KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL RI
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT (LPPM)
UNIVERSITAS DAYANU IKHSANUDDIN BAUBAU
Kantor: Jalan Yos Sudarso No. 43. Telp. (0402) 2826682 Baubau 93711

S U R A T T U G A S
Nomor: **031** /LPPM-UND/I/2018

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Dr. RASMUIN , M.Pd**
NIP : 19681231 199403 1 012
Jabatan : Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat

Menugaskan kepada saudara :

Nama : Said Saleh Salihi, SE, MSA, Ak, CA
NIDN : 0909068705
Fakultas/Program Studi : Fakultas Ekonomi Prodi Akuntansi

Untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Sistem Informasi Akuntansi Penggajian Karyawan PT. Makes Prima Motor Kota Baubau”**.

Dengan jangka waktu penelitian 1 (satu) Tahun, dari Januari 2018 s/d Desember 2018. Selanjutnya saudara melaporkan hasil penelitiannya ke Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat sebanyak 1 (satu) buah laporan. Demikian untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Baubau, 03 Januari 2018
Ketua

Dr. Rasmuin , M.Pd
NIP. 19681231 199403 1 012

Tembusan Yth:

1. Ketua Yayasan Unidayan
2. Rektor Unidayan
3. Arsip

ANALISIS SISTEM INFORMASI AKUNTANSI PENGGAJIAN KARYAWAN PADA PT. MAKESA PRIMA MOTOR KOTA BAUBAU

Said Saleh Salihi

(Dosen Fakultas Ekonomi Unidayan Baubau)

A B S T R A C K

PT. Makesa Prima Motor Kota Baubau is a private company engaged in services and trade. The research objective is to know the employee payroll accounting information system that has been implemented by PT. Makesa Prima Motor City of Baubau. The method used is descriptive method. Data analysis starts related functions are administration and general, time recording, payroll making, accounting and finance. Documents used are supporting documents on salary changes, attendance records, attendance cards, payroll, salary slips, salary statements, proof of cash out and receipts (proof of transfer). The accounting records used are daily cash statements, general journals, ledgers, ledgers.

Research shows the payroll accounting system applied is not yet fully effective because it is not fully in accordance with the theory. The payment of salaries made by the company through bank transfer. And to carry out company activities, it is necessary to have a strict separation of duties.

Keywords: *Activity Based Costing*

Analisis Sistem Informasi Akuntansi Penggajian Karyawan pada PT. Makesa Prima Motor Kota Baubau

PENDAHULUAN

Salah satu informasi yang paling krusial bagi perusahaan adalah informasi akuntansi. Terlebih bagi perusahaan yang memiliki kompleksitas yang tinggi. Informasi akuntansi terkait dengan aspek finansial. Hal ini terkait posisi keuangan, kinerja, maupun perubahan posisi keuangan yang tentunya menjadi suatu pertimbangan bagi pemakai laporan keuangan atau pihak berkepentingan lainnya. Informasi akuntansi dibutuhkan tergantung jenis keputusan yang dibutuhkan, baik bagi pihak internal maupun eksternal. Kualitas informasi akuntansi sangat berpengaruh terhadap keputusan dan kebijakan yang akan diterapkan. Ketika misalnya informasi akuntansi tidak akurat, akan memungkinkan terganggunya aktivitas perusahaan bahkan mengancam eksistensi perusahaan. Oleh karena itu, penerapan sistem informasi akuntansi menjadi suatu hal yang penting untuk diterapkan dalam aktivitas perusahaan.

Sistem informasi akuntansi adalah sistem yang berfungsi dalam menghasilkan dan menyediakan informasi akuntansi yang akurat bagi perusahaan. Peranan sistem informasi akuntansi berpengaruh terhadap penyajian informasi guna dapat memudahkan perusahaan dalam pengambilan keputusan perusahaan. Dikatakan sistem informasi akuntansi dalam perusahaan penting, sebab sistem informasi akuntansi dalam perusahaan bertujuan melaporkan informasi akuntansi kepada perusahaan.

Penggajian merupakan bagian yang harus diperhatikan, karena karyawan sangat sensitif terhadap kesalahan yang akan merugikan perusahaan maupun karyawan. Penerapan sistem informasi akuntansi penggajian perlu untuk dipahami, oleh karena itu perlu diketahui bahwa sistem informasi akuntansi penggajian itu sendiri merupakan salah satu komponen yang ada dalam perusahaan yang berfungsi untuk mencapai tujuan.

PT. Makes Prima Motor Kota Baubau merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan dan jasa. PT. Makes Prima Motor Kota Baubau merupakan distribusi dan tempat penjualan resmi motor merk Honda. Selain dari itu PT. Makes Prima Motor juga memiliki bengkel yang pelayanannya khusus motor merk Honda.

Namun dalam pelaksanaan kegiatannya, manajemen PT. Makes Prima Motor Baubau sering mengalami keterlambatan pembayaran gaji kepada para karyawan ini disebabkan karena tidak adanya pemisahan antara bagian pencatatan waktu dan bagian pembuatan daftar gaji sehingga akan mengakibatkan penumpukan tanggung jawab di satu bagian dan proses pencairan gaji untuk karyawan yang mengalami keterlambatan. Maka dari itu diperlukan pemisahan tugas. Agar memudahkan perusahaan dalam mengecek atas pekerjaan seorang karyawan yang diberi tanggung jawab dalam hubungannya terhadap sistem akuntansi penggajian.

Di dalam perusahaan sebaiknya mempunyai sistem penggajian yang baik. Pemberian gaji terhadap karyawan seharusnya mendapat perhatian utama dari manager, karena dengan gaji yang cukup dan memadai akan membawa pengaruh positif terhadap semangat kerja karyawan. Karena apabila perusahaan tersebut tidak memiliki suatu sistem penggajian yang baik akan menyebabkan terjadinya penyelewengan atau penyimpangan di dalam melaksanakan tanggung jawab masing-masing.

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui sistem informasi akuntansi penggajian karyawan yang telah diterapkan pada PT. Makes Prima Motor Kota Baubau.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak, di antaranya:

- 1) Bagi perusahaan, penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat atau sebagai bahan pertimbangan bagi pihak PT. Makesa Prima Motor Kota Baubau dalam kaitannya dengan sistem informasi akuntansi penggajian karyawan.
- 2) Bagi penulis, diharapkan dapat menambah pengetahuan yang lebih luas dan dapat memberikan gambaran untuk penelitian selanjutnya mengenai sistem akuntansi penggajian karyawan.
- 3) Bagi pihak lain, penulis berharap dengan adanya penulisan ini dapat menjadi bahan materi dan sumber informasi bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

TINJAUAN TEORI

Sistem

Setiap sistem terdiri dari struktur dan proses. Struktur sistem merupakan unsur-unsur yang membentuk sistem tersebut, sedangkan proses sistem menjelaskan cara kerja setiap unsur sistem tersebut dalam mencapai tujuan sistem. Sistem merupakan program yang sangat diperlukan dalam suatu unit usaha agar tujuan dapat dicapai dengan melakukan kegiatan bersama-sama oleh berbagai unsur. Jogiyanto (2005:5) Sistem adalah suatu kesatuan yang terdiri dari dua atau lebih komponen atau sub sistem yang berinteraksi untuk mencapai suatu tujuan. Anthony dan Govindarajan (2005:7) mengemukakan sistem merupakan suatu cara tertentu dan bersifat repetitif untuk melakukan suatu atau kelompok aktivitas.

Bodnar dan Hopwood (2006:3) mengatakan bahwa sistem merupakan sekumpulan sumber daya yang saling terkait untuk mencapai tujuan. Sutarman (2009:5), Sistem adalah kumpulan elemen yang saling berinteraksi dalam suatu kesatuan untuk menjalankan suatu proses pencapaian suatu tujuan utama.

Sistem Informasi

Budi Sutetjo (2006:36), sistem informasi adalah kumpulan elemen yang saling berhubungan satu sama lain untuk membentuk suatu kesatuan untuk mengintegrasikan data, memproses dan menyimpan serta mendistribusikan informasi tersebut.

Mulyadi (2008:11), sistem informasi adalah salah satu sistem informasi yang digunakan manajemen untuk mengolah data keuangan menjadi informasi keuangan untuk memenuhi kebutuhan perusahaan. Jogianto (2005:11), sistem informasi adalah suatu sistem didalam organisasi yang mempertemukan kebutuhan pengolahan transaksi harian mendukung operasi bersifat manajerial dan kegiatan strategis dari suatu organisasi dan menyediakan pihak luar tertentu dengan laporan-laporan yang diperlukan.

Sistem Informasi Akuntansi

Sistem informasi akuntansi sebagai kumpulan kegiatan-kegiatan dari organisasi yang bertanggung jawab untuk menyediakan informasi keuangan dan

informasi yang didapatkan dari transaksi data untuk tujuan pelaporan internal maupun eksternal perusahaan. Azhar Susanto (2008:27), sistem informasi akuntansi dapat didefinisikan sebagai kumpulan (integrasi) dari sub sistem/komponen baik fisik maupun non fisik yang saling berhubungan dan bekerja sama satu sama lain secara harmonis untuk mengolah data transaksi yang berkaitan dengan masalah keuangan menjadi informasi keuangan.

Mulyadi (2008:18), mengatakan sistem informasi akuntansi adalah untuk menyediakan informasi bagi pengelola kegiatan usaha, memperbaiki informasi yang dihasilkan oleh sistem yang sudah ada sebelumnya, memperbaiki pengendalian akuntansi dan juga pengecekan internal serta membantu memelihara catatan akuntansi. Jogyanto (2005:227) mengatakan sistem informasi akuntansi adalah sistem informasi yang merubah data transaksi bisnis menjadi informasi keuangan yang berguna bagi pemiliknya. James A. Hall (2011:7), sistem informasi akuntansi adalah suatu subsistem yang memproses transaksi keuangan dan non-keuangan yang berpengaruh secara langsung terhadap pemrosesan transaksi keuangan.

Tujuan Sistem Informasi Akuntansi

Dalam memenuhi kebutuhan informasi baik untuk kebutuhan pihak eksternal maupun pihak internal, sistem informasi harus didesain sedemikian rupa sehingga memenuhi tujuannya yang dapat memberikan pedoman kepada manajemen dalam melakukan tugasnya sehingga dapat menghasilkan informasi-informasi yang berguna, terutama dalam menunjang perencanaan dan pengendalian.

Unsur - Unsur Sistem Informasi Akuntansi

Mulyadi (2008:3) mengungkapkan unsur - unsur sistem akuntansi sebagai berikut :

- 1) Formulir. Formulir merupakan dokumen yang digunakan untuk merekam terjadinya transaksi. Formulir sering pula disebut dengan media untuk mencatat peristiwa yang terjadi dalam organisasi ke dalam catatan. Dengan formulir ini, data yang bersangkutan dengan transaksi direkam pertama kalinya sebagai dasar pencatatan dalam catatan. Jurnal. Jurnal merupakan catatan akuntansi pertama yang digunakan untuk mencatat, mengklasifikasikan, meringkas data keuangan dan data lainnya. Seperti telah disebutkan di atas, sumber informasi pencatatan dalam jurnal
- 2) ini adalah formulir. Dalam jurnal ini data keuangan untuk pertama kalinya diklasifikasikan menurut penggolongan yang sesuai dengan informasi yang akan disajikan dalam laporan keuangan. Dalam jurnal ini pula terdapat kegiatan peringkasan data, yang hasil peringkasan berupa (jumlah rupiah transaksi tertentu) kemudian di posting ke rekening yang bersangkutan dalam buku besar. Contoh jurnal adalah jurnal penerimaan kas, jurnal pengeluaran kas dan jurnal umum.

- 3) Buku besar. Buku besar terdiri dari rekening-rekening yang digunakan untuk meringkas data keuangan yang telah dicatat sebelumnya dalam jurnal. Rekening-rekening dalam buku besar ini disediakan sesuai dengan unsur-unsur informasi yang akan disajikan dalam laporan keuangan.

Kompensasi

Kompensasi bagi perusahaan berarti penghargaan atau ganjaran pada para pekerja yang telah memberikan kontribusi dalam mewujudkan tujuannya, melalui kegiatan yang disebut bekerja. Mangkuprawira (2004 : 196), kompensasi merupakan sesuatu yang diterima karyawan sebagai penukar dari kontribusi jasa mereka pada perusahaan.

Yani (2012:139) Kompensasi adalah bentuk pembayaran dalam bentuk manfaat dan insentif untuk memotivasi karyawan agar produktivitas kerja semakin meningkat. Sedarmayanti (2009:23), kompensasi adalah segala sesuatu yang diterima oleh karyawan sebagai balas jasa untuk kerja mereka. Wibowo (2007:461) kompensasi adalah kontra prestasi terhadap penggunaan tenaga atau jasa yang telah diberikan oleh tenaga kerja.

Sistem Akuntansi Penggajian

Mardi (2011:107), sistem informasi akuntansi penggajian adalah salah satu aplikasi pada sistem informasi akuntansi yang terus mengalami proses dalam bentuk bertahap karena daftar gaji dibayarkan atau dibuat secara periodik (tiap minggu atau bulanan) demikian juga pembayaran gaji sebagian besar pegawai dibayarkan secara bersamaan. Mulyadi (2008:373) sistem akuntansi penggajian adalah sistem penggajian bagi karyawan yang di bayarkan tetap setiap bulannya.

Fungsi dalam Sistem Akuntansi Penggajian

Dalam sistem akuntansi gaji perusahaan terdapat beberapa fungsi yang terkait dalam pencatatan dan pemberian gaji karyawan. Fungsi tersebut saling bekerja sama dan saling berhubungan satu dengan yang lainnya untuk tujuan tertentu (Mulyadi, 2008:382) adalah sebagai berikut :

- 1) Fungsi kepegawaian. Bagian ini bertanggungjawab untuk mencari karyawan baru, menyeleksi calon karyawan baru, membuat surat keputusan tarif gaji, mutasi karyawan, kenaikan pangkat dan golongan gaji, memberhentikan karyawan dan memonitoring status-status dalam penggajian.
- 2) Fungsi pencatat waktu. Bagian ini bertanggungjawab untuk menyelenggarakan waktu hadir bagi semua karyawan perusahaan atau instansi, sistem pengendalian intern yang baik mensyaratkan fungsi pencatatan waktu hadir karyawan tidak boleh dilaksanakan oleh fungsi operasi atau oleh fungsi pembuat daftar gaji dan upah.
- 3) Fungsi pembuat daftar gaji dan upah. Bagian ini bertanggungjawab untuk membuat daftar gaji dan upah yang berisi penghasilan bruto yang menjadi hak

dan berbagai potongan yang menjadi beban setiap karyawan selama jangka waktu pembayaran gaji. Daftar gaji diserahkan oleh pembuat daftar gaji kepada fungsi akuntansi guna pembuatan bukti kas keluar yang dipakai sebagai dasar untuk pembayaran gaji kepada karyawan.

- 4) Fungsi akuntansi. Bagian akuntansi bertanggungjawab untuk mencatat kewajiban yang timbul dalam hubungannya dengan pembayaran gaji karyawan.

Dokumen dalam Sistem Akuntansi Penggajian

Dokumen atau formulir merupakan media untuk mencatat peristiwa yang terjadi dalam organisasi ke dalam catatan. Dokumen sangat penting dalam akuntansi sebab untuk mencatat dan menghitung gaji karyawan menggunakan bukti-bukti yang terdapat pada dokumen.

Dokumen-dokumen yang digunakan dalam sistem akuntansi penggajian (Mulyadi, 2008:374) sebagai berikut :

- 1) Dokumen pendukung perubahan gaji. Dokumen-dokumen ini umumnya dikeluarkan oleh fungsi kepegawaian berupa surat-surat keputusan yang bersangkutan dengan karyawan, seperti misalnya surat keputusan pengangkatan karyawan baru, kenaikan pangkat, perubahan tarif upah, penurunan pangkat, pemberhentian sementara dari pekerjaan (skorsing), pemindahan dan lain sebagainya.
- 2) Kartu jam hadir. Dokumen ini digunakan oleh fungsi pencatat waktu untuk mencatat jam hadir setiap karyawan di perusahaan. Catatan jam hadir karyawan ini dapat berupa daftar biasa, dapat pula berbentuk kartu hadir yang diisi dengan mesin pencatat waktu.
- 3) Kartu jam kerja. Dokumen ini digunakan untuk mencatat waktu yang dikonsumsi oleh tenaga kerja langsung pabrik guna mengerjakan pesanan tertentu. Dokumen ini diisi oleh mandor pabrik dan diserahkan ke fungsi pembuat daftar gaji untuk kemudian dibandingkan dengan kartu jam hadir, sebelum digunakan untuk distribusi biaya upah langsung kepada setiap jenis produk atau pesanan.
- 4) Daftar gaji. Dokumen ini berisi jumlah gaji bruto setiap karyawan, dikurangi potongan-potongan berupa PPh Pasal 21, utang karyawan, iuran untuk organisasi karyawan, dan lain sebagainya.
- 5) Rekap daftar gaji. Dokumen ini merupakan ringkasan gaji per-departemen, yang dibuat berdasarkan daftar gaji.

Catatan Akuntansi dalam Sistem Akuntansi Penggajian

Akuntansi mempunyai fungsi dan peranan bersifat keuangan yang sangat penting dalam kegiatan perusahaan dan kepada pihak-pihak tertentu yang memerlukannya.

Catatan akuntansi yang digunakan dalam sistem akuntansi penggajian (Mulyadi, 2008:382) sebagai berikut :

- 1) Jurnal umum. Dalam pencatatan gaji dan upah ini jurnal umum digunakan untuk mencatat distribusi biaya tenaga kerja ke dalam setiap departemen dalam perusahaan.
- 2) Kartu harga pokok produk. Catatan ini digunakan untuk mencatat upah tenaga kerja langsung yang dikeluarkan untuk pesanan tertentu.
- 3) Kartu biaya. Catatan ini digunakan untuk mencatat biaya tenaga kerja tidak langsung dan biaya tenaga kerja nonproduksi setiap departemen dalam perusahaan.

Prosedur dalam Sistem Akuntansi Penggajian

Prosedur yang membentuk sistem penggajian (Mulyadi, 2008:385) sebagai berikut :

- 1) Prosedur pencatatan waktu hadir. Pencatatan waktu hadir digunakan oleh fungsi pencatat waktu untuk mencatat jam hadir setiap karyawan di perusahaan. Catatan jam hadir karyawan ini dapat berupa daftar hadir biasa dapat pula dibentuk kartu hadir yang diisi dengan mesin pencatatan waktu.
- 2) Prosedur pembuatan daftar gaji. Dalam hal ini data yang dipakai sebagai dasar pembuatan daftar gaji dan upah adalah surat-surat keputusan pengangkatan karyawan baru, kenaikan pangkat, pemberhentian karyawan, penurunan pangkat, daftar gaji dan upah bulan sebelumnya dan daftar hadir. Apakah gaji dan upah karyawan melebihi penghasilan tidak kena pajak, maka gaji dan upah tersebut dan dipotong dengan PPh Pasal 21.
- 3) Prosedur distribusi biaya gaji. Dalam prosedur ini, distribusi biaya gaji serta biaya tenaga kerja didistribusikan kepada departemen yang menikmati manfaat tenaga kerja.

Bagan Alir Sistem Akuntansi Penggajian

- 1) Prosedur pencatatan waktu hadir. Prosedur ini bertujuan untuk mencatat waktu hadir karyawan. Pencatatan waktu hadir dapat menggunakan daftar hadir biasa yang karyawan harus menandatangani setiap hadir dan pulang dari perusahaan. Pencatatan kartu jam hadir ini diselenggarakan untuk menentukan gaji karyawan.
- 2) Prosedur pencatatan waktu kerja. Dalam perusahaan biasanya karyawan bekerja 8 jam dalam satu hari kerja, jumlah jam hadir tersebut dirinci menjadi waktu kerja dalam tiap hari. Dengan demikian waktu kerja ini dipakai sebagai dasar pembebanan biaya tenaga kerja.
- 3) Prosedur pembuatan daftar gaji karyawan. Dalam prosedur ini, fungsi pembuat daftar gaji membuat daftar gaji karyawan. Data yang dipakai sebagai dasar pembuatan daftar gaji adalah surat-surat keputusan mengenai pengangkatan karyawan baru, kenaikan pangkat dan lain-lain.
- 4) Prosedur distribusi biaya gaji dan upah. Dalam prosedur biaya daftar gaji biaya tenaga kerja didistribusikan kepada departemen yang menikmati manfaat

tenaga kerja. Distribusi biaya tenaga kerja ini dimaksudkan untuk pengendalian biaya dan perhitungan gaji karyawan.

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan pada perusahaan PT. Makes Prima Motor Kota Baubau yang beralamat di Jalan Bataraguru No. 64 Kelurahan Wajo Kecamatan Murhum Telp. (0402) 2822870 Kota Baubau.

Teknik Pengumpulan Data

- 1) Wawancara adalah suatu teknik pengumpulan data dengan mengadakan tanya jawab secara langsung dengan manager dan karyawan pada PT. Makes Prima Motor yang berhubungan dengan penelitian ini.
- 2) Kuesioner adalah metode yang memberikan beberapa pertanyaan kepada karyawan PT. Makes Prima Motor Baubau yang berkaitan dengan objek penelitian.
- 3) Dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk memperoleh dan mengumpulkan data perusahaan yang berhubungan dengan penelitian ini.

Teknis Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Adapun analisis deskriptif dalam penelitian ini yaitu untuk melihat melihat sistem informasi akuntansi penggajian karyawan yang disertai kuesioner.

