memiliki omset penjualan yang tinggi dibandingkan HA yaitu mencapai 200 juta per bulan.

### **Matriks Faktor Strategi Internal (FSI)**

Matriks ini disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategi internal yang meliputi Strengths (Kekuatan) dan Weaknesses (Kelemahan) perusahaan (Nurjannah, 2019). Dalam matriks ini ada pemberian nilai bobot dan rating untuk setiap item faktor internal perusahaan. Pemberian bobot sesuai dengan tingkat signifikan dari setiap faktor-faktor strategi internal perusahaan. Yang mana nilai tingkat signifikan tersebut dari setiap faktor-faktor dibagi dengan jumlah keseluruhan tingkat signifikan. Berikut adalah hasil dari nilai bobot dan rating dari setiap faktor-faktor perusahaan.

Tabel 5 Matriks Faktor Strategi Internal Distributor Karawang

Kode	Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
<b>KEKUATAN</b>				
S1	Kecepatan dalam melayani pembeli	0,15	4	0,60
S2	Harga yang ditawarkan menarik	0,15	3	0,45
S3	Memiliki <i>marketer (reseller)</i> produk	0,10	4	0,40
S4	Promosi melalui media social	0,15	4	0,60
Subtotal				<b>2,05</b>
<b>KELEMAHAN</b>				
W1	Tidak dijual di <i>offline store</i>	0,15	2	0,30
W2	Tidak dijual di Departemen <i>store</i>	0,10	2	0,20
W3	Tidak ada pemberian <i>souvenir</i>	0,10	3	0,30
W4	Tidak ada <i>hotline</i> penyampaian keluhan	0,10	3	0,30
Subtotal				<b>1,10</b>
<b>TOTAL</b>				<b>3,15</b>

Hasil dari matriks di atas menunjukkan skor Strengths (Kekuatan) Distributor Karawang adalah 2,05 sedangkan nilai Weaknesses (Kelemahan) 1,10 dan untuk total nilai skor ialah 3,15.

### **Matriks Faktor Strategi Eksternal (FSE)**

Matriks ini disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategi eksternal yang meliputi Opportunities (Peluang) dan Threats (Ancaman) bagi perusahaan. Dalam matriks ini ada pemberian nilai bobot dan rating untuk setiap item faktor eksternal perusahaan. Seperti pemberian nilai bobot faktor internal, pemberian bobot sesuai dengan tingkat signifikan dari setiap faktor-faktor strategi eksternal perusahaan. Yang mana nilai tingkat singnifikan tersebut dari setiap faktor-faktor dibagi dengan jumlah keseluruhan tingkat signifikan. Berikut adalah hasil dari analisa faktor peluang dan ancaman perusahaan:

Tabel 6 Faktor Strategi Eksternal Distributor Karawang

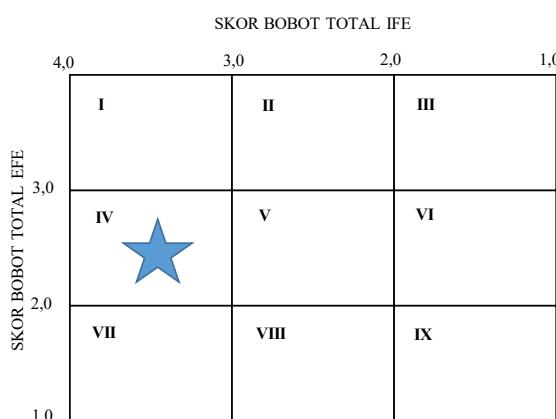
Kode	Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
<b>PELUANG</b>				
<b>O1</b>	Pertumbuhan penduduk semakin meningkat	0,14	4	0,57
<b>O2</b>	Jumlah penduduk muslim lebih banyak dibandingkan agama lain	0,14	4	0,57
<b>O3</b>	<i>Owner</i> utama seorang ustaz terkenal	0,10	3	0,29
<b>O4</b>	Meningkatnya jumlah pengguna hijab	0,14	4	0,57
Subtotal				<b>2,00</b>
<b>ANCAMAN</b>				
<b>T1</b>	Kecenderungan masyarakat terhadap <i>offline/departemen store</i>	0,10	2	0,10
<b>T2</b>	Bersaing dengan <i>brand</i> ternama	0,14	2	0,29
<b>T3</b>	Promo pesaing lebih kreatif dan menarik	0,14	1	0,14
<b>T4</b>	Model produk pesaing lebih kreatif dan inovatif	0,10	2	0,19
Subtotal				<b>0,71</b>
<b>TOTAL</b>			<b>1,00</b>	<b>2,71</b>

Dari analisis matriks strategi eksternal perusahaan didapatkan skor untuk Peluang (Opportunities) 2,00 dan skor Ancaman (Weaknesses) 0,71 dengan total skor senilai 2,71. Kemudian untuk nilai skor Strenghts (Kekuatan) adalah 2,05 sedangkan nilai Weaknesses (Kelemahan) 1,10 dengan total nilai skornya ialah 3,15.

#### Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal

Nilai total skor rata-rata pada matriks internal sebesar 3,15 sedangkan, matriks eksternal memperoleh total skor rata-rata sebesar 2,71. Hasil tersebut menempatkan distributor Karawang berada pada sel IV yang disebut strategi tumbuh dan membangun seperti yang dapat dilihat pada gambar 4.3. Pada posisi ini, dimungkinkan perusahaan melakukan strategi penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk.

Meningkatkan pangsa pasar yang sudah ada merupakan salah satu cara yang dilakukan pada strategi penetrasi pasar. Peningkatan pangsa pasar produk ini dapat dilakukan dengan cara memperluas wilayah pemasaran, mempertahankan kestabilan harga, mengembangkan produk dan tetap menjaga atau meningkatkan kualitas produk yang sudah ada. Berikut adalah hasil dari analisa lingkungan internal dan eksternal distributor Karawang:



Gambar1. Hasil Analisa Lingkungan Internal dan Eksternal

## Matriks SWOT

Matriks SWOT digunakan untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan yang dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki (Rangkuti, 2014). Matriks SWOT bertujuan untuk memberikan alternatif strategi utama diantaranya strategi S-O (Strength-Opportunity), W-O (Weakness-Opportunity), S-T (Strength-Threat), W-T (Weakness-Threat). Matriks SWOT menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategis dan hasilnya dapat dilihat pada tabel 7 Matriks SWOT Distributor Karawang.

Tabel 7 Matriks SWOT Distributor Karawang

		<i>Strength (S)</i>	<i>Weaknesses (W)</i>
EFAS	IFAS	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Kecepatan melayani pembeli</li> <li>2. Harga yang ditawarkan menarik</li> <li>3. Memiliki <i>marketer</i> produk</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Tidak dijual di <i>offline store</i></li> <li>2. Tidak dijual di <i>department store</i></li> <li>3. Tidak ada <i>souvenir</i></li> <li>4. Tidak ada <i>hotline</i> penyampaian keluhan</li> </ul>
	<i>Opportunities (O)</i>	<b>Strategi (SO)</b>	<b>Strategi (WO)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Pertumbuhan penduduk meningkat</li> <li>2. Jumlah penduduk muslim lebih banyak dibandingkan agama lain</li> <li>3. Owner utama ustaz terkenal</li> <li>4. Meningkatnya jumlah pengguna hijab</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Memperbanyak <i>marketer</i> (<i>reseller</i>) produk untuk menjangkau pasar lebih luas. (SO1)</li> <li>2. Mempromosikan produk di banyak media sosial agar produk lebih terkenal (SO2)</li> <li>3. Tetap menjaga kestabilan harga (SO3)</li> <li>4. Tetap menjaga kecepatan pelayanan (SO4)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Menyediakan <i>offline store</i> untuk konsumen yang ingin melihat langsung kualitas produk (WO1)</li> <li>2. Pemberian <i>souvenir</i> setiap pembelian jumlah tertentu untuk menarik banyak pelanggan (WO2)</li> <li>3. Pemberian <i>hotline</i> penyampaian keluhan agar permasalahan segera di <i>follow up</i>. (WO3)</li> </ul>	
<i>Threats (T)</i>	<b>Strategi ST</b>	<b>Strategi WT</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Kecenderungan masyarakat terhadap <i>offline store</i></li> <li>2. Bersaing dengan <i>brand</i> ternama</li> <li>3. Promo pesaing lebih menarik dan kreatif</li> <li>4. Model produk pesaing lebih kreatif dan inovatif</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Membuat model produk lebih menarik dan kreatif dari pesaing (ST1)</li> <li>2. Terus mengembangkan produk agar tidak tertinggal dengan pesaing (ST2)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Melakukan pameran untuk menarik pembeli (WT1)</li> </ul>	

Hasil dari matriks SWOT didapatkan sepuluh alternatif strategi yaitu:

- a. Memperbanyak *marketer* (*reseller*) produk untuk menjangkau pasar lebih luas. (SO1)
- b. Mempromosikan produk di banyak media sosial agar produk lebih terkenal (SO2)
- c. Tetap menjaga kestabilan harga (SO3)

- d. Tetap menjaga kecepatan pelayanan (SO4)
- e. Menyediakan offline store untuk konsumen yang ingin melihat langsung kualitas produk (WO1)
- f. Pemberian souvenir setiap pembelian jumlah tertentu untuk menarik banyak pelanggan (WO2)
- g. Pemberian hotline penyampaian keluhan agar permasalahan segera di follow up. (WO3)
- h. Membuat model produk lebih menarik dan kreatif dari pesaing (ST1)
- i. Terus mengembangkan produk agar tidak tertinggal dengan pesaing (ST2)
- j. Melakukan pameran untuk menarik pembeli (WT1)

### **Matriks QSPM**

Matriks QSPM bertujuan untuk mengetahui strategi prioritas yang bisa diaplikasikan oleh distributor Karawang. Matriks QSPM menggunakan nilai bobot dan nilai Attractive Score (AS) atau daya tarik yang dinilai oleh responden. Dari kedua nilai tersebut akan didapatkan nilai Total Attractive Score (TAS). Strategi dengan nilai TAS terbesar menjadi pilihan utama strategi prioritas sedangkan strategi dengan nilai TAS terkecil merupakan pilihan terakhir. Kisaran Skor Daya Tarik adalah:

1 = tidak memiliki daya tarik, 2 = daya tariknya rendah, 3 = daya tariknya sedang, dan 4 = daya tariknya tinggi. Berikut adalah hasil perhitungan nilai TAS pada matriks QSPM:

Tabel 8 Hasil Perhitungan Nilai TAS pada Matriks QSPM

<b>NO</b>	<b>Alternatif Strategi</b>	<b>Nilai TAS</b>	<b>Peringkat</b>
<b>1</b>	Memperbanyak <i>marketer (reseller)</i> produk untuk menjangkau pasar lebih luas.	14,53	3
<b>2</b>	Mempromosikan produk di banyak media sosial agar produk lebih terkenal	22,35	1
<b>3</b>	Tetap menjaga ketabilan harga	16,31	2
<b>4</b>	Tetap menjaga kecepatan pelayanan	13,27	6
<b>5</b>	Menyediakan <i>offline store</i> untuk konsumen yang ingin melihat langsung kualitas produk	13,94	5
<b>6</b>	Pemberian <i>souvenir</i> setiap pembelian jumlah tertentu untuk menarik banyak pelanggan	13,21	7
<b>7</b>	Pemberian <i>hotline</i> penyampaian keluhan agar permasalahan segera di <i>follow up</i> .	12,42	8
<b>8</b>	Membuat model produk lebih menarik dan kreatif dari pesaing	14,10	4
<b>9</b>	Terus mengembangkan produk agar tidak tertinggal dengan pesaing	11,08	10
<b>10</b>	Melakukan pameran untuk menarik pembeli	12,06	9

Dari hasil perhitungan matrik QSPM, maka diperoleh 3 alternatif strategi yang paling baik atau memiliki nilai TAS tertinggi, yaitu:

- a. Mempromosikan produk di banyak media sosial agar produk lebih terkenal
- b. Tetap menjaga ketabilan harga
- c. Memperbanyak marketer (reseller) produk untuk menjangkau pasar lebih luas.

## **4. Kesimpulan**

Dari analisis QSPM dapat ditarik kesimpulan bahwa distributor Karawang lebih disarankan untuk memilih strategi alternatif dengan cara mempromosikan produk melalui banyak akun sosial media dengan cara sekreatif mungkin agar dapat menjangkau pasar lebih luas dan banyak atau menambah pangsa pasar dengan nilai TAS sebesar 22,35 dengan alasan bahwa dengan melakukan banyak promosi di media sosial akan menarik lebih banyak pelanggan sehingga nantinya pangsa pasar bisa lebih meluas. Kemudian menjaga kestabilan harga agar pelanggan tidak berpindah ke pesaing yang menawarkan harga lebih murah dengan kualitas baik. Dan yang terakhir adalah memperbanyak marketer (reseller) produk agar produk yang dipasarkan semakin meluas dengan banyaknya orang yang memasarkan produk Hijab Alila.

Berdasarkan hasil penelitian, ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam pengembangan atau pemilihan strategi distributor Karawang dalam mendistribusikan produk HA ke konsumen yaitu (a) untuk terus melihat atau memantau perkembangan kondisi lingkungan yang makin hari semakin meningkat jumlah pengguna hijab dan pertumbuhan penduduk yang mayoritas beragama Islam dengan memanfaatkan kekuatan perusahaan seperti tetap menjaga kecepatan dalam melayani pembeli atau konsumen, selalu memberikan penawaran harga yang menarik dan terus memperbanyak marketer (reseller) produk; (b) Terus melakukan promosi produk melalui media sosial dengan cara kreatif mungkin, bisa dengan endorse artis atau selebgram, memasang iklan di Facebook, Instagram, Shopee dan market place lainnya agar produk semakin terkenal dan bisa menjangkau pelanggan lebih luas dan banyak.

## **5. Daftar Pustaka**

Badan Pusat Statistik Kabupaten Karawang, 2019, *Jumlah Penduduk Kota Bekasi Menurut Jenis Kelamin Tahun 2013-2018 (jiwa)*. <https://bekasikota.bps.go.id> diakses pada [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id) pada tanggal 10 Juli 2020

Badan Pusat Statistik Kabupaten Karawang (2019), *Jumlah Penduduk Kabupaten Karawang Menurut Jenis Kelamin Tahun 2013-2018 (jiwa)*. <https://karawangkab.bps.go.id> diakses pada [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id) pada tanggal 10 Juli 2020

Hany Setyorini, Mas'ud Effendi, I. S. (2016). Marketing Strategy Analysis Using SWOT Matrix and QSPM (Case Study: WS Restaurant Soekarno Hatta Malang). *Industria: Jurnal Teknologi Dan Manajemen Agroindustri*, 5(1), 46–53. <https://doi.org/10.21776/ub.industria.2016.005.01.6>

Helms, M. M., & Nixon, J. (2010). Exploring SWOT analysis—where are we now?. *Journal of strategy and management*, 3(3).

Irwan, I., & Haryono, D. (2015). *Pengendalian Kualitas Statistik (Pendekatan Teoritis dan Aplikatif)*. Bandung: Alfabeta.

Meredith E. David, F. R. D. & F. R. D. (2009). The Quantitative Strategic Planning Matrix (Qspm) Applied To a Retail Computer Store. *The Coastal Business Journal*, 8(1), 42–52.

Nia Budi Puspitasari, Rani Rumita, G. Y. P. (2013). Pemilihan Strategi Bisnis Dengan Menggunakan Qspm (Quantitative Strategic Planning Matrix) Dan Model Maut (Multi Attribute Utility Theory) (Studi Kasus Pada Sentra Industri Gerabah Kasongan, Bantul, Yogyakarta). *J@Ti Undip : Jurnal Teknik Industri*, 8(3), 171–180. <https://doi.org/10.12777/jati.8.3.171-180>

Nurjannah. (2019). Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Pendapatan Quin Spin Laundry Palopo. *Jemma (Jurnal of Economic, Management and Accounting)*, 2(4), 45–52. Retrieved from <http://www.ojs.unanda.ac.id/index.php/jemma/article/view/252/221>

Umar, Husein, 2008, *Metode Riset Bisnis*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Warta Ekspor. (2015). Fesyen Muslim Indonesia. *Kementerian Perdagangan Republik Indonesia*, (April), 1–20.



## Faktor-Faktor Yang Menentukan Stres Kerja Karyawan pada PT. Hadji Kalla

Al Asy Ari Adnan Hakim<sup>1,a,\*</sup>, Zulkifli<sup>2,b</sup>

<sup>1, 2</sup> Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Kendari

a, b, Email: [alasyariadnanhakim@febi.umkendari.ac.id](mailto:alasyariadnanhakim@febi.umkendari.ac.id), [zulkifli@febi.umkendari.ac.id](mailto:zulkifli@febi.umkendari.ac.id)

\*Correspondent Email: [alasyariadnanhakim@febi.umkendari.ac.id](mailto:alasyariadnanhakim@febi.umkendari.ac.id)

### Article History:

Received: 9-7-2020; Received in Revised: 22-7-2020; Accepted: 26-8-2020

DOI: <http://dx.doi.org/10.35914/jemma.v3i2.404>

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang menentukan stres kerja karyawan pada PT. Hadji Kalla Kendari. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode analisis yakni exploratory factor. Subjek penelitian adalah karyawan PT. Hadji Kalla Kendari yakni sebanyak 90 orang yang diambil dengan menggunakan metode sensus. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dengan skala likert sebagai alat ukur atas sikap responden mengenai faktor-faktor yang menentukan stres kerja karyawan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 9 indikator yang telah dinyatakan layak untuk dilakukan pengujian faktor, terdapat 3 kelompok faktor yang terbentuk. Ketiga faktor tersebut antara lain : (1) faktor tuntutan pekerjaan, (2) faktor kebijakan organisasi dan (3) faktor pribadi.

**Kata Kunci:** Stres kerja karyawan.

### Abstract

This study aims to determine and analyze the factors that determine employee work stress at PT. Hadji Kalla Kendari. This research is a quantitative study with an analytical method namely exploratory factor. The research subjects were employees of PT. Hadji Kalla Kendari as many as 90 people were taken using the census method. Data collection in this study uses a questionnaire with a Likert scale as a measurement of respondents' attitudes about the factors that determine employee work stress. The results showed that of the 9 indicators that had been declared feasible to be tested for factors, there were 3 groups of factors formed. These three factors include: (1) work demand factors, (2) organizational policy factors and (3) personal factors.

**Keywords:** Employee Stress.

## **1. Pendahuluan**

Sumber daya manusia dalam organisasi merupakan aset yang berperan penting dan menjadi faktor kunci dalam pencapaian kinerja organisasi. Kinerja organisasi tidak dapat tercapai jika hanya terfokuskan pada keberhasilan pengelolaan keuangan, kualitas produk, maupun kegiatan pemasaran, akan tetapi juga ditentukan dari pengelolaan sumber daya manusia yang merupakan motorik utama dalam pencapaian kinerja organisasi. Semakin baiknya kinerja karyawan maka akan semakin baik pula pencapaian kinerja organisasi. Oleh karena itu, penting pula untuk disadari bahwa peranan sumber daya manusia ini tidak hanya dipandang sebagai alat produksi semata akan tetapi lebih dipandang sebagai sumber daya manusia yang memiliki hak-hak tertentu yang perlu diperhatikan dalam mempekerjakannya.

Adanya realita yang terjadi menunjukkan bahwa dengan semakin ketatnya persaingan usaha dan semakin tingginya tuntutan profesionalitas kerja, mengakibatkan pada banyaknya tekanan yang harus dihadapi dalam lingkungan kerja. Hal ini tidak terjadi hanya pada beberapa usaha saja, akan tetapi terjadi pada semua lingkup usaha yang ada, terlebih lagi saat ini perkembangan perekonomian sudah masuk dalam era digital.

Dampak dari pesatnya perkembangan perekonomian saat ini, tentunya tidak hanya dirasakan tekanannya oleh pengusaha semata, akan tetapi lebih besar dampaknya dirasakan oleh karyawan dalam suatu perusahaan. Dimana seorang karyawan diharuskan untuk memiliki kapabilitas lebih dari kondisi normalnya yakni seorang karyawan diharuskan untuk mampu melaksanakan dua peran sekaligus atau mampu memenuhi target perusahaan ditengah kondisi perekonomian yang saat ini tidak stabil. Pada posisi ini, seorang karyawan tidak memiliki pilihan lebih selain melaksanakan apa yang ditugaskan dari kebijakan suatu perusahaan.

Dalam beberapa kasus serupa, kondisi dari tekanan ini mengakibatnya adanya suatu kondisi dari seorang karyawan untuk lebih sensitif dan mudah untuk mengalami stres. Para ahli mengatakan bahwa stres adalah akar penyebab semua masalah di dunia modern dan sangat mempengaruhi karyawan dan organisasi bisnis (Updegraff & Taylor, 2000). Diuraikan pula oleh Laiba, Saba, Ambar dan Yasir (2015) bahwa stres adalah isu utama yang menjadi perhatian karena telah menjadi bagian dari kehidupan karyawan dan sulit untuk menghindari stres. Stres adalah salah satu bahaya yang paling signifikan dalam bekerja di sektor akademik (Bano & Jha, 2012).

Stres dikatakan sebagai respons fisik dan emosional yang berbahaya yang ditunjukkan oleh seseorang saat tuntutan pekerjaan tidak sesuai dengan kompetensi, kebutuhan dan sumber dayanya. Tetapi tingkat stres yang moderat dapat memotivasi karyawan untuk bekerja keras yang menghasilkan produktivitas tinggi (Sudhakar, Ashish, Suprasana dan D'souza, 2009). Stres adalah penyebab utama yang mempengaruhi kinerja karyawan. Ini telah menjadi masalah penting bagi angkatan kerja dengan meningkatnya tuntutan peran dan tekanan kerja (Ram, Khoso, Shah, & Chandio, 2011). Stres adalah produk transaksi antara seseorang dan lingkungannya (Dewe, O'Driscoll, & Cooper, 2012). Stres terangsang saat seseorang dihadapkan pada suatu peluang, permintaan atau kendala. Seperti halnya pada kondisi takut akan ketidakpastian yang tidak menentu pada pekerjaan.

Stres dihasilkan karena situasi kerja yang samar, di bawah kemampuan load/overload seseorang dan bisa menciptakan konflik antara individu atau kelompok. Terkadang, stres terletak pada kebijakan, tuntutan pekerjaan dan konteks sosial dari pekerjaan yang membuat hasilnya tidak dapat diandalkan (Greenhouse, Callanan, & Godshalk, 1999). Penelitian telah menunjukkan bahwa tingkat stres yang berlebihan pada seorang karyawan lebih cenderung untuk berdampak positif terhadap besarnya kemungkinan atau kecenderungan seseorang untuk berhenti dari pekerjaannya (*Turn Over Intention*). Hal ini tentunya akan berdampak negatif terhadap menurunnya kinerja karyawan yang pada akhirnya berdampak terhadap kinerja perusahaan itu sendiri (Silvia Kristani Tri Febriana, 2013).

Hal ini sejalan sebagaimana yang terjadi pada perusahaan PT. Hadji Kalla Kendari dimana pesatnya kondisi persaingan yang ada antar dealer mobil serta banyaknya usaha-usaha bengkel mobil yang ada mengakibatkan banyaknya pangsa pasar dari perusahaan PT. Hadji Kalla Kendari yang telah beralih untuk memilih menggunakan alternatif lainnya. Kondisi ini tentunya juga berdampak nyata terhadap kesejahteraan karyawan yang ada pada PT. Hadji Kalla Kendari yang dalam sistem kerjanya berdasarkan target yang ditetapkan.

Pada kondisi ini, setiap karyawan diharuskan untuk mampu memenuhi target yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Jika target tersebut tidak dapat tercapai maka kinerja karyawan dianggap rendah dan hal ini tentunya bisa berdampak nyata terhadap insentif yang akan diterima serta kejelasan terkait status karyawan dalam suatu perusahaan. Bahkan terdapat beberapa karyawan pada perusahaan tersebut, yang dalam realitanya cukup memiliki stres yang tinggi dan terpaksa untuk mengundurkan diri atau keluar dari perusahaan.

Lebih lanjut lagi, terdapat beberapa kondisi pada PT. Hadji Kalla Kendari yakni seperti, adanya beberapa jenis pekerjaan yang diberikan dengan berat bobot pekerjaan yang sama-sama sulit untuk bisa diselesaikan dengan cepat. Terlebih lagi adanya permasalahan terkait dengan pembagian order pekerjaan yang kurang merata, peralatan yang kurang, suasana atau kondisi lingkungan yang bising dan berdebu, kurangnya pengawasan teknis sehingga pekerjaan yang mempunyai *trouble* yang dikerjakan agak lambat serta banyaknya mobil yang tinggal diakibatkan oleh lamanya konfirmasi dari pelanggan dan lamanya pengiriman part-part yang akan diganti.

Hasil-hasil penelitian menemukan beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi stres kerja karyawan, antara lain : penelitian yang dilakukan oleh Silvia Kristani Tri Febriana (2013) mengemukakan bahwa terdapat 3 faktor utama yang dapat menentukan stres kerja dari seorang karyawan yakni (1) persepsi pada kebisingan, (2) shift kerja dan (3) kelelahan kerja. Diantara ketiga faktor tersebut, faktor shift kerja merupakan faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap stres kerja khususnya pada shift kerja malam.