- 1) Pertanyaan kuesioner menggunakan skala guttman yang dirancang untuk mendapatkan jawaban tegas yaitu “ya” atau “tidak”, dengan jawaban “ya” mempunyai nilai (1) yang berarti baik dan jawaban “tidak” mempunyai bobot nilai nol (0) yang berarti terdapat kelemahan terkait sistem akuntansi penggajian.
- 2) Memberikan interpretasi atau pemilihan akhir mengenai sistem informasi akuntansi penggajian karyawan menggunakan rumus perhitungan menurut Sudjana (2001:129).

$$\frac{\text{Jumlah jawaban ya}}{\text{Jawaban kuesioner}} \times 100\%$$

Hasil dari perhitungan di atas baik tidaknya sistem informasi akuntansi penggajian didasarkan pada kategori presentase berikut ini :

76% - 100% = baik

56% - 75% = cukup baik

40% - 55% = kurang baik

Dibawah 40% = tidak baik

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Sistem akuntansi penggajian

Hasil penelitian menjelaskan mengenai sistem akuntansi penggajian pada PT. Makesa Prima Motor Kota Baubau yang mengacu pada tiga bagian yaitu bagian pencatat waktu, bagian gaji, dan bagian keuangan. Secara keseluruhan hasil presentase dari ke tiga bagian tersebut dapat di gambarkan pada tabel sebagai berikut :

Tabel 6.6. Rekapitulasi Sistem Penggajian

No	Indikator	Presentase (%)
1	Bagian pencatat waktu	100
2	Bagian gaji	100
3	Bagian keuangan	66,6
	Jumlah	266,6
	Rata-rata	88,8

Sumber : Data primer diolah, 2016

Pada hakekatnya, sistem penggajian yang terdapat pada PT. Makesa Prima Motor Baubau sudah menunjukkan baik. Dikarenakan menurut (Sudjana, 2001:129) kategori baik yang diberikan pada perusahaan sudah menunjukkan nilai presentasi 88,8%, dimana hasil rekapitulasi sudah diatas rata – rata. Hal ini dapat dilihat melalui penjelasan pada bagian pencatat waktu, bagian gaji dan bagian keuangan :

a) Bagian pencatat waktu

Pada tabel hasil rekapitulasi sistem penggajian dalam bagian pencatat waktu yang digunakan pada PT. Makesa Prima Motor Kota Baubau menunjukkan hasil 100% yang dinilai sudah baik. Kategori baik diberikan pada bagian pencatat waktu karena adanya pencatatan jam hadir dan penggunaan kartu jam hadir untuk karyawan. Dalam hal ini misalnya seorang karyawan yang bekerja selama 8 jam dalam sehari akan dicatat jam hadirnya dalam kartu jam hadir, pencatatan jam hadir dalam kartu jam hadir di sesuaikan berdasarkan berapa jam karyawan bekerja dalam sehari dari masuk, istirahat, hingga masuk kembali dan pulang.

b) Bagian gaji

Hasil penelitian pada tabel hasil rekapitulasi mengenai bagian gaji yang diterapkan perusahaan adalah baik yang menunjukkan hasil presentase 100%. Karena adanya pembuatan daftar gaji atau rekap daftar gaji untuk masing – masing karyawan yang secara lebih rinci yang berdasarkan pencatat waktu seperti daftar hadir dan kartu jam hadir. Setelah membuat daftar gaji atau rekap daftar gaji secara

keseluruhan adanya penggunaan slip gaji untuk semua karyawan yang berisi gaji pokok, tunjangan seperti tunjangan jabatan dan lembur dan potongan seperti BPJS Kesehatan dan Ketenagakerjaan dan apabila ada karyawan yang tidak hadir akan mendapatkan potongan juga. Dalam pembayaran gaji adanya bukti atau nota yang telah disetujui oleh direktur. Dan pada pembayaran gaji ada pembuatan surat pernyataan gaji atas gaji yang telah diterima. Daftar gaji yang telah dibuat akan disetorkan kepada bagian keuangan untuk ditindaklanjuti.

c) Bagian keuangan

Hasil penelitian pada tabel rekapitulasi mengenai bagian keuangan berada dibawah kategori baik yang berarti dinilai cukup baik dengan presentase 66,6%. Dilihat dari dokumen yang digunakan perusahaan bahwa amplop gaji tidak digunakan, karena dalam proses pembayaran gaji melalui Bank Panin yang langsung ditransfer ke rekening masing – masing karyawan yang dikerjakan oleh bagian bendahara. Adanya pembayaran melalui Bank Panin dikarenakan nota yang telah ditandatangani oleh direktur selaku pemegang kekuasaan di perusahaan. Untuk karyawan tidak dituntut untuk menandatangani atas kartu penghasilan karyawan atau gaji, dikarenakan pembayaran gaji langsung ke Bank Panin. Kartu penghasilan karyawan atau slip gaji hanya melihat potongan atau tunjangan yang didapat atas masing-masing karyawan. Dan untuk pembayaran gaji tersebut dalam catatan akuntansinya menggunakan jurnal umum dan kartu biaya (buku besar) yang ditugaskan bagian akuntansi.

Dari ke tiga indikator tersebut dapat dideskripsikan bahwa responden memberikan persepsi secara baik dalam menjawab pertanyaan pada masing – masing indikator untuk melihat sistem penggajian pada PT. Makesa Prima Motor Kota Baubau.

1) Fungsi yang terkait

Fungsi - fungsi yang terkait dalam sistem akuntansi penggajian pada PT. Makesa Prima Motor Kota Baubau adalah

- a) Fungsi administrasi dan umum. Fungsi ini bertanggung jawab untuk penerimaan karyawan dan mencari karyawan yang dilakukan melalui seleksi dan penempatan karyawan baru serta melengkapi kewajiban dan hak-hak wajib pajak.
- b) Fungsi pencatatan waktu dan fungsi pembuat daftar gaji. Fungsi pencatat waktu hadir ini bertanggung jawab untuk menyelenggarakan pencatatan waktu hadir bagi semua karyawan serta jam izin karyawan, keterlambatan karyawan. Dan fungsi pembuat daftar gaji bertanggung jawab menghitung penghasilan bagi semua karyawan perusahaan yang berisi gaji pokok, tunjangan dan potongan yang akan diberikan kepada karyawan. Kedua fungsi ini termasuk dalam tanggung jawab bagian administrasi dan umum, yang seharusnya fungsi pencatat waktu dan fungsi pembuat daftar gaji harus terpisah dalam

perusahaan. Namun dalam PT. Makes Prima Motor Baubau fungsi tersebut tidak dipisahkan.

- c) Fungsi akuntansi. Fungsi akuntansi bertugas untuk mencatat transaksi pembayaran gaji karyawan dan hal - hal yang berhubungan dengan pengeluaran dan penerimaan, dan fungsi akuntansi juga melakukan pencatatan jurnal umum untuk dimasukkan ke dalam biaya gaji.
- d) Fungsi keuangan. Fungsi keuangan bertugas mengatur pengeluaran untuk pembayaran gaji karyawan dalam pembuktian kas keluar dan menyiapkan cek untuk mencairkan pembayaran gaji untuk ditransfer ke rekening - rekening karyawan melalui Bank Panin yang telah ditandatangani direktur perusahaan.

Jika dilihat (Mulyadi, 2008:382), maka fungsi yang terkait dalam sistem akuntansi penggajian pada PT. Makes Prima Motor Kota Baubau sama dengan teori, yang memiliki fungsi administrasi dan umum, fungsi pencatat waktu, fungsi pembuat daftar gaji, fungsi akuntansi dan fungsi keuangan. Namun dalam fungsi pencatat waktu dan fungsi pembuat daftar gaji terjadi rangkap jabatan yang dilakukan oleh satu orang tidak adanya pemisahan fungsi yang dibawah oleh bagian administrasi dan umum.

2) Dokumen yang digunakan

Dokumen yang digunakan dalam PT. Makes Prima Motor Kota Baubau antara lain dokumen pendukung perubahan gaji, daftar hadir (absensi), kartu jam hadir, daftar gaji atau rekap daftar gaji, slip gaji atau kartu penghasilan karyawan, surat pernyataan gaji, surat tanda terima dan bukti kas keluar (nota). Sedangkan dokumen dalam teori antara lain dokumen pendukung perubahan gaji, kartu jam hadir, kartu jam kerja, daftar gaji, rekap daftar gaji, amplop gaji, dan bukti kas keluar.

Adapun dokumen yang tidak di gunakan pada PT. Makes Prima Motor Kota Baubau adalah kartu jam kerja karena telah diganti dengan jam hadir karyawan yang digunakan sebagai pengontrolan karyawan yang bekerja tiap harinya. Untuk amplop gaji perusahaan tidak menggunakan lagi, karena perusahaan membayar gaji karyawan langsung melalui bank Panin yang di transfer ke rekening masing - masing karyawan. Dan daftar hadir (absensi) dan kartu jam hadir yang digunakan perusahaan masih secara manual, dalam perusahaan daftar gaji dan rekap daftar gaji fungsinya sama yaitu untuk melihat semua rincian gaji karyawan yang berisi gaji pokok, tunjangan dan potongan.

3) Bagan Alir Sistem Penggajian

Dalam penerapan sistem penggajian yang dilaksanakan pada PT. Makes Prima Motor Kota Baubau adalah pada bagian pencatatan waktu dilakukan absensi untuk seluruh karyawan dan mencatat jam hadir karyawan untuk mengetahui masuk dan tidaknya karyawan. Untuk pembuatan daftar gaji pada setiap karyawan dilakukan berdasarkan absen dan jam hadir karyawan atas potongan yang akan di berikan

bagi yang tidak hadir maupun yang kurang jam kerjanya. Setelah pembuatan daftar gaji dibuatkanlah slip gaji. Dari slip gaji diberikan juga surat pernyataan atas gaji yang telah diberikan yang dibuat oleh bagian gaji.

Daftar gaji yang telah dibuat diserahkan kepada bendahara untuk dibuatkan nota atas pembayaran gaji. Nota keluar yang dibuat disetorkan kepada direktur selaku pemegang kekuasaan perusahaan untuk ditandatangani. Setelah mendapatkan tandatangan atas nota keluar tersebut, bendahara menyetor nota keluar di Bank Panin untuk ditransferkan kepada masing-masing rekening karyawan. Dan bukti atas transfer disetorkan pada bagian akuntansi untuk mencatatnya selaku biaya yang telah dikeluarkan.

SARAN

Adapun saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

- 1) Diharapkan agar penerapan sistem akuntansi penggajian karyawan pada PT. Makesa Prima Motor Kota Baubau dilaksanakan dengan lebih baik lagi, sehingga dapat mencegah terjadinya pemalsuan atau kesalahan atas sistem penggajian.
- 2) Diharapkan agar adanya pemisahan tugas antara bagian pencatatan waktu dan bagian pembuat daftar gaji untuk dapat memudahkan dalam melakukan pekerjaannya masing-masing.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Kadir. 2003. *Pengenalan Sistem Informasi*. Andi. Yogyakarta.
- Abdurrahmat Fathoni. 2006. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Rineka Cipta. Bandung.
- Al Bahra Bin Ladjamudin. 2005. *Analisis dan Desain Sistem Informasi*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Anthony, Robert N., Vijay Govindarajan. 2005. *Sistem Pengendalian Manajemen*. Edisi Sebelas. Salemba Empat. Jakarta.
- Azhar Susanto. 2008. *Sistem Informasi Akuntansi*. Gramedia. Jakarta.
- Bodnar, George H, dan William S.Hopwood. 2006. *Sistem Informasi Akuntansi*. Buku I. Salemba Empat. Jakarta.
- Budi Sutedjo, Dharma Oetomo. 2006. *Perencanaan dan Pembangunan Sistem Informasi*. Andi. Yogyakarta.
- Fitri Malayanti. 2014. *Analisis Sistem Informasi Akuntansi Penggajian Karyawan pada PT. Gemilang Indah Sentosa*. Universitas Sumatra Utara. Medan.
- Hall, James, A. 2011. *Sistem Informasi Akuntansi*. Edisi Empat. Salemba Empat. Jakarta.

- Herman Sofyandi. 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Iis Nurlis Setyowati. 2005. *Sistem Informasi Akuntansi Penggajian Karyawan pada PT. Sinabro Java Garment Bawen Kab. Semarang*. Universitas Negeri Semarang. Semarang.
- Jogiyanto. 2005. *Analisis dan Desain Sistem Informasi*. Andi, Yogyakarta.
- Kamilla Anggi Megawantie. 2007. *Sistem Informasi Akauntansi Penggajian pada PT. Asahi Dendo Indonesia*. Universitas Gunadarma. Depok.
- Malayu, S. P. Hasibuan. 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Kesembilan. Bumi Aksara. Jakarta.
- Mangkuprawira. 2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia Strategik*. Edisi Ketiga. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Mardi. 2011. *Sistem Informasi Akuntansi*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Mulyadi. 2008. *Sistem Akuntansi*. Salemba Empat. Jakarta.
- Mutiara Panggabean. 2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Kedua. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Romney, Marshall B., dan Paul John Steinbart. 2006. *Sistem Informasi Akuntansi*, Edisi Kesembilan. Salemba Empat. Jakarta.
- Sanyoto Gondodiyoto. 2007. *Audit Sistem Informasi*. Mitra Wacana Media. Jakarta.
- Sedarmayanti. 2009. *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja*. Edisi Ketiga. Mandar Maju. Bandung.
- Sudjana. 2001. *Metode Statistika*. Edisi Revisi. Tarsitu. Bandung.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta. Bandung.
- Sutarman. 2009. *Pengantar Teknologi Informasi*. Bumi Aksara. Yogyakarta.
- Teddy,I,B,Prianthara. 2013 .*Akuntansi Untuk Manager*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Wibowo. 2007. *Manajemen Kinerja*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Yani. H. M. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Mitrawacana Media. Jakarta.
- Zaki Baridwan. 2013. *Intermediate Accounting*. Edisi 8. BPFE. Yogyakarta.

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP PEMBELIAN PRODUK SEMEN TONASA DI KOTA BAUBAU

Emiati

Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unidayan Baubau

Nuryati

(Dosen Fakultas Ekonomi Unidayan)

A B S T R A C K

Based on the results of the calculation of multiple linear regression obtained equation $Y = 10.141 + 0.157 X_1 + 0.215 X_2 + 0.019 X_3$. the correlation coefficient (R) of 0.512 which means there is a moderate relationship between brand image, product quality and price with an interest in buying tonasa cement products in the city of Baubau. The coefficient of determination R Square (R^2) = 0.362 means that the contribution or contribution of brand image, product quality and price to the ups and downs of buying interest is 36.2%.

Based on the results of calculations for the F test, a value of 10.90 was obtained with a significance level of 0,000 less than the significance level $\alpha = 0.05$. This shows that H_0 is rejected, meaning that the opinion stating that brand image, product quality and price have a significant effect on buying interest in cement products in the City of Baubau is acceptable.

Based on the results of partial test statistics, for X_1 or Variable brand image of 2.157 with a significance of 0.002 smaller than $\alpha = 0.05$ which means that brand image has a significant effect on buying interest in tonasa cement products in the city of Baubau. Variable X_2 or product quality variable is 3.448 with a significance of 0.001 which is smaller than $\alpha = 0.05$, which means that product quality has a significant effect on buying interest in cement products in the city of Baubau. Variable X_3 or variable price of 0.137 with a significance of 0.004 smaller than $\alpha = 0.05$, which means that the price has a significant effect on buying interest in cement products in the city of Baubau.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Price, Purchase Interest

Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Pembelian Produk Semen Tonasa Di Kota Baubau

Pendahuluan

Pada era bisnis saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat. Persaingan yang sangat ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Perusahaan harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya.

Komitmen pemerintah Sulawesi Tenggara (sultra) untuk meningkatkan investasi di Kota Baubau menyebabkan banyaknya peluang industri yang sedang berkembang saat ini adalah suatu hal yang menarik untuk membahas semua peluang yang ada. Namun, di antara semua peluang usaha yang ada (khususnya di wilayah Sulawesi Tenggara, kotaBaubau) yang cukup kasat mata pertumbuhannya adalah sector usaha ritel. Kota Baubau merupakan salah satu daerah otonom di Sulawesi Tenggara yang

sedang berkembang. Perkembangan daerah yang baik di topang oleh infrastruktur pembangunan yang baik di wilayah tersebut.

Dari segi merek, masyarakat Kota Baubau melihat merek Tonasa, tidak hanya sebuah nama bagi produk, tetapi merupakan sebuah identitas untuk dapat membedakan dari produk lain. Dikarenakan semen ini sangat mudah di ingat dan memiliki reputasi yang baik di lingkungan konsumen. Selain itu salah satu distributor penyedia bahan baku bangunan yang beralamat di kel, wajo kec, murhum. Sudah sangat di kenal di wilayah ini, semen tonasa saat ini bukanlah merek baru di kota Baubau semen tonasa telah berhasil membangun sebuah *brand image* yang cukup kuat di dalam ruang pasar komoditas semen, bukan hanya di kota Baubau tetapi juga di luar kota.

Semen tonasa di kota Baubau merupakan produk yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan semen sebagai bahan bangunan, baik bagi masyarakat, pemerintah, maupun swasta. Semen tonasa memiliki kualitas produk yang terjamin, tekstur produk yang sesuai dengan kekuatan, selain itu produk semen tonasa memiliki daya tahan yang kuat dan tahan lama, sehingga kualitas produk semen tonasa cocok sebagai bahan bangunan konstruksi khusus. Telah memenuhi kebutuhan masyarakat Strukturnya yang kokoh dan kuat serta telah mendapat kepercayaan masyarakat telah mengisyaratkan tercapainya slogan semen tonasa "kokoh, kuat, dan terpercaya." Kepercayaan yang didapat pun bukan hanya pada masyarakat untuk membangun rumah namun juga pada mega proyek pembangunan infrastruktur pendidikan, keagamaan, maupun infrastruktur transportasi dan lain sebagainya. Salah satu kualitas semen tonasa yaitu: (1) kuat tekanan dan (2) waktu kering .

Di samping kualitas produk tinjauan terhadap harga juga semakin penting, karena setiap harga yang di tetapkan setiap distributor akan mengakibatkan tingkat permintaan terhadap produk berbeda. Biasanya permintaan dan harga berbanding terbalik, yakni semakin tinggi harga, semakin rendah permintaan terhadap produk demikian sebaliknya, semakin rendah harga, semakin tinggi permintaan terhadap produk. Oleh karena itu, semen tonasa memiliki harga yang relative mahal di banding harga semen tiga roda, semen holcim, dan semen gresik.

Fenomena yang terjadi pada Kota Baubau dalam satu periode terakhir kita bisa melihat ada begitu banyak pembangunan perumahan, ruko, gedung perkantoran, gedung bisnis, dan masih banyak lagi. Tentu ini menyimpan potensi bisnis yang sangat luar biasa bagi setiap pelaku usaha di dalamnya. Salah satu contoh konkrit program pembangunan ekonomi pengusaha kecil antara lain, 1. pembangunan ruko rumah makan bakso lestari depan mesjid raya kota baubau, 2. Pembangunan ruko meubel di kelurahan tomba dan 3. Pembangunan fondasi rumah, yang telah mampu menumbuhkan dan menggerakkan ekonomi kerakyatan.

Dilihat sisi harga yang relative mahal, berbeda dengan harga semen merek lain seperti tiga roda, bosowa, dan holcim hingga konsumen lebih memilih harga semen yang murah. Akan tetapi bangunan yang di bangun tidak tahan lama karena kualitas merek semen yang digunakan lebih cepat kering hinnga tidak bertahan lama.

TINJAUN PUSTAKA

1. Pemasaran

Pemasaran adalah proses social yang dengan proses itu individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain (kotler, 2005:10). Freddy Rangkuti (2004:48). Mengemukakan juga bahwa pemasaran adalah suatu proses kegiatan yang dipengaruhi oleh berbagai factor sosial, budaya, politik, ekonomi dan manajerial.

Berdasarkan beberapa definisi di atas. Dapat ditarik kesimpulan bahwa pemasaran adalah system total aktivitas bisnis yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan dan memuaskan keinginan manusia sebagai pasar sasaran yang dipengaruhi oleh factor sosial, budaya, politik, ekonomi dan manajerial dalam rangka mencapai tujuan organisasional.

2. Manajemen Pemasaran

Buchari Alma (2011 : 130) manajemen pemasaran adalah kegiatan menganalisa, merencanakan, mengimplementasikan dan mengawasi segala kegiatan (program) guna memperoleh tingkat pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Kotler dan Keller (2009 : 6) mengemukakan bahwa manajemen pemasaran adalah seni dan ilmu memilih pasar sasaran dengan mendapatkan, menjaga, dan menumbuhkan pelanggan yang unggul.

Sofjan Assauri (2009:12) manajemen pemasaran adalah kegiatan yang dibuat untuk membentuk, membangun, dan memelihara keuntungan dari (perusahaan) dalam jangka panjang. Efendy M. Guntur (2010:1) mendefinisikan manajemen pemasaran adalah ilmu yang terus diperbaharui dan sekaligus sebagai seni dalam memberikan tingkat kepuasan, baik kepuasan untuk pengusaha maupun konsumen.

Citra Merek

Dewasa ini merek memainkan peran penting bagi konsumen dan untuk meningkatkan keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan. Keberadaan Freddy Rangkuti (2004 : 2) mendefinisikan merek adalah nama, istilah, tanda, symbol atau rancangan atau kombinasi dari semuanya, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa penjual atau kelompok penjual dan untuk mendiferensiasikannya dari barang atau jasa penjual atau kelompok penjual dan untuk mendiferensiasikannya dari barang atau jasa pesaing. Kotler dan keller (2009 : 332) merek adalah produk atau jasa penambah dimensi yang dengan cara tertentu mendiferensiasikannya dari produk atau jasa lain yang dirancang untuk memuaskan kebutuhan yang sama.

Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan hal penting yang harus di usahakan oleh setiap perusahaan apabila menginginkan produk yang dihasilkan dapat pesaing di pasar. Dewasa ini, di karenakan kemampuan ekonomidan tingkat pendidikan masyarakat cenderung meningkat, sebagian masyarakat semakin kritis dalam mengkonsumsi suatu produk.konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai

dengan harga yang di bayar,walaupun terdapat sebagian masyarakat yang berpendapat, bahwa produk yang mahal adalah produk yang berkualitas .

Harga

Harga adalah jumlah uang yang di tagihkan untuk suatu produk atau jasa.harga merupakan satu –satunya elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan. Kotller (2000:107) menyatakan bahwa yang di maksud dengan harga adalah jumlah uang yang di tetapkan oleh produk untuk di bayarkan konsumen atau pelanggan guna menutupi biaya produksi,distribusi dan penjualan pokok termaksud pengembalian yang memadai atas usaha dan resikonya.

Augusty Ferdinan (2000:6), harga merupakan salah satu variable penting dalam pemasaran,dimana harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk, karena berbagai alasan .alasan ekonomi akan menunjukan bahwa harga yang rendah atau harga yang selalu berkompetisi merupakan salah satu pemicu penting untuk meningkatkan kinerja pemasaran,tetapi alasan psikologis dapat menunjukan bahwa harga justru merupakan indikator kualitas dan karena itu rancang sebagai salah satu instrument penjualan sekaligus sebagai instrument kompetisi yang menentukan.

Dalam menentukan harga terdapat strategi harga yang di artikan sebagai salah satu konten strategi pemasaran yang mengarah pada upaya yang membentuk citra harga, daya saing harga,citra mutu, dan nilai pelanggan.

Metode Penelitian

Lokasi, Obyek dan Subyek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada konsumen semen tonasa yang bertempat di kelurahan wale kecamatan wolio di kota baubau. Obyek dalam penelitian ini adalah citra merek, kualitas produk dan harga pada minat beli semen tonasa. Subyek dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan produk semen tonasa di Kota Baubau.

Metode Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Wawancara (*interview*),Yaitu cara pengumpulan data melalui percakapan secara langsung kepada responden terkait dengan masalah yang di teliti.
2. Kuisioner (*angket*), merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden (Sugiono,2010:199).

Teknik Analisis Data

Menurut Riduan dalam Amiruddin tawe dan R. Supalal Estihadi (2016: 53), langkah-langkah menaikkan data ordinal menjadi data interval adalah sebagai berikut:

- Langkah 1. Mencari skor terbesar dan terkecil
- Langkah 2. Mencari nilai rentangan (R)
- Langkah 3. Mencari banyaknya kelas (BK)
- Langkah 4. Mencari nilai panjang kelas (i)
- Langkah 5. Membuat tabulasi dengan tabel penolong

Langkah 6. Mencari rata-rata (mean)

Langkah 7. Mencari simpangan baku (standar defiasi)

Langkah 8. Mengubah data ordinal menjadi data interval dengan rumus:

$$Ti = 50 + 10 \left(\frac{Xi - \bar{x}}{s} \right)$$

Keterangan:

X_i = Data Ordinal

$\bar{x}$ = Mean atau nilai rata-rata

s = Standar Devisi

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Produk Semen Tonasa di Kota Baubau

Berdasarkan hasil perhitungannilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,512 menunjukkan ada hubungan yang positif antara citra merek, kualitas produk dan harga terhadap minat beli produk semen tonasa di kota Baubau.Koefisien determinasi R square (R^2) sebesar 0,362atau sebesar 36,2% minat belidipengaruhi oleh variabel citra merek, kualitas produk dan harga, sedangkan sisanya sebesar 63,8% adalah faktor-faktor yang tidak diteliti. Misalnya seperti desain produk dan kepuasan konsumen.

Sedangkan hasil uji hipotesis dengan menggunakan uji F, dari hasil perhitungan diperoleh nilai F hitung sebesar 10,900 dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari taraf nyata $\alpha = 0,05$ atau 5% dengan demikian dapat disimpulkan bahwacitra merek, kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk semen tonasa di kota Baubau.

Pengujian statistik uji t menunjukkan bahwa uji t untuk X_1 atau Variabel citra merek sebesar 2,157 dengan signifikansi 0,002 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ yang artinya citra merekberpengaruh signifikan terhadap minat beli produk semen tonasa di kota Baubau.Variabel X_2 atau variable kualitas produk sebesar 3,448 dengan signifikansi 0,001 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ yang artinya kualitas produkberpengaruh signifikan terhadap minat beli produk semen tonasa di kota Baubau.Variabel X_3 atau variabel harga sebesar 0,137 dengan signifikansi 0,004 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ yang artinya harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk semen tonasa di kota Baubau.

Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Rohma Dea Atika sari (2016) yang melakukan penelitian terhadap Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Smartphone Samsung (Studi pada Mahasiswa FEB UMS Surakarta). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk dan kualitas layanan terhadap minat beli konsumen pada produk *smartphone* Samsung. Dengan menggunakan metode analisis data uji validitas, reliabilitas, normalitas, regresi linier berganda dan hipotesis untuk melihat seberapa besar pengaruh minat beli konsumen terhadap produk *smartphone* Samsung. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang berupa penyebaran kuisisioner pada 100 responden mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta. Sumber data tersebut berdasarkan hasil pengolahan kuesioner melalui SPSS. Teknik

analisis data yang digunakan adalah uji validitas dengan semua variabel dinyatakan valid dengan nilai *corrected item-total correlation* masing-masing variabel diatas 0,195, uji reliabilitas dengan hasil pengujian penelitian ini masing-masing variabel dinyatakan reliabel dengan *Cronbach Alpha* diatas 0,6000, uji normalitas dengan nilai probabilitas diatas 0,05, uji regresi linier berganda dengan hasil: $Y = -4,698 + 0,245X_1 + 0,510X_2 + 0,283X_3$. Dengan kriteria bahwa minat beli konsumen mempunyai persepsi negatif serta variabel citra merek, kualitas produk dan kualitas layanan bernilai positif dan berpengaruh terhadap minat beli konsumen, uji hipotesis melalui uji t pada variabel citra merek tidak signifikan sedangkan pada variabel kualitas produk dan kualitas layanan signifikan. Uji F pada masing-masing variabel berpengaruh secara signifikan dan hasil uji R^2 sebesar 34,2% dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain sebesar 65,8%.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis, maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Citra merek, kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk semen tonasa di kota Baubau.
2. Koefisien korelasi (R) = 0,512 artinya ada hubungan yang sedang antara citra merek, kualitas produk dan harga dengan minat beli produk semen tonasa di kota Baubau.
3. Koefisien determinasi R square (R^2) = 0,362 yang menunjukkan bahwa citra merek, kualitas produk dan harga dipengaruhi oleh minat beli sebesar 36,2%. Sedangkan sisanya sebesar 63,8% adalah faktor-faktor yang tidak diteliti antara lain desain produk dan kepuasan konsumen.
4. Variable iklan (X_1) dengan signifikansi 0,002 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ yang artinya citra merek berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen produk semen tonasa di kota Baubau. Variable kualitas produk (X_2) dengan signifikansi 0,001 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ yang artinya kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen produk semen tonasa di kota Baubau. Variable harga (X_3) dengan signifikansi 0,004 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ yang artinya harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen produk semen tonasa di kota Baubau.

Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan dapat disajikan beberapa saran kepada pihak-pihak yang berkepentingan terhadap penelitian ini antara lain :

1. Bagi Perusahaan, hendaknya meningkatkan iklan dan kualitas produk yang diproduksinya agar lebih memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dan perusahaan juga perlu menjaga citra merek semen tonasa yang sudah mempunyai reputasi yang baik dibenak konsumen.
2. Bagi Konsumen, sebaiknya dalam melakukan pembelian produk semen tonasa juga mempertimbangkan merek dan harga. Merek dan harga yang telah dikenal baik oleh masyarakat luas dan memimpin pasar memberi jaminan kualitas akan tiap produknya.

3. Bagi Peneliti selanjutnya, diharapkan agar dapat terus meningkatkan penelitian ini dengan menambah variabel-variabel yang belum diteliti dalam penelitian ini, misalnya mengenai loyalitas konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Amiruddin tawe dan R. Supalal Estihadi, 2016. *Statistika dan Metodologi Penelitian Praktis dan Mudah Dipahami*. Buku Diktat Fakultas Ekonomi. Universitas Dayanu Ikhsanuddin.
- Askarini Damayanti. 2006. *factor -faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian semen tonasa di kota semarang*. UNDIP.
- Bayu Prawira Dan Ni Nyoman Kerti Yasa .*Pengaruh Kualitas Produk,Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk SmartphoneSamsung Di Kota Denpasar*.
- Bambang Sarjono, 2013. *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Produk, Harga, Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang*. Jurnal Orbith vol.9 no.3 november 2013:228 – 235.
- Buchari alma. 2011. *Manajemen pemasaran dan Pemasaran jasa*. Penerbit alphabet. Bandung.
- Darmawan & Setyaningsi. 2004,*Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Citra Merek*, Universitas diPonegoro.
- Efendi M. Guntur. 2010. *Transformasi Manajemen Pemasaran + Membangaun Citra Negara*. CVsagung seto. Jakarta .
- Fandy Tjiptono , gregorius Chandra dan dadi Adriana. 2006. *Pemasaran Strategik* .Penerbit Andi. Yogyakarta.
- . 2008. *Total Qualiti Managemen*. Erlangga, Undip
- Freddy Rangkuti. 2004. *Analisis SWOT Tehnik Membedah Kasus Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Umum. Jakarta.
- Ferdinand, Augusty, dan Asep dkk 2006 . *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan disertai ilmu manajemen*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Di Ponegoro.
- Ghozali, Imam. 2005, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*,Edisi, ketiga. Badan Peberbit Universitas Di Ponegoro, Semarang.
- Gunawan Adisaputro. 2010. *Manajemen Pemasaran Analisis untuk perencanaan strategi pemasaran*. Penerbit STIM YKPN. Yogyakarta.
- Husein Umar. 2013. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kotller , Phillip dan Keller, Kevin Lane . 2009 .*Manajemen Pemasaran* . Jilid 1 Edisi 12. PT indeks. Jakarta.
- . 2005. *Manajemen pemasaran*, Edisi keseblas, jilid 1. PT Indeks :Jakarta
- . 2007. *Dasar – Dasar Pemasaran*. Edisi kesembilan cetakan kedua, PT. indeks,jakarta.
- Kotller, Philip dan Gary Armstrong. 2004.*Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 Edisi Keseblas. Jakarta : PT,Indeks Indonesia.
- Kotller,Rezky dan Hanifa, 2004 .*Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Beli Perumahan Obama PT. Naila AdiKurnia SeiMencirin*,. Jurnal manajemen dan bisnis volume.14 no 02 oktober ISSN 1693 -7619.

- Nela Evelina, Handoyo DW, Sari Listyorini. *"Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Kartu Perdana Telkom Flexi Kasus Pada Konsumen Telkomflexi (Di Kecamatan Kota Kudus Kab,Kudus).*
- Rezky dan Hanifa, 2014 .*Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Beli Perumahan Obama PT. Naila AdiKurnia SeiMencirin,*. Jurnal manajemen dan bisnis volume.14 no 02 oktober ISSN 1693 -7619.
- Rangkuti Freddy, 2009, *Strategi Promosi Yang Kreatif*, edisi pertama, cetakan pertama, penerbit : Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- R. Gunawan Sudarmanto. 2005. *Analisis Regresi Linear Ganda dengan SPSS, Edisi Perta*. Graha Ilmu: Yogyakarta
- Syahrman Yusi dan Umiyati Idris. 2009. *Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kuantitatif*. Penerbit Citrabooks: Indonesia.
- Sugiyono. 2002. *Statistika untuk penelitian*. Bandung: Alfabet.
- . 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Edisi Kedua. Bandung: CV Alfabeta.
- . 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta
- . 2013. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- . 2008. *Definisi Pemasaran* ,Edisi, Keseblasan Semarang, UNDIP
- Syahrman Yusi dan Umiyati Idris. 2009. *Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kuantitatif*. Penerbit Citra books: Indonesia.
- Swasta, Basu, dan Sukotjo. 2000. *Manajemen Pemasaran Modern "*,Penerbit Liberty, Yogyakarta.
- Schifman, Leon G dan Kanuk, Leslie Lazar. 2000. *Prilaku Konsumen*, Edisi Ketujuh. Jakarta : PT Indeks.
- Suparmo. 2011. *Marketing. PT, Gramedia Pustaka Utama* . Jakarta
- Sofjan Assauri. 2009. *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi. Rajawali pers*. Jakarta.
- Tri Asih Hidayati, Suharyono, Dahlan Fanani. *"Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Konsumen (survey pada mahasiswa penghuni Ma'had sunan ampel al My malang tahun angkatan 2012/2013 yang mengkonsumsi mie instan merek indomie)"*
- Umar Husain. 2002,*Riset Pemasaran dan Prilaku Konsumen*,Cetakan Ketiga , Penerbit : Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- William J Stanton, Basu S, Irawan. 2005 *Teori Pemasaran*, Erlangga Jakarta.
- Yoestini Ikanita Novirina Sulistyari. *Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflame (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Diponegoro Semarang).*

PENGARUH PROFITABILITAS, STRUKTUR ASET DAN UKURAN BANK TERHADAP STRUKTUR MODAL BANK YANG LISTING PADA BEI

Iip Sri Rohayu Sudiro

(Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unidayan Baubau)

Nas'ah

(Dosen Fakultas Ekonomi Unidayan)

A B S T R A C K

Capital structure is a balance between the use of own capital with the use of debt, which means how much equity and how much debt will be used so that it can produce an optimal capital structure. Given the many factors that affect the company's capital structure, this study has a focus on examining the effect of profitability, asset structure and bank size on the capital structure of banks listed on the Indonesia Stock Exchange (BEI) for the first quarter of 2012 to the fourth quarter of 2016.

The population in this study were banks classified as BUKU 1 banks to BUKU 4 banks that were listed on the IDX during the study period with a total of 31 banks. The method used in sampling is purposive sampling based on a number of criteria established by the author until finally 7 banks are listed on the IDX as research samples. With the pooled data method so that the research sample (n) obtained 140 observational data. Data analysis using multiple regression analysis tools that were preceded by a classic assumption test consisting of normality test, multicollinearity test, autocorrelation test and heteroscedasticity test. Hypothesis testing is done using the F test and t test.

The results of data analysis or regression results show that partially or simultaneously profitability, asset structure and bank size affect capital structure. The magnitude of the coefficient of determination (adjusted R square) is 0.297. This means that 29.7% of the dependent variable that is capital structure can be explained by three independent variables namely profitability, asset structure and bank size, while the remaining 70.3% capital structure is explained by variables or other causes outside the model.

Key words: Bank, Capital Structure, Profitability, Bank Size, Asset Structure.

Pengaruh Profitabilitas, Struktur Aset Dan Ukuran Bank Terhadap Struktur Modal Bank Yang Listing Pada Bei

PENDAHULUAN

Sesuai dengan judul dari penelitian ini, terdapat dua elemen yang utama yaitu struktur modal dan bank. Kebijakan struktur modal merupakan suatu kebijakan yang menyangkut kombinasi yang optimal dari penggunaan berbagai sumber dana yang akan dipakai untuk membiayai suatu investasi dan juga untuk mendukung operasional perusahaan dalam usaha meningkatkan laba perusahaan dan pencapaian nilai perusahaan yang tinggi (Gitman dalam Renniwaty, 2012:62). Struktur modal yang kuat sangat penting bagi sebuah perusahaan, karena dengan struktur modal yang kuat bank akan bisa menghadapi persaingan global dan krisis ekonomi yang bisa terjadi sewaktu-waktu. Struktur permodalan yang optimal merupakan target

yang senantiasa dicapai oleh suatu perusahaan, termasuk bank. Komposisi modal yang tepat menjadi sangatlah penting bagi perusahaan, namun tidak berarti bahwa struktur modal sama untuk setiap perusahaan. Struktur modal institusi keuangan termasuk bank, secara fundamental berbeda dengan perusahaan non finansial karena karakteristik bisnis atau kegiatan operasionalnya berbeda (Renniwy, 2012:62).

Berdasarkan data rilis Badan Pusat Statistik (BPS) secara nasional kontribusi sektor Jasa Keuangan dan Asuransi memiliki rata-rata kontribusi sebesar 3,94% per tahun terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia dalam kurun waktu lima tahun terakhir (gambar 1.1). Rata-rata kontribusi sektor tersebut tercatat berada pada posisi ke tujuh, masih lebih kecil dibandingkan dengan kontribusi sektor lain seperti Industri Pengolahan (21,01%); Pertanian, Kehutanan dan Perikanan (13,40%); Perdagangan Besar dan Eceran serta Reparasi Mobil dan Sepeda Motor (13,27%); Konstruksi (9,86%); Pertambangan dan Penggalian (9,46%); serta Transportasi dan Pergudangan (4,44%). Namun demikian dalam kurun waktu tahun 2013 hingga 2016 sektor Jasa Keuangan dan Asuransi tercatat memiliki tren pertumbuhan yang cenderung meningkat signifikan, dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 7,73% per tahun

Bank merupakan perusahaan yang menjual jasa keuangan bagi seluruh lapisan masyarakat, baik kepada pemerintah, dunia usaha dan perorangan. Bank merupakan lembaga intermediasi yang memiliki peran dalam membiayai proyek-proyek pembangunan yang bertujuan menggairahkan industri baru maupun yang sedang berkembang, dalam wujud menyediakan dana atau pemberian kredit menjadikan bank atau lembaga keuangan memiliki struktur modal yang berbeda dengan perusahaan lainnya (Jumingan, 2009:239).

Mudrajad dan Suhardjono (2011:72) mengemukakan bahwa fungsi utama bank adalah sebagai *financial intermediary*, yaitu lembaga perantara (*intermediary*) antara pihak-pihak yang kelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana. Fungsi bank sebagai lembaga intermediasi ini mempunyai peranan penting bagi pergerakan roda perekonomian secara keseluruhan dan memfasilitasi pertumbuhan ekonomi. Dimana pada level ekonomi makro bank merupakan alat dalam menetapkan kebijakan moneter sedangkan pada level mikro ekonomi bank merupakan sumber utama pembiayaan bagi para pengusaha maupun individu (Konch dalam Renniwy, 2012:62). Faktor penting yang harus diperhatikan oleh bank adalah kepercayaan dari masyarakat, apabila bank bisa menjaga kepercayaan tersebut maka para nasabah akan bersimpati dan akan menggunakan jasa bank tersebut (Kasmir, 2013:3).

Salah satu indikator kemajuan industri perbankan nasional yaitu dengan melihat perkembangan aset bank umum di Indonesia. Gambar 1.4 menunjukkan bahwa kondisi industri perbankan di Indonesia selama lima tahun terakhir menunjukkan perkembangan yang signifikan. Pada tahun 2012 total aset bank umum hanya sebesar Rp4.263 triliun kemudian pada tahun-tahun setelahnya terus terjadi peningkatan aset hingga pada akhir tahun 2016 tercatat total aset bank umum di Indonesia menjadi Rp6.730 triliun dengan rata-rata persentase kenaikan sebesar 10,76% per tahun.

Profit yang dihasilkan bank pun nantinya akan dievaluasi terkait dengan pengalokasiannya untuk mengatasi risiko tersebut. Misalnya saja, dalam setiap penyaluran kredit bank membutuhkan pembiayaan yang cukup besar oleh karena

itulah bank membutuhkan adanya tambahan dana, bila tidak maka akan berdampak pada menurunnya kecukupan modal minimum yang harus dimiliki bank. Perolehan dana tersebut dapat diperoleh dari simpanan masyarakat atau dari lembaga keuangan lainnya. Kegiatan bank dalam memilih dana segar dapat mempengaruhi besar kecilnya biaya yang akan ditanggung nantinya, sehingga bank harus bisa dengan tepat memilih struktur modal yang sesuai dengan tujuannya (Kasmir, 2013:46).

Sehingga berdasarkan latar belakang tersebut maka akan menjadi sangat menarik untuk meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi struktur modal bank yang ada di Indonesia. Penelitian ini dimaksudkan untuk menemukan bukti empiris dari faktor-faktor yang dianggap mempengaruhi struktur modal bank, khususnya bank yang *listing* di Bursa Efek Indonesia, meski demikian faktor-faktor tersebut merupakan proksi dari teori-teori struktur modal yang sudah ada seperti *Pecking Order Theory* dan *Trade-Off Theory*

TINJAUAN TEORI

Struktur Modal

Modal adalah dana perusahaan yang diperlukan untuk investasi (Bramantyo, 2008:187). Modal merupakan salah satu elemen terpenting dalam peningkatan pelaksanaan kegiatan perusahaan di samping sumber daya manusia, mesin, material dan metode. Keputusan modal perusahaan berkaitan jumlah modal, jenis modal, sumber modal dan komposisi/struktur modal. Komposisi ekuitas dan pendanaan akan menghasilkan biaya modal rata-rata yang berbeda apabila komposisinya berbeda.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Struktur Modal Bank

Berdasarkan Brigham *and* Joel (2001:6) secara umum faktor-faktor yang mempengaruhi struktur modal perusahaan adalah stabilitas penjualan, struktur aktiva, *leverage* operasi, tingkat pertumbuhan, profitabilitas, pajak, pengendalian, sikap manajemen, sikap pemberi pinjaman dan agen pemberi peringkat, kondisi pasar, kondisi internal perusahaan dan fleksibilitas keuangan. Suad Husnan (2000:323) menyatakan bahwa yang paling mempengaruhi struktur modal adalah lokasi distribusi keuntungan, stabilitas penjualan dan keuntungan, kebijakan deviden, pengendalian dana risiko kebangkrutan. Bambang (2013:297) turut mengemukakan faktor-faktor yang mempengaruhi struktur modal antara lain; tingkat bunga, stabilitas pendapatan, susunan aktiva, kadar risiko aktiva, besarnya jumlah modal yang dibutuhkan, keadaan pasar modal, sifat manajemen, besarnya suatu perusahaan. Sedangkan berdasarkan Farah (2014:306) faktor-faktor yang mempengaruhi struktur modal meliputi risiko bisnis, *tax position* dan agresivitas atau konservatisme manajerial.

Dalam penelitian ini faktor-faktor yang mempengaruhi bank didasarkan pada variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian Mohammed Amidu (2007) yang meliputi profitabilitas (*profitability*), pajak korporasi (*corporate tax*), tingkat pertumbuhan (*growth*), struktur aset (*asset structure*) dan ukuran bank (*bank size*). Namun dari total lima variabel yang digunakan oleh Amidu, penulis hanya menggunakan tiga variabel yang kemudian diproksikan sebagai faktor-faktor

penentu struktur modal bank yang *listing* pada BEI yaitu profitabilitas (*profitability*), struktur aset (*asset structure*) dan ukuran bank (*bank size*).

Permodalan Bank

Penggunaan modal bank dimaksudkan untuk memenuhi segala kebutuhan guna menunjang kegiatan operasi bank. Jumlah modal bank dianggap tidak mencukupi apabila tidak memenuhi maksud-maksud tersebut. Namun dalam praktiknya, menetapkan berapa besarnya jumlah wajar kebutuhan modal suatu bank adalah tugas yang cukup kompleks. Hal ini dikarenakan ada faktor-faktor eksternal di luar kendali bank yang juga turut mempengaruhi pengelolaan bank.

Fungsi utama dari modal bank adalah melindungi para penyimpan uang (deposan) dari kerugian yang timbul. Modal bank adalah manifestasi dari keinginan para pemegang saham untuk berperan dalam bisnis perbankan. Modal bank digunakan untuk menjaga kepercayaan masyarakat, khususnya masyarakat peminjam. Kepercayaan masyarakat akan terlihat dari besarnya dana giro, deposito dan tabungan yang harus melebihi jumlah setoran modal dari pemegang saham (Thamrin dan Francis, 2014:156).

Penetapan ketentuan mengenai kewajiban penyediaan modal minimum yang harus selalu dipertahankan setiap bank saat ini dilimpahkan kepada Otoritas Jasa Keuangan, setelah sebelumnya merupakan ketentuan Bank Indonesia sebagai otoritas moneter Indonesia. Ketentuan pemenuhan permodalan minimum bank yang disebut juga *Capital Adequacy Ratio* (CAR) pada setiap bank saat ini disesuaikan dengan profil risiko bank, dengan menggunakan rasio Kewajiban Penyediaan Modal Minimum (KPMM).

Kewajiban Penyediaan Modal Minimum (KPMM) berdasarkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 11 Tahun 2016, yaitu :

- 1) 8% (delapan persen) dari Aset Tertimbang Menurut Risiko (ATMR) bagi bank dengan profil risiko peringkat 1;
- 2) 9% (sembilan persen) sampai dengan kurang dari 10% (sepuluh persen) dari Aset Tertimbang Menurut Risiko (ATMR) bagi bank dengan profil risiko peringkat 2;
- 3) 10% (sepuluh persen) sampai dengan kurang dari 11% (sebelas persen) dari Aset Tertimbang Menurut Risiko (ATMR) bagi bank dengan profil risiko peringkat 3;
- 4) 11% (sebelas persen) sampai dengan 14% (empat belas persen) dari Aset Tertimbang Menurut Risiko (ATMR) bagi bank dengan profil risiko peringkat 4 dan 5;

METODE PENELITIAN

Lokasi/Tempat dan Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor bank yang *listing* pada Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mencari hubungan dan pengaruh antara struktur modal bank yang *listing* pada Bursa Efek Indonesia dengan faktor-faktor yang diduga mempengaruhinya meliputi profitabilitas, struktur aset dan ukuran bank tersebut.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder yang digunakan bersumber dari publikasi laporan keuangan triwulan bank sampel yang diperoleh dan diakses melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.go.id). Periode penelitian yang digunakan adalah selama 20 (dua puluh) triwulan, dimulai dari triwulan I tahun 2012 hingga triwulan IV tahun 2016.

Teknik Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan metode :

- 1) Metode studi pustaka, yaitu dengan melakukan telaah pustaka, eksplorasi dan mengkaji berbagai literatur pustaka seperti majalah, jurnal dan sumber-sumber lain yang berkaitan dengan penelitian.
- 2) Metode dokumentasi, yaitu dengan cara mengumpulkan, mencatat, dan mengkaji data sekunder yang berupa laporan keuangan perusahaan keuangan sektor bank yang terdaftar di BEI periode triwulan I tahun 2012 hingga triwulan IV tahun 2016 yang termuat dalam publikasi laporan keuangan triwulan tahun 2012 hingga 2016.