Diuraikan pula oleh Kadek Dery Suryawan (2017) yang mengemukakan bahwa terdapat empat faktor yang mempengaruhi stres kerja pada karyawan yakni faktor tuntutan personal, tuntutan tugas, tuntutan fisik dan tuntutan peran. Adapun faktor yang paling dominan yang berpengaruh terhadap stress kerja adalah tuntutan antar personal.

Penelitian lain juga dikemukakan oleh Made Bambang Adnyana, I Nyoman Ariana dan Putu Ratih Pertiwi (2017) bahwa dari 7 faktor yang dijadikan sebagai variable pengukuran

terhadap stres kerja yakni (1) kondisi bekerja, (2) stres karena peran, (3) faktor interpersonal, (4) perkembangan karier, (5) struktur organisasi, (6) tampilan pekerjaan dan (7) lingkungan kerja terdapat 5 faktor yang mempengaruhi stress kerja karyawan di Best Western Papilio Hotel Surabaya yakni faktor kondisi bekerja, struktur organisasi, tampilan pekerjaan, perkembangan karier dan faktor interpersonal.

## 2. Metodologi

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode analisis yakni *exploratory factor*. Subjek penelitian adalah karyawan PT. Hadji Kalla Kendari yakni sebanyak 90 orang yang diambil dengan menggunakan metode sensus. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dengan skala likert sebagai alat ukur atas sikap responden mengenai faktor-faktor yang menentukan stres kerja karyawan. Pada penelitian ini indikator yang digunakan untuk menentukan stres kerja karyawan yakni terdiri atas 16 indikator sebagaimana yang diuraikan oleh Hasibuan (2007), Robbin (2006) dan Davis dan Newstrom (1989) yang meliputi : (1) konflik antara pribadi dengan pimpinan, (2) beban kerja yang sulit dan berlebihan, (3) konflik antara pribadi dengan kelompok kerja, (4) masalah dukungan keluarga, (5) perubahan situasi bisnis yang menciptakan ketidakpastian ekonomi, (6) balas jasa yang terlalu rendah, (7) tekanan dan sikap pemimpin yang kurang adil dan wajar, (8) waktu dan peralatan kerja yang kurang memadai, (9) tekanan untuk menunaikan tugasnya secara baik, (10) tekanan untuk melakukan lebih daripada satu pekerjaan, (11) aturan yang berlebihan, (12) frustasi kerja yang diakibatkan terhambatnya promosi, (13) frustasi yang diakibatkan serta penilaian/evaluasi staff, (14) supervisor yang kurang pandai, (15) kurang mendapat peran untuk mengambil keputusan dan (16) perbedaan nilai dengan perusahaan.

## 3. Hasil dan Pembahasan

### A. Hasil Penelitian

Berdasarkan penjelasan sebelumnya terkait analisis faktor-faktor yang menentukan stres kerja karyawan pada PT. Hadji Kalla Kendari, maka pada penelitian ini indikator yang akan di analisis terdiri atas 16 indikator. Berdasarkan ke 16 indikator tersebut, maka tahap awal sebelum dilakukan pengujian yakni terlebih dahulu telah dilakukan uji validitas dan reliabilitas.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan analisis faktor EFA (*Exploring Factor Analysis*) yang akan dilakukan dengan beberapa pengujian yakni uji nilai KMO, Barlett's test dan uji MSA. Adapun untuk uji KMO diharuskan nilai dari KMO dari setiap faktor yang dianalisis lebih besar dari 0.5 dengan nilai signifikansi  $< 0,05$ . Sedangkan untuk nilai MSA diharuskan lebih besar dari 0.5. Untuk lebih jelasnya terkait dengan hasil perhitungan nilai KMO dan Barlett's Test analisis faktor stres kerja dapat terlihat sebagai berikut :

Tabel 1. *KMO and Bartlett's Test*

<i>Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.</i>		.590
<i>Bartlett's Test of Sphericity</i>	<i>Approx. Chi-Square</i>	2039.850
	<i>Df</i>	120
	<i>Sig.</i>	.000

Berdasarkan Tabel 1 diatas, dapat terlihat bahwa nilai KMO untuk analisis faktor stres kerja karyawan PT. Hadji Kalla Kendari adalah sebesar 0.590 atau  $> 0.5$  dengan signifikansi sebesar  $0.000 < 0.05$  yang berarti bahwa indikator telah memenuhi syarat untuk dilakukan uji MSA. Adapun untuk pengujian nilai MSA dalam tabel anti-image matrices, yang terdapat pada anti image correlation dapat terlihat bahwa terdapat beberapa indikator stres kerja yang berdasarkan hasilnya memiliki nilai  $< 0.50$ . Beberapa diantaranya yakni : konflik antara pribadi dengan pimpinan, konflik antara pribadi dengan kelompok kerja, perubahan situasi bisnis yang menciptakan ketidakpastian ekonomi, aturan yang berlebihan, supervisor yang kurang pandai, kurang mendapat peran untuk mengambil keputusan dan perbedaan nilai dengan perusahaan. Sehingga berdasarkan hal tersebut, maka dapat dikemukakan bahwa nilai indikator tidak layak. Hal ini dapat terlihat dari nilai MSA indikator yang berada  $< 0.5$ .

Sebagaimana yang telah dipaparkan sebelumnya bahwa berdasarkan hasil pengujian MSA untuk *anti image-correlation* ditemukan beberapa indikator stres kerja yang harus untuk dikeluarkan dalam model penelitian. Adapun hasil penilaian uji KMO dan Bartlett's Test setelah beberapa indikator yang ditemukan tidak layak dikeluarkan dalam model dapat terlihat sebagai berikut:

Tabel 2. *KMO and Bartlett's Test*

<i>Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.</i>	.677
<i>Bartlett's Test of Sphericity</i>	434.426
<i>Df</i>	36
<i>Sig.</i>	.000

Berdasarkan Tabel 4.2 diatas, dapat terlihat bahwa nilai KMO untuk analisis faktor stres kerja karyawan PT. Hadji Kalla Kendari adalah sebesar 0.667 atau  $> 0.5$  dengan signifikansi sebesar  $0.000 < 0.05$  yang berarti bahwa indikator telah memenuhi syarat untuk dilakukan uji MSA. Adapun nilai MSA dari setiap item faktor stres, dalam tabel *anti-image matrices* yang terdapat pada *anti image correlation* menunjukkan nilai dari setiap indikator stres kerja lebih besar nilainya dari 0,5.

Setelah semua faktor memiliki nilai yang memenuhi syarat, maka tahap selanjutnya adalah melakukan proses analisis faktor yakni melakukan ekstraksi terhadap sekumpulan faktor yang sudah ada, sehingga nantinya dapat terbentuk satu atau beberapa faktor. Berikut adalah hasil *communalities* dari indikator faktor yang mempengaruhi stress kerja.

Tabel 3. *Communalities*

<i>Item Faktor</i>	<i>Initial</i>	<i>Extraction</i>
X1.2	1.000	.846
X1.4	1.000	.738
X1.6	1.000	.707
X1.7	1.000	.595
X1.8	1.000	.878
X1.9	1.000	.546
X1.10	1.000	.782
X1.12	1.000	.873
X1.13	1.000	.614

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Pada tabel 3 dapat terlihat bahwa nilai extraction dari setiap indikator faktor, hal ini berarti bahwa setiap nilai varians dari indikator faktor stres kerja bisa dijelaskan oleh faktor yang terbentuk. Berdasarkan dari nilai-nilai yang ada pada tabel *communalities*, maka dapat diambil kesimpulan bahwa indikator faktor yang ada dapat dijelaskan didalam faktor yang terbentuk. Dimana semakin besar nilai *communalities* maka semakin erat hubungan faktor dengan variabel laten yang terbentuk.

Lebih lanjut diuraikan pula bahwa tabel *total variance explained* meggambarkan jumlah faktor yang terbentuk. Pada tampilan *total variance explained* menjelaskan tentang besarnya varian yang dapat dijelaskan oleh faktor yang terbentuk. Bila total initial eigenvalues  $> 1$ , maka faktor tersebut dapat menjelaskan indikator dengan baik sehingga perlu disertakan dalam pembentukan indikator. Sebaliknya bila initial eigenvalues  $< 1$ , faktor tersebut tidak dapat menjelaskan indikator dengan baik sehingga tidak diikutkan dalam pembentukan indikator.

Pada kolom *extraction sums of squares loadings* kita bisa mengetahui seberapa besar faktor yang terbentuk tersebut menjelaskan varian indikator yang ada. Jika 9 indikator tersebut dijadikan satu faktor maka faktor tersebut mampu menjelaskan varian indikator sebesar 28.383%. Jika 9 indikator tersebut, dijadikan dua faktor maka kedua faktor tersebut mampu menjelaskan varian indicator sebesar 55.069%, dimana sebesar 28.383% dari faktor pertama dan sebesar 26.686% dari faktor kedua. Selanjutnya jika kelompok faktor tersebut, dijadikan tiga kelompok faktor, maka faktor tersebut mampu menjelaskan 73.092%, dimana sebesar 28.383% dari faktor pertama, sebesar 26.686% dari faktor kedua dan sebesar 18.023% dari faktor ketiga. Berdasarkan hal ini diuraikan pula bahwa angka varian yang lebih dari 50 persen dapat dianggap cukup besar kontribusinya, karena mampu menjelaskan faktor yang akan dibentuk.

Setelah diketahui bahwa terdapat 3 faktor yang memiliki nilai optimal, maka tahap selanjutnya adalah dijelaskan pada *component matrix* yang mana menunjukkan distribusi 9 indikator tersebut pada tiga faktor yang terbentuk. Sedangkan angka-angka yang ada pada tabel tersebut adalah *faktor loadings* yang menunjukkan besarnya korelasi antara suatu faktor dengan 3 faktor. Proses penentuan faktor mana yang akan masuk ke faktor yang mana ditentukan dengan melakukan perbandingan besaran korelasi pada setiap baris. Untuk lebih jelasnya dapat terlihat pada Tabel berikut.

Tabel 4. *Component Matrix*

	Component		
	1	2	3
X1.2	.793	-.367	-.289
X1.4	.547	-.057	.660
X1.6	.642	-.259	.477
X1.7	.567	-.523	.000
X1.8	.794	-.445	-.224
X1.9	.562	.065	-.475
X1.10	.584	.655	-.111
X1.12	.683	.635	-.056
X1.13	.579	.493	.191

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 3 components extracted.

Berdasarkan tabel 4 yakni mengenai *component matrix* maka dapat terlihat bahwa besaran korelasi dari indikator dengan faktor yang akan dibentuk. Meskipun demikian besaran korelasi dari indikator dengan faktor ini belum bisa dijadikan sebagai penentuan atas kelompok faktor dari setiap masing-masing indikator.

Tabel 5. *Rotated Component Matrix*

	Component		
	1	2	3
X2	.885	.183	.171
X4	.095	.202	.829
X6	.358	.110	.753
X7	.677	-.101	.356
X8	.897	.114	.244
X9	.579	.421	-.181
X10	.101	.878	.026
X12	.154	.913	.122
X13	.042	.714	.321

*Extraction Method: Principal Component Analysis.*  
*Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.*  
*a. Rotation converged in 4 iterations.*

Component	Component Transformation Matrix		
	1	2	3
1	.692	.572	.441
2	-.543	.814	-.205
3	-.476	-.098	.874

*Extraction Method: Principal Component Analysis.*  
*Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.*

Proses rotasi faktor bertujuan untuk mempertegas posisi indikator didalam suatu faktor. *Component matrix* hasil dari proses rotasi (*rotated component matrix*) memperlihatkan distribusi faktor yang lebih jelas dan nyata. Sebagaimana hasil perhitungan maka ditemukan rotasi dari setiap indikator, dimana terbentuk tiga faktor yang membentuk stres kerja. Faktor yang terbentuk ini adalah :

1. Kelompok pertama yakni beban kerja yang sulit dan berlebihan, tekanan dan sikap pemimpin yang kurang adil dan wajar, waktu dan peralatan kerja yang kurang memadai dan tekanan untuk menunaikan tugasnya secara baik.
2. Kelompok kedua yakni tekanan untuk melakukan lebih daripada satu pekerjaan, frustasi kerja yang diakibatkan terhambatnya promosi dan frustasi yang diakibatkan serta penilaian/evaluasi staf.
3. Kelompok ketiga yakni masalah dukungan keluarga dan balas jasa yang terlalu rendah.

Setelah mereduksi indicator menjadi tiga faktor sebagaimana diatas, maka tahap selanjutnya adalah memberi nama atau indentitas masing-masing faktor sesuai karakteristik masing-masing indicator yang membentuk faktor. Sebagaimana yang tertuang dari setiap indicator faktor, maka penamaan faktor pertama di identitaskan sebagai faktor tuntutan

pekerjaan, faktor kedua di identitaskan sebagai kebijakan organisasi dan faktor ketiga di identitaskan sebagai faktor pribadi.

1. Penamaan faktor tuntutan pekerjaan pada dasarnya sejalan dengan uraian yang dikemukakan Robbin (2006) yang mengemukakan bahwa tuntutan tugas atau pekerjaan merupakan faktor yang terkait dengan tuntutan atau tekanan untuk menunaikan tugasnya secara baik dan benar. Hal ini berkaitan pula dengan beban kerja yang sulit dan berlebihan (X1.2), tekanan dan sikap pemimpin yang kurang adil dan wajar (X1.7), waktu dan peralatan kerja yang kurang memadai (X1.8) dan tekanan untuk menunaikan tugasnya secara baik (X1.9).
2. Sedangkan faktor kedua yang dalam penamaan disebutkan sebagai faktor kebijakan organisasi, sejalan dengan pendapat yang dikemukakan oleh Salleh, Bakar & Keong (2008) dalam Dian Anggraini (2010) yang mengemukakan bahwa *organizational stressor* dapat diklasifikasikan kedalam misi, strategi, kebijakan, struktur organisasi dan desain, jalur informasi, komunikasi, macam-macam proses, system dan kondisi kerja. Sedangkan dala kebijakan organisasi itu sendiri meliputi kebijakan yang bersifat prosedur maupun aturan tanpa terkecuali pula untuk tekanan tekanan untuk melakukan lebih daripada satu pekerjaan (X1.10), frustasi kerja yang diakibatkan terhambatnya promosi (X1.12) dan frustasi yang diakibatkan serta penilaian/evaluasi staf (X1.13).
3. Penamaan faktor pribadi pada dasarnya sejalan dengan uraian yang dikemukakan oleh Muchinsky (1992) yang mengemukakan bahwa faktor personal atau pribadi antara lain meliputi tipe kepribadian, peristiwa/pengalaman pribadi maupun kondisi sosial-ekonomi keluarga di mana pribadi berada dan mengembangkan diri. Hal ini antara lain termasuk pula berkaitan dengan masalah dukungan keluarga (X1.4) dan balasa jasa yang terlalu rendah (X1.6).

## B. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yakni mengenai analisis faktor-faktor yang menentukan stress kerja karyawan pada PT. Hadji Kalla Kendari ditemukan bahwa dari 9 indikator yang telah dinyatakan layak untuk dilakukan pengujian faktor, terdapat 3 kelompok faktor yang terbentuk. Ketiga faktor tersebut antara lain : (1) faktor tuntutan pekerjaan, (2) faktor kebijakan organisasi dan (3) faktor pribadi.

### 1. Faktor Tuntutan Pekerjaan

Sebagaimana yang telah dikemukakan pada hasil penelitian sebelumnya, bahwa salah satu faktor yang menentukan stress kerja adalah adanya faktor tuntutan pekerjaan. Dimana tuntutan pekerjaan ini meliputi 4 item yakni : beban kerja yang dinilai sulit dan berlebihan, tekanan dan sikap pemimpin yang kurang adil dan wajar, waktu dan peralatan kerja yang kurang memadai dan terakhir tekanan untuk menunaikan tugasnya secara baik.

Dikemukakan pula dalam hasilnya bahwa diantara 4 indikator untuk tuntutan tugas, waktu dan peralatan kerja yang kurang memadai serta beban kerja yang sulit dan berlebihan adalah salah satu diantara beberapa indikator lainnya yang memiliki nilai dominan dalam membentuk tuntutan tugas sebagai faktor yang menentukan stress kerja

Hal ini sejalan sebagaimana yang dikemukakan oleh Sampson & Akyeampong (2014) bahwa tuntutan yang ditempatkan oleh organisasi pada sisi pekerjaan dapat memberikan tekanan pada karyawan, sehingga mengakibatkan karyawan mengalami gejala stres dan kelebihan kerja. Tuntutan pekerjaan meliputi paparan terhadap beberapa hal yaitu beban kerja, pola kerja, lingkungan kerja, dan tingginya tingkat stres kerja yang dialami karyawan berhubungan dengan beban kerja dan tanggung jawab yang dipegang karyawan. Al-Homayn et al., (2013) menyatakan bahwa terdapat hubungan langsung signifikan antara tuntutan kerja dan stress kerja sebagai mediator dalam hubungan antara job-demand and resources (JD-R) dengan kinerja kerja. Hal-hal ini berkontribusi terhadap tuntutan pekerjaan yang dimiliki karyawan dimana tuntutan ini menyebabkan timbulnya stres kerja, khususnya ketika karyawan merasa tuntutan yang mereka miliki lebih tinggi dibandingkan kemampuan mereka.

Zaman et al (2013) menyatakan hubungan stres kerja dan beban kerja terhadap turnover intention menunjukkan hasil yang signifikan. Demikian pula, model transaksional stres yang diusulkan oleh menegaskan bahwa stres dapat dianggap sebagai hasil ketidakseimbangan antara tuntutan dan sumber daya atau akibat situasi dimana tekanan yang diberikan pada seseorang melebihi kemampuan individu. Dikemukakan pula oleh Hasbi, Munawir dan Githa (2016) bahwa penyebab utama stres kerja adalah tuntutan pekerjaan yang tidak sesuai dengan kemampuan atau keterampilan pekerja, keinginan atau aspirasi yang tidak tersalurkan dan ketidakpuasan dalam bekerja.

Sejalan dengan hal tersebut dikemukakan pula oleh Robbin (2006) bahwa diantara beberapa faktor yang dapat menentukan stress terjadi, faktor tuntutan tugas atau pekerjaan merupakan salah satu faktor diantara beberapa faktor lainnya. Dimana tuntutan pekerjaan tersebut merupakan faktor yang terkait dengan tuntutan atau tekanan kerja yang meliputi beban kerja yang sulit dan berlebihan, waktu dan peralatan yang kurang memadai, tekanan untuk menunaikan tugasnya secara baik dan benar serta tekanan dan sikap pemimpin yang kurang adil dan wajar.

## 2. Faktor Kebijakan Organisasi

Selain adanya peran dari faktor tuntutan pekerjaan, faktor lainnya yang juga terbentuk dari hasil analisis data adalah faktor kebijakan organisasi. Dimana faktor kebijakan organisasi ini antara lain meliputi 3 item yakni : tekanan untuk melakukan lebih dari satu pekerjaan, frustasi kerja yang diakibatkan terhambatnya promosi dan frustasi yang diakibatkan penilaian/evaluasi staf. Berdasarkan hasil dari pengelompokan atas 3 indikator dalam tuntutan organisasi, frustasi kerja yang diakibatkan oleh terhambatnya promosi adalah salah satu indicator yang dominan dalam membentuk tuntutan organisasi sebagai faktor yang menentukan stress kerja.

Menurut Salleh, Bakar & Keong (2008) dalam Dian Anggraini (2010) mengemukakan bahwa organizational stressor dapat diklasifikasikan kedalam misi, strategi, kebijakan, struktur organisasi dan desain, jalur informasi, komunikasi, macam-macam proses, system dan kondisi kerja. Sedangkan dalam kebijakan organisasi itu sendiri meliputi kebijakan yang bersifat prosedur maupun aturan tanpa terkecuali pula untuk tekanan tekanan untuk

melakukan lebih daripada satu pekerjaan, frustasi kerja yang diakibatkan terhambatnya promosi dan frustasi yang diakibatkan serta penilaian/evaluasi staf.

Parker (2016) dalam Lukman Hakim dan Eko Sugiyanto (2017) meneliti hubungan model stres kerja yang berfokus pada stres organisasi dan pekerjaan. Hasil penelitian menyatakan bahwa stres kerja adalah multidimensi. Dua dimensi yang berbeda dari stres kerja diidentifikasi: waktu stres dan kecemasan. Kedua dimensi stres kerja secara signifikan terkait dengan masing-masing lima kategori stressor organisasi model, tapi tidak semua variabel independen dalam kategori secara signifikan terkait dengan stres kerja. Sedangkan penelitian Fox, Spector dan Miles (2002) yang meneliti hubungan antara stres kerja, keadilan yang dirasakan, reaksi emosional yang negatif untuk bekerja. Hasilnya konsisten dengan kerangka stres kerja teoritis di mana kendala organisasi, konflik interpersonal, dan ketidakadilan berhubungan dengan stress kerja karyawan.

Dikemukakan pula oleh Lukman Hakim dan Eko Sugiyanto (2017) yang mengemukakan bahwa terdapat dua karakteristik stres kerja karyawan antara lain stres kerja organisasional dan stres kerja kelompok. Stres kerja organisasional antara lain meliputi beberapa item yakni tekanan dari perusahaan untuk melakukan lebih daripada satu pekerjaan dan kurangnya perhatian perusahaan pada jenjang karir karyawan. Sejalan dengan uraian tersebut dikemukakan pula Moorhead dan Griffin (1995) dalam Mohammad Bachroni dan Sahlan Asnawi (2001) mengemukakan bahwa yang termasuk dalam *organizational stressor*, terdiri atas 3 komponen utama yakni : *task demands, physical demand* dan *interpersonal demands*.

### 3. Faktor Pribadi

Faktor terakhir yang dalam hasilnya menentukan stress kerja karyawan pada PT. Hadji Kalla Kendari adalah faktor pribadi. Dimana faktor pribadi ini meliputi antara lain termasuk pula berkaitan dengan masalah dukungan keluarga dan balasa jasa yang terlalu rendah. Menurut Muchinsky (1992) mengemukakan bahwa faktor personal atau pribadi antara lain meliputi tipe kepribadian, peristiwa/pengalaman pribadi maupun kondisi sosial-ekonomi keluarga di mana pribadi berada dan mengembangkan diri.

Dikemukakan pula lebih lanjut bahwa tidak adanya dukungan sosial yang berarti bahwa stres akan cenderung muncul pada para karyawan yang tidak mendapat dukungan dari lingkungan sosial mereka. Dukungan sosial di sini bisa berupa dukungan dari lingkungan pekerjaan maupun lingkungan keluarga. Banyak kasus menunjukkan bahwa, para karyawan yang mengalami stres kerja adalah mereka yang tidak mendapat dukungan (khususnya moril) dari keluarga, seperti orang tua, mertua, anak, teman dan semacamnya. Begitu juga ketika seseorang tidak memperoleh dukungan dari rekan sekerjanya (baik pimpinan maupun bawahan) akan cenderung lebih mudah terkena stres. Hal ini disebabkan, ketidaaan dukungan sosial tersebut menyebabkan perasaan tidak nyaman (baik di kantor maupun di rumah) yang menyebabkan ketidaknyamanan menjalankan pekerjaan dan tugasnya. Selain masalah dukungan keluarga, permasalahan lainnya berkaitan dengan pribadi adalah masalah keuangan yang diciptakan oleh individu yang tidak dapat mengelola sumber daya keuangan mereka merupakan satu contoh kesulitan pribadi yang dapat menciptakan stres bagi karyawan dan mengalihkan perhatian mereka dalam bekerja.

Hasil penelitian ini sejalan sebagaimana yang dikemukakan oleh Robbin (2006) yang mengemukakan bahwa terdapat beberapa faktor yang dapat menyebakan stress itu terjadi. Beberapa faktor tersebut, salah satunya adalah faktor individu yang mencakup kehidupan pribadi karyawan terutama faktor-faktor persoalan keluarga, masalah ekonomi karyawan yakni berkaitan dengan ketidakcukupannya upah dan karakteristik kepribadian bawaan.

Luthans (2006) berpendapat bahwa berdasarkan penelitian di indikasikan tingkat kesulitan, sifat tugas yang dikerjakan, disposisi personal, disposisi psikologis, dan neurotisme mungkin mempengaruhi hubungan stres dan kinerja. Masalah karena tingkat stres yang tinggi dapat ditunjukkan secara fisik, psikologis atau perilaku individu. Stres dikatakan sebagai respons fisik dan emosional yang berbahaya yang ditunjukkan oleh seseorang saat tuntutan pekerjaan tidak sesuai dengan kompetensi, kebutuhan dan sumber dayanya. Tetapi tingkat stres yang moderat dapat memotivasi karyawan untuk bekerja keras yang menghasilkan produktivitas tinggi (Sudhakar, Ashish, Suprasana dan D'souza, 2009). Stres adalah penyebab utama yang mempengaruhi kinerja karyawan. Ini telah menjadi masalah penting bagi angkatan kerja dengan meningkatnya tuntutan peran dan tekanan kerja (Ram, Khoso, Shah, & Chandio, 2011).