Teknik Analisis Data

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan model regresi linear berganda, dalam analisis regresi tersebut akan diuji pengaruh antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) dengan model persamaan regresi:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

dimana:

Y : Struktur modal

X₁ : Profitabilitas (X₁)

X₂ : Struktur Aset (X₂)

X₃ : Ukuran Bank (X₃)

b₁₂₃ : koefisien regresi

a : konstanta

e : *error term* (faktor-faktor diluar variabel yang tidak dimasukkan sebagai variabel model diatas)

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Sebelum mendapatkan hasil penelitian, penulis terlebih dahulu melakukan pengumpulan dan analisis data. Pengumpulan data dimulai dengan menentukan populasi penelitian hingga akhirnya melakukan penarikan sampel penelitian. Obyek dalam penelitian ini adalah perusahaan keuangan sektor bank yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia yang tergolong dalam bank BUKU 1 hingga bank BUKU 4 periode triwulan I tahun 2012 sampai dengan triwulan IV tahun 2016 yang telah

melakukan publikasi data keuangan. Pada periode triwulan I tahun 2012 hingga triwulan IV tahun 2016 tercatat 31 bank yang *listing* pada Bursa Efek Indonesia. Kemudian dilakukan pengumpulan sampel dengan metode *purposive sampling* berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya.

Berdasarkan kriteria diatas kemudian diperoleh sampel penelitian berjumlah 7 (tujuh) bank. Dengan menggunakan metode penggabungan data (*pooling*) maka diperoleh data penelitian sebanyak $20 \times 7 = 140$ data observasi. Bank yang menjadi sampel penelitian disajikan pada lampiran I. Adapun rincian data observasi dalam penelitian ini meliputi :

- 1) Data stuktur modal (*leverage*) dari 7 bank selama 20 triwulan (periode penelitian triwulan I tahun 2012 hingga triwulan IV tahun 2016) sebagaimana yang tertera dalam lampiran 2.
- 2) Data profitabilitas dari 7 bank selama 20 triwulan (periode penelitian triwulan I tahun 2012 hingga triwulan IV tahun 2016) sebagaimana yang tertera dalam lampiran 2.
- 3) Data struktur aset dari 7 bank selama 20 triwulan (periode penelitian triwulan I tahun 2012 hingga triwulan IV tahun 2016) sebagaimana yang tertera dalam lampiran 2.
- 4) Data ukuran bank dari 7 bank selama 20 triwulan (periode penelitian triwulan I tahun 2012 hingga triwulan IV tahun 2016) sebagaimana yang tertera dalam lampiran 2.

Nilai indikator dalam penelitian yaitu nilai total aset bank, nilai aset tetap bank, nilai laba sebelum pajak bank dan nilai total ekuitas bank tiap periodenya diperoleh melalui publikasi laporan keuangan triwulan masing-masing bank yang diakses melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia www.idx.co.id sebagaimana tertera dalam lampiran 6. Perhitungan nilai data struktur modal (*leverage*), profitabilitas, struktur aset dan ukuran bank dari bank yang menjadi sampel tiap periodenya dilakukan dengan bantuan *software Microsoft Excel 2010*. Hasil olahan data dari *Microsoft Excel* kemudian diolah kembali dengan menggunakan *software SPSS Versi 19* untuk dilakukan uji regresi berganda yang bertujuan untuk mendapatkan pembuktian terhadap hipotesis yang diajukan.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil uji secara simultan didapatkan nilai F_{hitung} sebesar 20,585 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 sehingga dengan nilai signifikansi lebih kecil dari α (0,05) yaitu sebesar 0,000 menunjukkan bahwa struktur modal bank yang *listing* pada BEI dapat dijelaskan oleh profitabilitas, struktur aset dan ukuran bank. Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat hubungan dan pengaruh yang signifikan antara profitabilitas, struktur aset dan ukuran bank dengan struktur modal bank yang *listing* pada BEI diterima.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa model struktur modal secara bersama-sama dapat dijelaskan oleh profitabilitas, struktur aset dan ukuran bank meskipun jika dilihat secara parsial diperoleh hasil bahwa variabel profitabilitas dan struktur aset memiliki koefisien dengan arah negatif, sedangkan variabel lain yaitu ukuran bank memiliki koefisien arah positif. Hal ini berarti bahwa peningkatan profitabilitas

dan struktur aset akan cenderung memiliki struktur modal (*leverage*) yang rendah, sedangkan peningkatan ukuran bank akan cenderung memiliki struktur modal (*leverage*) yang tinggi.

Hubungan Profitabilitas dengan Struktur Modal

Berdasarkan tabel 6.8 dapat disimpulkan bahwa variabel profitabilitas memiliki hubungan dan pengaruh yang negatif serta signifikan. Salah satu indikator yang dapat digunakan untuk melihat tingkat profitabilitas suatu perusahaan, yang dalam penelitian ini secara spesifik merujuk pada bank, adalah rasio dari *pre-tax profit* terhadap total aset.

Disaat profitabilitas suatu bank meningkat maka bank tersebut tentunya akan memiliki kemampuan yang lebih baik dalam menghasilkan laba atau profit. Dan tentunya sebagian besar profit tersebut akan digunakan sebagai *internal fund* bank tersebut. Semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu bank maka *internal fund* yang dimiliki oleh bank juga akan semakin besar jumlahnya. Nantinya dana tersebut dapat dipergunakan sebagai sumber pendanaan bagi bank itu sendiri. Hasil ini mendukung *Pecking Order Theory* yang menjelaskan alasan perusahaan dalam menentukan hierarki sumber dana yang paling disukai berdasar pada asimetri informasi. Pada umumnya perusahaan lebih menyukai dana internal karena lebih memungkinkan perusahaan untuk tidak perlu membuka diri dari sorotan pemodal asing. Secara spesifik perusahaan mempunyai urutan-urutan preferensi dalam menggunakan dana. Alternatif yang akan dipilih pertama kali untuk mendanai operasional perusahaan adalah pendanaan internal yang diperoleh dari laba yang dihasilkan dari kegiatan perusahaan. Selanjutnya, perusahaan menghitung target rasio pembayaran didasarkan pada perkiraan kesempatan investasi dan berusaha menghindari perubahan dividen yang tiba-tiba. Karena kebijakan dividen yang konstan (*sticky*), digabung dengan fluktuasi keuntungan dan kesempatan investasi yang tidak bisa diprediksi akan menyebabkan aliran kas yang diterima oleh perusahaan akan lebih besar dibandingkan dengan pengeluaran investasi pada saat-saat tertentu dan akan lebih kecil pada saat yang lain. Jika kas tersebut lebih besar, maka perusahaan akan membayar utang atau membeli surat berharga. Jika kas tersebut lebih kecil, maka perusahaan akan menggunakan kas yang dipunyai atau menjual surat berharga. Alternatif terakhir, jika pendanaan eksternal diperlukan perusahaan akan mengeluarkan surat berharga yang paling aman terlebih dahulu. Perusahaan akan memulai dengan hutang, kemudian dengan surat berharga campuran (*hybrid*) seperti obligasi konvertibel dan kemudian saham sebagai pilihan terakhir. Menurut teori ini, manajemen keuangan tidak memperhitungkan tingkat utang yang optimal. Kebutuhan dana ditentukan oleh kebutuhan investasi. Teori *Pecking Order* dapat menjelaskan mengapa perusahaan yang mempunyai tingkat keuntungan yang tinggi justru memiliki tingkat hutang yang rendah.

Dalam penelitian Myers sebagaimana dikutip oleh Edi Wijaya, mengemukakan bahwa *Pecking Order Theory* sebagai suatu teori alternatif keputusan pendanaan perusahaan, dimana perusahaan akan berusaha mendanai investasinya berdasarkan urutan risiko. Apabila terdapat tiga sumber pendanaan dalam perusahaan yaitu, laba ditahan, hutang dan ekuitas, para investor akan melihat bahwa ekuitas lebih berisiko daripada hutang. Oleh karena itu investor akan mengharapkan tingkat pengembalian

yang lebih tinggi terhadap penggunaan ekuitas dibandingkan hutang. Pandangan perusahaan, laba ditahan merupakan sumber pendanaan yang lebih baik dibandingkan hutang, dan hutang merupakan sumber pendanaan yang lebih baik dibandingkan ekuitas.

Hubungan Struktur Aset dengan Struktur Modal

Struktur aset atau komposisi dari aset merupakan salah satu faktor yang dapat menentukan keputusan struktur modal bank. berdasarkan teori yang ada, semakin besar jumlah *tangible assets* yang dimiliki oleh suatu perusahaan maka semakin besar *liquidation value* yang dimiliki oleh suatu perusahaan tersebut. Sehingga hal tersebut dapat menjadikan perusahaan memiliki akses yang lebih besar terhadap penggunaan utang. Oleh karena itu, menurut teori struktur modal, hubungan yang terjadi antara struktur aset perusahaan dengan *leverage ratio*-nya adalah hubungan yang positif.

Namun berdasarkan hasil uji hipotesis sebagaimana yang tertera dalam tabel 6.8 dapat diketahui bahwa terdapat hubungan yang signifikan dan negatif antara struktur aset dengan struktur modal bank periode triwulan tahun 2012 hingga 2016, yang berarti bahwa apabila struktur aset meningkat maka struktur modal atau *leverage* akan mengalami penurunan dan penulis belum dapat memperoleh penjelasan terkait hal tersebut. Hal ini dikarenakan *fixed assets* yang dimiliki bank relatif lebih sedikit dibandingkan dengan perusahaan non finansial. Mengapa demikian? Karena seperti yang telah dibahas sebelumnya bahwa sisi aset bank lebih didominasi oleh *loans* atau kredit. Oleh karena itu proporsi aset tetap bank cukup kecil relatif terhadap komponen aset lainnya.

Hubungan Ukuran Bank dengan Struktur Modal

Variabel terakhir dalam penelitian ini yang diduga mempengaruhi struktur modal bank ialah ukuran bank, dimana berdasarkan tabel 6.8 ditemukan bahwa ukuran bank berpengaruh positif terhadap jumlah utang bank. Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan dalam *Static-Trade Off Theory*, dimana dalam teori ini menyatakan bahwa perusahaan yang lebih besar cenderung memiliki risiko kebangkrutan yang lebih kecil dibandingkan dengan perusahaan kecil. Oleh karena itu perusahaan besar memiliki akses yang lebih mudah terhadap penggunaan utang dalam struktur modalnya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa ukuran bank berpengaruh signifikan terhadap struktur modal diterima.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan setelah melalui tahap pengumpulan data, pengolahan data, analisis data dan yang terakhir interpretasi hasil analisis mengenai pengaruh profitabilitas, struktur aset dan ukuran bank terhadap struktur modal bank yang *listing* pada BEI dengan menggunakan data yang terdistribusi normal, tidak terdapat multikolinearitas, bebas autokorelasi dan tidak adanya heterokedastisitas, maka dihasilkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil analisis data secara parsial diperoleh bahwa variabel profitabilitas (X_1) berpengaruh signifikan terhadap struktur modal (*leverage*) bank yang *listing* pada BEI. Hal ini dapat dilihat dari tingkat signifikansi atau nilai profitabilitas sebesar 0,010 yang mana lebih kecil dari 0,05. Sehingga hipotesis yang menyatakan

bahwa terdapat hubungan dan pengaruh yang signifikan antara profitabilitas terhadap struktur modal bank yang *listing* pada BEI, terbukti. Adapun hubungan yang dimiliki adalah hubungan yang negatif, yang berarti bahwa setiap kenaikan profitabilitas sebesar akan menurunkan tingkat *leverage* bank yang *listing* pada BEI sebesar 0,459. Hal ini dapat dijelaskan berdasarkan *Pecking Order Theory*.

2. Dari hasil analisis data secara parsial diperoleh bahwa variabel struktur aset (X_2) berpengaruh signifikan terhadap struktur modal (*leverage*). Hal ini dapat dilihat dari tingkat signifikansi struktur aset yaitu sebesar 0,00 yang mana lebih kecil dari 0,05. Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat hubungan dan pengaruh yang signifikan antara struktur aset terhadap struktur modal bank yang *listing* pada BEI, terbukti. Adapun hubungan yang dimiliki adalah hubungan yang negatif.
3. Dari hasil analisis data secara parsial diperoleh bahwa variabel ukuran bank (X_3) memiliki hubungan dan pengaruh signifikan terhadap struktur modal (*leverage*) bank yang *listing* pada BEI. Hal ini dapat dilihat dari tingkat signifikansi pertumbuhan aset sebesar 0,000 yang lebih kecil dari nilai tingkat signifikansi yaitu 0,05. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat hubungan dan pengaruh yang signifikan antara ukuran bank terhadap struktur modal bank yang *listing* pada BEI adalah terbukti. Hubungan yang terjadi adalah hubungan positif sebagaimana sesuai dengan *Static Trade Off Theory*.
4. Dari hasil analisis data secara simultan dengan uji F ditemukan bahwa variabel profitabilitas, struktur aset dan ukuran bank dalam penelitian ini secara bersama-sama memiliki hubungan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu struktur modal bank yang *listing* pada BEI. Hal ini didasarkan pada nilai F_{hitung} sebesar 20,585 dengan tingkat signifikansi 0,000 yang berarti memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat hubungan dan pengaruh yang signifikan antara profitabilitas, struktur aset dan ukuran bank terhadap struktur modal bank yang *listing* pada BEI diterima.
5. Koefisien determinasi *adjusted R square* adalah sebesar 0,297. Hal ini berarti bahwa 29,7% variabel dependen yaitu struktur modal dapat dijelaskan oleh tiga variabel independen yaitu profitabilitas, struktur aset dan ukuran perusahaan, sedangkan sisanya sebesar 70,3 % struktur modal dijelaskan oleh variabel atau sebab-sebab lainnya diluar model.

Saran

Untuk penelitian selanjutnya diharapkan :

- 1) Penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan menambah jumlah sampel dengan tidak hanya pada bank yang *listing* pada Bursa Efek Indonesia saja sehingga dapat mencerminkan pengaruh terhadap kondisi perbankan di Indonesia secara keseluruhan.
- 2) Meneliti variabel-variabel lain selain variabel yang digunakan dalam penelitian ini yang mungkin berpengaruh terhadap struktur modal, seperti menggunakan variabel risiko bisnis, tingkat pertumbuhan, tingkat pajak, faktor manajemen seperti kepemilikan saham oleh manajemen dan institusi, dll.
- 3) Menggunakan periode penelitian yang lebih panjang untuk mengetahui konsistensi dari pengaruh variabel-variabel independen tersebut terhadap

struktur modal. Selain itu, harus mempertimbangkan kestabilan kondisi perekonomian yang berhubungan dengan rentang waktu penelitian tersebut. Tujuannya adalah untuk meningkatkan ketepatan model yang akan dihasilkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Albaity, Mohammed and Arison Ho Sel Chuan. 2013. *Internationalization and Capital Structure: Evidence from Malaysian Manufacturing Firms*. Asian Journal of Finance & Accounting. Vol. 5, No. 2. p. 329-342
- Abiprayasa Kawiswara W.H., Muhammad Khafid dan Linda Agustina. 2014. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Struktur Modal Perusahaan Tekstil dan Garmen di BEI*. Accounting Analysis Journal. Vol. 3 No. 2
- Amidu, Mohammed. 2007. *Determinants of Capital Structure of Banks in Ghana: An Empirical Approach*. Journal Of Management. Vol. 2 No. 1. pp. 67-69
- Bambang Riyanto. 2013. *“Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan”*. Edisi 4. BPFE-Yogyakarta. Yogyakarta.
- Bramantyo Djohanputro. 2009. *Manajemen Keuangan Korporat*. PPM. Jakarta
- Brigham, Eugene F., and Joel F. Houston. 2001. *Manajemen Keuangan*. Buku I. Erlangga. Jakarta.
- . 2001. *Manajemen Keuangan*. Buku II. Erlangga. Jakarta.
- . 2013. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan (Essentials of Financial Management)*. Edisi 11 Buku 2. Salemba Empat. Jakarta.
- Booklet Perbankan Indonesia 2016. Departemen Perizinan dan Informasi Perbankan Otoritas Jasa Keuangan. Jakarta.
- Dahlan Siamat. 2005. *Manajemen Lembaga Keuangan: Kebijakan Moneter dan Perbankan*. Edisi Kelima. LPFE-UI. Jakarta.
- Farah Margaretha. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Dian Rakyat. Jakarta
- Gujarati, Damodar, Sumarno Zain. 1999. *Ekonometrika Dasar (Edisi Bahasa Indonesia)*. Cetakan 4. Erlangga. Jakarta.
- Harmono. 2009. *Manajemen Keuangan: Berbasis Balanced Scorecard Pendekatan Teori, Kasus dan Riset Bisnis*. Edisi 1. Bumi Aksara. Jakarta.
- Hartono, 2003, *Kebijakan Struktur Modal: Pengujian Trade Off Theory dan Pecking Order Theory (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang tercatat di BEI)*, Perspektif, Vol.8, No.2, Desember 2003: 249-257
- Inggrid, (2006). *Sektor Keuangan dan Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia: Pendekatan Kausalitas dalam Multivariate Error Correction Model (VECM)* Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan. Vol 8 No.
- Imam Ghazali. 2007. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi 4. Badan Penerbit UNDIP. Semarang.
- Jumingan. 2009. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kasmir. 2013. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. RajaGrafindo Persada. Jakarta.
- . 2015. *Analisis Laporan Keuangan*. RajaGrafindo Persada. Jakarta
- Katalog BPS: 9301001. 2017. *Pendapatan Nasional Indonesia 2012-2016*. Badan Pusat Statistik
- Keown, Arthur J., John D. Martin, J. William Petty and David F. Scott JR. 2010. *Manajemen Keuangan Jilid 1*. Indeks. Jakarta.

- . 2010. *Manajemen Keuangan Jilid 2*. Indeks. Jakarta.
- Lukas S. Atmaja. 2008. *Teori dan Praktik Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Mudrajad Kuncoro. 2009. *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*. Edisi 3. Erlangga. Jakarta.
- Mudrajad Kuncoro dan Suhardjono. 2011. *Manajemen Perbankan: Teori dan Aplikasi*. Edisi Kedua. BPFE-Yogyakarta. Yogyakarta.
- Renniwyaty Siringoringo. 2012. *Karakteristik Dan Fungsi Intermediasi Perbankan Di Indonesia*. Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan Edisi Juli. Bank Indonesia.
- Sri Hermuningsih. 2013. *Pengaruh Profitabilitas, Growth Opportunity, Sruktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Publik di Indonesia*. Jurnal Bank Indonesia : Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan. Bank Indonesia.
- Statistik Perbankan Indonesia 2016*. Desember. Volume 15 No.01. Otoritas Jasa Keuangan
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta. Bandung.
- Suad Husnan. 2000. *Manajemen Keuangan Teori dan Penerapan (Keputusan Jangka Panjang)*. Buku 1. Edisi 4. BPFE. Yogyakarta.
- Thamrin Abdullah dan Francis Tantri. 2014. *Bank dan Lembaga Keuangan*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Warsono. 2003. *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Bayumedia Publishing. Malang

**PENGARUH BUDAYA ORGANISASI DAN KOMITMEN ORGANISASI
TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA STASIUN KARANTINA IKAN
PENGENDALIAN MUTU KELAS II BAUBAU**

Ita

(Mahasiswan Fakultas Ekonomi Unidayan Baubau)

A B S T R A C K

This study aims to analyze the organizational culture, organizational commitment and employee performance at the Baubau Class II Quality Control Fish Quarantine Station. Data collection methods used were interview and questionnaire methods, the analytical method used is multiple linear regression analysis. The variables analyzed in this study are organizational culture, organizational commitment and employee performance.

Based on the results of multiple linear regression calculations obtained by the equation $Y = 19.920 + 0.338 X_1 + 0.234 X_2$, the correlation coefficient (R) of 0.780 which means the relationship between organizational culture and organizational commitment to employee performance in Baubau SKIPM Class II is strong. The coefficient of determination $R^2 = 0.631$ or 63.1%. This means that the contribution or contribution of organizational culture and organizational commitment to employee performance in the Baubau SKIPM Class II is 63.1% and the remaining 36.9% is influenced by other factors not included in the model, including organizational communication and motivation. Based on the results of the F test statistic, the calculated F value = 64.052 with a significance level of 0,000 is smaller than the real level $\alpha = 0.5$ or 5%, then H_0 is rejected and H_a is accepted. Based on the results of the t test statistics, the organizational culture variable (X_1) of 2.359 with a significant 0.000 less than $\alpha = 0.05$, which means that organizational culture significantly influences the performance of employees in SKIPM Class II Baubau and the organizational commitment variable (X_2) is 1.698 with a significant 0,000 is smaller than $\alpha = 0.05$ which means that organizational commitment has a significant effect on employee performance in Baubau SKIPM Class II.

Keywords: Organizational Culture, Organizational Commitment and Employee Performance

**Pengaruh Budaya Organisasi Dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja
Karyawan Pada Stasiun Karantina Ikan Pengendalian Mutu Kelas II Baubau**

PENDAHULUAN

Sumber daya manusia merupakan faktor penting dalam sebuah organisasi. Setiap organisasi akan selalu meningkatkan kualitas sumber dayanya agar kinerjanya memuaskan. Peningkatan kualitas tersebut juga merupakan salah satu upaya untuk menjadikan karyawan lebih termotivasi dan jelas arah tujuan yang ingin dicapai. Masalah tentang kinerja karyawan merupakan masalah yang perlu diperhatikan organisasi, karena kinerja karyawan akan mempengaruhi kualitas dan kuantitas organisasi dalam menghadapi persaingan seiring perkembangan zaman. Karena itu, memiliki sumber daya manusia (karyawan) yang berkualitas sangat dibutuhkan agar

tujuan organisasi dapat tercapai dan dapat meningkatkan kinerja karyawan dalam suatu organisasi.

Perkembangan dalam instansi pemerintahan di Indonesia saat ini yang semakin cepat dan pesat berakibat juga pada perubahan budaya. Sehingga instansi dituntut untuk mempunyai budaya yang membedakan dengan instansi lain yang sejenis. Kesuksesan sebuah instansi/organisasi juga tidak hanya didukung oleh budaya organisasi saja tetapi juga bagaimana organisasi tersebut menumbuhkan komitmen karyawannya. Tuntutan karyawan yang semakin tinggi terhadap organisasi serta apa yang dilakukan organisasi akan menentukan bagaimana komitmen atau keterikatan karyawan terhadap instansi/organisasi, yang pada akhirnya mempengaruhi keputusannya untuk tetap tergabung dan memajukan instansi/organisasinya atau memilih tempat kerja lain yang lebih menjanjikan.

Budaya organisasi sudah tercipta pada saat berdirinya Stasiun Karantina Ikan Pengendalian Mutu Kelas II Baubau. Budaya organisasi pada Stasiun Karantina Ikan Pengendalian Mutu Kelas II Baubau, menerapkan nilai-nilai saling menghormati antar karyawan, bertanggung jawab terhadap pekerjaan masing-masing, karyawan harus mempunyai kreativitas dan inovasi dalam bekerja, budaya tersebut turut mendorong berkembangnya instansi pemerintahan hingga saat ini.

Budaya organisasi yang tumbuh dalam SKIPM semestinya dapat meningkatkan komitmen karyawannya sehingga dapat menghasilkan kinerja yang memuaskan. Namun bentuk komitmen yang muncul diharapkan bukan hanya bersifat loyalitas yang pasif, tetapi juga melibatkan hubungan yang aktif dengan organisasi kerja yang memiliki tujuan memberikan segala usaha demi keberhasilan organisasi, karena mereka yang lebih berkomitmen terhadap organisasinya akan lebih siap melakukan berbagai upaya demi keberhasilan organisasi. Fenomena yang terjadi pada SKIPM Kelas II Baubau mengenai bagaimana pengaruh budaya dan komitmen organisasi terhadap kinerja karyawan, karena kinerja karyawan yang belum maksimal menyebabkan tujuan organisasi tidak dapat tercapai bila tidak didukung dengan SDM yang memiliki keahlian, kemampuan dan pengetahuan, misalnya kedisiplinan, kinerja maupun ketaatan aturan-aturan ditetapkan oleh pimpinan yang belum mencerminkan perilaku dan loyalitas yang kurang baik yang ditunjukkan karyawan tersebut. Karena hal ini bisa menyebabkan tertundanya pekerjaan dan lumpunya komitmen karena kinerja karyawan yang belum optimal.

Pimpinan SKIPM Kelas II Baubau harus fokus mengembangkan kinerja karyawannya agar dapat meningkatkan kualitas pelayanannya yang diberikan kepada pelanggan, sehingga tidak terjadi kendala-kendala yang berarti. Selain dari kinerja karyawan, budaya organisasi yang harus diperhatikan oleh pimpinan SKIMP Kelas II Baubau yaitu mengenai keterlibatan karyawannya dalam pekerjaan.

TINJAUAN TEORI

Budaya organisasi terdiri dari asumsi-asumsi dasar yang dipelajari baik sebagai hasil memecahkan masalah yang timbul dalam proses penyesuaian dengan lingkungannya, maupun sebagai hasil memecahkan masalah yang timbul dari dalam organisasi, antar unit-unit

Ashar Munandar (2001:262) bahwa budaya organisasi dapat berubah, yaitu bila asumsi dasar yang digunakan dalam memecahkan masalah (eksternal dan internal)

ternyata tidak absah dan perlu diganti dengan asumsi dasar lain. Luthans (2003:108) budaya organisasi memiliki makna yang luas, budaya organisasi merupakan norma-norma dan nilai-nilai organisasi akan berperilaku sesuai dengan budaya yang berlaku agar diterima oleh lingkungannya. Budaya organisasi dapat dipandang sebagai sebuah sistem.

Tosi, Rizzo dan Carroll dalam Ashar Munandar (2001:263) juga menjelaskan bahwa budaya organisasi adalah cara-cara berpikir, berperasaan dan bereaksi berdasarkan pola-pola tertentu yang ada dalam organisasi atau yang ada pada bagian-bagian organisasi. Robbins (2003:305) menjelaskan bahwa budaya organisasi mengacu ke suatu sistem makna bersama yang dianut oleh anggota-anggota yang membedakan organisasi itu dari organisasi-organisasi lain. Sistem makna bersama ini, bila diamati dengan lebih saksama merupakan seperangkat karakteristik utama yang dihargai oleh organisasi itu.

Denison dan Mishra (2002:168) mengemukakan bahwa ada empat prinsip integratif mengenai hubungan timbal balik antara budaya organisasi dan efektifitas kerja organisasi. Keempat prinsip ini diberi nama empat sifat utama (*main cultural traits*) yang menyangkut keterlibatan (*involvement*), konsistensi (*concistency*), adaptabilitas (*adaptability*), dan misi (*mission*). Keempat sifat utama tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut.

Keterlibatan (*involvement*)

Keterlibatan merupakan faktor kunci dalam budaya organisasi. Keterlibatan yang tinggi dari anggota organisasi berpengaruh terhadap kinerja organisasi khususnya menyangkut manajemen, strategi organisasi, struktur organisasi, biaya-biaya transaksi dan sebagainya.

Konsistensi (*concistency*)

Konsistensi menyangkut keyakinan, nilai-nilai, simbol dan peraturan-peraturan yang mempunyai pengaruh terhadap kinerja organisasi khususnya menyangkut metode melakukan bisnis, perilaku karyawan dan tindakan-tindakan bisnis lainnya.

Adaptabilitas (*adaptability*)

Ada tiga aspek adaptabilitas yang mempunyai dampak efektifitas organisasi, yaitu kemampuan untuk menyadari dan bereaksi pada lingkungan eksternal, kemampuan untuk bereaksi pada lingkungan internal, dan kemampuan untuk bereaksi pada pelanggan internal maupun eksternal. Ketiga aspek diatas merupakan hasil perkembangan dari asumsi-asumsi, nilai-nilai, dan norma-norma dasar yang memberikan struktur dan arah bagi organisasi.

Misi (*Mission*)

Penghayatan misi memberikan dua pengaruh besar pada fungsi organisasi, yaitu:

- 1) Menentukan manfaat dan makna dengan cara mendefinisikan peran sosial dan sasaran sosial dan sasaran eksternal bagi institusi serta mendefinisikan peran individu berkenaan dengan peran institusi.

- 2) Memberikan kejelasan arah atau aturan. Kesadaran akan misi memberikan arah dan sasaran yang jelas yang berfungsi untuk mendefinisikan serangkaian tindakan yang tepat bagi organisasi dan para anggotanya.

METODE PENELITIAN

Lokasi, Obyek dan Subyek Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah pada Stasiun Karantina Ikan Pengendalian Mutu Kelas II Baubau, yang berlokasi di Jln. Dayanu Ikhsanuddin Kota Baubau Sulawesi Tenggara. Objek penelitian ini adalah budaya organisasi, komitmen organisasi dan kinerja karyawan. Subyek penelitian ini adalah pegawai pada SKIPM Kelas II Baubau.

Teknik Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- 1) Observasi yaitu pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti.
- 2) Wawancara yaitu cara pengumpulan data melalui percakapan secara langsung.
- 3) Kuisioner yaitu memberikan beberapa angket pertanyaan secara langsung kepada responden untuk dijawab secara jujur.

Teknik Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan alat deskriptif, yaitu menggunakan bagaimana pengaruh budaya organisasi dan komitmen organisasi terhadap kinerja pegawai pada Stasiun Karantina Ikan Pengendalian Mutu Kelas II Baubau. Kemudian analisis kuantitatif berupa angka-angka (skor) yang merupakan jawaban responden dari hasil pengukuran melalui kuesioner. Skala yang digunakan adalah skal likert dengan 3 komponen. Data yang diperoleh diolah dalam komputer dengan menggunakan program *SPSS 21*.

Sugiyono (2008:93) mengemukakan bahwa skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena yang terjadi. Pengukuran diprioritaskan pada budaya organisasi dan komitmen organisasional terhadap kinerja pegawai pada Stasiun Karantina Ikan Pengendalian Mutu Kelas II Baubau.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Analisis Pengaruh Budaya Organisasi dan Komitmen Organisasi terhadap Kinerja Karyawan pada Stasiun Karantina Ikan Pengendalian Mutu Kelas II Baubau

Hasil perhitungan koefisien korelasi (R) sebesar 0,780 yang artinya hubungan antara budaya organisasi dan komitmen organisasi terhadap kinerja karyawan pada SKIPM Kelas II Baubau adalah kuat, hal ini sesuai yang dikemukakan oleh Sugiono (2005:183) bahwa rentang klasifikasi 0,60-0,79 adalah kuat. Koefisien determinasi $R^2 = 0,631$ atau 63,1%. Artinya kontribusi atau sumbangan budaya organisasi dan komitmen organisasi terhadap kinerja karyawan pada SKIPM Kelas II Baubau adalah sebesar 63,1% dan sisanya sebesar 36,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan kedalam model, antara lain komunikasi organisasi dan motivasi.

Hasil uji hipotesis dengan menggunakan Uji F, dari hasil perhitungan diperoleh nilai F hitung = 64,052 dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari taraf nyata $\alpha = 0,5$ atau 5%, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti bahwa budaya organisasi dan komitmen organisasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan pada SKIPM Kelas II Baubau.

Uji hipotesis dengan menggunakan uji t, diperoleh variabel budaya organisasi (X_1) sebesar 2,359 dengan signifikan 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ yang artinya bahwa budaya organisasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan pada SKIPM Kelas II Baubau. Dan variabel komitmen organisasi (X_2) sebesar 1,698 dengan signifikan 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ yang artinya komitmen organisasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan pada SKIPM Kelas II Baubau.

Hal ini didukung oleh Kottler dan Heskett dalam Pabundu Tika (2006:139) yang mengatakan bahwa ada hubungan antara budaya organisasi dan kinerja organisasi. Kemudian Murty dan Hudiwinarsi (2012:216) yang mengemukakan bahwa tingkat komitmen dapat menghasilkan peningkatan kinerja. Penelitian seperti ini pernah dilakukan oleh Ihsan Sidiq (2015) bahwa budaya organisasi secara signifikan mempengaruhi kinerja karyawan dan komitmen organisasional secara signifikan mempengaruhi kinerja karyawan.

PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis, maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut :

5. Koefisien korelasi (R) = sebesar 0,780 yang artinya hubungan antara budaya organisasi dan komitmen organisasi terhadap kinerja karyawan pada SKIPM Kelas II Baubau adalah kuat.
6. Koefisien determinasi $R^2 = 0,631$ atau 63,1%. Artinya kontribusi atau sumbangan budaya organisasi dan komitmen organisasi terhadap kinerja karyawan pada SKIPM Kelas II Baubau adalah sebesar 63,1%.
7. Variabel budaya organisasi dan komitmen organisasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan pada Stasiun Karantina Ikan Pengendalian Mutu Kelas II Baubau.

Berdasarkan hasil kesimpulan yang didapat dapat disajikan beberapa saran yaitu sebagai berikut :

4. Instansi harus mempertahankan budaya organisasi dan komitmen organisasi agar dapat meningkatkan kinerja karyawan.
5. Instansi perlu memfokuskan kinerja karyawannya untuk mempertahankan, memelihara serta meningkatkan hubungan dengan pegawai lain, yang pada akhirnya dapat membuat kinerja karyawannya meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar Prabu Mangkunegara 2005. *Perilaku dan Budaya Organisasi*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Denison dan Mishra. 2002. *Organizational culture and organizational effectiveness: a theory and some preliminary empirical evidence*. *School of business administration*. University of Michigan.

- Dharma, Agus. 1991. *Manajemen Prestasi Kerja*. Edisi Kedua. Jakarta: CV Rajawali.
- Ilyas, Yaslis. 2002. *Kinerja; teori, penilaian, dan penelitian*. Depok: Pusat Kajian Ekonomi Kesehatan FKMUI
- Imam Ghazali, 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*, Badan Penerbit UNDIP : Semarang.
- Luthans, Fred 2008. *Organizational behavior*. United States: McGraw-Hill.
- . 2003. *International management; culture, strategy, and behavior*. United States: McGraw-Hill.
- Mathis, Jackson. 2009. *Human resource management*. Jakarta: Salemba Empat
- Melayu S.P Hasibuan, 2005. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Bumi Aksara: Jakarta
- Munandar, Ashar. 2001. *Psikologi Industri dan Organisasi*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.
- R. Gunawan Sudarmanto, 2005. *Analisis Regresi Linear Ganda dengan SPSS*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama Yogyakarta. Graham Ilmu.
- Robbins P. Stephen. 2003. *Perilaku Organisasi*, Penerbit Prentice Hall : Jakarta
- dan Mary Coulter. 2001. *Manajemen*. Jakarta: Erlangga
- Siagian, Sondang P. 2009. *Kiat Meningkatkan Produktivitas Kerja*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Steve. 2002. *Organizational psychology*. United States of America: Library of Congress Cataloging.
- Sugiyono. 2008. *Metode penelitian bisnis*. CV. Alfabeta : Bandung.
- . 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta : Bandung
- Syahriman Yusi dan Umiyati Idris. 2009. *Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kuantitatif*. Penerbit Citrabooks : Indonesia.
- T. Hani Handoko 2001. *Manajemen Edisi Kedua*. BPFE, Yogyakarta
- Tika, Pabundu, 2006. *Budaya Organisasi dan Peningkatan Kinerja Perusahaan*, Bumi Aksara, Jakarta.
- Veithzal Rivai. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan Dari Teori ke Praktek Edisi Kedua*. Rajawali Pers : Jakarta.
- Valentine, Godkin, Lucero. 2010. *Ethical context, organizational commitment, and person-organization fit*. *Journal of business ethics*. Vol. 41. No. 4. Springer.
- Wibowo. 2007. *Sistem Manajemen Kinerja*. Gramedia: Jakarta
- . 2013. *Budaya Organisasi*. Jakarta : Rajawali Pers
- Wirjana, Bernandine 2007. *Mencapai manajemen berkualitas; organisasi, kinerja, program*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.
- Wirawan. 2009. *Manajemen Kinerja*. Jakarta : Gramedia Pustaka

PENGARUH IKLAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DOWNY PARFUM DI KOTA BAUBAU

Kusnady Mandaya

Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unidayan Baubau

A B S T R A C K

This study aims to analyze advertising, brand image and purchasing decisions for downy perfume products in the city of Baubau. Data collection methods used were interview and questionnaire methods, the analytical method used is multiple linear regression analysis. The variables analyzed in this study are advertising, brand image and purchasing decisions.

Based on the results of the F test analysis, a value of 53,830 was obtained with a significance level of 0,000 smaller than the real level of $\alpha = 0.05$, which means that the influence of advertising and brand image has a significant effect on purchasing decisions for downy perfume products in the city of Baubau. Thus H_0 is accepted and H_a is rejected.

Based on the results of the t test statistics, for X1 or Variable advertising equal to 4,181 with a significance of 0,000 smaller than $\alpha = 0.05$, which means that advertising has a significant effect on purchasing decisions for downy perfume products in the city of Baubau. Variable X2 or brand image variable is 3,692 with a significance of 0,000 smaller than $\alpha = 0.05$, which means brand image has a significant effect on purchasing decisions for downy perfume in the city of Baubau.

Keywords: *Advertising, Brand Image, Purchase Decision*

Pengaruh Iklan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Downy Parfum di Kota Baubau

PENDAHULUAN

Perilaku pembelian seseorang dapat dikatakan sesuatu yang unik, karena preferensi dan sikap terhadap obyek setiap orang berbeda. Selain itu konsumen berasal dari beberapa segmen, sehingga apa yang diinginkan dan dibutuhkan juga berbeda. Masih terdapat banyak faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Produsen perlu memahami perilaku konsumen terhadap iklan atau merek yang ada di pasar, selanjutnya perlu dilakukan berbagai cara untuk membuat konsumen tertarik terhadap produk yang dihasilkan.

Seiring perkembangan dunia yang semakin pesat, perkembangan kondisi pasar yang sekarang ini telah membawa pengaruh terhadap strategi yang harus diterapkan oleh perusahaan dalam menawarkan dan memasarkan produk mereka. Dari waktu ke waktu konsumen semakin *Well informed* dimana segala produk yang diinginkan dapat diketahui dengan cepat melalui informasi-informasi yang tersedia.

Salah satu strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk menawarkan produk mereka dan menarik minat konsumen terhadap produk tersebut adalah melalui

iklan. Seiring pertumbuhan ekonomi, iklan menjadi sangat penting karena konsumen potensial akan memperhatikan iklan dari produk yang ia akan beli. Fungsi iklan selain sebagai promosi juga berfungsi menginformasikan suatu produk atau jasa ataupun profit perusahaan dan sebagai media untuk mengingatkan konsumen terhadap suatu produk atau jasa.

Merek produk telah menjadi aset yang paling bernilai, selain sangat membantu dalam penetrasi pasar, merek yang kuat menciptakan loyalitas pelanggan. Perusahaan atau produk yang memiliki “merek” tersebut cenderung lebih mudah memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Penciptaan suatu merek yang kuat memberikan banyak keuntungan bagi perusahaan yaitu, meningkatkan merek (*brand*) yang menyebabkan konsumen berpindah dari satu merek ke merek lain untuk meningkatkan keunggulan bersaing. Merek perlu dikelola, dikembangkan dan diperkuat sehingga memberikan keunggulan yang berkelanjutan. Tanpa pengelolaan yang benar dan terarah hanya akan menjadi sebuah nama dan pada akhirnya kalah dalam persaingan.

Mengacu pada model ini maka respon yang diinginkan oleh konsumen harus disesuaikan dengan tingkat penilaian atas kesadaran, pengetahuan, kesukaan, kecenderungan, keyakinan dan pembelian terhadap downy parfum di kota Baubau. Tingkat respon konsumen masih rendah terhadap ekstensifikasi merek. Merek mengacu pada tiga dimensi yaitu *mind share*, *market share*, dan *commitment share*.

Fenomena Downy parfum, bagi konsumen dapat memberikan kenyamanan bagi penggunaanya serta mampu bertahan lama karena downy parfum memiliki beberapa varian sehingga mampu mengikat para konsumen. Ditemukan suatu fakta bahwa konsumen memiliki sensitivitas kesadaran yang rendah tentang produk merek yang tidak mudah diingat, tidak mudah dikenali dan tidak memiliki ciri khas. Fakta lain ditemukan bahwa masih banyak konsumen memiliki sensitivitas pengetahuan tentang merek yang sulit di mengerti tujuannya, informasi yang tersedia sulit di serap dan deskripsi tentang merek tidak jelas.

Fenomena Downy parfum dapat memberikan suasana baru bagi keluarga indonesia yang dulunya hanya memandang biasa-biasa downy parfum, yang dulunya konsumen indonesia hanya mengenal produk yang itu saja, dengan munculnya Downy Parfum produk lain langsung ditinggalkan.

Berbagai upaya dilakukan perusahaan dalam rangka mempertahankan citra merek. Kualitas merek produk tentu dapat memberikan jaminan agar konsumen melakukan pembelian produk yang ada di perusahaan tersebut. Citra merek yang mereka miliki diantaranya inovasi teknologi keunggulan yang dimiliki oleh produk tersebut, penetapan harga yang bersaing dan promosi yang tepat sasaran. Semakin baik citra merek produk yang dijual, maka semakin tinggi keputusan pembelian oleh konsumen.

TINJAUAN TEORI

Manajemen Pemasaran

Kotler dan Keller (2007:5), mendefinisikan manajemen pemasaran sebagai berikut :

“Manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan mendapatkan, menjaga, dan menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menyerahkan, dan mengomunikasikan nilai pelanggan yang unggul”.

Ada empat filosofi persaingan yang secara kuat mempengaruhi suatu aktivitas manajemen pemasaran (Lamb, Hair dan Mc. Daniel, 2012:5) sebagai berikut:

- a. Orientasi Produksi
Suatu filosofi yang berfokus pada kemampuan internal perusahaan yang melebihi dari keinginan dan kebutuhan pasar.
- b. Orientasi Penjualan
Pendapat bahwa orang akan membeli barang dan jasa yang lebih baik jika menggunakan teknik penjualan yang agresif dan penjualan yang tinggi tersebut akan mendatangkan keuntungan yang tinggi pula
- c. Orientasi Pasar
Filosofi yang menganggap bahwa suatu penjualan tidak bergantung pada sebuah penjualan yang agresif tetapi lebih pada keputusan konsumen untuk membeli produk.
- d. Orientasi Sosial
Suatu organisasi ada tidak hanya untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen saja serta memenuhi tujuan organisasi tetapi juga untuk melindungi atau untuk mempertinggi kepentingan yang terbaik atas individu dan masyarakat dalam jangka panjang.

Iklan

Iklan merupakan salah satu alat yang penting dalam menjual nama atau merek suatu produk ke konsumen. Kotler dan Keller (2016:582), *advertising is any paid from non personal presentation and promotion of ideas, goods or services by an indetified sponsor* atau iklan adalah segala bentuk komunikasi nonpribadi dan promosi gagasan, produk atau jasa yang dibayarkan oleh sponsor tertentu yang diketahui. Rendra Widyatama (2005:13) dalam bukunya yang berjudul *Advertising Procedure*, dituliskan bahwa istilah *advertising* berasal dari bahasa latin yaitu *ad-vere* yang berarti mengoperkan pikiran dan gagasan kepada pihak lain. Rendra Widyatama (2005:15), mengemukakan bahwa iklan merupakan suatu proses komunikasi yang mempunyai kekuatan sangat penting sebagai alat pemasaran yang membantu menjual barang, memberikan layanan, serta gagasan atau ide-ide melalui saluran tertentu dalam bentuk informasi yang persuasif.

Morissan (2010:17), iklan atau *advertising* dapat didefinisikan sebagai “*any paid from of nonpersonal communication about an organization, product, service, or idea by an idenifield sponsor*” atau setiap bentuk komunikasi nonpersonal mengenai suatu organisasi, produk, servis, atau ide yang dibayar oleh suatu sponsor yang diketahui. Adapun maksud “dibayar” pada definisi tersebut menunjukkan fakta bahwa ruang atau waktu bagi suatu pesan iklan pada umumnya harus dibeli.

Merek

Kotler dan Keller (2009:259), merek mengidentifikasi sumber atau pembuat produk dan memungkinkan konsumen (individu atau organisasi) untuk menuntut tanggung jawab atas kinerjanya kepada pabrikan atau distributor tertentu.

Fandi Tjiptono dan Diana Anastasia (2000: 39), merek merupakan nama, istilah, tanda, simbol/lambing/logo, desain, warna, gerak, atau kombinasi atribut-atribut produk lainnya yang diharapkan dapat memberikan identitas dan diferensiasi yang membedakannya dengan produk pesaing.

Perilaku Konsumen

Erna Ferrinadewi (2005: 9) perilaku konsumen adalah suatu proses yang terdiri dari beberapa tahap, yaitu:

- a. Tahap perolehan (*acquisition*): mencari (*searching*) dan beli (*purchasing*)
- b. Tahap konsumsi (*consumption*): menggunakan (*using*) dan mengevaluasi (*evaluating*)
- c. Tahap tindakan pasca beli (*disposition*): apa yang dilakukan konsumen setelah produk itu digunakan atau dikonsumsi.

Keputusan konsumen juga dapat dipengaruhi oleh nilai inti (*core values*), sistem kepercayaan yang mendasari sikap dan perilaku. Nilai inti lebih dalam dari pada perilaku atau sikap dan menentukan pilihan dan keinginan seseorang pada tingkat dasar dalam jangka panjang.

Keputusan Pembelian

Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempengaruhi barang yang ditawarkan. Kotler dan Armstrong (2008: 226) pengambilan keputusan adalah tahap dimana konsumen benar-benar memilih.

Erna Ferrinadewi (2005: 237) ada empat pandangan dalam pengambilan keputusan konsumen. Pertama adalah sudut pandang ekonomis, kedua sudut pandang pasif, ketiga sudut pandang kognitif dan yang terakhir sudut pandang emosional.

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Obyek Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah di Kota Baubau. Obyek penelitian ini adalah Iklan dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Downy Parfum di Kota Baubau. Sedangkan subyek penelitian ini adalah konsumen pengguna Downy Parfum di Kota Baubau

Metode Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

- a. Angket/kuesioner, merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden.
- b. Wawancara, teknik ini untuk memperoleh data, dilakukan dengan cara mengadakan dialog langsung dengan konsumen.

Teknik Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan analisis deskriptif. Analisis deskriptif untuk melihat pengaruh dari iklan dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk downy parfum di kota Baubau.