#### **4. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa dari 6 variabel yang telah dinyatakan layak untuk dilakukan pengujian faktor, terbentuk 1 faktor sebagai faktor yang mempengaruhi employee engagement. Keenam variabel yang terbentuk menjadi 1 faktor tersebut meliputi : kepemimpinan, lingkungan kerja, kompensasi, hubungan tim dan rekan kerja, pelatihan dan pengembangan serta kesejahteraan di tempat kerja. Ditemukan pula bahwa diantara 6 variabel tersebut, variable kepemimpinan adalah variable yang paling dominan dalam hubungannya dengan employee engagement yakni sebesar 0.928, yang kemudian disusul dengan variable kompensasi yakni sebesar 0.876, pelatihan dan pengembangan yakni sebesar 0.861, kesejahteraan di tempat kerja yakni sebesar 0.826 dan lingkungan kerja yakni sebesar 0.811.

Adapun saran yang perlu diuraikan yaitu (1) diharapkan bagi pihak perusahaan untuk memperhatikan terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi employee engagement, khususnya untuk hubungan tim dan rekan kerja yang dalam hasilnya memiliki kontribusi terkecil. Sehingga dengan adanya peningkatan dalam hubungan tim dan rekan kerja harapannya employee engagement pegawai akan mengalami peningkatan seiring dengan peningkatan yang terjadi pada hubungan tim dan rekan kerja, dan (2) diharapkan bagi peneliti lainnya, untuk menambahkan beberapa variable lainnya khususnya berkaitan dengan wellbeing dan job design dalam pengaruhnya terhadap employee engagement.

#### **5. Daftar Pustaka**

- Al-Homayan, A. M., Shamsudin, F. M., Subramaniam, C & Rabiul, I. (2013). Relationship among Job Demand-Resources, Job Stress, Organizational Support and Nurses' Job Performance. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 7(9), 294-308.
- Bano, B., & Jha, R.K. (2012). Organizational Role Stress Among Public and Private Sector Employees: A Comparative Study. *The Lahore Journal of Business*, 1(1), 23-36.

- Davis, K. & Newstrom, J. (1989). *Human Behavior at Work. Organization Behavior*. Singapore. Mc. Graw-Hill. International.
- Dewe, P. J., O'Driscoll, M. P., & Cooper, C. L. (2012). *Theories of Psychological Stress at Work*. In Gatchel, R. J. & I. Z. Schultz, I. Z. (eds.). *Handbooks in Health, Work, and Disability*. USA. Springer.
- Dian, A.K. (2010). Stres Kerja Karyawan. *Humaniora*, 1(2), 792-800.
- Febriana, S. K. T. (2016). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Stres Kerja. *Jurnal Ecopsy*, 1(1).
- Greenhaus, J.G., Callanan, G.A., & Godshalk, V.M. (2000). *Career Management* (3rd ed.). New York. The Drydent Press
- Ibrahim, H., Munawir, Amansyah, & Yahya, G.N. (2016). Faktor-Faktor yang Berhubungan dengan Stres Kerja pada Pekerja Factory 2 PT. Maruki Internasional Indonesia Makassar Tahun 2016. *Al-Shiha The Public Health Science Journal*, 8(1).
- Hasibuan, M.S.P. (2007). *Manajemen Sumberdaya Manusia, Edisi Revisi, Cetakan Keenam*. Jakarta. Bumi Aksara.
- Hakim, L., & Sugiyanto, E. (2017). Manajemen Stres Kerja Pengusaha untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan di Industri Batik Laweyan Surakarta. *Benefit Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 45-61.
- Luthans, F. (2006). *Perilaku Organisasi. Edisi Sepuluh*. Yogyakarta. PT. Andi.
- Made, B.A., INyoman, Ariana, & Pertiwi, P.R. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Stres Kerja Karyawan di Best Westren Papilio Hotel Surabaya. *Jurnal Kepariwisataan dan Hospitalitas*, 1(1), 55-64.
- Mohammad, B., & Sahlan, A. (2001). Stres Kerja. *Buletin Psikologi*, 7(2), 28-39.
- Muchinsky, P. A. (1992). *Psychology Applied to Work: An Introduction to Industrial and Organizational Psychology*. Chicago. The Dorsey Press.
- Parvaiz, L., Batool, S., Khalid, A., & AftabFarooqi, Y. (2015). Impact of Stressors (Role conflict, Role overload, Leadership Support and Organizational Politics) on Job Stress and its subsequent impact on Turnover Intention. *International Journal of Business and Management Invention*, 4(10), 52-63.
- Ram, N.K., Shah, S., Chandio, F, R., & Shaikh, F, M. (2011). Role Conflict and Role Ambiguity as Factor in Work Stress Among Managers: A Case Study of Manufacturing Sector in Pakistan. *Asian Social Science*, 113-118.
- Robbins, S.P. (2006). *Perilaku Organisasi*. Jakarta. PT Indeks Gramedia.
- Sampson, W., & Akyeampong, O. (2014). Work-Related Stress in Hotels: An Analysis of the Causes and Effects Among Frontline Hotel Employees in the Kumasi Metropolis, Ghana. *J Tourism Hospit*, 3(2).
- Sudhakar, S., Srivasta, A.K., Suprasana P. & D'Souza S, F. (2009). Comparative Biochemical and Transcriptional Profiling of Two Contrasting Varieties of Brassica Juncea L. in Response to Arsenic Exposure Reveals Mechanisms of Stress Perception and Tolerance. *Journal of Experimental Botany*, 60(12), 3419-3431.
- Suryawan, K.D. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Stres Kerja pada Tenaga Kebersihan Kota di Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Gianyar. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 10(2).

Updegraff, J.A., & Taylor, S.E. (2000). From vulnerability to growth: Positive and negative effects of stressful life events. In J. Harvey & E. Miller (Eds.) *Loss and Trauma: General and Close Relationship Perspectives* (pp. 3-28). Philadelphia, PA: Brunner-Routledge

Zaman, K., Qureshi, M. I., Iftikhar, M., Abbas, S. G., Hassan, U., & Khan, K. (2013). Relationship Between Job Stress, Workload, Environment And Employees Turnover Intentions: What We Know, What Should We Know. *World Applied Sciences Journal*, 23(6), 764-770.



## Bentuk Penerapan *International Financial Reporting Standard (IFRS)* di Negara Anggota Asean

Rahmat Fajar Ramdani<sup>1,a,\*</sup>

<sup>1</sup> Program Studi Akuntansi Syari'ah, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

<sup>a</sup>. Email: [rahmatfajar@radenintan.ac.id](mailto:rahmatfajar@radenintan.ac.id)

\*Correspondent Email: [rahmatfajar@radenintan.ac.id](mailto:rahmatfajar@radenintan.ac.id)

### Article History:

Received: 10-8-2020; Received in Revised: 19-8-2020; Accepted: 26-8-2020

DOI: <http://dx.doi.org/10.35914/jemma.v3i2.428>

### Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk penerapan International Financial Reporting Standard (IFRS) di negara – negara yang menjadi anggota ASEAN. Untuk memperoleh gambaran bentuk penerapan tersebut, penelitian ini menggunakan analisis deskriptif berdasarkan pendekatan kualitatif. Analisis dilakukan berdasarkan pada ringkasan data yang berasal dari dokumen IFRS profile yang bersumber dari IFRS Foundation, Price Waterhouse Coopers (PWC), Delloite dan IASplus. Hasil penelitian menjelaskan bahwa terdapat ketidakseragaman bentuk penerapan International Financial Reporting Standard (IFRS) sehingga terdapat 4 (empat) kelompok bentuk status penerapan International Financial Reporting Standard (IFRS) di negara anggota ASEAN yaitu; pertama melalui adopsi penuh yang meliputi; Malaysia, Filipina, Singapore, Kamboja, Laos dan Myanmar, kedua adopsi secara parsial yaitu; Brunei Darussalam. Ketiga, melalui tahap konvergensi yang terdiri dari Indonesia dan Thailand, kempat belum menerapkan yaitu negara Vietnam. Adopsi secara penuh merupakan bentuk penerapan yang paling banyak digunakan oleh negara – negara anggota ASEAN.

**Kata Kunci:** adopsi penuh, adopsi parsial, konvergensi, IFRS

### Abstract

The purpose of this research is to know implementation of International Financial Reporting Standard (IFRS) in member of ASEAN country. To get the portrait about the form of implementation, this research used description analysis according to kualitatif approach. Analyze conducted based on data from document of IFRS profile publised by IFRS Foundation, Price Waterhouse Coopers (PWC), Delloite and IASplus. The result of this research explain there are unharmonized implementation form of International Financial Reporting Standard (IFRS), there are 4 (four) categorized status implementation International Financial Reporting Standard (IFRS ) in member of ASEAN country. Firts form full adoption, the country were implemented full adoption are; Malaysia, Filipina, Singapore, Kamboja, Laos dan Myanmar. Second partial adoption, the country was implemented partial adoption was; Brunei Darussalam. Third konvergence, the caountry were implemented konvergence are; Indonesia and Thailand, the fourth not implemented was Vietnam. Full adoption was favorite form implemented by member of ASEAN country.

**Keyword ;** Full adoption, partial adoption, konvergence, IFRS.

## 1. Pendahuluan

Sebagai salah satu bagian dari produk intitusional negara, saat ini setiap negara berkomitmen melakukan keseragaman standar pelaporan keuangan, hal ini dilakukan untuk mendukung dan menunjang aktivitas perekonomian dan perdagangan international (Forum, 2017). *International Financial Reporting Standard* (IFRS) merupakan sebuah standar akuntansi international yang dirancang oleh *International Accounting Standard Board* (IASB) khusus untuk digunakan secara global guna untuk menciptakan standar akuntansi keuangan yang seragam (Maryono, 2010). Keseragaman standar ini menyebabkan meningkatnya kualitas kualitatif pelaporan keuangan yaitu dapat dibandingkan, dengan keseragaman antar negara akan menghilangkan hambatan bagi para investor untuk melakukan investasi di berbagai negara yang berbeda, selain itu keseragaman standar akan mempermudah perusahaan perusahaan multinasional dalam mensusun laporan keuangan konsolidasi antara induk dan anak yang berada di wilayah negara yang berbeda (Nijam & Jahfer, 2016).

Beberapa riset telah membuktikan terdapat dampak positif dari keseragaman standar akuntansi dalam menunjang perekonomian global dalam suatu negara yaitu; meningkatkan arus investasi langsung asing, investasi portofolio asing, meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan kualitas informasi pelaporan keuangan. Penelitian yang dilakukan oleh (Gordon, Loeb, & Zhu, 2012) pada negara – negara ekonomi berkembang dan negara ekonomi maju membuktikan bahwa semakin tinggi tingkat implementasi IFRS dalam suatu negara selaras dengan peningkatan arus FDI (Arus investasi Langsung Asing yang masuk ), hasil penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Emalereta & Akandu, 2017) yang dilakukan di 48 negara di benua Afrika dan penelitian Ramdani (2020) yang dibuktikan di benua Asia. Penelitian yang dilakukan oleh (Amiram, 2012) membuktikan bahwa terdapat peningkatan arus investasi portofolio asing (FPI) pada negara yang mengadopsi IFRS secara penuh yang dibuktikan di negara – negara berkembang.

Menurut (Latridis, 2010) meneliti dampak adopsi *International Financial Reporting Standard* terhadap kualitas informasi laporan keuangan pada perusahaan di United Kingdom (UK), hasil penelitiannya membuktikan bahwa pasca pengadopsian IFRS mengurangi praktik managemen laba dan juga meningkatkan kualitas nilai relevansi pada laporan keuangan perusahaan di United Kingdom, hasil penelitian yang sama juga di temukan pada penerapan IFRS di negara Indonesia yang dilakukan oleh (Puspa Arum, 2013) berdasarkan pada bukti empiris 117 perusahaan. Penelitian – penelitian telah membuktikan bahwa pengadopsian IFRS memberikan manfaat positif baik secara makro maupun mikro, sehingga saat ini secara yuridikasi terdapat 166 negara yang telah mengadopsi IFRS yang tersebar ke 5 (lima) benua (Foundation, 2017).

Tabel 1. Yuridication IFRS by Region

Benua	Jumlah Yuridikasi	Percentase
Eropa	44	27 %
Afrika	38	23 %
Timur Tengah	13	8 %
Asia dan Oceania	34	20 %
Amerika	37	22 %
Total	100	100 %

Sumber : IFRS Foundation, last update 25 April 2018

Meskipun telah banyak negara yang mengadopsi *International Financial Reporting Standard* namun setiap negara memiliki bentuk penerapan atau implementasi yang berbeda – beda, perbedaan ini disebabkan oleh kondisi lingkungan perekonomian negara yang tidak

seragam. (Choi & Meek, 2011) menjelaskan dua bentuk Adopsi *International Financial Reporting Standard* (IFRS) yang dilakukan oleh suatu negara yaitu; secara *full adoption* dan melalui *non full adoption*, *full adoption* jika suatu negara telah mewajibkan menerapkan IFRS di seluruh perusahaan atau standard akuntansi lokal negara sudah mengkonvergensi secara penuh IFRS, *non full adoption* jika negara mengatur IFRS diterapkan secara terbatas hanya dibeberapa perusahaan atau standard akuntansi lokal masih dalam tahap konvergensi. (Nnadi & Soobaroyen, 2015) menjelaskan terdapat 3 (tiga) level penerapan *International Financial Reporting Standard* (IFRS) dalam suatu negara, pertama, adopsi penuh yaitu negara secara penuh mengadopsi IFRS untuk diterapkan di semua perusahaan. Kedua, adopsi parsial dimana negara hanya mengadopsi IFRS untuk diterapkan di sektor atau industri tertentu. Ketiga, konvergensi atau modifikasi, penerapan IFRS dilakukan dengan cara memodifikasi untuk disesuaikan dengan kondisi standar akuntansi nasional. .

Sebagai salah satu bagian dari institusi negara, standar akuntansi akan selalu berkembang untuk memenuhi kebutuhan yang diinginkan hal ini sesuai dengan teori institusi yang dijelaskan oleh (North, 1991). Berdasarkan pada pendekatan teori *isomorphism* (DiMaggio & Powell, 1983) perilaku negara dalam proses pembentukan institusi dijelaskan melalui tiga pendekatan yaitu *coercive isomorphism* institusi dipengaruhi oleh aspek politik dan legitimasi, *mimetic isomorphism* untuk mengantisipasi ketidakpastian, *normative isomorphism* berdasarkan pada perkembangan profesional dalam suatu negara. Lasmin (2011) meneliti bentuk adopsi *International Financial Reporting Standard* (IFRS) di 46 negara ekonomi berkembang melalui pendekatan teori *isomorphism*, penelitiannya membuktikan bahwa faktor motif memperoleh legitimasi dari pihak internasional (*coercive isomorphism*), pertumbuhan perekonomian (*mimetic isomorphism*) dan kemajuan tingkat pendidikan (*normative isomorphism*) merupakan faktor yang mempengaruhi negara untuk cenderung mengadopsi IFRS secara penuh. (Ramdani, Analisis bentuk adopsi international financial reporting standard dalam konteks institusional (studi empiris 30 negara berkembang periode 2006 - 2015), 2017) juga meneliti bentuk adopsi *International Financial Reporting Standard* (IFRS) dengan berdasarkan bukti empiris 30 negara di ASIA, hasil penelitian membuktikan bahwa negara yang banyak menerima dana bantuan dan investasi dari pihak asing lebih cenderung mengadopsi IFRS secara penuh.

Pada penelitian-penelitian sebelumnya banyak memfokuskan pada dampak penerapan dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi bentuk penerapan atau adopsi *International Financial Reporting Standard* (IFRS), masih sedikitnya penelitian yang membahas mengenai kondisi dan bentuk penerapan *International Financial Reporting Standard* (IFRS) sehingga tujuan penelitian kali ini adalah untuk mengetahui bentuk dan kondisi penerapan *International Financial Reporting Standard* (IFRS) di negara – negara ASEAN. Di pilihnya ASEAN sebagai objek penelitian karena pada tahun 2015 telah dibentuknya sebuah integrasi ekonomi yang dibentuk menjadi sebuah komunitas ekonomi yang disebut sebagai *Asean Economic Community* atau Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA), dengan diberlakukannya MEA menyebabkan terbukanya perdagangan dan investasi secara regional yang dilakukan oleh negara – negara sesama anggota ASEAN (Hidayah & Roisah, 2017). Penelitian sebelumnya telah dilakukan oleh (Limijaya, 2017) meneliti posisi status implementasi IFRS negara Indonesia diantara anggota – anggota ASEAN lainnya dimana Indonesia menempati peringkat ke 9 diantara anggota ASEAN. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Limijaya, 2017) yaitu fokus penelitian ini menggambarkan bentuk status penerapan IFRS di negara anggota ASEAN secara keseluruhan. Penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperluas referensi mengenai

literatur yang membahas bentuk-bentuk penerapan *International Financial Reporting Standard* (IFRS) di suatu negara.

## 2. Metodologi

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif dengan objek pengamatan penelitian dilakukan pada 10 negara yang menjadi anggota ASEAN yaitu; Malaysia, Singapore, Filipina, Brunei Darussalam, Kamboja, Laos, Myanmar, Thailand, Indonesia, Vietnam. Jenis data penelitian yang digunakan adalah data sekunder berupa dokumen dan informasi melalui website, data – data tersebut meliputi dokumen *IFRS Profile* yang diakses dan diperoleh melalui *IFRS Foundation*, *Price Waterhouse Coopers* (PWC), Delloite dan IASplus. Analisis yang digunakan untuk mencapai tujuan penelitian yaitu analisis deskriptif, tahapan analisis dimulai dengan mengumpulkan data-data dokumen dilanjutkan dengan membuat ringkasan status dan kondisi implementasi di setiap negara hingga mengidentifikasi dan mengelompokkan setiap negara ke dalam masing-masing kelompok sesuai dengan bentuk penerapan IFRS yang dikembangkan oleh (Nnadi & Soobaroyen, 2015) meliputi; adopsi penuh, adopsi secara parsial dan modifikasi atau konvergensi.

## 3. Hasil dan Pembahasan

Berikut ini ringkasan uraian mengenai status implementasi *International Financial Reporting Standard* (IFRS) di negara anggota ASEAN yang di rangkum pada tabel 2 (dua)

Tabel 2. Status Penerapan IFRS

Negara	Status
Malasyia	<ul style="list-style-type: none"><li>• Malasyia telah mengadopsi IFRS secara penuh sehingga <i>Malaysian Financial Reporting Standard</i> (MFRS) telah identik atau sama dengan IFRS.</li><li>• MFRS digunakan oleh semua perusahaan domestik dan asing yang listing di bursa efek Malasyia.</li><li>• MFRS diijinkan untuk diterapkan pada perusahaan menengah dan kecil</li><li>• Singapore telah mengadopsi IFRS sehingga <i>Singapore Financial Reporting Standard</i> (SFRS) telah identik atau sama dengan IFRS, selain itu regulator mengizinkan perusahaan untuk menerapkan IFRS versi IASB sebagai standard pelaporan selain menggunakan SFRS.</li></ul>
Singapore	<ul style="list-style-type: none"><li>• IFRS dan SFRS diperbolehkan digunakan oleh semua perusahaan domestik dan asing yang listing di <i>Singapore Exchange</i></li><li>• SFRS dan IFRS diijinkan untuk diterapkan pada perusahaan menengah dan kecil</li><li>• <i>Philippines Financial Reporting Standard</i> (PFRs) telah mengadopsi IFRS terkecuali untuk pengakuan pendapatan real estate IFRS 5.</li><li>• <i>Philippines Financial Reporting Standard</i> (PFRs) digunakan oleh perusahaan domestik dan asing yang listing di Bursa Efek.</li><li>• <i>Philippines Financial Reporting Standard</i> (PFRs) diijinkan untuk diterapkan pada perusahaan menengah dan kecil</li></ul>
Filipina	

Brunei Darussalam	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>International Financial Reporting Standard (IFRS)</i> diadopsi dan hanya diterapkan pada lembaga keuangan,</li> <li>• Brunei Darussalam tidak memiliki Bursa Efek</li> <li>• Brunei Darussalam belum mengizinkan penerapan IFRS pada perusahaan menengah dan kecil</li> <li>• <i>Cambodian International Financial Reporting Standard (CIFRS)</i> telah mengadopsi secara penuh IFRS per 1 januari 2012, proses adopsi tersebut dilakukan oleh <i>National Accounting Council (NAC)</i></li> </ul>
Kamboja	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Cambodian International Financial Reporting Standard (CIFRS)</i> diterapkan dan digunakan oleh perusahaan domestik dan asing yang listing di Bursa Efek.</li> <li>• <i>Cambodian International Financial Reporting Standard (CIFRS)</i> dan IFRS diijinkan untuk digunakan pada perusahaan menengah dan kecil</li> </ul>
Laos	Laos telah mengadopsi <i>International Financial Reporting Standard (IFRS)</i> versi IASB untuk diterapkan pada perusahaan perusahaan domestik yang listing di bursa efek laos.
Myanmar	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Myanmar Financial Reporting Standard (MFRS)</i> secara identik telah mengadopsi IFRS</li> <li>• <i>Myanmar Financial Reporting Standard (MFRS)</i> digunakan oleh semua perusahaan domestik yang listing di Bursa Efek, hingga saat ini tidak ada perusahaan asing yang listing di bursa efek Myanmar</li> <li>• <i>Myanmar Financial Reporting Standard (MFRS)</i> diijinkan untuk diterapkan pada perusahaan menengah dan kecil</li> <li>• Thailand tidak mengadopsi IFRS namun Thailand melakukan konvergensi dengan melakukan modifikasi yang disesuaikan dengan kebutuhan kondisi nasional.</li> </ul>
Thailand	<ul style="list-style-type: none"> <li>• perusahaan domestik diwajibkan menggunakan standard akuntansi nasional Thailand (TAS)</li> <li>• perusahaan menengah dan kecil menggunakan (TAS) atau <i>Thai Accounting Standard For Non Publicly Accountable Entities</i></li> <li>• Indonesia tidak mengadopsi IFRS namun Indonesia melakukan konvergensi dengan melakukan modifikasi yang disesuaikan dengan kebutuhan kondisi nasional.</li> </ul>
Indonesia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Semua perusahaan domestik atau asing yang listing di bursa efek Indonesia wajib menggunakan SAK Indonesia</li> <li>• Perusahaan Menengah dan Kecil di Indonesia tidak diijinkan menggunakan IFRS tetapi diizinkan menggunakan SAK EMKM</li> </ul>
Vietnam	Hingga saat ini Vietnam hanya menggunakan Standar Akuntansi Nasional dan belum berkomitmen melakukan adopsi maupun konvergensi IFRS

Sumber : IFRS Foundation, PWC dan IASplus, Tahun 2020

Berdasarkan ringkasan hasil penelitian pada tabel 2 (dua) di atas, terdapat 4 (empat) status penerapan IFRS di negara anggota ASEAN yaitu; Adopsi secara penuh, adopsi parsial, konvergensi dan tidak menerapkan. Adopsi secara penuh merupakan bentuk penerapan *International Financial Reporting Standard (IFRS)* dimana negara menggunakan secara

penuh *International Financial Reporting Standard (IFRS)* versi IASB tanpa modifikasi dan penyesuaian dengan standar akuntansi nasional dan digunakan bagi seluruh perusahaan domestik dan asing yang listing di bursa efek. Adopsi parsial merupakan bentuk penerapan negara hanya mengadopsi IFRS untuk diterapkan di sektor atau industri tertentu. Penerapan melalui konvergensi merupakan penerapan *International Financial Reporting Standard (IFRS)* dengan cara melakukan modifikasi untuk disesuaikan dengan kondisi standar akuntansi nasional, dan perusahaan domestik dan asing yang listing di bursa efek hanya boleh menggunakan standar akuntansi nasional. Bentuk penerapan ketiga yaitu tidak menerapkan yang berarti bahwa negara belum berkomitmen untuk menerapkan *International Financial Reporting Standard (IFRS)* baik dengan cara konvergensi ataupun dengan cara pengadopsian.

Berdasarkan 4 (empat) bentuk penerapan tersebut, terdapat 6 (enam) negara anggota ASEAN yang masuk dalam kategori penerapan adopsi secara penuh yaitu; Malaysia, Filipina, Singapore, Kamboja, Laos dan Myanmar. Hanya 1 (satu) negara yang menerapkan adopsi secara parsial yaitu; Brunei Darussalam. Sebanyak 2 (dua) negara anggota menerapkan implementasi dengan cara konvergensi yaitu; Indonesia dan Thailand dan sisanya 1 (satu) negara anggota yaitu; Vietnam tidak menerapkan *International Financial Reporting Standard (IFRS)*. Berikut ini ringkasan bentuk penerapan IFRS di Negara – Negara Anggota ASEAN berdasarkan kelompok.

Tabel 3. Status Penerapan IFRS Berdasarkan Kelompok

Adopsi	Adopsi Parsial	Konvergensi	Tidak Menerapkan
1. Malaysia	1. Brunei	1. Indonesia	1. Vietnam
2. Filipina	Darussalam	2. Thailand	
3. Singapore			
4. Kamboja			
5. Laos			
6. Myanmar			

Sumber : Data yang Diolah Tahun 2020

Berdasarkan pengelompokan tersebut dapat disimpulkan bahwa adopsi secara penuh merupakan bentuk penerapan yang paling banyak digunakan, hal ini dibuktikan dengan 6 (enam) dari 10 (sepuluh) negara anggota ASEAN telah menerapkan IFRS dengan cara pengadopsian secara penuh, lebih dari setengah anggota ASEAN atau tepatnya 60 % anggota telah memiliki standar akuntansi yang identik dengan IFRS atau IFRS telah menjadi standar akuntansi nasional.

Standar akuntansi merupakan bagian dari sebuah institusi negara (Nnadi & Soobaroyen, 2015) yang mengatur praktik akuntansi dan pelaporan keuangan, berdasarkan hasil penelitian terjadi ketidakseragaman bentuk penerapan *International Financial Reporting Standard (IFRS)* di negara anggota ASEAN. hal ini menunjukkan bahwa penerapan *International Financial Reporting Standard (IFRS)* disesuaikan dengan kondisi suatu negara. Kondisi – kondisi tersebut seperti yang diuraikan melalui pendekatan *isomorphism* (DiMaggio & Powell, 1983) berdasarkan teori intitusional bahwa suatu institusi dalam negara akan mengikuti kondisi yang akan menjadi faktor penentu bagaimana institusi tersebut dibentuk, faktor – faktor tersebut meliputi; legitimasi terhadap dunia internasional, antisipasi terhadap ketidakpastian perekonomian dan perkembangan tingkat profesional dalam suatu negara.

## 4. Kesimpulan

Terdapat ketidakseragaman bentuk penerapan *International Financial Reporting Standard (IFRS)* sehingga terdapat 4 (empat) kelompok bentuk status penerapan *International Financial Reporting Standard (IFRS)* di negara anggota ASEAN yaitu; pertama melalui adopsi penuh yang meliputi; Malaysia, Filipina, Singapore, Kamboja, Laos dan Myanmar, kedua adopsi secara parsial yaitu; Brunei Darusalam. Ketiga, melalui tahap konvergensi yang terdiri dari Indonesia dan Thailand, kempat belum menerapkan yaitu negara Vietnam. Bentuk penerapan adopsi secara penuh merupakan bentuk penerapan yang paling banyak digunakan oleh anggota ASEAN. Perbedaan bentuk penerapan ini diakibatkan oleh perbedaan kondisi masing – masing negara yang meliputi, kondisi legitimasi terhadap dunia internasional, antisipasi terhadap perekonomian global hingga tingkat profesional yang dimiliki suatu negara.

Hasil penelitian ini tidak luput dari kelemahan dan kekurangan, hasil analisis penelitian ini banyak berasal dari pengambilan keputusan berdasarkan pada informasi dokumentasi, sehingga dapat menimbulkan kekeliruan penafsiran, selain itu objek pengamatan penelitian ini masih dapat dikatakan sempit sehingga cakupan pembahasan masih sedikit. Penelitian selanjutnya mungkin dapat memperluas kembali sumber informasi dan data penelitian untuk menghasilkan hasil analisis yang lebih akurat, penelitian selanjutnya dapat memperluas objek pengamatan ke wilayah kelompok atau benua lainnya seperti ASIA, Amerika dan Afrika.

## 5. Daftar Pustaka

- Amiram, D. (2012). Financial Information Globalization and Foreign Investment Decision. *Journal Of International Accounting Research*, 11(2), 57 - 81.
- Choi, F. D., & Meek, G. K. (2011). *International Accounting*. New Jersey: Prentice Hall.
- DiMaggio, P. J., & Powell, W. W. (1983). Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Field. *American Sociological Review*, 147 - 160.
- Emalereta, A. M., & Akandu, N. M. (2017). The Impact Of International Financial Reporting Standard (IFRS) Adoption on Foreign Direct Investment (FDI) : Evidence from Africa and Implications for Managers Of Education. *Journal of Accounting and Financial Management*.
- Forum, W. E. (2017). *Global Competitiveness Report*. Geneva: World Economic Forum.
- Foundation, I. (2017). *IFRS*. Retrieved July 29, 2020, from <https://www.ifrs.org/use-around-the-world/use-of-ifrs-standards-by-jurisdiction/>
- Gordon, L. A., Loeb, M. P., & Zhu, W. (2012). The Impact of IFRS Adoption on Foreign Direct Investment. *Jurnal Account Public Policy*, 374 - 398.
- Hidayah, F. N., & Roisah, K. (2017). Analisis Dampak Kebijakan Pemerintah Indonesia Terhadap Persaingan Perdagangan Jasa di Bidang Konstruksi Dalam Rangka Masyarakat Ekonomi ASEAN. *Jurnal Law Reform*, 45 - 59.
- Latridis, G. (2010). International Financial Reporting Standard and Quality of Financial Statement Information. *International Review of Financial Analysis*, 193 - 204.
- Limijaya, A. (2017). IFRS Application in Southeast Asian Countries: Where Does Indonesia Stand ? *Asia - Pasific Conference on Global Business, Economics, Finance and Social Sciences* (pp. 1 - 15). Jakarta: AP17 Indonsia Conference.
- Maryono. (2010). Harmonisasi Akuntansi Internasional : Dari Keberagaman Menuju Keseragaman. *Kajian Akuntansi*, 77 - 91.

- Nijam, H. M., & Jahfer, A. (2016). International Financial Reporting Standards : Review of Status of Adoption and Approaches For Evaluation. *International Letters of Social and Humanistic Sciences*, 70 - 78.
- Nnadi, M., & Soobaroyen, T. (2015). International financial reporting standards and foreign direct investment. *Advances in Accounting*, 31, 228 - 238.
- North, D. (1991). Institutions. *The Journal of Economic Perspectives*, 5, 97 - 112.
- Puspa Arum, E. D. (2013). Implementation of International Financial Reporting Standard (IFRS) and the Quality of Financial Statement Information in Indonesia . *Research Journal of Finance and Accounting*, 200 - 209.
- PwC (2015). *IFRS By Country*. United States: Price Waterhouse Coopers LLP
- Ramdani, R. F. (2017). Analisis bentuk adopsi international financial reporting standard dalam konteks institusional (studi empiris 30 negara berkembang periode 2006 - 2015). *Akuisisi : Jurnal Akuntansi*, 13, 108 - 127.
- Ramdani, R. F. (2020). Dampak Penerapan International Financial Reporting Standard Terhadap Arus Investasi Langsung Asing di Negara Asia. *Sekuritas*, 237 - 246.



## Selling Time Strategy dan Dampaknya terhadap Kesejahteraan Petani Garam

**M. Munir Syam AR<sup>1,a\*</sup>, Djoko Nestri Kwartatmono<sup>2,b</sup>**

<sup>1</sup>. Program Studi Manajemen, Universitas Wiraraja

<sup>2</sup>. Program Studi Akuntansi, Universitas Wiraraja

a, b. Email: [munirsyam@wiraraja.ac.id](mailto:munirsyam@wiraraja.ac.id), [djokonestri@wiraraja.ac.id](mailto:djokonestri@wiraraja.ac.id),

\*Correspondent Email: [munirsyam@wiraraja.ac.id](mailto:munirsyam@wiraraja.ac.id)

### Article History:

Received: 19-8-2020; Received in Revised: 29-8-2020; Accepted: 3-9-2020

DOI: <http://dx.doi.org/10.35914/jemma.v3i2.435>

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi faktor yang mendorong petani garam untuk menjual garam pasca panen/pungut secara langsung atau tidak langsung dan menganalisis dampak penerapan strategi tersebut terhadap tingkat kesejahteraan petani garam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian ini dilakukan di Desa Karanganyar, Kec. Kalianget, Kab. Sumenep. Objek dalam penelitian ini difokuskan pada produk garam. Teknik sampling yang digunakan adalah snowball sampling dengan informan yang berasal dari petani garam dari desa Karanganyar. Data diperoleh melalui observasi, dokumentasi dan indepth interview secara langsung kepada informan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat empat faktor yang mempengaruhi petani garam dalam menerapkan strategi penjualan langsung atau tidak langsung yaitu harga garam, kebutuhan, kuantitas hasil produksi, dan gudang penyimpanan. Ketika harga garam mahal maka petani garam akan menggunakan strategi penjualan langsung. sebaliknya, ketika harga turun petani kecil tidak memiliki pilihan strategi selain menjual langsung tetapi petani dengan skala besar lebih fleksibel.

**Kata Kunci:** Garam, Kesejahteraan, Strategi

### Abstract

This study aims to explore the driving factors of salt farmers to sell salt directly or indirectly and analyze the impact of implementing this strategy on the welfare level of salt farmers. This study uses a descriptive qualitative approach. This research was conducted in Karanganyar Village, Kalianget, Sumenep district.. The object of this study is focused on salt products. The sampling technique used snowball sampling with informants who came from salt farmers from Karanganyar village. Data obtained through observation, documentation and in-depth interviews with informants. The results of this study indicate that there are four factors that influence salt farmers in implementing direct or indirect sales strategies, namely the price of salt, needs, quantity of production, and warehouse. When the price of salt is high, salt farmers will use a direct selling strategy. otherwise when prices fall small farmers have no choice of strategy other than selling directly but large scale farmers are more flexible.

**Keywords:** Salt, Welfare, Strategy

## 1. Pendahuluan

Garam merupakan komoditas strategis dan komoditas politik di Indonesia. Komoditas politik karena menyangkut kepentingan bangsa dan komoditas strategis karena garam dikonsumsi oleh semua orang (Salim dan Munadi, 2016). Garam merupakan sebuah komoditas yang dihasilkan dari air laut yang bisa memberikan banyak manfaat terhadap perkembangan suatu wilayah (Holis *et al.*, 2019). Kebutuhan terhadap garam mengalami peningkatan karena garam tidak hanya digunakan untuk kebutuhan konsumsi tetapi juga dibutuhkan oleh industri. Seperti halnya industri kimia, industri farmasi dan lain sebagainya. Permintaan terhadap komoditas ini juga akan terus meningkat sejalan dengan peningkatan jumlah penduduk. Tingginya permintaan terhadap garam memunculkan ketidakseimbangan antara kebutuhan dan hasil produksi garam nasional oleh para petani garam di Indonesia. Itulah sebabnya kuota impor selalu bertambah dalam beberapa tahun terakhir. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), impor garam ke Indonesia sepanjang 2019 tercatat sebanyak 2.595.397,3 ton atau setara dengan US\$ 95,52 juta.

Madura merupakan daerah penghasil garam tertinggi di Jawa Timur. Ke empat Kabupaten di pulau Madura (Sumenep, Pamekasan, Sampang, Bangkalan) merupakan daerah dengan produksi garam yang melimpah (Astuti *et al.*, 2018). Selain itu, sumenep juga memiliki potensi laut dan ladang/tambak garam yang luas sehingga kondisi ini menjadi angin segar bagi masyarakat pesisir yang berprofesi sebagai petani garam. Akan tetapi dengan segala potensi yang ada presentase penduduk miskin di Kabupaten Sumenep masih 20,16% (BPS JATIM, 2019). Berdasarkan interview kepada salah satu petani garam di Desa Karanganyar Kec. Kalianget, informan menyampaikan bahwa sebagai petani garam mereka masih jauh dari kata sejahtera karena beberapa alasan salah satu diantaranya adalah harga garam yang rendah pada saat penjualan. Menurut Prastio (2019), pekerjaan rumah pemerintah yang sangat penting yaitu bagaimana pemerintah mampu melindungi harga garam yang semakin rendah pada saat panen/pungut raya tiba. Pemerintah belum bisa berbuat banyak dalam mengontrol penetapan harga eceran tertinggi (Het) yang pada prinsipnya sangat menentukan kesejahteraan petani garam.

Sudaryana dan Paramesti (2017) menyampaikan bahwa isu garam nasional dapat dikelompokkan menjadi 3 aspek penting yaitu produksi, marketing, permintaan dan penawaran. Penelitian ini fokus pada strategi penjualan garam oleh petani garam pasca panen (pungut). Strategi penjualan yang dimaksud fokus pada waktu penjualan garam. Petani garam tentu menginginkan harga garam yang tinggi ketika menjual garam tetapi fakta menunjukkan bahwa petani garam seringkali tidak memiliki pilihan lain selain menjual garam mereka secara langsung. Penelitian ini mencoba menggali informasi tentang faktor-faktor yang mendorong para petani garam untuk menjual garamnya secara langsung atau tidak langsung (menyimpan terlebih dahulu). Fenomena ini menjadi menarik karena intervensi dari beberapa pihak seringkali memaksa petani untuk menjual garam mereka di bawah harga standar. Keadaan ini membuat para petani garam terbebani dengan biaya produksi dan keuntungan yang mereka dapatkan. Pada akhirnya, banyak petani garam yang belum bisa mendapatkan kehidupan yang layak (sejahtera) dengan berprofesi sebagai petani garam. Menurut Zakki dan Sayyidah (2016), indikator yang digunakan untuk mengetahui tingkat kesejahteraan salah

satu diantaranya yaitu pendapatan. Dalam penelitian ini, tingkat kesejahteraan petani garam diukur dari tingkat pendapatan yang diperoleh dari hasil penjualan garam setelah garam dipungut.

Dengan demikian, permasalahan sebagaimana yang diuraikan di atas dirasa perlu untuk dianalisis tentang faktor-faktor apa saja yang mendorong petani menjual garam secara langsung atau tidak langsung. Kemudian, bagaimanakah dampak strategi penjualan garam tersebut terhadap kesejahteraan petani garam. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi faktor-faktor apa saja yang mendorong petani untuk menggunakan strategi penjualan langsung atau tidak langsung dan untuk menjelaskan dampak strategi penjualan garam tersebut terhadap kesejahteraan petani garam.

## 2. Metodologi

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. penelitian kualitatif merupakan pengumpulan data pada suatu latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dimana peneliti adalah instrument kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *purposive* dan *snowball*, teknik pengumpulan data triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi (Anggitto dan Setiawan, 2018). Penelitian ini mencoba mengeksplorasi faktor yang mendorong petani garam dalam menjual garam. Kemudian, penelitian ini mencoba menganalisis tentang bagaimana strategi penjualan tersebut (langsung/tidak langsung) berdampak pada kesejahteraan petani garam.

Teknik sampling yang digunakan dalam menentukan informan adalah *snowball sampling*. Dalam penelitian ini, informan yang akan dipilih adalah petani garam. Kemudian, informan tersebut akan diminta memberikan rekomendasi tentang informan selanjutnya yang bisa memberikan informasi yang lengkap dan mendalam sesuai dengan kebutuhan penelitian ini. Lokasi penelitian ini berada di Desa Karanganyar, Kecamatan Kaliangket Kabupaten Sumenep. Desa Karanganyar dipilih menjadi lokasi penelitian karena masyarakat di desa tersebut mayoritas bekerja sebagai petani garam. Selain itu, Menurut Nuswardani, (2018). Karanganyar memiliki potensi besar untuk menghasilkan garam karena kualitas air dan iklim yang menguntungkan, yaitu panas matahari.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi dengan menggabungkan berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang ada yaitu: observasi, interview, dan dokumentasi. Kemudian, teknik analisis data dalam penelitian ini yaitu *Pertama*. Data yang diperoleh akan direduksi untuk mendapatkan data-data penting sesuai kebutuhan sehingga ditemukan tema dan pola dari data tersebut. Data tentang strategi penjualan dan faktor-faktor yang mempengaruhi petani dalam menggunakan strategi tersebut setelah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah peneliti. *Kedua*, Penyajian data, penyajian data dapat diuraikan secara singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan sejenisnya. Dengan menyajikan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi dan merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut. *Ketiga*, Pengambilan keputusan esimpulan dalam penelitian adalah

upaya untuk mencari arti, makna, penjelasan yang dilakukan terhadap data yang dianalisis dengan mencari hal-hal penting.

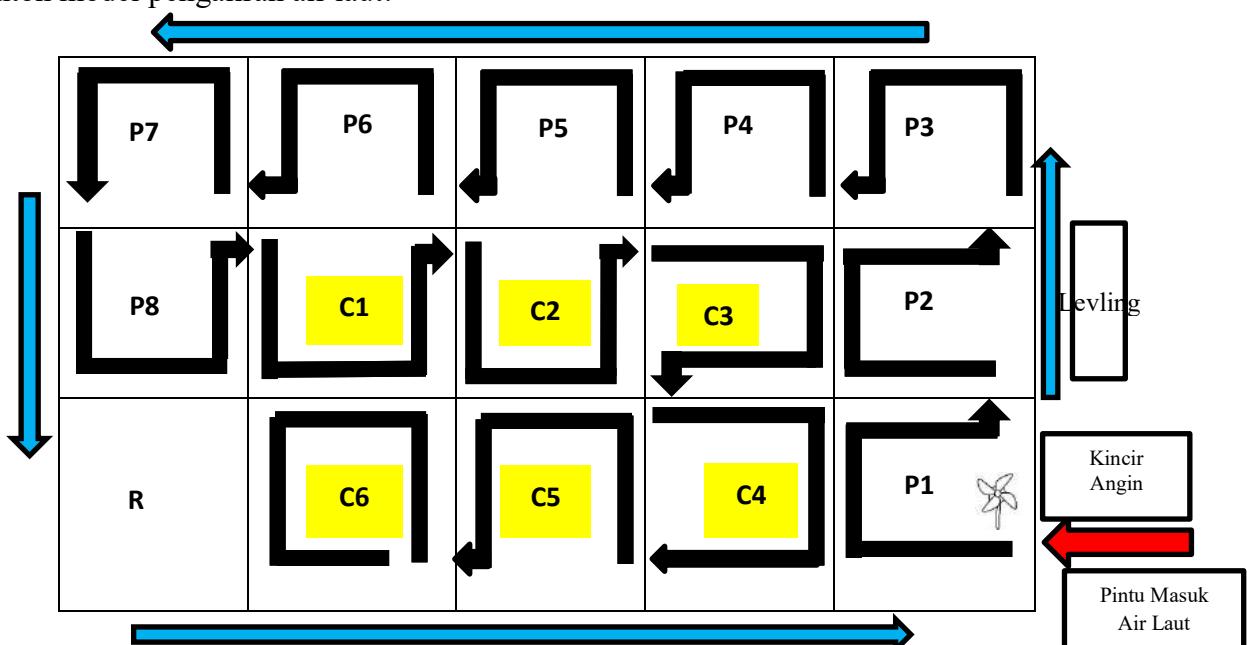
### 3. Hasil dan Pembahasan

#### Deskripsi Proses Produksi dan Penjualan Garam

##### Proses Produksi

Dalam satu musim, petani garam bisa memungut garam sampai puluhan kali tergantung cuaca atau panas matahari. Petani biasanya akan memungut garam dari tambak garam setiap 10-13 hari sekali tergantung cuaca dan kualitas garam yang mereka inginkan. Semakin lama waktunya maka semakin kasar garamnya yang berarti semakin bagus kualitas garamnya.

Satu kotak besar ( $\pm 1$  Hektar) ladang garam dibagi menjadi beberapa kotak yang jumlahnya kotaknya berbeda-beda tergantung selera petani. Biasanya, petani garam dapat menghasilkan  $\pm$  satu ton garam per hektar sekali pungut. Petani garam yang memiliki lahan yang lebih besar tentu dapat menghasilkan garam yang lebih banyak. Berikut salah satu contoh model pengaliran air laut:



Gambar 1 : Sistem Pengaliran Air Laut Sebagai Bahan Baku

Berdasarkan gambar 1 di atas diketahui bahwa simbol P adalah pemisian artinya kotak dengan simbol P tidak menghasilkan garam dan kotak dengan simbol C adalah kotak yang menghasilkan garam. Kotak C berisi air yang tingkat konsentrasi 25-29 Be (Bome). Pengairan dari P1 ke P2 dan dari P2 ke P3 dan seterusnya sebagaimana yang ditunjukkan oleh garis berwarna biru terdapat levling yang berarti tanah kotak P1 lebih tinggi dari P2, dan P2 lebih tinggi dari P3 dan begitu seterusnya sampai ke C6. Dipintu masuk (P1) air laut terdapat kincir angin yang bertujuan untuk menaikkan air. Penempatan kincir angin juga terkadang berada di kotak yang lain. Model zigzag sebagaimana yang ditunjukkan digambarkan berfungsi agar penyinaran matahari lebih sempurna supaya kandungan Bomenya lebih baik. Kotak R adalah Ronjut yang biasanya dipakai menampung garam setelah dipungut dan

berfungsi untuk mengeringkan air yang masih ada di garam. Untuk menghasilkan garam yang berkualitas terdapat media yang sangat penting untuk diperhatikan yaitu tanah, air laut, penjemuran dan tingkat kecepatan angin.



Gambar 2 Pintu Gerbang Desa Karanganyar



Gambar 3 Tambak Garam Di Desa karanganyar

### Harga Garam

Untuk harga garam biasanya lebih dinamis. Harga garam dalam keadaan normal biasanya cenderung naik dari pungutuan pertama sampai terakhir tetapi kenaikannya merangkak perlahan. Untuk lebih jelasnya lihat tabel berikut:

Tabel 1 Harga Garam

Luas Lahan/Hektar	Total Produksi Masa Pungut	Tipe Pembeli	Harga (Ton)
1 Ha	$\pm 1$ Ton/Pungut	Ke 1 – Dst	Pengepul 200.000 – 300.000
		Ke 1 - dst	Swasta 300.000 – 400.000
		Ke 10-Dst	PT. Garam 400.000 – 500.000

Sumber data diolah juli 2020

Terdapat perbedaan harga ketika petani menjual garam ke pengepul, swasta dan langsung ke PT. Garam. Ketika garam dijual ke pengepul maka harga garam sekitar Rp 200.000/ton hingga Rp 300.000., apabila dijual langsung ke swasta harga bisa mencapai Rp 300.000/ton sampai Rp 400.000, sedangkan jika di jual langsung ke PT. Garam maka harga garam bisa mencapai 400.000 sampai 500.000 (perbulan juli 2020). PT. Garam sendiri membeli garam dengan standar kualitas yang sudah ditentukan. Seperti Garam KW1 dengan ciri fisik berwarna putih, BDnya lebih tinggi dan kekuatan garam tinggi.

Itulah kenapa petani kecil yang tidak memiliki memiliki gudang dan akses untuk menjual garam secara langsung ke perusahaan masih belum sejahtera. Tetapi sebaliknya, bagi yang memiliki gudang dan akses ke perusahaan sudah cukup sejahtera.

### **Tempat Penjualan garam**

Bagi petani dengan skala kecil biasanya mereka menjual garam hasil pungut ke pengepul. Petani garam dengan skala tidak bisa secara langsung menjual garam mereka ke perusahaan swasta seperti susanti, garindo, budiono dan lain sebagainya karena ketika swasta membuka *delivery order* (DO) bisanya antara 500 sampai 1000 ton. Sedangkan Petani Kecil Tidak Mampu Menyediakan garam sebanyak itu. Biasanya pengepul dan petani dengan skala besar yang bisa melakukan itu. PT. Garam sebetulnya juga membeli garam ke petani tetapi biasanya PT GARAM membeli garam ke petani ketika pungutan ke 10 dan tentunya hanya membeli garam dengan standar yang sudah ditentukan.



**Gambar 4 Kincir Angin Tambak Garam Desa Karanganyar**



**Gambar 5 Gudang Semi Permanen Milik Petani Garam**

### **Faktor Pendorong Petani Garam Untuk Menjual Garam**

Berdasarkan interview kepada informan di Desa Karanganyar ada pada bulan Juli diperoleh informasi tentang faktor-faktor yang mendorong para petani untuk menjual garam secara langsung maupun tidak langsung. Faktor pendorong tersebut diantaranya adalah sebagai berikut:

### 1. Harga

Salah satu faktor penting bagi para petani garam Desa Karanganyar dalam mengambil keputusan untuk menjual garam pasca pungut secara langsung atau tidak langsung adalah harga garam. Lebih jelasnya lihat tabel di bawah ini:

Tabel 2 Faktor Harga dan Dampak Terhadap Kesejahteraan Petani

Faktor	Kondisi	Skala	Strategi Penjualan	kesejahteraan
Harga	Naik	Besar	Langsung	Naik
		Kecil	Langsung	Naik
	Turun	Besar	Langsung/T. Langsung	Turun/Tetap
		Kecil	Langsung	Turun

Sumber: data diolah 2020

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa terdapat kesamaan antara petani garam skala besar dan skala kecil dalam menentukan strategi penjualan pada saat kondisi garam mahal yaitu menggunakan strategi penjualan langsung. Dampak dari strategi penjualan langsung ketika harga garam naik dapat meningkatkan pendapatan para petani yang berujung pada peningkatan kesejahteraan petani garam. Sebaliknya, pada saat harga garam turun, para petani menggunakan strategi yang berbeda. Bagi petani berskala besar ketika harga turun mereka tetap bisa menggunakan kedua strategi (langsung dan tidak langsung) sedangkan petani berskala kecil tetap menjual garamnya secara langsung meskipun hasil yang didapatkan kecil. Dalam konteks ini, petani berskala besar lebih fleksibel ketika harga garam naik ataupun turun karena mereka memiliki gudang penyimpanan garam tetapi bagi petani kecil mereka tidak punya pilihan lain selain menjual garam mereka setelah pungut karena mereka tidak memiliki tempat untuk menyimpan barang/garam.