Kemudian analisis kuantitatif berupa angka-angka (skor) yang merupakan jawaban responden dari hasil pengukuran melalui kuesioner. Skala yang digunakan adalah skala Likert dengan 5 komponen. Data yang diperoleh diolah dalam computer dengan menggunakan program SPSS.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Pengaruh Iklan dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Downy Parfum di Kota Baubau

Berdasarkan hasil perhitungan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,876 menunjukkan ada hubungan yang positif antara iklan dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk downy parfum di kota Baubau. Koefisien determinasi R square (R^2) sebesar 0,676 atau sebesar 67,6% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel iklan dan citra merek, sedangkan sisanya sebesar 32,4% adalah faktor-faktor yang tidak diteliti. Misalnya seperti desain produk dan harga.

Sedangkan hasil uji hipotesis dengan menggunakan uji F, dari hasil perhitungan diperoleh nilai F hitung sebesar 53,830 dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari taraf nyata $\alpha = 0,05$ atau 5% dengan demikian dapat disimpulkan bahwa iklan dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk downy parfum di kota Baubau.

Pengujian statistik uji t menunjukkan bahwa uji t untuk X1 atau Variabel iklan sebesar 4,181 dengan signifikansi 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ yang artinya iklan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk downy parfum di kota Baubau. Variabel X2 atau variabel citra merek sebesar 3,692 dengan signifikansi 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ yang artinya citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk downy parfum di kota Baubau.

Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Sri Nuriyani (2014) yang melakukan penelitian terhadap analisis pengaruh iklan, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian sampo sunsilk di semarang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah iklan, citra merek, dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sampo Sunsilk. Dan menganalisis faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian sampo Sunsilk di Semarang. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 75 responden dengan menggunakan tehnik *Accidental Sampling*, yaitu siapa yang kebetulan bertemu dengan peneliti dan dipandang cocok untuk dijadikan sampel.

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,458 X1 + 0,220 X2 + 0,322 X3$$

Variabel independen yang paling berpengaruh terhadap variabel dependen adalah variabel iklan (0,458), diikuti oleh variabel harga (0,322), dan yang terakhir variabel citra merek (0,220). Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa semua variabel independen (iklan, citra merek dan harga) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen keputusan pembelian sampo Sunsilk. Artinya menurut konsumen tiga variabel independen dianggap penting ketika akan membeli sampo Sunsilk. Angka *adjusted R square* yang diperoleh sebesar 0.405 menunjukkan bahwa 40,5% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel iklan

, citra merek dan harga sedangkan sisanya 59,5% dipengaruhi oleh variable-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis, maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Iklan dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk downy parfum di kota Baubau.
2. Koefisien korelasi (R) = 0,876 artinya ada hubungan yang sangat kuat antara iklan dan citra merek dengan keputusan pembelian produk downy parfum di kota Baubau.
3. Koefisien determinasi R square (R^2) = 0,676 yang menunjukkan bahwa iklan dan citra merek dipengaruhi oleh keputusan pembelian sebesar 67,6%. Sedangkan sisanya sebesar 32,4% adalah faktor-faktor yang tidak diteliti antara lain desain produk, harga dan kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil kesimpulan dapat disajikan beberapa saran kepada pihak-pihak yang berkepentingan terhadap penelitian ini antara lain :

1. Bagi Konsumen, sebaiknya dalam melakukan pembelian produk downy parfum juga mempertimbangkan merek dan harga. Merek dan harga yang telah dikenal baik oleh masyarakat luas dan memimpin pasar memberi jaminan kualitas akan tiap produknya.
2. Bagi Peneliti selanjutnya, diharapkan agar dapat terus meningkatkan penelitian ini dengan menambah variabel-variabel yang belum diteliti dalam penelitian ini, misalnya mengenai gaya hidup.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D.A. 2001. *Managing Brand Equity: Capitalizing on the value of a brand name*. New York: Free Press.
- Agus Hermawan. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Bilson Simamora. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Umum.
- Dessy A. Sembiring. 2014. *Pengaruh Iklan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Mio (Studi Pada Pt. Yamaha Mataram Sakti Di Kota Semarang)*. Naskah Publikasi Ilmiah. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Diponegoro.
- Erna Ferrinadewi. 2005. *Merek dan Psikologi Konsumen, Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta. Graha Ilmu.
- Eva Sheilla Rahma. 2007. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Minat Beli dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna Telepon Seluler Merek Sony Ericson di Kota Semarang)*, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Fandi Tjiptono dan Diana Anastasia. 2000. *Total Quality Management*. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Kahle, Lynn R dan Kim, Chung Hyun. 2006. *Creating Images and The Psychology of Marketing Communication*. New Jersey: LEA.

- Keller, K.L.2008. *How to brand equity*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Kotler, Philip.2002. *Marketing Management: The Millenium Edition*, Jakarta: Prenhallindo.
- _____.2005. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Indeks kelompok Gramedia, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi dua belas, Jilid pertama*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller, K.L.2007. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Ketiga Belas. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- _____.2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ke-13: Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- _____.2016. *Marketing Managemen (Global Edition)*. Edisi 15e. England: Pearson.
- Lamb, Hair dan Mc. Daniel. 2012.*Manajemen Pemasaran*.Edisi Kelima, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Lutfi Sidrotul Muntaha.2014. *Pengaruh Kualitas Produk, Iklan dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Lux Cair (Studi kasus pada konsumen/pengguna sabun mandi lux cair di swalayan Gelael Mall Ciputra Semarang)*. Diponegoro Journal Of Social And Politic Tahun 2014, Hal. 1-10.
- Morissan. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Peter, J. Paul dan Olson, Jerry C.2002. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Erlangga: Jakarta.
- R. Gunawan Sudarmanto, 2005. *Analisis Regresi Linear Sederhana Dengan SPSS*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Graha Ilmu: yogyakarta.
- Rendra Widyatama. 2005. *Pengantar Periklanan*. Jakarta: Buana Pustaka Indonesia
- Shinta Agustina.2012. *Analisis Perilaku Konsumen dan Strategi Promosi*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Sri Nuriyani.2014. *Analisis Pengaruh Iklan, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sampo Sunsilk Di Semarang*. Skripsi Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro.
- Sugiyono. 2008. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabet.
- _____. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Supramono.2003. *Desain Proposal Penelitian Studi Pemesaran*, Andi, Yogyakarta.
- Susanto dan Hilman Wijanarko. 2004. *Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Penerbit Quantum Bisnis dan Manajemen, Jakarta.
- Sutisna dan Pawitra. 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Jakarta. PT. Remaja Rosdakarya.
- Syahrman Yusi dan Umiyati Idris. 2009. *Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kuantitatif*. Penerbit Citrabooks: Indonesia.

PENGARUH IKLIM ETIKA DAN KOMPENSASI TERHADAP TURNOVER INTENTION KARYAWAN PADA PT. SIMPATIK CITRA BUANA BAUBAU

La Ode Jaya

Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unidayan Baubau

A B S T R A C K

This study aims to analyze the effect of the ethical climate and compensation on employee turnover intention at PT. Simpatik Citra Buana Baubau. Data collection methods used were interview and questionnaire methods, the analytical method used is multiple linear regression analysis. The variables analyzed in this study are the ethical climate, compensation and turnover intention.

Based on the results of multiple linear regression calculations, the equation $Y = 9.025 - 0.579 X_1 - 0.913 X_2$ is obtained. correlation coefficient (R) of 0.623 which means there is a strong relationship between the ethical climate and compensation with employee turnover intention at PT. Simpatik Citra Buana Baubau. The coefficient of determination R Square (R^2) = 0.401 means that the contribution or contribution of the ethical climate and compensation for the ups and downs of turnover intention is 40.1%.

Based on the results of the F test analysis, a value of 62.739 was obtained with a significance level of 0,000 smaller than the real level $\alpha = 0.05$, which means that the ethical climate and compensation significantly influence employee turnover intention at PT. Simpatik Citra Buana Baubau. Thus H_0 is accepted and H_a is rejected.

Based on the results of the t test statistic, for X_1 or ethical climate variable of -4,181 with a significance of 0,000 less than $\alpha = 0.05$, which means that the ethical climate has a significant effect on employee turnover intention at PT. Simpatik Citra Buana Baubau. Variable X_2 or compensation variable of -5,692 with a significance of 0,000 is smaller than $\alpha = 0.05$, which means that compensation has a significant effect on employee turnover intention at PT. Simpatik Citra Buana Baubau.

Keywords: *Ethical Climate, Compensation, Turnover Intention*

Pengaruh Iklim Etika Dan Kompensasi Terhadap Turnover Intention Karyawan Pada PT. Simpatik Citra Buana Baubau

PENDAHULUAN

Sumber daya manusia adalah salah satu unsur terpenting dalam keberhasilan dan kelangsungan suatu perusahaan. Organisasi yang ingin tetap menjaga kelangsungan hidupnya harus memperhatikan baik sisi ekonomi dan non ekonomi. Hal non ekonomi ini salah satunya berarti organisasi juga harus memperhatikan perilaku sosial dan etika yang bertanggung jawab bagi kelangsungan hidup organisasinya. Etika tersebut sangat penting karena suatu praktik yang tidak memiliki etika akan mempengaruhi bisnis dalam sejumlah cara, pertama konsumen cenderung menjauhi praktik bisnis barang dan jasa yang tidak etis. Kedua, praktek yang tidak etis, dapat meningkatkan liabilitas, resiko keuangan dan biaya. Ketiga,

iklim yang tidak etis dapat mempengaruhi pekerja melalui tingkat kepuasan kerja yang rendah, kinerja yang rendah, adanya keinginan untuk berhenti dan perilaku kewarganegaraan organisasi yang rendah.

Berhentinya karyawan (*turnover*) merupakan sebuah fenomena yang banyak terjadi di perusahaan. Tingginya tingkat *turnover* pada perusahaan akan semakin banyak menimbulkan berbagai potensi biaya, baik itu biaya pelatihan yang sudah diinvestasikan pada karyawan, tingkat kinerja yang mesti dikorbankan, maupun biaya rekrutmen dan pelatihan kembali. Dalam beberapa kasus tertentu, *turnover* memang diperlukan oleh perusahaan terutama terhadap karyawan dengan kinerja rendah.

Turnover harus disikapi sebagai suatu fenomena dan perilaku manusia yang penting dalam kehidupan organisasi dari sudut pandang individu maupun sosial, mengingat bahwa tingkat keinginan berpindah karyawan tersebut akan mempunyai dampak yang cukup signifikan bagi perusahaan dan individu yang bersangkutan. Organisasi terkadang juga memerlukan *turnover* terutama bagi karyawan yang memiliki kinerja rendah, namun tingkat *turnover* tersebut harus diupayakan agar tidak terlalu tinggi sehingga organisasi masih memiliki kesempatan untuk memperoleh manfaat atau keuntungan atas peningkatan kinerja dari karyawan baru yang lebih besar dibanding biaya rekrutmen yang ditanggung organisasi.

Turnover yang terjadi tentu akan merugikan organisasi, baik dari segi biaya, sumber daya, maupun kondisi kerja karyawan. Aamodt (2004:44) mengemukakan bahwa dampak dari *turnover* terbagi 2 yaitu dampak yang tampak dan dampak yang tidak tampak. Dampak yang tampak dari *turnover* diantaranya adalah biaya iklan dalam merekrut karyawan baru, biaya agensi karyawan, bonus, biaya perjalanan penerimaan, gaji dan biaya yang dikeluarkan selama proses aplikasi dan wawancara kandidat, serta biaya penempatan bagi karyawan baru. Dampak yang tidak tampak termasuk hilangnya produktifitas berhubungan dengan pindahnya karyawan, karyawan lain harus melakukan pekerjaan yang lebih banyak, tidak ada produktifitas pada masa lowong, dan merendahnya produktifitas berkaitan dengan karyawan yang baru mendapat pelatihan. *Turnover* yang terjadi berarti organisasi tersebut kehilangan sejumlah tenaga kerja. Kehilangan ini harus diganti dengan karyawan baru. Organisasi harus mengeluarkan biaya mulai dari perekrutan hingga mendapatkan tenaga kerja siap pakai. Keluarnya karyawan berarti ada posisi tertentu yang lowong dan harus segera diisi. Selama masa lowong maka tenaga kerja yang ada kadang tidak sesuai dengan tugas yang ada sehingga menjadi terbengkalai. Karyawan yang tertinggal akan terpengaruh motivasi dan semangat kerjanya. Karyawan yang sebelumnya tidak berusaha mencari pekerjaan baru akan mulai mencari lowongan kerja, yang kemudian akan melakukan *turnover*.

PT. Simpatik Citra Buana Baubau merupakan perusahaan yang menjual barang elektronik dan kebutuhan rumah tangga secara tunai dan kredit. Perusahaan ini membagi seluruh karyawannya menjadi dua kelompok, yaitu karyawan organik dan karyawan non organik. Karyawan organik merupakan karyawan tetap dan biasanya bertugas di kantor. Karyawan organik ini menerima gaji bulanan, untuk dapat menjadi karyawan organik harus melalui testing di kantor PT. Simpatik Citra Buana Baubau, mereka tidak difokuskan mencari konsumen. Sedangkan karyawan non organik merupakan karyawan tidak tetap dan jarang berada di kantor, yang termasuk

karyawan non organik adalah *supervisor* dan agen. *Supervisor* mempunyai tugas untuk mengawasi, membimbing, mengarahkan dan memotivasi para agen. Agen merupakan orang yang diharapkan untuk mencari konsumen. Pada tahun 2015 terdapat 3 orang karyawan non organik yang mengundurkan diri pada bulan Februari sebanyak 1 orang dan bulan Maret sebanyak 2 orang karyawan non organik. Dan pada tahun 2016 sebanyak 4 orang karyawan non organik yang mengundurkan diri pada bulan Mei dan sebanyak 3 orang karyawan non organik yang mengundurkan diri pada bulan Oktober. Dari fenomena tersebut menggambarkan bahwa *turnover* pada PT. Simpatik Citra Buana Baubau mengalami peningkatan. *Turnover* terjadi berdasarkan permintaan karyawan itu sendiri.

TINJAUAN TEORI

Perilaku Organisasi

Manusia merupakan sumber utama bagi setiap organisasi, karena tidak ada organisasi tanpa manusia, karenanya perilaku manusia dalam organisasi menjadi perilaku organisasi. Para ahli perilaku dan manajemen yakin bahwa perilaku manusia itu sangat penting untuk menentukan efektivitas setiap organisasi. Manusia dapat menjadikan organisasi menjadi efektif atau sebaliknya, dan konsep perilaku manusia dalam organisasi akan menghasilkan karya keorganisasian.

Miftah Thoha (2007:5) perilaku organisasi merupakan suatu studi yang menyangkut aspek-aspek tingkah laku manusia dalam suatu organisasi atau suatu kelompok tertentu. Sopiah (2008:4) mengartikan perilaku organisasional adalah bidang studi yang menyelidiki pengaruh yang ditimbulkan oleh individu, kelompok dan struktur terhadap perilaku manusia di dalam organisasi dengan tujuan meningkatkan efektivitas organisasi.

Robbins (2001:3) perilaku organisasi adalah perilaku yang menyelidiki pengaruh yang ditimbulkan oleh individu, kelompok, dan struktur terhadap perilaku manusia didalam organisasi dengan tujuan menerapkan pengetahuan yang dapat untuk meningkatkan efektivitas organisasi.

Berdasarkan beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa perilaku organisasi adalah suatu studi tentang apa yang dikerjakan oleh orang-orang dalam organisasi dan bagaimana perilaku orang-orang tersebut dapat mempengaruhi kinerja organisasi dengan bahan kajiannya adalah sikap manusia terhadap pekerjaan, rekan kerja, imbalan, kerjasama dan yang lainnya.

Iklim Etika

Iklim atau *climate* berasal dari bahasa Yunani yaitu *incline*, kata ini tidak hanya memberikan arti yang terbatas pada hal-hal fisik saja seperti temperatur atau tekanan, tetapi juga memiliki arti psikologis bahwa orang-orang yang berada di dalam organisasi menggambarkan tentang lingkungan internal organisasi tersebut. Iklim mengacu pada cara organisasi mengoperasionalkan perilaku rutin dan tindakan yang diharapkan, didukung dan dihargai (Wirawan, 2007:121)

Subunit dari pekerjaan dalam sebuah organisasi terdiri dari berbagai jenis iklim termasuk salah satunya adalah iklim etika dan sebagian besar manajer dalam organisasi non profit percaya bahwa kesuksesan organisasi berhubungan dengan etika. Etika merupakan konsepsi mengenai perbuatan yang benar dan yang salah.

Etika menyatakan apakah suatu perilaku sesuai dengan moral atau tidak. Sebagai sistem sosial, organisasi mempunyai konsep etika. Konsepsi tersebut ada yang tertulis (formal) dan ada yang tidak tertulis (informal) (Wirawan, 2007:124).

Kompensasi

Salah satu tugas manajemen sumber daya manusia dalam sebuah perusahaan adalah memberikan apa yang menjadi hak dari setiap individu dalam perusahaan/organisasi. Salah satu hak pegawai/karyawan dan merupakan kewajiban dari perusahaan tersebut adalah dengan memberikan kompensasi yang layak kepada karyawannya. Kompensasi merupakan salah satu beban yang harus dipikul oleh perusahaan/organisasi dalam melaksanakan kegiatannya.

Mathis dan Jackson (2006:118) menyatakan bahwa, kompensasi adalah faktor penting yang mempengaruhi bagaimana dan mengapa orang-orang bekerja pada suatu perusahaan dan bukan perusahaan lainnya. Kompensasi dari sudut pandang individu karyawan adalah segala sesuatu yang diterima karyawan sebagai balas jasa atas kontribusi tenaga dan pikiran yang telah disumbangkan kepada perusahaan. Sedangkan kompensasi dari sudut pandang perusahaan adalah segala sesuatu pengeluaran dan biaya yang telah diberikan kepada karyawan sebagai balas jasa atas kontribusi tenaga dan pikiran yang telah mereka sumbangkan kepada perusahaan dimana mereka bekerja.

Ambar Teguh Sulistiyani dan Rosidah (2003:206), "kompensasi adalah segala sesuatu yang diterima oleh pegawai sebagai balas jasa (kontra prestasi) atas kerja mereka". Kompensasi merupakan hak bagi karyawan dan menjadi kewajiban perusahaan untuk membayarnya. Dengan memberikan kompensasi yang sesuai, perusahaan menginginkan adanya prestasi kerja karyawan sesuai dengan tujuan perusahaan.

Turnover Intention

Intensi merupakan probabilitas atau kemungkinan yang bersifat subjektif, yaitu perkiraan seseorang mengenai seberapa besar kemungkinannya untuk melakukan suatu tindakan tertentu. Intensi adalah mengukur kemungkinan seseorang dalam melakukan perilaku tertentu. Anwar K, Bakar A dan Harmaini (2005:1). Intensi merupakan fungsi dari tiga determinan dasar yaitu pertama sikap individu terhadap perilaku, kedua adalah persepsi individu terhadap tekanan sosial untuk melakukan atau untuk tidak melakukan perilaku yang bersangkutan dan yang ketiga adalah aspek kontrol perilaku yang dihayati (Azwar Azrul, 2002:10-11).

Turnover menurut Robbins dan Judge (2009:38) adalah tindakan pengunduran diri secara permanen yang dilakukan oleh karyawan baik secara sukarela ataupun tidak secara sukarela. *Turnover intention* adalah derajat kecenderungan sikap yang dimiliki oleh karyawan untuk mencari pekerjaan baru di tempat lain atau adanya rencana untuk meninggalkan perusahaan dalam masa tiga bulan yang akan datang, enam bulan yang akan datang, satu tahun yang akan datang dan dua tahun yang akan datang (Low, David, Grant dan Moncrief., 2001:587).

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Obyek Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan pada PT. Simpatik Citra Buana Baubau, yang beralamat di Jl. Batara Guru (Jembatan Tengah) Kel. Nganaumala, Kota Baubau Sulawesi Tenggara. Obyek dalam penelitian ini adalah karyawan non organik pada PT. Simpatik Citra Buana Baubau.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel pada PT. Simpatik Citra Buana Baubau yaitu dengan menggunakan metode sampel jenuh, yaitu dapat memilih dari elemen populasi (orang atau peristiwa) yang datanya berlimpah dan mudah diperoleh oleh peneliti. Dan dalam penelitian ini jumlah sampel sebanyak 30 orang karyawan non organik.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Pengaruh Iklim Etika dan Kompensasi terhadap *Turnover Intention* Karyawan pada PT. Simpatik Citra Buana Baubau

Berdasarkan hasil perhitungan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,623 menunjukkan ada hubungan yang kuat antara iklim etika dan kompensasi terhadap *turnover intention* karyawan pada PT. Simpatik Citra Buana Baubau. Koefisien determinasi R square (R^2) sebesar 0,401 atau sebesar 40,1% *turnover intention* dipengaruhi oleh variabel iklim etika dan kompensasi, sedangkan sisanya sebesar 59,9% adalah faktor-faktor yang tidak diteliti. Misalnya seperti komitmen organisasi, kepuasan kerja dan sebagainya. Jika iklim etika dan kompensasi mengalami peningkatan, maka *turnover intention* karyawan rendah. Begitupun sebaliknya, jika iklim etika dan kompensasi mengalami penurunan maka *turnover intention* karyawan tinggi. Ini berarti iklim etika dan kompensasi berpengaruh negatif terhadap *turnover intention* karyawan.

Hal ini sejalan dengan pendapat teori dari Schwegker (2001:61) mengindikasikan individu yang merasa tidak cocok dengan iklim etika biasanya tidak akan tinggal lama pada organisasi. Hal ini terbukti benar dalam penelitiannya pada siswa bekerja, yang menyatakan keinginannya untuk suatu iklim yang etis dan merasa mereka bekerja di lingkungan seperti itu, menunjukkan bahwa mereka tidak akan meninggalkan pekerjaan mereka. Iklim etika organisasi mempengaruhi sikap kerja karyawan, dengan demikian setiap konflik yang terjadi akan memunculkan *turnover intention*. Pengakuan dari seorang karyawan mengenai iklim organisasi yang tidak etis adalah upaya untuk berhenti dari pekerjaannya.

Susilo Martoyo (2007:116) menyatakan alasan utama meninggalkan profesi adalah gaji, banyaknya permintaan pekerjaan, pergeseran waktu kerja dan status pekerjaan yang tidak pasti. Kepuasan dan ketidakpuasan atas kompensasi yang diterima adalah fungsi dari ketidakcocokan antara apa yang dirasakan akan diterima seseorang dengan berapa banyak yang diterima seseorang. Kepuasan akan kompensasi dapat memprediksi tingkat absensi dan *turnover* karyawan.

Sedangkan hasil uji hipotesis dengan menggunakan uji F , dari hasil perhitungan diperoleh nilai F hitung = 62,739 dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih

kecil dari taraf nyata $\alpha = 0,05$ atau 5%, dengan demikian hipotesis yang menyatakan iklim etika dan kompensasi berpengaruh signifikan terhadap *turnover intention* karyawan pada PT. Simpatik Citra Buana Baubau.