### 2. Kebutuhan

Petani garam memutuskan untuk menjual garam mereka secara langsung atau menyimpannya terlebih dahulu didorong oleh kebutuhan. Ketika kebutuhan (pribadi, keluarga, usaha) mendesak maka mereka akan menjual garam mereka secara langsung. Lebih jelasnya lihat tabel berikut ini:

Tabel 3 Faktor Kebutuhan dan Dampak Terhadap Kesejahteraan Petani

Faktor	Kondisi	Skala	Strategi Penjualan	Kesejahteraan	Keterangan
Kebutuhan	Tinggi	Besar	Langsung	Naik/Turun	Dipengaruhi
		Kecil	Langsung	Naik/Turun	oleh harga dan gudang
	Rendah	Besar	Langsung/T. Langsung	Naik/Turun	Dipengaruhi
		Kecil	Langsung	Naik/Turun	oleh harga dan gudang

Sumber: data diolah 2020

Dari sisi kebutuhan terdapat sedikit perbedaan antara petani besar dan kecil. Mengacu pada tabel 3 di atas dapat diketahui bahwa ketika kondisi kebutuhan yang tinggi maka petani akan menjual garam mereka secara langsung. Tingkat pendapatan petani garam besar maupun kecil dipengaruhi oleh harga garam pada saat itu. Ketika harga garam naik maka petani akan mendapatkan keuntungan sehingga tingkat kesejahteraan petani akan meningkat tetapi sebaliknya ketika harga garam turun mereka hanya akan mendapatkan keuntungan seadanya.

Dalam kondisi kebutuhan rendah, petani berskala besar bisa memilih dalam menggunakan strategi langsung atau tidak langsung akan tetapi petani kecil tidak memiliki pilihan lain selain menjual garam hasil pungut secara langsung. Hal ini dipengaruhi petani kecil tidak memiliki gudang penyimpanan sedangkan petani berskala besar memiliki gudang penyimpanan sehingga mereka lebih fleksibel dalam mengambil keputusan dalam penjualan garam.

### 3. Kuantitas Produksi

Dalam proses produksi garam, petani biasanya memungut garam setiap 10 hari sekali bahkan ada yang 13 hari sekali tergantung cuaca dan tingkat kualitas garam yang diinginkan. Garam yang diproduksi lebih lama akan menghasilkan garam lebih kasar dan berkualitas. Lebih jelasnya lihat tabel 4 di bawah ini:

Tabel 4 Faktor Kuantitas Produksi dan Dampak Terhadap Pendapatan

Faktor	Kuantitas	Skala	Strategi Penjualan	Pendapatan	keterangan
Kuantitas Produksi	Banyak	Besar	Langsung	Naik/Turun	Dipengaruhi oleh harga, kebutuhan, gudang
		Kecil	Langsung	Naik/Turun	
Sedikit	Kecil	Besar	Langsung/T. Langsung	Naik/Turun - Tetap	Dipengaruhi oleh harga , kebutuhan dan gudang
		Kecil	Langsung	Naik/Turun	

Sumber: data diolah 2020

Jumlah garam yang dihasilkan menjadi faktor pendorong petani untuk menjual garam secara langsung. Bagi petani yang memiliki gudang maka mereka akan menampung garam hasil pungutan sampai jumlah garam yang tersedia jumlahnya banyak. Akan tetapi bagi para petani kecil yang tidak memiliki gudang maka mereka akan langsung menjual garam mereka baik ketika hasil produksi banyak ataupun sedikit.

Bagi petani berskala besar dan memiliki gudang penyimpanan mereka lebih fleksibel. Ketika jumlah produksi sedikit, mereka bisa memilih untuk menyimpan garam terlebih dahulu sampai hasil produksi dirasa sudah cukup banyak untuk dijual. Keputusan menjual dan menyimpan garam tentunya dipengaruhi oleh harga garam pada saat itu. Ketika harga garam naik maka petani garam akan mendapatkan keuntungan dan kesejahteraannya akan meningkat.

#### **4. Keberadaan Gudang Penyimpanan**

Gudang penyimpanan milik warga berupa gudang penyimpanan semi permanen. Dindingnya terbuat dari bitik/tabling dan beratap seng atau asbes. Ukurannya gudangnya ± 4x6 meter sampai 4x8 meter dan tingginya ± 2 sampai 2,5 meter. Garam yang di simpan di gudang semi permanen ini sudah di kemas dalam karung. Bagi para petani kecil yang belum memiliki gudang penyimpanan sendiri biasanya akan menjual garam setelah memungut garam secara langsung. Baik ketika harga rendah maupun tinggi. Berbeda dengan petani besar, mereka biasanya lebih fleksibel dalam penjualan garam karena ditunjang keberadaan gudang penyimpanan sendiri.

Tabel 5 Faktor Gudang dan Dampak terhadap Kesejahteraan Petani

Faktor	Status	Skala	Strategi	Kesejahteraan	Keterangan
			Penjualan		
<b>Gudang</b>	Ada	Besar	Langsung / Tidak Langsung	Naik-turun/ Tetap	- Dipengaruhi harga - strategi (Fleksibel)
	Tidak	Kecil	Langsung	Naik-turun	- Dipengaruhi harga - Strategi (tidak fleksibel)

Sumber: data diolah 2020

Gudang penyimpanan merupakan faktor yang sangat penting bagi petani garam. keberadaan gudang membuat petani lebih fleksibel dalam memutuskan waktu penjualan garam. Terlebih lagi ketika harga garam turun, petani yang memiliki gudang penyimpanan lebih memilih menyimpan garam sampai harga garam naik. Keputusan untuk menggunakan strategi tidak langsung dipengaruhi oleh harga pada saat itu.

#### **Dampak Strategi penjualan garam pada kesejahteraan petani garam**

Strategi waktu penjualan yang digunakan oleh petani garam di Desa Karanganyar dapat dikelompokkan menjadi 2, yaitu:

##### **1. Penjualan langsung**

Petani garam (skala besar dan kecil) di desa karanganyar sama-sama bisa menjual menjual garam pasca pungut secara langsung. Meskipun tempat menjual garamnya berbeda antara petani besar dan kecil. Perbedaan tempat menjual garam sangat berdampak pada Petani besar bisa langsung ke perusahaan (PT Garam) tetapi petani kecil menjual garamnya ke pengepul/tengkulak. Garam dijual secara langsung biasanya garam yang dipungut di awal musim (pungutan pertama sampai ke tiga). Tetapi pungutan selanjutnya tergantung pertimbangan dan kondisi para petani garam.

Ketika petani memutuskan untuk menjual garam secara langsung dan ditunjang oleh harga garam pada saat penjualan yang tinggi akan berdampak terhadap tingkat pendapatan para petani. Semakin tinggi pendapatan para petani maka kesejahteraan petani akan membaik. Sebaliknya, ketika harga garam turun maka pendapatan akan berkurang yang pada akhirnya berpengaruh pada penurunan tingkat kesejahteraan.

## **2. Penjualan tidak langsung**

Petani garam yang memiliki gudang penyimpanan lebih fleksibel dalam menggunakan strategi penjualan tidak langsung (disimpan). Keputusan untuk menyimpan garam terlebih dahulu dipengaruhi oleh harga garam. Setelah pungutan ke-4 (empat) di awal musim biasanya harga sudah mulai menurun. para petani yang memiliki gudang mampu mengatur ritme penjualan garam mereka dan lebih fleksibel sampai harga garam dianggap sudah membaik. Tingkat Kesejahteraan Petani Garam sangat bergantung pada strategi yang digunakan oleh petani garam ketika harga turun. Selain harga garam, petani garam juga seringkali memilih strategi tidak langsung (menyimpan dan mengumpulkan garam hasil pungut) lalu dijual setelah kuantitas garam sudah banyak artinya petani garam menjual garam dengan mengumpulkan garam yang dihasilkan selama beberapa kali pungut. Hal ini dimaksudkan agar jumlah garam yang dijual langsung banyak jumlahnya.

Dalam konteks ini, para petani garam yang memiliki gudang penyimpanan lebih mampu untuk mengontrol penjualan garam dari pada petani yang tidak memiliki gudang, terutama ketika harga garam turun. Kondisi seperti ini membuat petani garam tidak mengalami kerugian apabila harga garam turun. Tetapi bagi petani kecil yang tidak memiliki gudang selalu pasrah dengan keadaan. Dengan demikian petani yang memiliki gudang cenderung lebih sejahtera dari pada petani yang tidak memiliki gudang terutama ketika harga garam turun.

## **4. Kesimpulan**

Terdapat beberapa faktor yang mendorong para petani untuk menjual garam pasca pungut secara langsung atau tidak langsung (menyimpan) yaitu harga, kebutuhan, kuantitas produksi, dan gudang penyimpanan. Petani garam berskala besar lebih fleksibel dalam menentukan strategi waktu penjualan karena memiliki gudang penyimpanan tetapi petani kecil tidak karena tidak memiliki gudang. Ketika harga garam mahal maka petani garam menggunakan strategi penjualan langsung. sebaliknya, ketika harga turun petani kecil tidak memiliki pilihan strategi selain menjual langsung tetapi petani besar lebih fleksibel. Saran untuk peneliti berikutnya, harus mengkaji bagaimana efek kebijakan impor garam terhadap kesejahteraan para petani garam. Pemerintah juga perlu mengkaji terkait kebijakan impor garam dan penyedian gudang penyimpanan bagi petani kecil agar mereka lebih fleksibel dalam melakukan penjualan garam. Kemudian, Pemerintah perlu melakukan membantu petani dalam hal penyediaan modal yang akan dijadikan biaya produksi oleh petani

## **5. Daftar Pustaka**

- Anggito, A and Setiawan J, (2018). *Metode penelitian kualitatif*. Penerbit CV Jejak. Sukabumi
- Astuti, R. S., Qurniawati, D.R, and Kismartini (2018). *Import of Salt: Needs or Interest*. International Conference on Maritime and Archipelago (ICoMA 2018).
- Badan Pusat Statistika Jawa Timur (2019). *Jawa Timur Dalam Angka 2019*.

- Holis, M., Sayyidi., and Musoffan (2019). Optimization Analysis Of Salt Farmers Activities And Welfare In Pamekasan District. *Economics and Accounting Journal*. Vol. 2, No. 3, 198-205.
- Nuswardani, N (2018). *Protection and Empowerment OF Salt Farmer Madura*. International conference on life, innovation, change, and knowledge (ICLICK 2018)
- Salim, Z and Munadi, E., (2016). *Info Komoditi Garam*. Diterbitkan oleh Badan Pengkajian dan Pengembangan Perdagangan
- Sudaryana, B, and Paramesti, P (2017). *The strategy of welfare improvement for salt farmers in indonesia*. MATEC Web of Conferences (2018)
- Prastio, L. O, (2019). Strategi Program Pemberdayaan Usaha Garam Rakyat Di Desa Muara Baru Kecamatan Cilamaya Wetan Kabupaten Karawang. *The Indonesian Journal Of Politics and Policy (IJPP)*. Vol. 1, No. 1, 62-73.
- Zakki, N., and Sayyida (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Dankesejahteraan Petani Garam Rakyat Kawasan Pesisir Kaliangget. *Jurnal Performance Bisnis dan Akuntansi*. Vol. VI, No. 1, 66-85.
- <https://www.bps.go.id/statictable/2019/02/14/2013/import-garam-menurut-negara-asal-utama-2010-2019.html> diakses tanggal 18 Agustus 2020



## Analisis Strategi Pemasaran Produk Rumah Herbal Bidara Kota Palopo

Nasruddin<sup>1,\*</sup>

<sup>1</sup> Program Studi Manajemen, Universitas Andi Djemma

\*Correspondent Email: [hast.plp@unanda.ac.id](mailto:hast.plp@unanda.ac.id)

### Article History:

Received: 24-8-2020; Received in Revised: 30-8-2020; Accepted: 3-9-2020

DOI: <http://dx.doi.org/10.35914/jemma.v3i2.439>

### Abstrak

*Bisnis produk herbal sudah banyak tersebar di seluruh Indonesia tidak terkecuali di Kota Palopo. Ketatnya persaingan bisnis memungkinkan setiap pelaku usaha harus senantiasa mencermati perkembangan dan persaingan usaha. Hal mendasar yang perlu diperhatikan adalah meningkatkan kualitas produk disamping memaksimalkan pelayanan sehingga pelanggan lama bisa tetap dipertahankan dan calon pelanggan baru bisa direbut untuk meningkatkan pendapatan operasional. Berkaitan dengan hal tersebut, fokus penelitian ini yaitu melakukan penelitian pada Usaha Rumah Herbal Daun Bidara Kota Palopo dengan menggunakan alat analisis SWOT (Strength; Weaknesses; Opportunity; Threats) untuk mengetahui posisi perusahaan pada saat dilakukan penelitian pada Mei – Juli 2020. Sebagai hasil perhitungan pada tabel IFAS (Internal Factors Analysis Summary) menunjukkan score 3.00 sedangkan hasil perhitungan pada tabel EFAS (External Factors Analysis Summary) menunjukkan score 2,46. Dari kedua tabel tersebut, maka posisi perusahaan terletak pada Sel IV yang berarti menitik beratkan pada strategi penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk. Sebagai kesimpulannya, bahwa Usaha Rumah Herbal Daun Bidara telah menerapkan strategi manajemen secara tepat, sehingga disarankan tetap mempertahankan posisi tersebut dan diusahakan dapat meningkatkan strategic management sehingga tetap mampu beroperasi sebagai perusahaan kompetitif dibidangnya.*

**Kata Kunci:** SWOT, Strength, Weakness, Opportunity, Threats.

### Abstract

*The herbal product business has spread throughout Indonesia, including in Palopo City. The high level of business competition enables every business actor to keep a close watch on developments and business competition. Including what needs to be considered is improving product quality in addition to maximizing service so that old customers can be maintained and prospective new customers can be seized to increase operating income. The focus of this research is to conduct research on the Bidara Leaf Herbal Home Business in Palopo City using a SWOT (Strength; Weaknesses; Opportunity; Threats) analysis tool to determine the position of the company at the time of the study in May - July 2020. As a result of calculations on the IFAS table (Internal Factors Analysis Summary) shows a score of 3.00 while the calculation results in the EFAS (External Factors Analysis Summary) table shows a score of 2.46. From the two tables, the company's position is in Cell IV, which means that it focuses on market penetration strategies, market development and product development. In conclusion, that the Bidara Leaf Herbal Home Business has implemented a management strategy appropriately, so it is advisable to maintain this position and strive to improve strategic management so that it remains able to operate as a competitive company in its field.*

**Key Word :** SWOT, Strength, Weakness, Opportunity, Threats.

## **1. Pendahuluan**

Saat ini banyak masyarakat yang tertarik menggunakan bahan-bahan alami untuk kebersihan dan kecantikannya. Daun Bidara merupakan surfaktan yang baik digunakan karena tidak mempunyai efek samping dan ramah lingkungan (Bintoro dkk, 2017). Berbagai penelitian menyatakan menyatakan bahwa daun bidara dapat berperan sebagai anti inflamasi terhadap tikus yang diinduksi karagenan edema cakar. Selain itu beberapa penelitian membuktikan bahwa tanaman ini mengandung senyawa yang dapat digunakan untuk mengobati berbagai penyakit yang terdapat pada diri manusia (Siregar, 2020). Surfaktan sendiri berfungsi untuk menurunkan tegangan permukaan air yang digunakan sebagai bahan pelengkap pada produk pembersih, karena dapat membersihkan kotoran dan lemak pada permukaan kulit.

Manfaat itulah yang menarik bagi para UMKM untuk membaca peluang bisnis termasuk dalam pemasaran produk herbal daun bidara. Meskipun dapat dipahami bahwa bisnis produk herbal sudah banyak tersebar di seluruh Indonesia termasuk di Kota Palopo. Ketatnya persaingan bisnis tersebut memungkinkan setiap pelaku usaha harus senantiasa mencermati perkembangan dan persaingan usaha dari waktu ke waktu (Irwan, 2015). Sehingga, yang paling mendasar untuk selalu diperhatikan yaitu peningkatan kualitas dari produk itu sendiri (Didiharyono, 2016). Disamping itu, harus memaksimalkan pelayanan sehingga pelanggan lama bisa tetap dipertahankan dan calon pelanggan baru bisa direbut untuk meningkatkan pendapatan operasional (Ferdinan, 2002). Oleh karena itu, diperlukan strategi pemasaran yang baik dan tepat dalam melakukan pengembangan kegiatan usaha yang dilakukan.

Pelaksanaan strategi pemasaran tersebut mempunyai peranan yang sangat besar sebagai penunjang terhadap peningkatan laba dan persaingan usaha. Perusahaan perlu mengenali kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dengan menggunakan analisis SWOT (Faiqoh, 2016). Sehingga, UMKM dalam persaingannya dapat membantu mengenali diri, serta memanfaatkan setiap peluang yang ada dan menghindari atau meminimalkan kekurangan, dimana peran strategi pemasaran merupakan upaya mencari posisi pemasaran yang menguntungkan dalam suatu industri. Dalam hal ini adalah upaya peningkatan penjualan produk diberbagai wilayah yang menjadi target (Nurjannah & Sari, 2018).

Pemasaran produk yang baik akan dapat meningkatkan penjualan dan merebut pangsa pasar (Herlambang dkk, 2011). Jika itu sudah terjadi, maka dapat dipastikan perusahaan akan mendapatkan laba yang maksimal. Pemasaran produk yang dilakukan tidak atau kurang tepat maka akan terjadi penurunan penjualan yang akan memberi dampak penurunan pendapatan yang diterima oleh perusahaan tersebut (Raznilawati, 2017). Oleh karena itu, dalam pelaksanaan promosi produk dibutuhkan adanya strategi yang tepat sasaran.

Begitu pula dengan, penentuan sasaran perusahaan dalam memasarkan produknya sangat penting untuk diketahui, sehingga dapat disusun target yang akan dicapai melalui berbagai strategi pemasaran yang diterapkan nantinya. Jika tujuan perusahaan sudah diketahui, maka dapatlah disusun strategi pemasaran yang akan dijalankan untuk mencapai tujuan tersebut. Strategi ini pun dapat bersifat jangka pendek, menengah maupun untuk jangka panjang sesuai dengan rencana yang telah disusun (Budiarto, 2020).

Strategi pemasaran sebagai sebuah proses sosial yang bertumpu pada pemenuhan kebutuhan individu dan kelompok dengan menciptakan pertukaran, sehingga memberikan kepuasan yang maksimal kepada konsumen dalam menikmati produk yang dihasilkanya (Wibowo & Arifin, 2015). Oleh sebab itu, UMKM tersebut harus mengenal betul siapa konsumen yang akan dilayani. Jika konsumen merasa puas, maka salah satu keuntungan akan datang dengan sendirinya. Produsen akan memetik keuntungan secara terus menerus, sebagai hasil dari membeli kepuasan kepada konsumennya. Berdasarkan penjelasan diatas maka tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis strategi pemasaran produk Rumah Herbal Bidara Kota Palopo.

## 2. Metodologi

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis SWOT yang digunakan untuk strategi pemasaran yang sebaiknya digunakan oleh perusahaan dalam upaya menghadapi berbagai saingan yang terjadi, maka sebaiknya mengacu pada kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman serta faktor-faktor kunci keberhasilan yang mempengaruhi efektifitas kinerja karyawan. Penelitian ini dilakukan pada Usaha Rumah Herbal Daun Bidara Jalan Puang H. Daud No. 4 Kota Palopo, maka dengan memperhatikan faktor internal dan eksternal dapat dijabarkan yaitu sebagai berikut.

a. Analisis Internal

1. Kekuatan (*Strength*) yang meliputi pembuatan produk menggunakan metode ruqyah/rukiah; Produk ini berdasarkan Sunnah Nabi; Murah meriah secara ekonomis; dan Produk yang ditawarkan bervariasi.
2. Kelemahan (*Weakness*) yang meliputi tempat kemasan produk plastik; daun teh diproses secara manual (*Blender*); sebagian dari produk belum mempunyai label BPOM, seperti Shampo dan minyak urut; dan sistem pembayaran masih manual.

b. Analisis Eksternal

1. Peluang (*Opportunity*) yang meliputi satu-satunya di Kota Palopo yang mendistributorkan produk tersebut; masyarakat belum mengetahui secara rinci produk Rumah Herbal Daun Bidara; distributor rumah herbal menabung untuk menikah dan kebutuhan masa depan.
2. Ancaman (*Threat*) yang meliputi hadirnya produk baru yang sejenis; produk substitusi seperti minyak kutus-kutus; produk yang ditawarkan pesaing lebih variatif sehingga memberikan pilihan bagi konsumen.

## 3. Hasil dan Pembahasan

### A. Hasil Penelitian

1. Pemberian bobot

Pemberian bobot pada faktor internal dan eksternal didasarkan pada pembagian dan pengisian angket yang telah dilakukan pada karyawan Rumah Herbal Daun Bidara. Rata-rata faktor internal dan eksternal yang diperoleh atas pendapatan karyawan sebagaimana ditunjukkan dalam tabel berikut.

a. Kekuatan

Tabel 1. Indikator bobot kekuatan

No.	Indikator	Jumlah	Bobot
1	Pembuatan produk menggunakan metode ruqyah/rukiah.	81	4,05
2	Produk ini berdasarkan Sunnah Nabi.	82	4,10
3	Murah meria secara ekonomis.	82	4,10
4	Produk yang ditawarkan bervariasai.	90	4,50
<b>Rata-rata Bobot</b>			16,75

Data tersebut diproleh dari hasil penjumlahan skor setiap indikator kekuatan pada seluruh responden kemudian dibagi dengan jumlah keseluruhan responden yang berjumlah 20 responden. Nilai bobot rata-rata 16,75 yang memiliki arti setiap responden memberikan nilai pada faktor kekuatan baik hingga sangat baik.

b. Kelemahan

Tabel 2. Indikator bobot kelemahan

No.	Indikator	Jumlah	Bobot
1	Tempat kemasan produk plastik.	76	3,80
2	Daun teh diproses secara manual ( <i>Belender</i> ).	80	4,00
3	Sebagian dari produk belum mempunyai label BPOM, seperti Shampo dan minyak urut.	70	3,50
4	Sistem pembayaran masih manual.	80	4,00
<b>Rata-rata Bobot</b>			15,30

Data tersebut diproleh dari hasil penjumlahan skor setiap indikator kekuatan pada seluruh responden kemudian dibagi dengan jumlah keseluruhan responden yang berjumlah 20 responden. Nilai bobot rata-rata 15,30 yang memiliki arti setiap responden memberikan nilai pada faktor kelemahan cukup hingga tinggi.

c. Peluang

Tabel 3. Indikator bobot peluang

No.	Indikator	Jumlah	Bobot
1	Satu-satunya di Kota Palopo yang mendistributorkan produk tersebut.	87	4,35
2	Masyarakat belum mengetahui secara rinci produk Rumah Herbal Daun Bidara.	76	3,80
3	Distributor Rumah Herbal menabung untuk menikah.	76	3,80
<b>Rata-rata Bobot</b>			11,95

Data tersebut diproleh dari hasil penjumlahan skor setiap indikator kekuatan pada seluruh responden kemudian dibagi dengan jumlah keseluruhan responden yang berjumlah 20 responden. Nilai bobot rata-rata 11,95 yang memiliki arti setiap responden memberikan nilai pada faktor peluang baik hingga sangat baik.

d. Ancaman

Tabel 4. Indukator bobot ancaman

No.	Indikator	Jumlah	Bobot
1	Hadirnya produk baru yang sejenis.	75	3,75
2	Produk substitusi seperti minyak kutus-kutus.	74	3,70
3	Produk yang ditawarkan pesaing lebih variatif.	86	4,30
<b>Rata-rata Bobot</b>			11,75

Data tersebut dipperoleh dari hasil penjumlahan skor setiap indikator ancaman pada seluruh responden kemudian dibagi dengan jumlah keseluruhan responden yang berjumlah 20 responden. Nilai bobot rata-rata 11,75 yang memiliki arti setiap responden memberikan nilai pada faktor ancaman hingga tinggi.

Jumlah total yang dimasukkan dalam tabulasi tidak boleh melibih (1), sehingga untuk menghasilkan nilai yang sesuai dengan teori maka nilai bobot tersebut dilakukan perhitungan sebagai berikut :

Nilai bobot dari masing-masing indikator pada faktor kekuatan dan faktor kelemahan dibagi jumlah keseluruhan bobot faktor kekuatan dan faktor kelemahan (faktor internal) yang berjumlah 3,00. Sedangkan nilai bobot dari masing-masing indikator pada faktor peluang dan faktor ancaman dibagi jumlah keseluruhan bobot faktor peluang dan faktor ancaman (faktor eksternal) yang berjumlah 2,46.

2. Pembagian rating

Nilai rating diberikan dengan meminta bantuan pemilik Rumah Herbal Daun Bidara sebagai patokan. Pemilik usaha dianggap sebagai sumber yang paling mengerti kundisi usaha baik internal maupun eksternal. Hasil pemberian rating sebagai berikut:

Tabel 5. Rating patokan dalam perhitungan.

No	Indikator	Rating
<b>KEKUATAN</b>		
1	Secara pembuatan produk menggunakan metode Ruqyah/Rukiah.	4
2	Produk ini berdasarkan Sunnah Nabi.	4
3	Murah meria secara ekonomis.	3
4	Produk yang ditawarkan bervariasai.	2
<b>KELEMAHAN</b>		
1	Tempat kemasan produk plastik.	4
2	Daun teh diproses secara manual (Belender).	3
3	Sebagian dari produk belum mempunyai label Bpom, contohnya Sampo dan Minyak Urut.	2
4	Sistem pembayaran masih manual.	2
<b>PELUANG</b>		
1	Secara sektor di Lwu Raya ini Rumah Herbal merupakan satu-satunya di kota Palopo yang mendistributorkan produk tersebut.	4
2	Masih banyak warga yang belum mengetahui produk Rumah Herbal Daun Bidara.	4
3	Distributor Rumah Herbal menabung untuk menikah.	3

<b>ANCAMAN</b>			
<b>1</b>	Hadirnya produk baru dengan jenis produk yang berbeda Rumah Herbal Daun Bidara contohnya Madu.		4
<b>2</b>	Adanya produk lain selain Daun Bidara contohnya minyak kutus-kutus.		3
<b>3</b>	Produk yang ditawarkan pesaing lebih variatif.		2

## B. Pembahasan

Identifikasi pada faktor internal dan eksternal pada Produk Rumah Herbal Daun Bidara setelah dianalisa, kemudian diberikan bobot dan *rating*. Sesuai tabel berikut merupakan hasil analisa yang telah dilakukan pada Produk Rumah Herbal Daun Bidara yang dapat digunakan dalam pelaksanaan strategi pemasaran.

Tabel 6. Faktor strategi Internal Produk Rumah Herbal Daun Bidara.

<b>Faktor-faktor Strategi Internal</b>	<b>Bobot Item (X)</b>	<b>Rating (Y)</b>	<b>XY</b>
<b>KEKUATAN</b>			
Secara pembuatan produk menggunakan metode Ruqyah/Rukiah.	0.126	4	0.505
Produk ini berdasarkan Sunnah Nabi.	0.128	4	0.512
Murah meria secara ekonomis.	0.128	3	0.384
Produk yang ditawarkan bervariasai.	0.140	2	0.281
<b>KELEMAHAN</b>			
Tempat kemasan produk plastik.	0.119	4	0.474
Daun teh diproses secara manual (Belender).	0.125	3	0.374
Sebagian dari produk belum mempunyai lebel Bpom, contohnya Sampo dan Minyak Urut.	0.109	2	0.218
Sistem pembayaran masih manual.	0.125	2	0.250
<b>Total</b>			3,00

Total bobot item x *rating* pada tabel 10 yang bernilai 3,00 diperoleh dari penjualan bobot item x *rating* faktor kekuatan dan kelemahan, yang digunakan sebagai acuan titik kondisi internal Produk Rumah Herbal Daun Bidara. Hasil ini digunakan untuk melihat posisi perubahan saat ini.

Tabel 7. Faktor strategi Eksternal Produk Rumah Herbal Daun Bidara Palopo.

<b>Faktor-faktor Strategi Eksternal</b>	<b>Bobot Item (X)</b>	<b>Rating (Y)</b>	<b>XY</b>
<b>PELUANG</b>			
Secara sektor di Lwu Raya ini Rumah Herbal merupakan satu-satunya di kota palopo yang mendistributorkan produk tersebut.	0.136	4	0.543
Masih banyak warga yang belum mengetahui produk Rumah Herbal Daun Bidara.	0.119	4	0.474

Distributor Rumah Herbal menabung untuk menikah.	0.119	3	0.356
<b>ANCAMAN</b>			
Hadirnya produk baru dengan jenis produk yang berbeda Rumah Herbal Daun Bidara contohnya Madu.	0.117	4	0.468
Adanya produk lain selain Daun Bidara contohnya minyak kutus-kutus.	0.115	3	0.346
Produk yang ditawarkan pesaing lebih variatif.	0.134	2	0.268
<b>Total</b>			2,46

Total bobot item x *rating* pada tabel 11 yang bernilai 2,46 diperoleh dari penjualan bobot item x *rating* faktor peluang dan ancaman, yang digunakan sebagai acuan titik kondisi eksternal pada Produk Rumah Herbal Daun Bidara Palopo. Hasil ini digunakan untuk melihat posisi perubahan saat ini.

Penelitian terhadap faktor eksternal dan internal yang dimiliki Rumah Herbal Daun Bidara dapat diproleh total skor yang merupakan jumlah hasil perkalian bobot dengan *rating*. Rumah Herbal Daun Bidara memproleh total skor 3,00 untuk faktor strategi internal, sedangkan pada faktor strategi eksternal menghasilkan total skor 2,46. Tahap selanjutnya berdasarkan total skor yang diproleh Produk Daun Bidara dalam tabel faktor strategi internal dan eksternal tersebut dapat dilihat posisi perusahaan untuk menerapkan strategi yang sesuai kondisi Produk Daun Bidara saat ini dengan memasukkan total skor kedalam matrik internal eksternal sebagai berikut.

Tabel 8. Matrik IE & Total nilai INFAS yang diberi bobot

	KUAT 4,0 – 3,0	RATA-RATA 2,99 – 2,0	LEMAH 1,99 -1,0
TINGGI 4,0 – 3,0	SEL I	SEL II	SEL III
SEDANG 2,99 – 2,0	(3,00 ; 2,46) SEL IV	SEL V	SEL VI
RENDAH 1,99 – 1,0	SEL VII	SEL VIII	SEL IX
	1,0		

Matrik IE digunakan untuk merumuskan strategi yang telah digunakan yaitu untuk internal dan eksternal. Matrik ini didasarkan pada dua dimensi kunci yaitu IFAS pada sumbu X dan IFAS pada sumbu Y. Produk Rumah Herbal Daun Bidara memiliki nilai total 3,00 pada faktor internal dan nilai total 2,46 pada faktor eksternal Produk Rumah Herbal Daun Bidara berada pada posisi sel IV, yang dapat menggunakan strategi penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk.

## **4. Kesimpulan**

Berdasarkan analisis yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa dengan menggunakan matriks IE, Rumah Herbal Daun Bidara berada pada posisi tumbuh dan bina. Strategi yang cocok diterapkan adalah strategi penetrasi pasar, strategi pengembangan pasar dan strategi pengembangan produk. Strategi pemasaran yang diterapkan Rumah Herbal Bidara untuk mengatasi persaingan akan kemungkinan munculnya produk baru yang sejenis adalah dengan mengutamakan kualitas disertai dengan pengembangan produk.

## **5. Daftar Pustaka**

- Bintoro, A., Ibrahim, A. M., Situmeang, B., Kimia, J. K. S. T. A., & Cilegon, B. (2017). Analisis dan identifikasi senyawa saponin dari daun bidara (*Zhizipus mauritania L.*). *Jurnal Itekima*, 2(1), 84-94.
- Budiarto, S. (2020). Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Pendekatan Mark Plus & Co di Kandatel Jakarta. *Jurnal Industri Elektro dan Penerbangan*, 3(1).
- Didiharyono, D. (2016). *Penerapan Metode Statistical Processing Control Untuk Menganalisis Pengendalian Kualitas Produk pada PT. Asera Tirta Posidonia* (No. v4fx6). Center for Open Science.
- Faiqoh, R. (2016). Analisis Strategi Pemasaran KPRS di Bank Muamalat Cabang Kudus. *IQTISHADIA*, 6(2), 279-291.
- Ferdinand, A. (2002). Kualitas Strategi Pemasaran: Sebuah studi Pendahuluan. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 1(1), 107-119.
- Herlambang, E. S., Hubeis, M., & Palupi, N. S. (2011). Kajian perilaku konsumen terhadap strategi pemasaran teh herbal di Kota Bogor. *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 6(2), 85-93.
- Irwan, I., & Haryono, D. (2015). Pengendalian Kualitas Statistik (Pendekatan Teoritis dan Aplikatif). *Bandung: Alfabeta*.
- Nurjannah, N., & Sari, R. I. (2018). Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Bahan Bangunan Pada Toko Sri Rejeki Di Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu. *JEMMA | Journal of Economic, Management and Accounting*, 1(1), 102-111.
- Raznilawati, R. (2017). Analasis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Cafe Enzyme Palopo. *Humano: Jurnal Penelitian*, 8(1), 14-25.
- Siregar, M. (2020). Berbagai Manfaat Daun Bidara (*Ziziphus mauritiana Lamk*) Bagi Kesehatan di Indonesia: Meta Analisis. *JURNAL PANDU HUSADA*, 1(2), 75-81.
- Wibowo, D. H., & Arifin, Z. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29(1), 59-66.



## **Analisis *Employee Engagement* Melalui Dimensi *Vigor*, *Dedication* dan *Absorption* pada PT. Sumber Graha Sejahtera Di Kabupaten Luwu**

**Erwina<sup>1,a,\*</sup>, Amri<sup>2,b</sup>,**

<sup>1</sup>. Program Studi Manajemen, Universitas Andi Djemma Palopo

<sup>2</sup>. Program Studi Ekonomi Pembangunan, Universitas Andi Djemma Palopo

a, b. Email: [wina.sumardin@gmail.com](mailto:wina.sumardin@gmail.com), [Amri.unanda@gmail.com](mailto:Amri.unanda@gmail.com),

\*Correspondent Email: [wina.sumardin@gmail.com](mailto:wina.sumardin@gmail.com)

### **Article History:**

Received: 25-8-2020; Received in Revised: 28-8-2020; Accepted: 5-9-2020

DOI: <http://dx.doi.org/10.35914/jemma.v3i2.441>

### **Abstrak**

*Employee engagement merupakan antusiasme karyawan dalam bekerja. Antusiasme ini terbentuk karena karyawan merasa engaged sehingga berpotensi untuk menampilkan perilaku yang engaged. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis employee engagement pada PT. Sumber Graha Sejahtera di Kabupaten Luwu. Objek penelitian ini adalah karyawan pada PT Sumber Graha yang berlokasi di Kabupaten Luwu, Sulawesi Selatan dengan jumlah 95 Karyawan. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, penyebaran kuesioner dan observasi. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif. Hasil penelitian menemukan bahwa penerapan employee engagement pada PT. Sumber Graha Sejahtera sudah sangat baik. Rasa engaged atau rasa keterikatan karyawan pada perusahaan tersebut sangat tinggi. Dimensi vigor merupakan indikator dengan nilai tertinggi dan masuk dalam kategori sangat baik artinya keinginan karyawan untuk berusaha dengan sungguh-sungguh dalam melaksanakan pekerjaannya sangat tinggi. Indikator dengan persepsi terendah yaitu absorption namun penerapannya masih dalam kategori baik.*

**Kata Kunci:** absorption, dedication, employee management, vigor.

### **Abstract**

*Employee engagement is the enthusiasm of employees at work. This enthusiasm is formed because the employee feels engaged so that he has the potential to display engaged behavior. This study aims to analyze employee engagement at PT. Sumber Graha Sejahtera in Luwu Regency. The object of this research is employees at PT Sumber Graha, located in Luwu Regency, South Sulawesi with a total of 95 employees. Data collection was carried out through interviews, questionnaires and observation. The data analysis method used is descriptive analysis. The results of the study found that the implementation of employee engagement at PT. Sumber Graha Sejahtera is very good. The sense of engaged to the company is very high. The vigor dimension is an indicator with the highest value and is included in the very good category, meaning that the employee's desire to make serious efforts in carrying out their work is very high. The indicator with the lowest perception is absorption but its application is still in a good category.*

**Keywords:** absorption, dedication, employee management, vigor.

## 1. Pendahuluan

Sumber Daya Manusia yang berkualitas merupakan asset bagi setiap organisasi atau perusahaan. Kualitas sumber daya manusia dapat dilihat dari seberapa besar kontribusinya yang diberikan dalam keberlangsungan suatu perusahaan. Kontribusi tersebut akan maksimal jika setiap SDM memiliki engagement yang tinggi pada perusahaan tersebut. Seorang karyawan yang memiliki tingkat engagement yang tinggi pada organisasi memiliki pemahaman dan kepedulian terhadap lingkungan operasional organisasi, antusias dalam bekerja, mampu bekerja sama dengan karyawan lain, berbicara positif mengenai organisasi dan berbuat melebihi harapan organisasi. Kahn dalam Aulia (2013), menyebutkan *employee engagement* adalah hubungan dan keterlibatan yang terjadi erat secara fisik, kognitif dan emosional antara seseorang dengan perannya dalam sebuah pekerjaan. Shuck, et al (2011), mengemukakan bahwa keterlibatan pegawai merupakan proses kognitif individu secara emosional dan perilaku yang diarahkan menuju hasil yang diinginkan oleh organisasi. Robbins dan Judge (2015) menyatakan bahwa keterikatan karyawan (*employee engagement*) merupakan keterlibatan, kepuasan, dan antusiasme individual dengan kerja yang mereka lakukan. Melalui employee engagement ini maka diharapkan mampu meningkatkan kinerja karyawan pada sebuah organisasi. Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Frino et al (2019) menyatakan bahwa peran teori psikologis berkaitan dengan *employee engagement*; namun, masing-masing dari tiga teori yang diterima dipertimbangkan secara bawaan — yaitu faktor-faktor seperti stabilitas politik atau ekonomi, yang dapat mempengaruhi keterlibatan. Misalnya, beberapa variabilitas tingkat keterlibatan mungkin disebabkan oleh perbedaan budaya di mana berbagi emosi mungkin berbeda (misalnya, penerimaan terlalu antusias atau negatif). Upaya untuk mendorong keterlibatan karyawan umumnya memiliki hubungan yang diharapkan dengan kinerja, tetapi hubungannya berbeda-beda sesuai dengan komponen yang membentuk indeks dan tingkat organisasi di mana upaya ini dikeluarkan (Hameduddin & Fernandez, 2019). Peneltian yang dilakukan oleh Wicaksono (2018), Sembiring dan Ramadhan (2014) Rantelimbung (2016), Ayub dan Islam (2018), Kumar dan kumar (2019) menemukan bahwa *employee engagement* berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Artinya jika tingkat *employee engagement* tinggi, maka kinerja karyawan juga akan semakin meningkat, begitu pula sebaliknya, jika *employee engagement* rendah maka kinerja yang dihasilkan juga menurun. Sembiring dan Ramadhan (2014) menemukan hasil bahwa *employee engagement* berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan dengan total pengaruh sebesar 76.6% dan sisanya dipengaruhi oleh variable lain. Hal ini disebabkan karena *employee engagement* telah menjadi salah satu *issue* dalam kajian manajemen sumber daya manusia, dimana memberikan banyak sekali manfaat bagi perusahaan atau organisasi. Tidak hanya membuat karyawan memiliki loyalitas yang tinggi, *employee engagement* juga membuat karyawan memberikan kontribusi lebih bagi perusahaan melalui peningkatan kinerja.

PT. Sumber Graha Sejahtera merupakan perusahaan industri yang bergerak dibidang kayu lapis atau tripleks, dimana perusahaan ini berada di Jalan Andi Maradang Desa Barowa Kecamatan Bua Kabupaten Luwu. Jumlah tenaga kerja tetap yang dimiliki yaitu sebanyak 1748 dan mengharuskan sebuah perusahaan untuk berpikir mengenai bagaimana memanfaatkan dan mengoptimalkan kinerja karyawan. Karyawan merupakan salah satu aset

penting yang dibutuhkan oleh organisasi untuk melakukan proses produksi sehingga perusahaan dapat menghasilkan karyawan yang memiliki engagement tinggi, semangat dan perasaan positif sehingga tidak menjadikan pekerjaannya sebagai beban. Keterlibatan karyawan telah menjadi prioritas tinggi bagi setiap organisasi, seperti agar perusahaan berhasil dalam lingkungan bisnis yang keras, dibutuhkan karyawan yang sangat kompeten dan sangat terlibat yang dapat memenuhi harapan tinggi pemberi kerja terhadap mereka. *Employee engagement* yang tinggi mampu menghindari turn over dan mengurangi tingkat keluar masuk karyawan dari perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut maka tujuan dari penelitian ini yaitu menganalisis *employee engagement* PT. Sumber Graha Sejahtera di Kabupaten Luwu.

## 2. Metodologi

Penelitian ini dilaksanakan pada PT. Sumber Graha Sejahtera di Kabupaten Luwu. Variabel pada penelitian ini yaitu *employee engagement* yang terdiri dari 3 indikator yaitu *vigor*, *dedication* dan *absorption*. Jenis data yang digunakan yaitu data kuantitatif sedangkan sumber datanya yaitu data primer dan juga data sekunder. Data primer melalui kuesioner yang terdiri dari 9 item pernyataan, dimana setiap indikator terdiri dari 3 pernyataan. Selain kuesioner, pengumpulan data juga dilakukan dengan cara wawancara. Jumlah sampel pada penelitian ini yaitu sebanyak 95 orang karyawan pada PT. Sumber Graha Sejahtera di Kabupaten Luwu dengan menggunakan teknik pengambilan sampel dengan incidental/aksidental sampling yaitu pengambilan sampel secara kebetulan. Pada penelitian ini, untuk mendapatkan hasil penelitian digunakan analisis deskriptif yaitu analisis yang menggambarkan atau mendeskripsikan suatu keadaan. Analisis deskriptif dilakukan untuk melihat gambaran sebaran jawaban responden akan *employee engagement* pada PT. Sumber Graha Sejahtera di Kabupaten Luwu. Berikut adalah rumus analisis deskriptif dalam penelitian ini yaitu :

$$\text{Rentang skala} = \frac{\text{Skor maksimal} - \text{Skor minimal}}{\text{jumlah skala}} = \frac{5-1}{5} = 0,8 \text{ sehingga range pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:}$$

1,00-1,80	= Sangat tidak baik
1,81-2,60	= Tidak baik
2,61-3,40	= Cukup baik
3,41-4,20	= baik
4,21-5,00	= Sangat baik

## 3. Hasil dan Pembahasan

### A. Hasil Penelitian

Analisis *employee engagement* pada PT. Sumber Graha Sejahtera terdiri dari tiga dimensi yang kemudian dijadikan sebagai indikator. Ketiga indikator tersebut yaitu *vigor*, *dedication* dan *absorption*. Setiap indikator terdiri dari 3 pernyataan. Hasil penelitian tentang persepsi karyawan untuk masing-masing indikator *vigor*, *dedication* dan *absorption* dapat dilihat pada tabel 1,2,3 berikut.

Tabel 1. Analisis Persepsi karyawan pada PT.Sumber Graha Sejahtera untuk indikator *vigor*

No	Uraian	Mean	Keterangan
1	<i>Vigor_1</i>	4.33	Sangat baik
2	<i>Vigor_2</i>	4.55	Sangat baik
3	<i>Vigor_3</i>	4.52	Sangat baik

Sumber: Data diolah (2020)

Berdasarkan tabel 1 diatas dapat dilihat bahwa dari 3 sub indikator/pernyataan tentang *vigor*, sub indikator kedua merupakan sub indikator dengan nilai persepsi tertinggi dimana karyawan bersungguh-sungguh dalam bekerja. Sedangkan sub indikator terendah yaitu sub indikator pertama dengan pernyataan bahwa karyawan menggunakan energy secara maksimal dalam bekerja. Namun ketiga sub indikator memiliki nilai persepsi yang sangat baik.

Tabel 2. Analisis Persepsi karyawan pada PT.Sumber Graha Sejahtera untuk indikator *Dedication*

No	Uraian	Mean	Keterangan
1	<i>Dedication_1</i>	4.19	Baik
2	<i>Dedication_2</i>	4.33	Sangat baik
3	<i>Dedication_3</i>	4.37	Sangat baik

Sumber: Data diolah (2020)

*Dedication* atau dedikasi merupakan indikator kedua dari *employee engagement*. Sub indikator dengan persepsi karyawan tertinggi yaitu pada sub indikator ketiga dengan kategori sangat baik, dimana karyawan pada PT.Sumber Graha Sejahtera bangga terhadap pekerjaan yang dilakukan. Persepsi terendah dari karyawan yakni sub indikator yang pertama, yakni dengan pernyataan karyawan diberikan kesempatan berinisiatif dalam menyelesaikan pekerjaannya sendiri namun tetap sesuai dengan aturan yang berlaku.

Tabel 3. Analisis Persepsi karyawan pada PT.Sumber Graha Sejahtera untuk indikator *Absorption*

No	Uraian	Mean	Keterangan
1	<i>Absorption_1</i>	4.33	Sangat baik
2	<i>Absorption_2</i>	3.54	Baik
3	<i>Absorption_3</i>	4.38	Sangat baik

Sumber: Data diolah (2020)

Berdasarkan tabel 3 tentang persepsi karyawan terhadap *absorption*, dapat dilihat bahwa sub indikator *absorption* yang ketiga memiliki nilai persepsi tertinggi, yakni karyawan sangat berkonsentrasi dalam bekerja. Sedangkan sub indikator terendah yaitu yang kedua yakni pernyataan karyawan mendalamai pekerjaan sehingga lupa waktu dalam bekerja. Berdasarkan tabel 1,2, dan 3 diperoleh hasil persepsi untuk setiap indikator yang disajikan pada tabel 4 berikut.

Tabel 4. Analisis Persepsi karyawan pada PT.Sumber Graha Sejahtera untuk variable *employee engagement*

No	Indikator	Mean	Keterangan
1	<i>Vigor</i>	4.46	Sangat baik
2	<i>Dedication</i>	4.29	Sangat baik
3	<i>Absorption</i>	4.07	Baik
	<b>Rata-Rata variable <i>employee engagement</i></b>	<b>4.27</b>	<b>Sangat baik</b>

Sumber: Data diolah (2020)

Berdasarkan tabel 4 dapat dilihat bahwa persepsi responden akan penerapan *employee engagement* pada PT.Sumber Graha Sejahtera cabang luwu sangat baik. *Vigor* atau semangat kerja merupakan indikator dengan nilai tertinggi dengan kategori sangat baik. Sedangkan indikator terendah yaitu *absorption* namun masih dalam kategori baik.

## B. Pembahasan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa penerapan *employee engagement* pada pada PT. Sumber Graha Sejahtera di Kabupaten Luwu sangat baik. Karyawan memiliki tingkat enganged yang sangat tinggi terhadap pekerjaan dan juga perusahaannya. *Employee engagement* atau keterikatan karyawan adalah suatu kondisi, sikap atau perilaku positif seorang karyawan terhadap pekerjaannya dan organisasinya untuk tercapainya tujuan dan keberhasilan organisasi. Gallup Organisation melakukan penelitian yang mendukung pandangan bahwa keterlibatan karyawan merupakan faktor penting dalam keberhasilan organisasi. Pandangan mereka adalah bahwa pekerja yang terlibat adalah sumber kehidupan organisasi mereka dan untuk memenangkan pelanggan, perusahaan harus memenangkan hati dan pikiran karyawan mereka (Peters, 2019). Hal ini selaras dengan tujuan dari PT. Sumber Graha Sejahtera dimana memiliki misi agar mampu menciptakan karyawan yang komunikatif dan memiliki loyalitas yang tinggi, serta kreatif, inovatif dan juga produktif. PT. Sumber Graha Sejahtera sebagai perusahaan besar yang menghasilkan kayu lapis memiliki visi menjadi perusahaan Plywood terbesar didunia khususnya di Asia harus mampu merangkul setiap karyawannya agar mampu berhasil menjadi perusahaan yang besar. *Employee engagement* telah menjadi prioritas tinggi bagi semua organisasi, seperti agar perusahaan berhasil dalam lingkungan bisnis yang keras, dibutuhkan karyawan yang sangat kompeten dan sangat terlibat yang dapat memenuhi harapan tinggi pemberi kerja terhadap mereka.

Oleh karena itu, *employee engagement* telah menjadi prioritas tinggi bagi semua organisasi, karena agar perusahaan berhasil dalam lingkungan bisnis yang sulit, perusahaan membutuhkan karyawan yang sangat kompeten dan sangat terlibat yang dapat memenuhi harapan perusahaan yang tinggi dari mereka. Kumar dan kumar (2019) memperoleh hasil penelitian bahwa Hubungan antara *employee engagement* dan kinerja pada frontline manager organisasi public sangat signifikan. *Employee engagement* merupakan hal penting dalam pengelolaan karyawan pada satu institusi, sehingga karyawan dapat merasa *engaged* dengan pekerjaan yang dilakukan hal ini dapat berdampak pada kinerja karyawan institusi tersebut. Karyawan yang engaged akan selalu memberikan kinerja terbaiknya dan melakukan hal-hal yang berhubungan dengan pekerjaan secara

maksimal demi mencapai tujuan institusi. Ayub dan Islam (2018) juga menyatakan hasil yang sama, yakni *employee engagement* memang memiliki dampak positif terhadap kinerja karyawan. jika semakin baik tingkat rasa memiliki karyawan terhadap organisasinya maka akan mampu menghasilkan kinerja yang semakin baik dan sebaliknya.

Menurut Schaufeli *et.al* dalam Salam (2018) *Employee Engagement* terdiri dari tiga dimensi, yaitu: 1) *Vigor* (Semangat). 2) *Dedication* (Dedikasi) dan 3) *Absorption* (Keasyikan). Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dari tiga dimensi atau indikator tersebut, persepsi tertinggi karyawan tentang *employee engagement* ada pada dimensi *vigor* sedangkan dimensi terendah yaitu *absorption*.