Pengujian statistik uji t menunjukkan bahwa uji t untuk X1 atau Variabel iklim etika sebesar -4.181 dengan signifikansi 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ yang artinya iklim etika berpengaruh signifikan terhadap *turnover intention* karyawan pada PT. Simpatik Citra Buana Baubau. Variabel X2 atau variable kompensasi sebesar -5,692 dengan signifikansi 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ yang artinya kompensasi berpengaruh signifikan terhadap *turnover intention* karyawan pada PT. Simpatik Citra Buana Baubau.

Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Yunita Ayu Carolina (2012). Yang melakukan penelitian pada PT. TRAC Cikarang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh iklim etika terhadap komitmen organisasi dan *turnover intention* karyawan. Penelitian ini dilakukan pada PT. TRAC Cikarang dengan jumlah responden sebanyak 56 orang. Metode pengumpulan data primer yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuesioner. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan teknik statistik korelasi dan regresi sederhana dengan bantuan program aplikasi SPSS 17. Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklim etika mempengaruhi secara negative dan signifikan *turnover intention*. Selain itu, hasil dari penelitian juga menunjukkan bahwa terdapat pengaruh negative dan signifikan antara komitmen organisasi dengan *turnover intention*.

PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis, maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Iklim etika dan kompensasi berpengaruh secara signifikan terhadap *turnover intention* Karyawan pada PT. Simpatik Citra Buana Baubau.
2. Koefisien korelasi (R) = 0,623 artinya ada hubungan yang kuat antara iklim etika dan kompensasi dengan *turnover intention* karyawan pada PT. Simpatik Citra Buana Baubau.
3. Koefisien determinasi R square (R^2) = 0,401 yang menunjukkan bahwa *turnover intention* karyawan pada PT. Simpatik Citra Buana Baubau dipengaruhi oleh iklim etika dan kompensasi sebesar 40,1%. Sedangkan sisanya sebesar 59,9% adalah faktor-faktor lainnya yang tidak diteliti, antara lain komitmen organisasi, kepuasan kerja dan sebagainya.

Berdasarkan hasil kesimpulan yang didapat dapat disajikan beberapa saran yaitu sebagai berikut :

1. Diharapkan pihak perusahaan dapat mempertahankan serta meningkatkan system, karena variable iklim etika dan kompensasi ini mempunyai pengaruh dalam mempengaruhi *turnover intention* karyawan PT. Simpatik Citra Buana Baubau, maka perusahaan harus mengevaluasi system iklim etika perusahaan dan system pemberian kompensasi.
2. Perusahaan perlu memfokuskan untuk mempertahankan, memelihara serta meningkatkan hubungan dengan pelanggan atau calon pelanggan, yang pada akhirnya dapat membuat pelanggan puas.

DAFTAR PUSTAKA

- Aamodt, G.M. 2004. *Applied industrial/organizational psychology* (4th Edition). California: Thomson Wadsworth Publishing.
- AmbarTeguh Sulistiyani dan Rosidah. 2003. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: GrahaIlmu.
- Anwar, K., Bakar. A. & Harmaini .2005. *Hubungan Antara Komitmen Beragama Dengan Intensi Prososial Mahasiswa Fakultas Psikologi UIN Suska Riau*. Jurnal Psikologi Volume 1, Nomor 2, Desember 2005.
- Azwar Azrul. 2002. *Pengantar Epidemiologi*. Penerbit Binarupa Aksara. Edisi Revisi. Jakarta Barat.
- Dessler, G.A., 2006, *Manajemen sumber Daya Manusia*, Terjemahan, PT. Indeks , Jakarta.
- Eisenberger, R., Stinglhamber, F., Vandenberghe, C., Sucharski, I., dan Rhoades, I., 2002. *Perceived supervisor support: Contributions to perceived organizational support and employee retention*. Journal of Applied Psychology, 87(3), 565-573.
- Hariandja dan Marihot Tua Efendi, 2002. *Manajemen Sumberdaya Manusia*, Cetakan Pertama. Penerbit Gramedia: Jakarta.
- Harnoto 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia* (edisi 2). Jakarta: PT. Prehallindo
- Husein Umar. 2007. *Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi*. Penerbit PT. Gramedia PustakaUtama: Jakarta.
- Imam Ghozali, 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*, Badan Penerbit UNDIP : Semarang.
- Low, G.S., David, W.C., Grant, K., dan Moncrief, W.C. 2001. *Antecedents and consequences of salesperson burnout*. European Journal of Marketting, 35(5-6), 587-611.
- Malayu S.P. Hasibuan. 2009, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Bumi Aksara. : Jakarta
- Martin, K., dan Cullen, J. 2006. *Continuities and extensions of ethical climate theory: A meta-analytic review*. Journal of Business Ethics, 69,175-194.
- Mathis, Robert. L dan John H. Jackson. 2006. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Miftah Thoha, 2007. *Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Penerbit PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta
- Muchinsky, Paul M, 2002. *Psychology Applied to Work* (4th Edition). Brooks / Cole Publishing Company, New York.
- Muhammad Ahsan. 2015. *Pengaruh Kepuasan Kerja, Stress Kerja, Iklim Etika dan Kepemimpinan Terhadap Turnover Intention Karyawan Pada Rumah Sakit Pertamina Balikpapan*. Naskah publikasi ilmiah. Jurusan Administrasi Rumah Sakit Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Hasanuddin.
- Noe, Raymond A. 2004. *Human Resources Management : going A Competitive Advantage*, Riehard D. Irwin. Inc.
- Oktavia D. Subagio. 2004. *Pengaruh Iklim Etis terhadap Kepuasan Kerja di Lingkungan Profesi Akuntan Publik*. Kronika. Unika Soegijap ranata. Edisi 50-51

- R. Gunawan Sudarmanto. 2005. *Analisis Regresi Linier Ganda dengan SPSS*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama: Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Robbins, Stephen P., 2001, *Perilaku Organisasi, Konsep, Kontroversi, Aplikasi, Versi Bahasa Indonesia. Edisi Kedelapan (Buku Jilid 10)*. Penerbit : Prenhalindo. Jakarta.
- Robbins, Stephen P and Judge, Timothy A. 2009. *Perilaku Organisasi*. Edisi 12. Jakarta: Salemba Empat.
- Ruri Fitria Hayuningtyas. 2012. *Pengaruh kompensasi dan Komitmen organisasi terhadap Turnover Intention* (studi pada karyawan PT. Surya Mitra Farm Mojokerto)
- Schwepker, C.H. 2001. *Ethical climate's relationship to job satisfaction, organizational commitment, and turnover intention in the salesforce*. Journal of Business Research, 54, 39-52.
- Sopiah. 2008. *Perilaku Organisasional*. ANDI. Yogyakarta
- Staffelbach, Bruno. 2008. *Human Ressource Managemen : Turnover Intent*. University of Zurich
- Sugiyono, 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D cetakan Ke-5*. Bandung: Alfabeta.
- Susilo Martoyo, 2007. *Manajemen Sumber daya Manusia Edisi Kelima*. Penerbit BPFE: Yokyakarta.
- Suyana Utami, 2009. *Statistika Ekonomi dan Bisnis*. penerbit : Udayana University press, Denpasar.
- Syahirman Yusi dan Umiyati Idris, 2009. *Metodologi Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kuantitatif*: Citrabooks. Indonesia.
- T. Hani Handoko, 2010, *Manajemen Personalia & Sumberdaya Manusia*, Edisi kedua, BPFE UGM Yogyakarta
- Toly, 2001. *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi turnover intentions pada staf kantor akuntan publik*. Journal Akuntansi & Keuangan. 3,(2), 102-122.
- Veithzal Rivai 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan, dari teori ke Praktek*. Muarai Kencana : Jakarta.
- Veithzal Rivai, Ella Jauvani Sagala, 2009. *Manajemen Sumberdaya Manusia untuk Perusahaan dari Teori ke Praktek*, PT RajaGrafindo. Jakarta.
- Wirawan 2007. *Budaya dan iklim organisasi*. Jakarta: Salemba Empat.

**ANALISIS RENTABILITAS DENGAN PENDEKATAN DU-PONT SYSTEM
PADA PT. MEUTIA SEGAR KOTA BAUBAU**

Wa Ode Hasrat Rais
(Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unidayan Baubau)

A B S T R A C K

The analysis technique used in this research is the Du-Pont system analysis method and the Du-pont system modified analysis method which is used to measure Return On Investments and Return On Equity with formulations. The results of the Return on Investments research produced in 2012 experienced an increase in 2013, 2014 and 2016 but in 2015 the Return on investment decreased. There was a decrease in business assets so that they were unable to boost revenue and even the resulting net profit decreased. The return on equity generated in 2012 experienced an increase in 2013, 2014 and 2016 but in 2015 the Return on equity decreased. There was a decrease in the amount of own capital so that the resulting net profit decreased. Although there was a decline in Return On Investments and Return On Equity in 2015, in general, management has been able to create sufficient net income for company owners which can be seen from the company's income statement.

Key Word : Return on investment

**Analisis Rentabilitas Dengan Pendekatan Du-Pont System Pada PT. Meutia Segar
Kota Baubau**

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia dalam perekonomian modern telah menempatkan laporan keuangan sebagai media penting dalam proses pengambilan keputusan ekonomi. Laporan keuangan merupakan bentuk pertanggungjawaban pihak manajemen kepada pemegang saham sebagai representasi dari aktivitasnya selama periode tertentu. Laporan ini dapat menjadi sumber informasi bagi pihak-pihak yang berkepentingan untuk mengetahui kinerja dan menilai perkembangan yang dicapai perusahaan. Dari laporan keuangan diperoleh berbagai informasi yang berhubungan dengan perusahaan terutama yang berkaitan dengan posisi keuangan, kinerja perusahaan serta perubahan posisi keuangan.

Informasi mengenai kinerja keuangan serta tingkat kesehatan perusahaan dibutuhkan oleh pemakai laporan keuangan karena sangat membantu dalam proses pengambilan keputusan ekonominya. Untuk mendapatkan informasi dari laporan keuangan dapat digunakan analisa laporan keuangan, yang merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk menilai kinerja dan memperoleh informasi keuangan yang sesuai dengan kebutuhan pemakai sebagai dasar pengambilan keputusan. Analisis Laporan Keuangan dapat memperluas dan mempertajam informasi yang

disajikan oleh laporan keuangan. Analisis ini dapat menggali dan mengungkap-kan berbagai hal yang tersembunyi dalam laporan keuangan biasa.

PT. Meutia Segar adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa angkutan distribusi minyak di Kota Baubau dan sekitarnya. PT Meutia Segar masih memiliki masalah klasik, yaitu belum dapat menggunakan analisis rasio rentabilitas sebagai alat ukur kinerja keuangan. Hal ini dibuktikan dengan keterangan manajemen perusahaan bahwa mereka hanya terfokus pada upaya untuk mendapatkan keuntungan dari kegiatan usaha tersebut. Berikut akan ditampilkan data keuangan PT. Meutia Segar lima tahun terakhir dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2016:

Dari data keuangan PT. Meutia Segar lima tahun terakhir terlihat bahwa laba bersih perusahaan berfluktuasi mengikuti perubahan asset perusahaan. Pada tahun 2014 aset perusahaan mengalami peningkatan sebesar 11,74% dari tahun sebelumnya dan peningkatan inipun diikuti oleh peningkatan laba bersih perusahaan ditahun tersebut sebesar 47,81%. Begitu juga sebaliknya pada tahun 2015 aset perusahaan menurun sebesar 5,6% yang kemudian diikuti oleh penurunan laba sebesar 54,97%.

Net profit margin PT Meutia Segar juga mengalami fluktuasi setiap tahunnya pada tahun 2012 *Net profit margin* sebesar 19,57% mengalami pertumbuhan yang positif hingga mencapai 31,48% ditahun 2014 akan tetapi pada dua periode tahun setelahnya mengalami penurunan hingga mencapai titik terendah dalam tahun penelitian sebesar 7,08%. Selanjutnya rasio hutang terhadap total asset (DAR) PT Meutia Segar menunjukan bahwa selama tahun 2012 sampai dengan tahun 2015 asset PT Meutia segar lebih banyak dibiayai dengan modal sendiri bahkan pada tahun 2015 asset yang dibiayai dengan hutang hanya sebesar 1% dari total modal perusahaan. Hal inilah yang mendasari penulis sehingga dalam perhitungan ROI, yang digunakan adalah laba bersih ataupun *net profit margin* dalam analisis *du-pont*.

KAJIAN TEORI

Laporan Keuangan

Bagi para analis laporan keuangan merupakan media yang paling penting untuk menilai prestasi dan kondisi ekonomis suatu perusahaan. Laporan keuangan merupakan alat yang sangat penting untuk memperoleh informasi sehubungan dengan posisi keuangan dan hasil yang telah dicapai oleh perusahaan yang bersangkutan. Laporan keuangan juga pada dasarnya merupakan hasil refleksi dari sekian banyak transaksi-transaksi dan peristiwa-peristiwa yang bersifat finansial yang terjadi dalam sebuah perusahaan. Laporan keuangan memuat informasi tentang pelaksanaan tanggung jawab manajemen yang dipersiapkan atau dibuat oleh manajemen dengan maksud untuk memberikan gambaran/laporan keuangan secara periodik kepada pihak-pihak yang berkepentingan seperti perusahaan, pemerintah, kreditor, investor, maupun para *supplier* yang dilakukan oleh pihak manajemen yang bersangkutan.

Kinerja Keuangan

Secara umum kinerja merupakan prestasi yang dicapai oleh suatu organisasi atau perusahaan dalam periode tertentu. Laporan keuangan merupakan informasi keuangan yang menggambarkan kinerja keuangan perusahaan. Informasi akuntansi

sangat bermanfaat untuk menilai pertanggung jawaban kinerja seorang manajer. Karena penilaian kinerja pada dasarnya merupakan penilaian perilaku manusia dalam melakukan peran yang dimainkannya dalam mencapai tujuan organisasi atau perusahaan.

Pengertian penilaian kinerja menurut Mulyadi (2001:417) adalah penentuan secara periodik efektifitas operasional suatu organisasi, bagian organisasi dan karyawannya berdasarkan sasaran, standar dan kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya. Selanjutnya, Sony Waluyo dkk dalam Nasir (2008:4) mendefinisikan penilaian kinerja sebagai suatu tindakan pengukuran yang dilakukan terhadap berbagai aktivitas perusahaan yang digunakan sebagai umpan balik (*feedback*) yang akan memberikan informasi tentang pelaksanaan suatu rencana. Penilaian kinerja ini dapat dilakukan oleh pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan (*stakeholders*), misalnya investor, kreditur, karyawan, pemerintah dan pihak manajemen.

Berdasarkan apa yang dinyatakan di atas, maka dapat disimpulkan kinerja.

Rasio Keuangan

Analisis rasio sangat bermanfaat bagi manajemen untuk perencanaan dan pengevaluasi prestasi atau kinerja (*performance*) perusahaan bila dibandingkan dengan rata-rata industri, sedangkan bagi para kreditor dapat digunakan untuk memperkirakan potensi resiko yang akan dihadapi dikaitkan dengan adanya jaminan kelangsungan pembayaran bunga dan pengembalian pokok pinjamannya. Analisis rasio juga bermanfaat bagi para investor dalam mengevaluasi nilai saham dan adanya jaminan atas keamanan dana yang akan ditanamkan pada suatu perusahaan (Munawir, 2010:269).

Berkaitan dengan persoalan yang dikemukakan oleh Munawir tentang kepentingan-kepentingan analisis rasio bagi berbagai pihak maka Agus Sartono (2001:114), mengatakan bahwa tidak ada satu analisa rasio yang dapat menjawab semua kepentingan tersebut, dengan demikian untuk menjawabnya dikembangkan empat kelompok rasio keuangan yaitu:

- a. Rasio Likuiditas, yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansial yang berjangka pendek tepat pada waktunya.
- b. Rasio aktivitas, menunjukkan sejauhmana efisiensi perusahaan dalam menggunakan assets untuk memperoleh penjualan.
- c. *Financial Leverage ratio*, menunjukkan kapasitas perusahaan untuk memenuhi kewajiban baik itu jangka pendek maupun jangka panjang
- d. Rasio profitabilitas (*rentabilitas*), dapat mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan memperoleh laba baik dalam hubungannya dalam penjualan, assets maupun laba bagi modal sendiri.

Berdasarkan keempat tipe rasio tersebut maka bagi para kreditor yang terpenting adalah rasio profitabilitas karena rasio ini merupakan jaminan yang utama bagi para kreditor tersebut. Betapapun besarnya likuiditas atau solvabilitas suatu perusahaan kalau perusahaan tersebut tidak mampu menggunakan modalnya secara efisien, maka pada akhirnya perusahaan tersebut akan mengalami kesulitan keuangan dalam mengembalikan utang-utangnya.

Rentabilitas

Munawir (2010:33) Rentabilitas atau profitabilitas adalah menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Rentabilitas suatu perusahaan diukur dengan kesuksesan perusahaan dan kemampuan menggunakan aktivitya secara produktif. Sedangkan Bambang Riyanto (2008:35) mengemukakan Rentabilitas suatu perusahaan menunjukkan perbandingan antara laba dengan aktiva atau modal yang menghasilkan laba tersebut. Dengan kata lain rentabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu.

Bambang Riyanto (2008:36) terdapat dua jenis rentabilitas untuk mengukur efisien atau tidaknya suatu perusahaan dalam menggunakan modal, yaitu rentabilitas ekonomi dan rentabilitas modal sendiri. Rentabilitas Ekonomi atau yang biasa disebut dengan *Return On Investmen* (ROI) merupakan teknik analisis yang lazim digunakan oleh pimpinan perusahaan untuk mengukur efektivitas dari keseluruhan operasi perusahaan. Sedangkan rentabilitas modal sendiri atau yang lebih dikenal dengan *Return On Equity* (ROE) digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dengan menggunakan modal sendiri dalam menghasilkan keuntungan.

Secara umum ROI suatu perusahaan dapat dihitung dengan menggunakan formula sebagai berikut :

$$\text{Return On Investmen} = \frac{\text{Net Profit After Tax}}{\text{Total Asset}} \dots\dots\dots (1.a)$$

Return On Invesment suatu perusahaan dapat pula dihitung dengan menggunakan Du-Pont formula (Lukman Syamsudin, 2009:63) sebagai berikut:

$$\text{Return On Investmen} = \frac{\text{Net Profit After Tax}}{\text{Sales}} \times \frac{\text{Sales}}{\text{Total Asset}} \dots (1.b)$$

Analisis Du-Pont System

Lukman Syamsudin (2009:64) analisis *Du-Pont System* adalah ROI yang dihasilkan melalui perkalian antara keuntungan dari komponen-komponen sales serta efisiensi penggunaan total assets di dalam menghasilkan keuntungan tersebut. Analisis *Du-Pont System* sebagai salah satu analisis keuangan yang menggunakan rasio keuangan profitabilitas dengan ROI sebagai angka utamanya. Selanjutnya Sutrisno (2001:256) Analisis *Du-Pont System* adalah suatu analisis yang digunakan untuk mengontrol perubahan dalam rasio aktivitas dan *net profit margin* dan seberapa besar pengaruhnya terhadap ROI.

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Obyek Penelitian

Penelitian ini dilakukun pada PT. Meutia Segar yang beralamat di jalan HOS Cokro Aminoto Kelurahan Lamangga Kecamatan Murhum Kota Baubau. Sedangkan objek dalam penelitian ini adalah kinerja keuangan PT. Meutia Segar periode tahun 2012-2016.

Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, dapat dikembangkan dengan beberapa jenis yaitu;

- 1) Teknik wawancara (*interview*) yaitu data diperoleh langsung dari perusahaan melalui wawancara langsung dengan karyawan dan manajer PT. Meutia Segar.
- 2) Dokumentasi yaitu kumpulan data yang didokumentasikan oleh pihak perusahaan (laporan keuangan) dan dokumen-dokumen lain yang relevan dengan tulisan ini.

Teknik Analisis

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis *Du-Pont system* dan *Du-pont system modified* yang digunakan untuk mengukur *Return On Investmen* dan *Return On Equity* dengan formulasi yang dikemukakan oleh Lukman Syamsuddin (2009) sebagai berikut:

- 1) Analisis *Return On Investment* dengan *du-pont system*:

$$\text{Return on investment} = \frac{\text{Net Profit After Tax}}{\text{Sales}} \times \frac{\text{Sales}}{\text{Total Asset}}$$

$$\text{Karena Net Profit After Tax} = \frac{\text{Net Profit After Tax}}{\text{Sales}}$$

Dan total *After Tax* = $\frac{\text{Sales}}{\text{Total Asset}}$ Maka formula ini dapat disederhanakan menjadi :

$$\text{Return on investmen} = \text{Net Profit Margin} \times \text{Total asset turnover}$$

- 2) Analisis *Return On Equity* dengan pendekatan *du-pont system modified*

$$\text{Return On Equity} = \frac{\text{Net Profit Margin} \times \text{Total Asset Turnover}}{(1 - \text{Debt Ratio})}$$

Namun dengan memperhatikan penyederhanaan dari formula *du-pont* di atas maka formula ini dapat disederhanakan menjadi:

$$\text{Return On Equity} = \frac{\text{Return on investmen}}{(1 - \text{debt ratio})}$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil perhitungan rentabilitas di atas baik itu rentabilitas ekonomi (*return on investmen*) maupun rentabilitas modal sendiri (*return on equity*) dapat terlihat bahwa nilai rentabilitas akan tinggi jika pertumbuhan pendapatan lebih besar dari pertumbuhan modal yang digunakan untuk operasi perusahaan hal ini ditandai dengan meningkatnya *Profit margin* dan *total assets turnover* yang digunakan untuk mencari nilai rentabilitas itu sendiri.

Net profit margin tahun 2012 sebesar 19,57% ini menunjukkan bahwa manajemen PT. Meutia Segar telah mampu menciptakan laba bersih sebesar 19,57% dari total penjualan. Pada tahun 2013 *net profit margin* mengalami peningkatan sebesar 31,65% menjadi 25,76%, tahun 2014 *net profit margin* kembali mengalami peningkatan sebesar 22,20% menjadi 31,48%. Hal ini disebabkan oleh pertumbuhan laba bersih yang dihasilkan oleh PT. Meutia Segar sama dengan pertumbuhan biaya operasi yang digunakan untuk menghasilkan laba tersebut yaitu 43 %

Tahun 2015 *net profit margin* mengalami penurunan sebesar 43,58% menjadi 17,76%. Meskipun biaya operasi yang digunakan mengalami penurunan sebesar

0,46% namun penurunan biaya ini diikuti oleh penurunan laba bersih yang lebih besar yaitu 20,18% sehingga *net profit margin* yang dihasilkan mengalami penurunan. Penurunan laba bersih pada tahun 2015 lebih disebabkan oleh menurunnya pendapatan jasa angkutan terutama jasa angkutan BBM kepada SPBU/SPBN/SPDN. Selanjutnya tahun 2016, *net profit margin* kembali mengalami penurunan hingga mencapai 7,08% atau menurun sebesar 92,92% dari tahun sebelumnya. Walaupun terjadi peningkatan laba bersih sebesar 32,31% karena adanya usaha lain yang dilakukan oleh PT Meutia Segar, namun biaya operasi ikut mengalami peningkatan yang sangat signifikan yaitu sebesar 282,08%, bahkan peningkatan biaya ini lebih besar dari peningkatan laba bersih sehingga *net profit margin* yang dihasilkan mengalami penurunan.