*Vigor* merupakan kekuatan atau semangat kerja dari karyawan dalam menyelesaikan pekerjaannya dalam suatu organisasi. Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 1 dapat dilihat bahwa persepsi karyawan terhadap tiga sub indicator *vigor* sangat baik. Karyawan pada PT. Sumber Graha Sejahtera memiliki energy dan semangat yang sangat tinggi dalam menyelesaikan pekerjaan yang dilakukan. Karyawan bekerja sesuai dengan tugas pokok dan fungsinya. Selain itu, karyawan juga sangat bersungguh-sungguh dalam bekerja karena semakin tinggi tingkat kesungguhan karyawan dalam mengerjakan pekerjaan maka semakin mempengaruhi kinerja karyawan. Karyawan yang bekerja dengan sungguh-sungguh dapat menghasilkan produk yang sesuai target dan juga produk yang berkualitas yakni berupa kayu lapis. Karyawan PT. Sumber Graha Sejahtera memberikan kemampuan yang dimiliki secara optimal dalam bekerja. Tingkat kesungguhan dan optimalnya karyawan dalam bekerja didukung oleh komitmen perusahaan yang bersifat kekeluargaan. Hal ini sejalan dengan pendapat yang dikemukakan oleh Peters (2019), yakni tingkat engaged karyawan memengaruhi kesediaan seseorang untuk bekerja lebih keras di tempat kerja. Semakin tinggi tingkat engaged seseorang dengan pekerjaan dan organisasinya maka akan semakin semakin banyak energy yang dikeluarkan demi tercapainya tujuan organisasi.

*Dedication* sebagai dimensi dari *employee engagement* ditandai dengan suatu perasaan yang penuh makna, antusias, inspirasi, kebanggaan, dan menantang dalam pekerjaan. Orang-orang yang memiliki skor *dedication* yang tinggi secara kuat mengidentifikasi pekerjaan mereka karena menjadikannya sebagai pengalaman yang berharga, menginspirasi dan juga menantang (Schaufeli *et.al* dalam Salam ,2018). Dimensi atau indikator dedikasi merupakan dimensi kedua tertinggi berdasarkan persepsi karyawan pada PT. Sumber Graha Sejahtera cabang luwu. Karyawan sangat antusias dalam bekerja untuk menghasilkan produk akhir kayu lapis atau tripleks. Karyawan juga merasa sangat bangga terhadap pekerjaan yang mereka lakukan. Hanya saja untuk kesempatan karyawan mengeluarkan inisiatif dalam menyelesaikan sendiri pekerjaannya sesuai dengan aturan yang berlaku masih harus ditingkatkan walaupun pada dasarnya sudah masuk pada kategori baik. Inisiatif dalam menyelesaikan pekerjaan pada dasarnya untuk bagian pabrik, kesempatannya kecil karena PT. Sumber Graha Sejahtera sendiri sudah memiliki aturan tersendiri pada bagian ini. inisiatif dalam menyelesaikan pekerjaan pada divisi lain seperti pemasaran, SDM dan lainnya yang perlu menjadi perhatian.

*Absorption* merupakan dimensi atau indikator dengan nilai terendah berdasarkan persepsi karyawan pada PT. Sumber Graha Sejahtera cabang luwu. Namun untuk penerapannya sendiri masih sangat baik. *Absorption* atau keasikan dicirikan dengan adanya konsentrasi penuh dari karyawan, sangat berminat terhadap pekerjaan dan merasa sulit untuk

melepaskan diri dari pekerjaan. Karyawan pada PT. Sumber Graha Sejahtera cabang luwu sangat senang terhadap pekerjaannya. Mereka bekerja dengan sangat sukarela tanpa adanya unsur paksaan. Karyawan yang senang akan pekerjaannya mampu menghasilkan produk akhir yang sesuai dengan keinginan pelanggan. Selain itu, tingkat konsentrasi karyawan dalam bekerja juga sangat baik. Hanya saja untuk karyawan tidak terlalu mendalam dalam pekerjaan hingga lupa waktu. Karyawan bekerja sesuai waktu operasional yang telah ditetapkan oleh perusahaan PT. Sumber Graha Sejahtera cabang Luwu.

#### **4. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa penerapan *employee engagement* pada PT.Sumber Graha Sejahtera di Kabupaten Luwu sudah sangat baik. Rasa engaged atau rasa keterikatan karyawan pada perusahaan tersebut sangat tinggi. Indikator *vigor* merupakan indicator dengan nilai tertinggi dan masuk dalam kategori sangat baik, artinya bahwa tingkat kekuatan dan resiliensi mental dalam bekerja sangat tinggi. Selain itu keinginan karyawan untuk berusaha dengan sungguh-sungguh dalam melaksanakan pekerjaannya juga sangat tinggi. Indikator dengan persepsi terendah yaitu *absorption* namun penerapannya masih dalam kategori baik. Karyawan bekerja sesuai dengan waktu kerja yang ditetapkan perusahaan sehingga keasikan dalam bekerja hingga lupa waktu jarang dilakukan oleh karyawan pada PT.Sumber Graha Sejahtera di Kabupaten Luwu. Selain itu, indikator *Dedication* juga sangat baik penerapannya.

#### **5. Ucapan Terimakasih**

Puji syukur kepada Allah SWT penulis sampaikan, karena atas berkat dan pertolongannya lah sehingga artikel ini dapat terselesaikan. Artikel ini merupakan bagian dari penelitian penulis yang berjudul Pengaruh *Employee engagement* Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Sumber Graha Sejahtera Cabang Luwu. Penelitian tersebut merupakan Penelitian Dosen Pemula (PDP) pengajuan tahun 2019 dan lolos didanai di tahun 2020 oleh Kemenristek Dikti. Oleh karenanya penulis sampaikan terimakasih kepada KEMENRISTEK DIKTI yang telah memberikan kesempatan dan mendorong penulis menghasilkan karya ilmiah. Bantuan dalam bentuk materiil ini sangat membantu penulis. Terimakasih pula penulis sampaikan kepada mahasiswa kami Ince Sri Ramadhani yang membantu penulis dalam mengumpulkan data dalam bentuk kuesioner. Semoga hasil karya ilmiah ini bermanfaat.

#### **6. Daftar Pustaka**

- Aulia. 2013. Hubungan Antara *Job Characteristic* dengan *Employee engagement* di Perusahaan Telekomunikasi [Skripsi]. *Sumatera Utara*[ID]: Universitas Sumatera Utara
- Ayub, N. B., & Islam, M. K. (2018). The Effects of *Employee engagement* on Employee Performance in the Hotel Industry in Kelantan. *Global Business and Management Research*, 10(3), 828.

- Frino, M., Djibo, I., & Desiderio, K. P. (2019). Organizational Alignment As A Predictor Of Employee Engagement. *Performance Improvement*, 58(4), 21–17. <https://doi.org/10.1002/pfi>
- Hameduddin, T., & Fernandez, S. (2019). Employee engagement as Administrative Reform: Testing the Efficacy of the OPM's *Employee engagement* Initiative. *Public Administration Review*, 79(3), 355–369. <https://doi.org/10.1111/puar.13033>
- Kumar, V., & Kumar, S. (2019). Role of *Employee engagement* in Work Performance among Frontline Managers of Public Sector Organizations. *Indian Journal of Human Relations*, 53(1), 87–92.
- Peters, J. (2019). *Employee Engagement Creating positive energy at work*. KR Publishing.
- Ramadhan N, Sembiring, 2014). Pengaruh *Employee engagement* Terhadap Kinerja Karyawan di Human Capital Center PT. Telekomunikasi Indonesia,Tbk. *Jurnal Manajemen Indonesia*. 14(1).
- Rantelimbong. 2016. Pengaruh Keterikatan Karyawan (*employee engagement*) Terhadap Kinerja Karyawan : Peran Jarak Kekuasaan (*Power Distance*) Sebagai Moderator (Studi Pada Karyawan Patra Jasa Conventional Hotel Semarang) [Skripsi]. *Semarang [ID]: Universitas Diponegoro*
- Robbins SP, dan Judge TA. (2015). *Perilaku Organisasi Edisis 16*, Penerbit, Salemba Empat Jakarta
- Shuck, M.Brad.Rocco.T.S., dan Albonrnoz, C.E.( 2011). Employee Enggagement from the Employee Perspective:Implications for HRD; *Journal of European Industrial Training*, Vol. 35 No. 4hal 300-325
- Salam. 2018. Pengaruh *Employee engagement* Terhadap Turnover Karyawan PT. Century Batteries Indonesia [Skripsi]. *Bogor [ID] : Institut Pertanian Bogor*
- Wicaksono D.2018. Pengaruh *Employee engagement* Terhadap Kinerja Karyawan Direktorat Sistem Informasi Dan Transformasi Digital Institut Pertanian Bogor [Skripsi]. *Bogor [ID] : Institut Pertanian Bogor*



## **Model *Governansi Manajemen Penanganan Korban Banjir:* Studi Pesse na Siri' Metodologi Di Luwu Utara**

**Andi Mattingaragau Tenrigau<sup>1,a,\*</sup>, Herawati Dahlan<sup>2,b</sup>**

<sup>1,2</sup> Program Studi Akuntansi, Universitas Fajar

a, b. Email: [andimatttingaragau@gmail.com](mailto:andimatttingaragau@gmail.com), [heradahlan390@gmail.com](mailto:heradahlan390@gmail.com)

\*Correspondent Email: [andimatttingaragau@gmail.com](mailto:andimatttingaragau@gmail.com)

### **Article History:**

Received: 30-8-2020; Received in Revised: 8-9-2020; Accepted: 12-9-2020

DOI: <http://dx.doi.org/10.35914/jemma.v3i2.452>

### **Abstrak**

*Penelitian ini bertujuan untuk menemukan model governansi manajemen penanganan korban banjir berbasis siri' na pesse di Kabupaten Luwu Utara. Penelitian dilakukan di Kota Masamba dan Desa Radda. Penelitian ini bersifat library research sehingga pengumpulan data lebih berfokus pada informasi media online, televisi, media sosial, dan juga interview dan observasi. Hasil penelitian ini menghasilkan formulasi model governansi manajemen penanganan korban banjir berbasis siri' na pesse. Model ini dibangun dari lima aspek, yaitu: a) toleransi bathin rasa pesse dan siri', b) menge-depankan nilai-nilai kemamesaan, c) pengelolaan bantuan kamase, d), kesejahteraan katuongan, dan e) harkat martabat sipakatuo yang adele'.*

**Kata Kunci:** *Governansi, manajemen, dan siri' na pesse*

### **Abstract**

*This study aims to identify the management model for handling flood victims based on siri 'na pesse in North Luwu Regency. The research was conducted in Masamba City and Radda Village. This research is library research, so data collection focuses more on information on online media, television, social media, and some of the interviews. The results of this study were the formulation of a management model for handling flood victims based on siri 'na pesse. This model was built from five aspects, namely: a) mental tolerance of a sense of pesse and siri 'b) prioritizing equality values, c) management of kamase assistance, d), the welfare of katuongan, and e) the dignity of the adele' sipakatuo '.*

**Keywords:** *Governance, management, and siri 'na pesse.*

## **1. Pendahuluan**

Bencana alam di sebagian besar wilayah Indonesia paling umum dialami adalah banjir dan kebakaran lahan. Sudah menjadi kelaziman sejak beberapa dekade belakangan ini di wilayah tropis seperti Indonesia bahwa jika musim kering, terjadi kebakaran lahan, baik hutan, padang rumput, gambut dan lainnya. Sementara di musim basah yang terjadi adalah banjir bandang dengan segala material yang dibawanya, juga tanah longsor, baik karena curah hujan yang tinggi, maupun longsor karena erosi. Tentu peristiwa ini membawa pengaruh terhadap manusia dan lingkungan di sekitar dimana manusia itu berdiam.

Dari segi kemanusiaan, kerentanan terhadap bencana tersebut boleh jadi disebabkan karena masih minimnya sistem manajemen bencana yang mumpuni, yang cepat dan tanggap, sekaligus memberi keselamatan terhadap manusia dan lingkungannya. Sementara kerugian yang ditimbulkan tergantung pada kemampuan manusia (pemerintah, swasta dan masyarakat) dalam menghadapai bencana. Kawasan Asia berada di urutan teratas dari daftar korban akibat bencana alam.

Laporan dari ESCAP/ *Asia Pasific Disaster Report* (2019) mengumumkan bahwa bencana alam di negara kawasan Asia Pasifik telah merenggut nyawa dua juta orang, 59 persen dari total jumlah korban diseluruh dunia selama periode 1970-2019. Ditambahkan bahwa di belahan dunia lainnya, rata-rata jumlah korban per tahun 28 ribu lebih, namun di Asia Pasifik lebih tinggi lagi yakni 42 ribu korban jiwa yang disebabkan oleh bencana alam seperti gempa bumi dan badai topan yang disertai banjir.

Banjir merupakan ancaman alam yang paling sering terjadi dan paling banyak merugikan, baik dari segi kemanusiaan maupun ekonomi (IDEP, 2007). Semestinya Pemerintah Daerah yang wilayahnya merupakan topografi yang memungkinkan terjadinya banjir, harus menyadari sepenuhnya eksistensi pentingnya pengelolaan manajemen bencana banjir.

Hal ini penting oleh karena banjir tidak bisa dilawan atau dihilangkan, namun bagaimana mencegah atau mengelola banjir saat datang. Manajemen bencana banjir seyogyanya bukan upaya untuk menghilangkannya, namun perlu antisipasi dalam mengendalikan atau mengatasinya. Peristiwa di Kabupaten Luwu Utara pada 2020, di mana dua sungai yang selama ini tidak pernah memiliki riwayat banjir bandang dan sampai merenggut korban jiwa yang banyak, yakni sungai di Desa Radda dan sekitarnya dan Sungai Masamba dan sekitarnya (Tribun Lutra dan Kompas.com, 2020).

Peristiwa ini menggugah rasa *pesse* (hati/jiwa) seluruh lapisan masyarakat dan pemerintah. Pasalnya, dampak kerugian yang diakibatkan bukan hanya dari segi nilai ekonominya saja melainkan faktor psikologi dan korban nyawa. Situasi yang dialami para korban di Luwu Utara telah menggugah rasa *pesse* dan *siri'* (empati dan harga diri) kita semua sebagai insan sosial. Kepedulian itu bukan hanya datang dari orang perorang, tetapi juga dari masyarakat luas dan terkhusus pemerintah.

Berbagia problematika yang muncul dari dampak banjir bandang Luwu Utara 2020 menunjukkan belum memadainya manajemen pengelolaan bencana (prabencana) sehingga berdampak pada ketidaksiapan masyarakat menghadapi banjir, tindakan antisipatif yang harus diambil, distribusi logistik yang tidak merata, tekanan psikologis (traumatis) yang mendalam, serta dampak sosial dan ekonomi lainnya. Hal inilah yang memungkinkan terjadinya korban yang besar. Penelitian yang dilakukan Dutta (2012) menunjukkan bahwa periode 1980-2010, lebih dari empat miliar orang terkena dampak peristiwa alam yang ekstrim. Dampak yang ditimbulkan berimbas pada penduduk, pemerintah, ekonomi, sarana prasarana, dan lingkungan hidup (Robert, 2013).

Situasi semacam ini membutuhkan sinergisitas *governansi* holistik. *Governansi* dalam konteks ini merupakan wujud implementasi manajemen pemerintah dalam mengelola bencana dengan melibatkan masyarakat, swasta, dan elemen terkait. *Governansi* yang saat ini menjadi simbol untuk mendefinisikan fenomena proses pengelolaan pemerintahan (Sanusi dan Putra) yang bersinergi secara utuh dengan masyarakat, dan pihak swasta.

Penanganan melalui pengelolaan bencana merupakan proses dinamis tentang bekerjanya fungsi-fungsi manajemen bencana seperti *planning*, *organizing*, *actuating*, dan *controlling* (Nurjanna, 2012, Tenrigau dkk, 2010, 2018). Cara kerjanya dapat berupa pencegahan, mitigasi, dan kesiapsiagaan tanggap darurat dan pemulihan. Dari sini, pemerintah seyogyanya mendorong pembangunan kapasitas manajemen penanganan korban banjir yang berbasis kearifan lokal yang mengedepankan nilai *siri' na pesse* agar peristiwa serupa dapat diatasi sejak dini. Peristiwa banjir bandang di Luwu Utara merupakan potret suram terhadap keseimbangan kehidupan sosial masyarakat.

Berdasarkan hal tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk menemukan model governansi manajemen penanganan banjir berbasis kearifan lokal di Luwu Utara.

## 2. Metodologi

Penelitian ini merupakan nonpositivistik dengan menggunakan pendekatan dan alat analisis *siri' na pesse* (*siri'napessemetodologi*). Pendekatan *siri'napessemetodologi* merupakan studi tentang ilmu atau metode atas kasus-kasus yang dihadapi masyarakat kelas sosial berkebutuhan dalam mengatasi problematika yang sedang dihadapi (Tenrigau, 2017d). Kelas sosial berkebutuhan merupakan masyarakat yang terkena dampak banjir bandang di Luwu Utara pada tahun medio 2020.

Pendekatan ini memokuskan pada hal-hal yang berhubungan dengan *pesse* dan *siri'*. Secara etimologi, *pesse* dalam bahasa Luwu Bugis adalah pedis. *Pesse* merupakan rasa simpati (Andaya, 2004), suasana masyarakat dalam hati (Hamid, 2005), perasaan haru atau empati (Pelras, 2006) atau toleransi kebatinan (Tenrigau, 2017d). Dalam konteks ini, maka secara terminologi *pesse* merupakan perasaan empati atau toleransi kebatinan terhadap korban banjir dialami masyarakat Luwu Utara.

Secara etimologi, *siri'* dari Bahasa Bugis Luwu adalah malu. *Siri'* merupakan harga diri (Mattulada, 2005) atau pendorong pembangunan (Lopa, 2005). Secara terminology *siri'* adalah upaya untuk mempertahankan harkat dan martabat baik sebagai individu maupun kelompok masyarakat yang lebih luas (Tenrigau, dkk 2003). Dalam konteks penelitian ini, secara terminologi, *pesse na siri'* didefinisikan sebagai ungkapan perasaan empati yang muncul sebagai reaksi kebatinan terhadap kondisi yang dialami korban banjir dan berupaya keluar dari persoalan yang dihadapi guna mengembalikan harkat dan martabatnya.

Dalam mengungkap jawaban atas permasalahan, maka *siri'napessemetodologi* juga dapat digunakan sebagai alat analisis. Menurut Tenrigau (2017d) bahwa tahapan analisis untuk menemukan model berbasis *siri' na pesse* dibangun atas lima aspek, yaitu: a) identifikasi suasana kebatinan rasa *pesse* dan *siri'* atas problematika yang dihadapi korban banjir, b) identifikasi nilai-nilai (*values*) dalam penanganan banjir, c) identifikasi sumber daya yang tersedia, d) identifikasi kesejahteraan (manfaat) yang dirasakan korban, dan e) identifikasi harkat dan martabat (Tenrigau, 20015, 2017d).

Penelitian ini merupakan jenis studi kepustakaan (*library research*) sehingga teknik pengumpulan data berfokus pada studi penelaahan terhadap berbagai laporan, buku, media cetak, media online, gambar, dan data-data berhubungan dengan masalah yang dipecahkan (Nazir,1988). Selain itu, data primer juga digunakan melalui observasi dan *interview* agar objektivitas dan validitas dapat dipertahankan.

### 3. Hasil dan Pembahasan

Luas wilayah Luwu Utara 7.502 km<sup>2</sup> dan secara geografis terletak pada koordinat antara 20°30'45" sampai 2°37'30" Lintang Selatan dan 119°41'15" sampai 12°43'11" Bujur Timur. Wilayahnya terdiri dari pantai, dataran rendah hingga pegunungan dengan ketinggian 0-3.016 Mdpl (BPS, 2020).



Sumber: <http://portal.luwuutarakab.go.id/blog/page/letak-geografis>

**Gambar 1. Peta Kabupaten Luwu Utara**

Luwu Utara adalah salah satu kabupaten di Provinsi Sulawesi Selatan yang dialiri beberapa sungai di antaranya Sungai Rongkong, Sungai Masamba, Sungai Baliase, Sungai Baebunta, Sungai Radda, dan beberapa sungai lainnya (BPS, 2020). Sungai Masamba, Sungai Baliase, dan Sungai Radda yang terdampak banjir belum pernah mengalami banjir bandang yang menelan korban banyak pada masyarakat di sepanjang aliran sungai tersebut selama lebih dari puluhan dekade. Kendati pada musim penghujan sering terjadi banjir, namun dampaknya tidak terlalu besar. Berbeda pada tahun 2020 yang berdampak luar biasa, baik pada rusaknya sarana prasarana, hilangnya harta benda dan korban jiwa serta kerusakan lingkungan yang sangat parah. Pascabanjir, pihak berwenang masih terus melakukan penyelidikan penyebab banjir.

Dalam kajian Kemakolean Baebunta, sejarah mencatat banjir besar banjar akbar pernah terjadi sebelum kerajaan ini terbentuk. Saat itu, Sungai Rongkong, Sungai Baebunta dan Radda, serta Sungai Baliase meluap bersamaan pada saat laut pasang (Tenrigau, 2007) sehingga memicu naiknya air kepermukaan dalam volume yang besar. Dampaknya hampir seluruh permukaan daratan Baebunta dan sekitarnya digenangi bae/wai (Bahasa Luwu Ana' Tellue *bae/wai/wae=air*) yang meluap (*mabbuntang*) sehingga kawasan itu disebut *Baemabbuntang* yang kemudian menjadi Baebunta (Tenrigau dkk, 2007).

Secara legalitas formal masalah yang terjadi di Luwu Utara termaktub pada regulasi Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2007 tentang Penanggulangan Bencana. Kebijakan ini merupakan hasil dari perkembangan pemikiran manajemen penanggulangan bencana yang lebih maju, terintegrasi, dan lintas sektoral. Bukan hanya sekedar bagaimana menanggapi situasi saat bencana terjadi, tetapi juga pencegahan dan pengurangan risiko bencana (PRB). Eksistensi undang-undang ini menekankan pada manajemen bencana yang dimulai sejak bencana alam belum terjadi sampai pemulihan (Pra hingga pasca). Pada dasarnya, risiko banjir dapat dikurangi melalui program pengembangan

perspektif PRB banjir dan penataan ruang berbasis pemetaan dan penilaian risiko bencana. Namun, berdasarkan monitoring, diketahui bahwa identifikasi masalah dalam konteks penanggulangan bencana banjir di Luwu Utara terdiri dari beberapa segi.

Salah satu aspek utama terkait banjir bandang di Luwu Utara adalah lingkungan hidup. Kondisi material sampah banjir berupa lumpur dan potongan-potongan kayu besar dalam jumlah banyak menunjukkan bahwa di daerah hulu telah terjadi persoalan serius pada kondisi hutan. Menurut Badan Penanggulangan Bencana Alam/BNPT salah satu penyebab banjir bandang di Luwu Utara di antaranya pengalihan fungsi lahan (Kompas.com, 2019). Penebangan hutan gunung legal maupun ilegal, resmi ataupun liar, sebenarnya sama-sama mengakibatkan stabilitas tanah gunung terganggu dan rawan longsor dan selalu menimbulkan korban dengan jumlah banyak (Widodo, 2019).



Sumber: Tribun Lutra.com

### Gambar 2. Tumpukan Kayu Dampak Banjir Bandang Luwu Utara, 2020

Banjir bandang Luwu Utara 2020 menyisakan berbagai persoalan yang mesti ditangani secara serius, terstandar, terstruktur, dan profesional. Beberapa masalah yang dapat diidentifikasi terutama terkait dengan sistem dan koordinasi distribusi logistik bantuan kemanusiaan baik yang berasal dari Pemerintah Kabupaten Luwu Utara, maupun dari pemerintah daerah lain serta masyarakat di luar Kabupaten Luwu Utara. Sebagian besar bantuan logistik bertumpuk pada beberapa titik, namun mekanisme pendistribusian menjadi masalah oleh karena situasi wilayah terdampak banjir yang sangat parah, karena akses transportasi apapun tidak bisa digunakan untuk mendistribusikan bantuan. Hal ini jelas nampak terlihat satu sampai delapan hari pascabanjir.

Persoalan selanjutnya terkait dengan sistem informasi/sistem pendataan korban belum optimal saat bencana banjir terjadi. Hal ini menyebabkan kesulitan untuk sekedar mengetahui seberapa banyak jumlah korban yang selamat dan atau meninggal, serta kebutuhan apa yang paling mendesak diinginkan masyarakat terdampak banjir. Dari pengamatan dan hasil wawancara dengan kelompok relawan ditemukan bahwa ada bantuan yang diberikan secara sukarela oleh masyarakat berasal dari luar wilayah bencana, tidak dibutuhkan oleh warga. Sebagai contoh pascabanjir terjadi, bantuan yang paling banyak datang adalah bahan makanan pokok seperti beras, minyak goreng, pakaian dewasa dan lainnya. Namun yang paling urgent dibutuhkan masyarakat saat itu di antaranya alat penerangan seperti senter atau lilin, selimut, susu, popok bayi, sarung, alat memasak, dan bahan bakar minyak/gas.

Selain itu, belum memadainya sistem peringatan dini terhadap banjir meskipun pada umumnya masyarakat Luwu Utara sudah paham bahwa banjir sering melanda Masamba dan

Radda terutama musim penghujan. Hal ini juga menimbulkan persepsi masyarakat jika penanganan bencana banjir merupakan tugas pemerintah semata. Masyarakat tidak memiliki pengetahuan yang memadai terkait banjir. Persoalan lain yang dapat dilihat adalah keterbatasan sumber daya manusia dan sumber daya material penanggulangan banjir terutama dari pemerintah.

Dari identifikasi berbagai masalah terkait banjir bandang Luwu Utara yang terjadi pada medio 2020 memberikan gambaran betapa kompleksitasnya problematika yang dihadapi seluruh elemen di Luwu Utara. Dalam menyikapi masalah banjir di Luwu Utara, maka berdasarkan pendekatan alat analisis siri' napesse metodologi dapat diformulasikan Model Kemammesaan Korvergensi Manajemen Penanganan Korban Banjir.

**Pertama**, identifikasi kondisi suasana kebatinan *siri'* dan *pesse* (*identify the condition of siri' and pesse*) terhadap korban atas problematika yang dihadapi. Banjir di Luwu Utara, khususnya di Masamba dan Radda telah berdampak pada masalah sosial ekonomi kemasyarakatan seperti hilangnya harta benda, tekanan psikologis berupa traumatis yang mendalam, dan korban jiwa. Hampir setiap rumah yang terdampak banjir mengalami kerugian yang besar. Banjir bandang yang terjadi pada 13 Juli 2020 telah menghanyutkan apa yang ada (Kompas TV, 30 Juli 2020, Republika.co.id) termasuk rumah dan harta benda yang berada dalam dan disekitarnya, meliputi perabot (kursi, ranjang, meja, peralatan dapur), alat transportasi (sepeda, motor, mobil) dan sebagainya. Selain harta benda, korban jiwa juga terbilang banyak bahkan puluhan dengan klaim hitungan yang berbeda-beda antara satu pihak dengan pihak lain.

Orang-orang yang selamat mengalami traumatis mendalam. Harta benda hanyut dan sanak keluarga terseret arus maupun tenggelam dalam lumpur banjir sehingga menambah berat penderitaan yang dihadapi. Kondisi semacam ini menempatkan si korban dalam situasi yang sangat sulit dan menderita.



Sumber: a) <https://makassar.tribunnews.com>, b) <https://tekape.co>, c) <https://www.liputan6.com>.

**Gambar 3. Artis Evi Masamba tetaskan air mata sebagai wujud rasa pesse (empati) dan kondisi korban banjir bandang (tengah dan kanan)**

Potret korban banjir ini telah menggugah rasa *pesse* (empati) siapa pun yang melihatnya. Mereka adalah manusia yang secara zahir sama dengan kita semua. Keterpurukan yang mereka alami merupakan bagian dari derita yang kita hadapi bersama. Rasa *pesse* ini mendorong munculnya rasa *siri'* (malu) dalam diri sanubari sehingga setiap elemen di Luwu Utara bahkan di luar daerah turut merasakan *pesse* dan *siri'*.

Rasa *pesse* dan *siri'* inilah yang kemudian mendorong berbagai kalangan berpartisipasi dalam menangani korban banjir dalam berbagai bentuk. Di antara mereka ada yang memberikan bantuan uang, peralatan (masak, tidur), pakaian, sembako, dan lain-lain. Inilah wujud kondisi *pesse* dan *siri'* yang muncul dari berbagai elemen yang terkelola secara

alamia. Seakan ada campur tangan Tuhan sehingga konvergensi terhadap penanganan korban yang melibatkan pemerintah, masyarakat, maupun swasta atau institusi lainnya.

**Kedua**, identifikasi nilai-nilai *siri'* dan *pesse* (*identify the values of siri' and pesse*). Salah satu hal mendasar dalam penanganan banjir di Luwu Utara adalah terkait dengan nilai-nilai (*values*) kearifan lokal. Faktor transendental ini terutama berperan dalam penerimaan bantuan, distribusi bantuan, penanganan kondisi darurat, dan yang utama adalah memperlakukan korban sebagai manusia seutuhnya (*sipakatuo*).

Saat dan awal pascabanjir, kolaborasi terbangun secara spontanitas antara pemerintah, masyarakat, dan swasta (governansi). Manajemen pengelolaan korban merupakan terbangun atas gerakan refleks karena adanya dorongan kuat rasa *pesse* dan *siri'* dari dalam diri mereka. Hal ini dapat dikatakan sebagai kekuatan alam sadar. Kekuatan rasa *pesse* dan *siri'* merupakan faktor pengungkit (*leverage*) yang dahsyat sehingga semua elemen bangkit membeirkan bantuan secara bahu membahu

Pemerintah baik daerah maupun pusat berkontribusi memberikan bantuan. Presiden mengirimkan paket bantuan sembako, (<https://nasional.kompas.com>), Pemerintah Propinsi Sulawesi Selatan juga memberikan bantuan berupa pembangunan 50 hunian tetap (huntrap) dengan tipe 36 (<https://makassar.antaranews.com>), bantuan kementerian, dan Bupati melalui Pemerintah Kabupaten Luwu Utara sebagai daerah yang dilanda korban juga memberikan bantuan.

Bantuan juga datang dari berbagai pihak elemen masyarakat dan organisasi lainnya. Mereka rela berdiri dijalanan memohon uluran tangan pengendara yang lewat. Sumbangan sedikit demi sedikit mereka kumpulkan lalu disalurka ke lokasi terdampak banjir. Selain itu pihak swasta juga tidak mau ketinggalan. Mereka juga menyalurkan bantuan sebagai bentuk wujud *pesse* dan *siri'*. Atas segala bentuk bantuan yang diberikan berbagai elemen masyarakat dan swasta sehingga Wakil Gubernur Sulawesi Selatan memberikan apresiasi (<https://fixmakassar.pikiran-rakyat.com>,).

*"Kami sangat mengapresiasi antusias aktivitas peduli kemanusiaan kepada saudara kita yang terkena dampak banjir bandang di Masamba".*

Sementara itu, mengenai pendistribusian bantuan untuk Masyarakat Luwu Utara yang terkena dampak bencana banjir bandang, lebih lanjut beliau memberikan arahan pada pimpinan Posko untuk mempertegas koordinasi di titik pemberian bantuan.

*"Bantuan semestinya termanajemen dengan baik, kita perlu data dan pemetaan yang rapi agar menghindari pembagian bantuan tidak merata. Kita sudah berkoordinasi dengan pihak TNI/Polri, Pemda Lutra, agar semua relawan membawa bantuan dalam dua titik pusat arah dari Palopo dan Lutim sebagai posko Induk,".*

Berbagai jenis bantuan dari sumber yang berbeda menunjukkan kepedulian yang tinggi antara pemerintah, masyarakat, dan swasta (governansi) dalam meringankan beban korban banjir. Hal ini dapat dimaknai bahwa adanya nilai *kemammesaan* dalam menangani korban banjir. *Kemammesaan* secara etimologi dari Bahasa Luwu Ana' Tellue yaitu dari kata *mesa* artinya satu. Jadi *kemammesaan* artinya kesatuan, atau kebersamaan. Secara terminologi berarti nilai *kemammesaan* adalah kebersamaan atau kegotongroyongan yang dibangun secara bersama-sama dalam membantu korban banjir.



Sumber: a) <https://sultra.antaranews.com>, b) <http://www.economiczone.id>, c) <https://palopopos.fajar.co.id>

**Gambar 4. Kiri ke Kanan, Bantuan PT. Vale, LLDI Sulsel, dan Universitas Andi Djemma Peduli**

Nilai *kemammesaan* ini memberikan dampak positif karena dapat mengurangi masalah yang dihadapi korban banjir. Bagaimanapun beratnya masalah yang dihadapi jika bersatu mengatasi maka akan terasa ringan, sebagaimana ungkapan dalam daerah “*mesa kada dipatuo, pantang kada dipomate*” (Mattata, 1967) yang terjemahan bebasnya adalah bersatu kita teguh bercerai kita runtuh.

**Ketiga**, identifikasi sumber daya yang tersedia. Terdapat dua bentuk distribusi anggaran dan logistik terhadap korban banjir. Pertama penyerahan secara langsung ke korban tanpa melalui pemerintah. Bentuk ini dilakukan karena beberapa hal, di antaranya memastikan bantuan tepat sasaran, karena ingin merasakan langsung *rasa pesse* (empati) dengan korban, dan ada juga karena ingin bertemu keluarganya yang ditimpa bencana. Bentuk ini merupakan wujud *kamase* (Bahasa Luwu Ana’ Tellue = kasih sayang) kepada korban.

Bentuk berikutnya melalui posko banjir Pemerintah Luwu Utara yang terletak di Masamba dan Radda. Keputusan penyumbang menyalurkan bantuan melalui pemerintah setempat karena adanya kepercayaan dalam pengelolaan, mereka tidak punya waktu cukup untuk datang ke lokasi korban, dan tidak memiliki data akurat tentang sebaran korban.



Sumber: a) <https://www.kemenkopmk.go.id>, b) <https://regional.kompas.com>

**Gambar 5. Kiri ke kanan, a) Koordinasi tim gabungan pemerintah pusat dan daerah dalam penanganan tanggap darurat bencana, b) Bupati Luwu Utara pimpin Rapat Kerja Percepatan Pelayanan di Masa Tanggap Darurat**

Wujud pendirian posko dan penempatan sumber daya manusia merupakan bentuk fungsi *organizing* pengelolaan bencana. Pemerintah menempatkan orang-orang yang memiliki kapasitas yang terukur sehingga mendapat diapresiasi berbagai pihak. Masyarakat dan pihak swasta memandang positif pengelolaan korban banjir terutama dalam menjamin distribusi bantuan. Intensitas dan kontinuitas antara pemerintah pusat dan daerah Luwu Utara

di satu sisi misalnya, terus dilakukan dalam setiap saat pasca banjir. Pemerintah pusat dan daerah terus berkordinasi melakukan upaya penanganan tanggap darurat banjir (<https://www.kemenkpmk.go.id>). Status tanggap darurat bencana bahkan ditetapkan berdasarkan Keputusan Bupati Luwu Utara Nomor 188.4.45/317/VII/ 2020, terhitung sejak 14 Juli hingga 12 Agustus 2020.

Dari sini dapat kita memaknai bahwa segala sumber daya yang terkumpul terdistribusi kepada korban merupakan wujud dari sumber daya *kamase*. Sumber daya *kamase* merupakan sejumlah bantuan yang diserahkan kepada korban sebagai wujud untuk menyalurkan rasa *kamase* (kasih sayang) yang dituangkan dalam bentuk materi maupun bukan materi.

**Keempat**, identifikasi aspek kesejahteraan (*value added*). Kendati terimbas banjir bandang, namun karena adanya rasa *siri'* dan *pesse* yang mendorong munculnya nilai *kemammesaan* dalam mendistribusikan bantuan sehingga para korban merasa mendapatkan perhatian yang penuh. Kesejahteraan dalam konteks ini diterjemahkan sebagai *kemasannangan* (Bahasa Luwu Ana' Tellue artinya kesenangan, kebahagiaan) atas bantuan yang mereka dapatkan sehingga penderitaan yang mereka alami saat dan pasca banjir dapat diatasi sedikit demi sedikit.

*Kemasannangan* merupakan manifestasi atas ungkapan rasa syukur yang terinternalisasi dalam jiwa korban karena perasaan bahagia dan senang setelah mendapatkan layanan berupa tindakan penyelamatan, bantuan, dan perhatian dari Pemerintah Kabupaten Luwu Utara, masyarakat, swasta, dan berbagai elemen. Kolaborasi dalam pelayanan kepada masyarakat terus berdatangan karena rasa cinta mereka kepada korban. Bukan hanya dalam bentuk bantuan tetapi yang tidak kalah pentingnya adalah membangkitkan semangat untuk tetap bertahan dan kembali hidup secara normal (*new normal*) dengan penuh rasa bahagia, senang, dan tenang. Seperti halnya upaya yang dilakukan menteri sosial dan bupati Luwu Utara memberikan semangat kepada korban banjir merupakan bentuk kepedulian untuk memberikan kesejahteraan supaya korban merasakan *masannang* (kesenangan).



a) <https://foto.kompas.com> b) <https://rakyatku.com>,

**Gambar 6. Menteri Sosial (kiri) dan Bupati Luwu Utara (kanan) memulihkan mental anak-anak koban banjir**

**Kelima**, identifikasi harkat dan martabat. Hal utama yang dapat dilihat di sisi ini adalah harkat dan martabat yang dirasakan korban banjir. Harkat dan martabat lahir dari pengakuan masyarakat atau pemerintah atas kondisi yang dirasakan korban terutama pasca banjir. Masyarakat menganggap bahwa setelah pasca banjir, kondisi korban sudah lebih baik

dibanding sebelumnya. Alasannya didasarkan atas sentuhan layanan penanganan saat dan pasca banjir yang manfaatnya dirasakan masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari distribusi bantuan seperti bahan makanan, pakaian, selimut, sarung, tenda, rumah hunian sementara dan tertap, bahkan uang dan berbagai bentuk lainnya. Atas dasar ini, korban merasakan dihargai dan harkat martabatnya terangkat. Muncul perasaan korban terlahir kembali karena diperlakukan sebagai manusia (Bugis Luwu, *sipakatuo*) seutuhnya seperti yang dirasakan oleh orang lain sehingga korban merasa *tuo* (Bahasa Luwu Ana Tellue=hidup) kembali. *Katuongan* (kehidupan) yang dilandasi atas dasar *adele'* (keadilan) karena mereka ditempatkan pada posisi yang sepatutnya (Tenrigau, 2015, 2017a,b,c, 2018) dalam konteks kemanusiaan. Dalam artian lain, korban diangkat *siri'nya* sehingga dapat berharkat dan bermartabat kembali.



Sumber: a) <https://m.mediaindonesia.com> b) <https://rakyat.news/read>

**Gambar 6. Kiri ke kanan Hunian sementara korban dan geliat ekonomi pasca banjir**

Berdasarkan pembahasan tersebut, lima aspek yang membangun model Governansi Manajemen Pengelolaan Korban Banjir berbasis *siri' na pesse* meliputi: a) rasa *pesse* dan *siri'*, b) nilai *kemammesaan*, c) anggaran *kamase*, d) kesejahteraan *kemasannangan*, dan e) *ketuongan* dalam harkat dan martabat. Berikut peraga dari model.



**Gambar 7. Model Governansi Manajemen Penanganan Korban Banjir Berbasis *Siri' na Pesse***

Kelima aspek inilah yang membangun model yang termakna dalam peristiwa banjir bandang di Luwu Utara pada medio 2020. Model ini berbasis *siri' na pesse* karena

pengelolaan banjir dilandasi dengan lahirnya kepekaan bathin yaitu *pesse* (empati) dalam diri setiap insan secara terinternalisasi menyaksikan secara kasat mata, mendengar, maupun mendapatkan informasi dari media berita.

#### 4. Kesimpulan

Banjir bandang di Luwu Utara pada medio Juli 2020 menyisakan penderitaan yang besar bagi masyarakat sehingga menggugah lahirnya rasa *pesse* (empati) dan *siri'* (malu/bangkit) bagi siapapun yang melihatnya. *Kemammesaan* antara pemerintah, masyarakat dan swasta (governansi) telah memberikan dampak positif terhadap pemulihan kondisi korban. Pemerintah dalam hal ini sebagai pihak yang mendapat legalitas formal secara administratif merupakan garda terdepan dalam memanejemen menangani korban banjir. Berbagai langkah pengelolaan ditempuh untuk mengatasi problematika yang dihadapi. Riset ini menemukan suatu model Governansi Manajemen Pengelolaan Korban Banjir Berbasis *Siri na Pesse* yang terjadi di Luwu Utara pada medio 2020.

Model Governansi Manajemen Pengelolaan Korban Banjir Berbasis *Siri na Pesse* dibangun dari lima dimensi. a) Aspek rasa *pesse* dan *siri'* lahir dari toleransi kebatinan pemerintah, masyarakat, dan swasta dan elemen lainnya terhadap penderitaan yang dirasakan korban banjir. b) Mengedepankan nilai-nilai *kemammesaan* yaitu kebersamaan pemerintah, masyarakat, dan swasta dalam menangani bencana. Pengorganisasian SDM, pelaksanaan penanganan korban, dan pengawasan dilapangan merupakan pelaksanaan fungsi untuk memastikan eksistensi nilai *kemammesaan*. c) Pengelolaan bantuan *kamase* (kasih sayang) merupakan distribusi bantuan kepada korban sebagai bentuk kasih sayang sebagai insan sesama manusia. d) Kesejahteraan *Katuongan* merupakan wujud kebahagiaan, kesenangan, dan ketenangan (*kamasannangan*) yang dialami korban setelah mendapatkan bantuan materi dan bukan materi. e) harkat martabat *sipakatuo* yang *adele'* yaitu memosisikan kembali harkat martabat korban sehingga merasa hidup kembali menegakkan *siri'nya* secara berkeadilan.

#### 5. Daftar Pustaka

- Andaya, L. Y. (2004). *Warisan Arung Palakka: Sejarah Sulawesi Selatan Abad Ke-17*. Makassar: Ininnawa.
- Asia-Pacific Disaster Report. (2019). The Disaster Riskspace Across Asia Pasific.
- Dahlan, H., Tenrigau, A. M., & Molang, A. C. (2017). Evaluasi Program Pengurangan Pekerja Anak Dalam Mendukung Keluarga Harapan di Kota Palopo. *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik PKP2A LAN Makassar*, XIII (1), 1-14.
- Didiharyono, D., Tenrigau, A. M., & Marsal, M. (2018). Pemanfaatan Sampah Plastik Untuk Dijadikan Bantal Yang Berkualitas Dan Bernilai Ekonomis Di Desa Tolada Kecematan Malangke Kabupaten Luwu Utara. *To Maega| Jurnal Pengabdian Masyarakat*, I(1), 8-13.
- Dutta, D., and Srikantha, H. (2004). Trend of floods in Asia and flood risk management with integrated river basin approach. *Proceedings of the 2nd international conference of Asia-Pacific hydrology and water resources Association*, Singapore. Vol. 1. 2004.
- Hamid, A. (2005). Kepercayaan dan Upacara dari Budaya Bugis Kuno, Dalam Nurhayati Rahman, Anil Hukma, dan Idwar Anwar (ed) *Laga Ligo: Menelusuri Jejak Warisan Dunia*. Makassar, Pusat Studi Lagaligo Divisi Ilmu Sosial dan Humaniora Pusat Kegiatan Penelitian Unhas.

- Hardiyansyah. (2011). *Kualitas Pelayanan Publik: Konsep, Dimensi, Indikator dan Implementasinya*. Yogyakarta: Gava Media.
- Haryanto. (2014). *Pengembangan Kapasitas Kelembagaan (Institutional Capacity Development): Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Rineka.
- <https://palopopos.fajar.co.id/2020/07/21/unanda-peduli-banjir-bandang-di-lutra> (diakses, 11/09/2020).
- <https://makassar.antaranews.com/berita/207782/pemprov-sulsel-bantu-bangun-50-huntap-korban-banjir-bandang-luwu-utara> (diakses, 11/09/2020).
- <https://makassar.tribunnews.com/2020/07/15/evi-masamba-nangis-nangis-ingin-jual-alphard-buat-bantu-korban-banjir-di-masamba-luwu-utara-minta> (diakses 12 September 2020).
- <https://makassar.tribunnews.com/2020/08/14/penyebab-bencana-banjir-dan-tanah-longsor-luwu-utara-versi-pvmbg> (diakses 10/09/2020).
- <https://nasional.kompas.com/read/2020/07/20/09210791/bnlpb-ungkap-tiga-penyebab-banjir-bandang-di-luwu-utara?page=all> (diakses 10/09/2020).
- <https://nasional.kompas.com/read/2020/07/22/13352511/jokowi-kirim-bantuan-untuk-korban-banjir-bandang-di-luwu-utara> (diakses 11/09/2020).
- <https://regional.kompas.com/read/2020/08/02/14062891/bupati-luwu-utara-targetkan-punggsi-banjir-bandang-tinggalkan-tenda> (diakses 12 September 2020).
- <https://republika.co.id/berita/qdpn1q314/warga-cari-sisa-harta-benda-di-lokasi-banjir-bandang> (diakses 11/09/2020).
- <https://sultra.antaranews.com/berita/347410/pt-vale-menurunkan-alat-berat-dan-logistik-bantu-korban-banjir-masamba> (diakses, 11/09/2020).
- <https://tekape.co/foto-evakuasi-korban-banjir-bandang-di-luwu-utara> (diakses 12 September 2020).
- <https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-53465893>.
- <http://www.economiczone.id/read/1025/rni-salurkan-bantuan-untuk-korban-banjir-bandang-masamba-luwu-utara> (diakses, 11/09/2020).
- <https://www.kemenkopmk.go.id/pemerintah-tanggap-bencana-banjir-bandang-di-luwu-utara> (diakses 11 September 2020).
- <https://www.kompas.tv/article/98146/banjir-bandang-di-luwu-utara-bencana-alam-hingga-dugaan-perambahan-hutan> (diakses 11/09/2020).
- <https://www.liputan6.com/regional/read/4305760/korban-banjir-bandang-luwu-utara-16-orang-tewas-23-dilaporkan-hilang> (Diakses 12 September 2020).
- Nazir, M. (1988). *Metode Penelitian*, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- <https://www.liputan6.com/regional/read/4305760/korban-banjir-bandang-luwu-utara-16-orang-tewas-23-dilaporkan-hilang> (Diakses 12 September 2020).
- <https://www.kemenkopmk.go.id/pemerintah-tanggap-bencana-banjir-bandang-di-luwu-utara>
- <https://tekape.co/foto-evakuasi-korban-banjir-bandang-di-luwu-utara> (Diakses 12 September 2020).
- <https://regional.kompas.com/read/2020/08/02/14062891/bupati-luwu-utara-targetkan-punggsi-banjir-bandang-tinggalkan-tenda> (Diakses 12 September 2020).
- <https://rakyat.news/read/20776/geliat-ekonomi-di-luwu-utara-pascabencana-banjir-bandang> (diakses 12 September 2020).
- <https://rakyatku.com/read/187332/bupati-luwu-utara-peringati-hari-anak-nasional-di-lokasi-punggsian> (diakses 12 September 2020).

- <https://nasional.republika.co.id/berita/qdm6pz283/mensos-kunjungi-korban-banjir-di-masamba> (diakses 12 September 2020).
- Lopa, B. (2005). *Siri Dalam Masyarakat Mandar. Dalam Siri' dan Pesse: Harga Diri Bugis, Makassar, Mandar, dan Toraja.* Cetakan kedua. Makassar, Pustaka Refleksi.
- Mattulada. (1995). *Latoa: Satu Lukisan Analitis Terhadap Antropologi Politik Orang Bugis. Ujung Pandang.* Hasanuddin University Press.
- Nurjanah, dkk. (2012). *Manajemen Bencana.* Bandung: ALFABETA.
- Sanusi, A., dan Putra, F. (2020). *Governansi Nusantara: Jejak Kosmopolitan Dalam Sejarah Pemerintahan di Indonesia.* Jakarta: LPeES.
- Sedarmayanti. (2003). *Good Governance, (Kepemerintahan Yang Baik) Dalam Rangka Otonomi Daerah.* Bandung: Mandar Maju.
- Tenrigau, A.M. (2015). Model Penganggaran Berbasis Spiritual Siri' na Pesse Dalam Upaya Mewujudkan Aparatur Sipil Negara yang Berkualitas. *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik PKP2A LAN Makassar*, 11(1), 25-32.
- Tenrigau, A. M. (2017). *Menemukan Konsep Penganggaran Siri' na Pesse: Studi Kasus Berbasis Kearifan Lokal di Kabupaten Luwu Timur (Disertasi).* Makassar: Universitas Hasanuddin.
- Tenrigau, A.M., Besse, M., Wahida, dan Rahim, R. (2018). *Keluwanan.* Palopo: Andi Djemma Press.
- Tenrigau, A.A., Tenrigau, A.M., dan Molang, A.C. (2006). *Baebunta Dalam Kerajaan Luwu.* Palopo: Andi Djemma University Press.
- Tenrigau, A.M., Molang, A.C., dan Wahida. (2003). *Andi Djemma Pahlawan dan Nasionalis dari Tana Luwu.* Palopo: Andi Djemma University Press.
- Tenrigau, A.M., Bau Massepe, Nur, A.M., dan Milawati. (2010). *Pengantar Manajemen.* Palopo: Andi Djemma University Press.
- Tenrigau, A.M., Asaff, R., dan Matayang, B. (2018). *Pengantar Manajemen.* Palopo: Andi Djemma Press.
- Tenrigau, A.M., dan Said, D. (2017). Pesse Na Siri' Budgetary System: A Historiography Study of Luwu Kingdom in Islamic Period. *Journal of Research in Humanities and Social Science Volume*, 5(8), 58 -65
- Tenrigau, A.M., Triyuwono, I., Said, D., dan Damayanti, R.A. (2017). Reconstruction of Pesse Na Siri' Budgeting Concept: A Postmodernism Study in East Luwu Regency. *International Journal of Science and Research*, 6(5), 216-222.
- Tenrigau, A.M., dan Damayanti, R.A. (2017). Exploring Pesse Na Siri' Values in Budgeting Preparation Process: An Ethnographic Study in East Luwu Regency Government. *Journal of Research in Humanities and Social Science*, 5(4), 65-71.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2007 tentang Penanggulangan Bencana.
- Widodo, A. (2019). *Legal atau Ilegal, Penebangan Hutan Bisa Picu Banjir,* (Online), (<https://www.jawapos.com/opini/02/05/2019/legal-atau-illegal-penebangan-hutan-bisa-picu-banjir/>, diakses 10 September 2020).
- Yayasan IDEP. (2007). *Penanggulangan Bencana Berbasis Masyarakat.* Bali: Yayasan IDEP.