Total assets turnover tahun 2012 sebanyak 0,79 kali, hal ini menunjukkan bahwa untuk tahun 2012 kecepatan perputaran aktiva pada PT. Meutia Segar sebanyak 0,79 kali. Pada tahun 2013 mengalami penurunan menjadi 0,72 kali atau mengalami penurunan sebesar 8,47%. Hal ini terjadi karena pertumbuhan total aktiva sebesar 18,83% lebih tinggi dari peningkatan pendapatan yang diperoleh dari pemanfaatan aktiva tersebut yang hanya meningkat sebesar 8,76%. Tahun 2014 *total assets turnover* menjadi 0,78 kali atau mengalami peningkatan sebesar 8,26%. Hal ini disebabkan oleh peningkatan pendapatan lebih besar dari peningkatan total asset. Peningkatan asset sebesar 11,73% mampu meningkatkan pendapatan sebesar 20,97%.

Tahun 2015 *total assets turnover* kembali mengalami penurunan menjadi 0,66 kali atau menurun sebesar 15,41%. Penurunan asset ditahun 2015 diikuti pula dengan penurunan pendapatan. Sedangkan tahun 2016 *total assets turnover* mengalami peningkatan menjadi 1,77 kali atau mengalami peningkatan sebesar 168,61% dari tahun sebelumnya. Hal ini terjadi karena pertumbuhan pendapatan PT. Meutia Segar lebih besar dari penambahan aktiva yang ditanamkan untuk menghasilkan pendapatan tersebut. Pertumbuhan pendapatan ini bukan hanya dari usaha distribusi minyak tetapi ada pendapatan dari usaha lain yang dilakukan oleh PT. Meutia Segar yaitu usaha Aspal Misind Plant (AMP).

Return On Investment pada tahun 2012 sebesar 15,37% ini menunjukkan bahwa manajemen PT. Meutia Segar telah mampu menciptakan laba bersih sebesar 17,06% dari total aktiva yang ditanamkan. Pada tahun 2013 mengalami peningkatan menjadi 18,51% atau meningkat sebesar 20,49%. Tahun 2014 *return on investmen* kembali mengalami peningkatan menjadi 24,50% atau meningkat sebesar 32,30%. Hal ini disebabkan oleh pertumbuhan laba bersih yang dihasilkan oleh PT. Meutia Segar lebih tinggi dari pertumbuhan total aktiva yang ditanamkan dalam perusahaan.

Tahun 2015 *Return On Investment* mengalami penurunan menjadi 11,69% atau menurun sebesar 52,27%. Hal ini terjadi karena terjadi penurunan asset sebesar 5,64% sehingga tidak mampu mendonkrak pendapatan bahkan laba bersih menurun hingga 54,97%. Sedangkan tahun 2016 *Return On Investment* kembali mengalami peningkatan menjadi 12,51% atau meningkat sebesar 7,02% dari tahun sebelumnya yang menunjukkan bahwa pertumbuhan laba bersih yang dihasilkan oleh PT. Meutia Segar lebih tinggi dari pertumbuhan total aktiva yang ditanamkan dalam perusahaan.

Debt ratio pada pada tahun 2012 sebesar 4,56%, ini berarti bahwa dalam membiayai usahanya PT. Meutia Segar menggunakan utang sebesar 4,56% dari total aktiva yang dimiliki. Tahun 2013 *Debt ratio* menjadi 3,08% atau menurun sebesar

32,41%. Tahun 2014 menjadi 5,42% atau meningkat sebesar 75,81%. Tahun 2015 *debt ratio* mengalami penurunan menjadi 0,99% atau menurun sebesar 81,66%. Meskipun terjadi penambahan aktiva setiap tahunnya namun sumber dana yang digunakan adalah dari laba ditahan ataupun dari pemilik sehingga dapat menurunkan rasio hutang (*debt ratio*).

Pada tahun 2016 *debt rasio* mengalami peningkatan yang cukup pesat hingga menjadi 51,07% atau meningkat sebesar 5040,17% dari tahun sebelumnya. Hal ini dilakukan oleh PT. Meutia Segar untuk melakukan ekspansi usaha sehingga harus menambah aktiva untuk menunjang aktivitas usaha tersebut. Laba ditahan yang selama ini digunakan untuk memenuhi kebutuhan dana dirasa tidak mampu untuk membiayai ekspansi tersebut sehingga PT. Meutia Segar berinisiatif untuk melakukan pinjaman dari perbankan.

Return on equity tahun 2012 sebesar 16,10%, hal ini menunjukkan bahwa manajemen PT. Meutia Segar telah mampu menciptakan laba bersih sebesar 26,16% dari total modal sendiri yang ditanamkan. Pada tahun 2013 *Return on equity* meningkat menjadi 19,10% atau meningkat sebesar 18,66%. Tahun 2014 *Return on equity* kembali mengalami peningkatan menjadi 25,90% atau meningkat sebesar 35,57%. Hal ini disebabkan oleh pertumbuhan laba bersih yang dihasilkan PT. Meutia Segar lebih tinggi dari pertumbuhan modal sendiri yang ditanamkan dalam perusahaan.

Tahun 2015 *Return On Equity* mengalami penurunan menjadi 11,01% atau menurun sebesar 54,4%. Hal ini disebabkan oleh penurunan jumlah modal sendiri sebesar 1,23% telah diikuti dengan penurunan laba bersih sebesar 20,18%. Sedangkan pada tahun 2016 *Return On Equity* kembali mengalami peningkatan menjadi 25,57% atau meningkat sebesar 116,56% dari tahun sebelumnya. Hal ini menunjukkan bahwa pertumbuhan laba bersih yang dihasilkan PT. Meutia Segar lebih tinggi dari pertumbuhan modal sendiri yang ditanamkan dalam perusahaan.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab terdahulu, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa manajemen PT. Meutia Segar dalam mengelola aktiva ataupun modal usahanya sudah cukup efektif hal ini ditunjukkan dengan nilai rentabilitas yang diperoleh:

- 1) *Return on Investmen* yang dihasilkan tahun 2012 mengalami peningkatan ditahun 2013, 2014 dan 2016 namun pada tahun 2015 *Return on investmen* mengalami penurunan. Terjadi penurunan aktiva usaha sehingga tidak mampu mendonkrak pendapatan bahkan laba bersih yang dihasilkan mengalami penurunan.
- 2) *Return on equity* yang dihasilkan tahun 2012 mengalami peningkatan ditahun 2013, 2014 dan 2016 namun pada tahun 2015 *Return on equity* mengalami penurunan. Terjadi penurunan jumlah modal sendiri sehingga laba bersih yang dihasilkan mengalami penurunan.
- 3) Walaupun terjadi penurunan *Return On Investmen* dan *Return On Equity* ditahun 2015 namun secara umum manajemen telah mampu menciptakan laba bersih yang cukup bagi pemilik perusahaan yang bisa dilihat dari laporan laba rugi perusahaan.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan di atas, maka saran yang dapat diberikan penulis bagi manajemen PT. Meutia Segar adalah:

1. Manajemen PT. Meutia Segar harus lebih berusaha untuk meningkatkan laba operasinya tanpa adanya tambahan modal ataupun aktiva sehingga rentabilitas ekonomi (ROI) maupun rentabilitas modal sendiri (ROE) bisa meningkat.
2. Manajemen PT. Meutia Segar perlu melakukan penilaian kinerja keuangan secara berkala sehingga dapat memberikan gambaran kinerja perusahaan secara kompherensif yang selanjutnya dipakai sebagai pertimbangan bagi manajemen dalam mengambil kebijakan/keputusan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agnes Sawir, 2001. *Analisis Kinerja Keuangan dan Perencanaan Keuangan Perusahaan*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Agung Listiadi. 2007. *Analisis Keuangan Sistem Du-Pont sebagai alat pengukur profitabilitas*. Jurnal Ekonomi dan Manajemen Vol. 8, No.1
- Agus Sartono R. 2001. *Manajemen Keuangan (Teori dan Aplikasi), Edisi 4*. BPFE Yogyakarta
- Bambang Riyanto, 2008. *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan*, Edisi 4. UGM, Yogyakarta.
- Brigham, Eugene F. And Houston, Joel F. 2001. *Manajemen Keuangan edisi 8*. Erlangga, Jakarta
- Evi Ziadatul Nikmah, Muhammad Saifi, Achmad Husaini, 2013. *Analisis Rasio Keuangan Dalam Du Pont System Sebagai Dasar Untuk Mengukur Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Pada PT. Nippon Indosari Corpindo, Tbk yang Terdaftar Pada BEI Periode 2010 - 2012)* Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang
- Indra Bastian, 2006. *Akuntansi Sektor Publik: suatu pengantar*. Erlangga, Jakarta
- Jumingan, 2006. *Analisis Laporan Keuangan*. Bumi Aksara, Jakarta
- Kasmir, 2009. *Analisis Laporan Keuangan*. Rajawali Pers, Jakarta
- Lukman Syamsudin, 2009. *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Rajawali Pers, Jakarta
- Mamduh. M. Hanafi. 2012. *Manajemen Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Martono dan Agus Harjito, 2005. *Manajemen Keuangan*. Ekonisia, Yogyakarta
- Mulyadi, 2001. *Akuntansi Manajemen (Konsep, Manfaat dan Rekayasa)*. Salemba Empat, Jakarta
- Munawir, 2010. *Analisis Laporan Keuangan, edisi 4*. Liberty Yogyakarta
- Nasir, 2008. *Penilaian Kinerja Keuangan: Analisis Berdasarkan Economic Value Added*
- Ni Made Diah Putri Saraswati, Topowijono & Fransisca Yaningwati, 2015. *Analisis Du Pont System Sebagai Salah Satu Alat Mengukur Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi pada Perusahaan Rokok yang Listing di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2013)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) | Vol. 23 No. 1 Juni 2015
- Rahmat Fatagar dan Yulianto, 2007. *Analisis Perbandingan Kinerja dan Kesehatan Keuangan antara PT. Matahari Putra Prima Tbk dengan PT. Ramayana Lestari Sentosa Tbk*. Jurnal Pengembangan Wirawasta Vol. 9, No.3

- Sucipto, 2003. *Penilaian Kinerja Keuangan*. Digitized By SUS Digital Library
- Sofyan Syafri Harahap. 2008. *Teori Akuntansi*. Edisi Revisi. Jakarta; Rajawali Pers
- , 2011. *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sutrisno, 2003. *Manajemen Keuangan (Teori, Konsep dan Aplikasi)* Ekonomi. FE-UI, Yogyakarta
- Wuryaningsih Dwi Lestari & Moh Dziqron, 2014. *Penerapan Du Pont System untuk Mengukur Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Semen Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2007-2011)*. Research Methods And Organizational Studies; Isbn: 978-602-70429-1-9

PENENTUAN HARGA JUAL GARAM BERYODIUM PADA CV. GRAHA NIAGA KOTA BAUBAU

Supriadin

(Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unidayan Baubau)

A B S T R A C K

This research was conducted at CV. Graha Niaga Kota Baubau which is engaged in the manufacture of iodized salt in packaging. This study aims to analyze the price of iodized salt packaging produced by CV. Graha Niaga Kota Baubau and this research are expected to be useful as input for the leadership of the company in terms of making policies specifically in determining the selling price in the future and as a material for consideration and reference as well as providing relatively broad insight about the determination of the selling price.

The data used in this study are quantitative and qualitative data. In this study all data sourced from CV. Graha Niaga Baubau city in the form of primary data that is data obtained directly through direct observation and interviews with leaders and employees, secondary data is data obtained from document data that is on the CV. Graha Niaga City of Baubau. The variables measured in this study are (1). Production cost. (2). Non-production costs. (3) profit. Data collection techniques in this study are: (1). Conservation. (2). Interview. (3). Documentation. And the analysis method used in this study is the normal selling price method.

The results of this study indicate that the selling price set by the company is higher than the calculation of the selling price based on the results of the calculation of the selling price using the normal selling price method with the full costing approach, there is a margin of Rp. 134, -.

Penentuan Harga Jual Garam Beryodium Pada Cv. Graha Niaga Kota Baubau

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi sekarang ini memasuki era globalisasi. Banyak persaingan di dunia usaha untuk merebut dan menguasai pangsa pasar. Untuk dapat bertahan serta dapat berkompetisi dalam persaingan tersebut, suatu perusahaan harus memperhatikan efektifitas serta efisiensi dalam pendayagunaan sumber daya yang dimiliki untuk mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan. Terlebih lagi dengan semakin selektifnya konsumen untuk memilih barang yang memiliki mutu yang tinggi dengan harga yang relatif murah. Untuk itu suatu perusahaan dituntut untuk mempunyai strategi yang tepat agar mencapai tujuan perusahaan.

Penentuan harga tidak didasarkan pada perkiraan saja, tetapi dengan perhitungan yang akurat dan teliti. Harga jual harus dapat menutup semua biaya yang dikeluarkan dan harus dapat menghasilkan laba yang diinginkan. Faktor biaya merupakan faktor yang utama dalam menentukan harga jual, karena biaya mengabarkan batas minimum yang harus dipenuhi perusahaan agar tidak mengalami kerugian. Perencanaan organisasi sangat penting dilakukan untuk mengantisipasi keadaan dimasa yang akan datang. Bagi tiap-tiap jenis organisasi, sistem perencanaan berbeda-beda tergantung pada tingkat ketidakpastian dan

kestabilan lingkungan yang mempengaruhi. Semakin tinggi tingkat ketidakpastian dan kestabilan lingkungan yang dihadapi organisasi, maka diperlukan sistem perencanaan yang semakin kompleks dan canggih.

Harga adalah salah satu variabel bauran pemasaran yang penting bagi perusahaan. Menurut Basu Swasta (2005 : 241) Harga adalah jumlah uang (ditamba beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya`

Dalam menentukan harga jual, perusahaan harus memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhinya, faktor-faktor tersebut berasal dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan yang diantaranya adalah persaingan, permintaan dan penawaran, biaya, keadaan ekonomi dan lain-lain.

Terdapat empat metode yang dapat digunakan dalam menentukan harga jual, yaitu Penentuan harga jual normal (*Normal Pricing*), Penentuan harga jual dalam *Cost-Type Contract* (*Cost-Type Contract Pricing*), Penentuan harga jual pesanan khusus (*Special Order Pricing*), dan Penentuan harga jual produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan yang diatur dengan peraturan pemerintah. (Mulyadi, 2001 : 348)

Penentuan harga jual produk merupakan salah satu keputusan manajemen sebagai usaha untuk dapat bertahan. Harga pokok produksi dan harga jual, harus diketahui agar perusahaan bisa mengetahui atau menganalisis ulang berapa seharusnya harga jual yang sesuai dengan keadaan perekonomian masyarakat umum, dan juga perusahaan tetap dapat meminimalisir kerugian atau dalam jangka panjang perusahaan sangat bergantung pada keputusan penentuan harga jual, dan harga jual harus bisa menutup seluruh biaya dan menghasilkan laba normal (Marsalina, 2011 : 204)

Dalam teori ekonomi harga, nilai, dan faedah merupakan istilah-istilah yang saling berhubungan. Faedah adalah atribut suatu barang yang dapat memuaskan kebutuhannya, sedangkan nilai adalah ungkapan secara kuantitatif tentang kekuatan barang yang dapat menarik barang lain dalam pertukaran. Perekonomian kita bukan sistem barter, maka untuk mengadakan pertukaran atau untuk menukar nilai suatu barang kita menggunakan uang dan istilah yang dipakai adalah harga. Jadi harga adalah nilai yang dinyatakan dalam uang.

Harga suatu produk merupakan ukuran terhadap besar kecilnya nilai keputusan seseorang terhadap produk yang dibelinya. Seseorang akan berani membayar suatu produk dengan harga yang mahal apabila dia menilai kepuasan yang diharapkannya terhadap produk yang akan dibelinya itu tinggi. Sebaliknya apabila seseorang itu menilai keputusannya terhadap suatu produk itu rendah maka dia tidak akan bersedia untuk membayar atau membeli produk itu dengan harga yang mahal. Nilai ekonomis diciptakan oleh kegiatan yang terjadi dalam mekanisme pasar antara pembeli dan penjual. Dalam transaksi pembelian, maka kedua belah pihak akan memperoleh suatu imbalan.

CV. Graha Niaga Kota Baubau merupakan salah satu perusahaan lokal yang bergerak dibidang industri pembuatan garam beryodium dalam kemasan, perusahaan ini hanya memproduksi satu jenis produk yaitu garam kasar beriodium dalam bentuk kemasan 500 gram. Teknologi proses pengolahan garam yodium tersebut menggunakan teknologi yang sesuai dengan SNI 01 3556 2000 yaitu tentang pengolahan, pengemasan dan pelabelan garam beriodium. Dalam menentukan

harga jual CV. Graha Niaga Kota Baubau menggunakan metode taksiran (*Judgemental Menthod*), yaitu menetapkan harga dengan menggunakan instink saja . Harga ditetapkan dengan menambah *mark up* yang dianggap pantas pada *cost* barang.

Hal ini menyebabkan suatu produk mengonsumsi biaya yang bukan pada aktifitas yang menyertai produk dan pembebanan produk tidak menggunakan penggerak biaya yang tepat sehingga dapat menimbulkan banyak masalah karena dalam penentuan harga jual produk tidak mencerminkan biaya sebenarnya yang diserap untuk menghasilkan produk tersebut. perhitungan dengan menggunakan metode tersebut akan menghasilkan informasi yang kurang akurat dalam menentukan harga jual produknya. Sebagai akibatnya perusahaan akan mengalami kerugian ataupun keuntungan yang relatif tinggi.

TINJAUAN PUSTAKA

Biaya

Menurut Mursyidi (2008 : 73) biaya (*cost*) adalah sesuatu yang kita keluarkan atau kita korbankan dengan harapan kita akan mendapatkan keuntungan atau manfaat secara ekonomis dimasa mendatang misalnya untuk pembelian aktiva tetap, pembelian aktiva tersebut adalah biaya pembelian aktiva. Dengan mengeluarkan uang untuk pembelian aktiva ini maka ada akun kas yang kita keluarkan sedangkan efek dari pembelian aktiva ini kita mengharapkan manfaat ekonomis dari aktiva tersebut dimasa mendatang. Sedangkan untuk konsep beban dan *expense* sendiri adalah ssuatu yang kita korbankan atau kita keluarkan dalam rangka memperoleh pendapatan. Dalam usaha mengelola perusahaan, diperlukan informasi biaya yang sistematis dan komparatif serta data analisis biaya dan laba. Informasi ini membantu manajemen untuk menetapkan pasaran laba perusahaan, menetapkan target departemen yang menjadi pedoman manajemen menengah dan operasi menuju pencapaian sasaran akhir, mengevaluasi keefektifan rencana, mengungkapkan keberhasilan atau kegagalan dalam bebtuk tanggung jawab yang spesifik dan menganalisis serta memutuskan pengadaan penyesuaian dan perbaikan agar seluruh organisasi tetap bergerak maju secara seimbang menuju tujuan yang telah ditetapkan. Sistem informasi yang benar-benar diperlukan oleh setiap manajer yang bertanggung jawab. Guna pencapaian tujuan ini, sistem tersebut harus dirancang untuk memberikan informasi tepat pada waktunya. Selanjutnya, informasi ini harus dikomunikasikan secara efektif. Untuk itu, kkebutuhan akan pengendalian biaya menjadi hal yang dominan`

Biaya langsung

Menurut Sunarto, (2004 : 135) Biaya langsung merupakan biaya yang dapat diidentifikasi ke suatu obyek biaya tertentu, sebab biaya tersebut hanya dikeluarkan untuk manfaat obyek biaya itu sendiri. Biaya ini dapat langsung dihubungkan dengan obyeknya.

Krismiaji, (2012 :19) Mengemukakan bahwa biaya Langsung (*direct cost*), yaitu biaya yang terjadi, yang penyebab satu-satunya adalah karena adanya sesuatu yang dibiayai.

Biaya Tidak Langsung

Mursyidi, (2008 : 18) menyatakan bahwa biaya tak langsung adalah biaya gabungan (joint cost) atau biaya – biaya overhead untuk semua satuan output yang diproduksi

Menurut Krismiaji, (2012 : 21) Biaya Tidak Langsung (*indirect cost*), yaitu biaya yang terjadinya tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai. Biaya tidak langsung dalam hubungannya dengan produk disebut dengan istilah biaya produksi tidak langsung atau biaya *overhead* pabrik.

Harga

Sunarto (2004 : 154) mengemukakan harga merupakan satu hal penting, dimana harga merupakan komponen besar dari kepuasan konsumen, dan nialai produk adalah sesuatu yang dirasakan konsumen, jadi pembeli membantu menetapkan nialai dari produk. Dari sudut pandang produsen, harga mempunyai peranan yang sangat penting. Laba yang akan diperoleh perusahaan dan kelangsungan hidup perusahaan sangat ditentukan oleh seberapabesar pendapatan yang mereka peroleh, dan ini tergantung dari berapa banyaknya jumlah produk yang terjual. Banyaknya jumlah penjualan produk sangat dipengaruhi oleh harga jual produk itu sendiri. Jadi harga jual merupakan hal penting atas suatu produk yang dijual baik bagi produsen, maupun bagi konsumen.

Menurut Herman (2006 : 85) harga ialah nialai barang atau jasa yang diungkapkan dalam satuan rupiah atau satuan uang lainnya. Sedangkan harga jual adalah nialai yang dibebankan kepada pembeli atau pemakai barang dan jasa. Dalam hal ini harga jual merupakan suatu yang dapat digunakan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang dan jasa serta pelayanannya.

Menurut Krismiaji (2012 : 146) harga jual adalah sejumlah kompensasi (uang ataupun barang) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa. Perusahaan selalu menetapkan harga produknya dengan harga produk tersebut laku terjual dan memperoleh laba yang dikehendaki perusahaan.

Halim dan Mowen (2001 : 633) mendefinisikan harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan.

Rumus perhitungan harga jual atas dasar biaya secara umum dapat dinyatakan dalam persamaan berikut :

Harga jual per unit = biaya yang berhubungan langsung dengan volume (per unit) + persentase *mark up*
 Persentase *mark up* dihitung dengan rumus :

$$\text{Persentase mark up} = \frac{\text{laba yang diharapkan} + \text{biaya yang tidak dipengaruhi langsung oleh volume produk}}{\text{biaya yang dipengaruhi langsung oleh volume produk}}$$

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Objek Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah pada CV. Graha Niaga yang beralamat di jalan Wa Ode Wau No. 30. Objek penelitian ini adalah Penentuan Harga Jual Garam Beryodium Pada CV. Graha Niaga Kota Baubau

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Observasi.

Yaitu dengan mengadakan pengamatan langsung suatu objek yang akan diteliti dalam waktu singkat dan bertujuan untuk mendapatkan gambaran mengenai objek penelitian.

2. Wawancara.

Yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan kepada pimpinan dan karyawan CV. Graha Niaga mengenai hal-hal yang berkaitan dalam penelitian ini.

3. Dokumentasi

yaitu cara pengumpulan data dengan melihat catatan/dokumen yang ada dalam perusahaan berupa biaya produksi, harga jual dan laporan laba rugi`

4. Teknik Analisis Data

Untuk mengetahui dan menganalisa masalah pokok dalam penulisan ini maka penulis menggunakan metode analisis *Cost plus pricing*, yaitu penentuan harga jual dengan cara menambahkan laba yang diharapkan diatas biaya penuh masasa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk.. (Mulyadi, .2001 : 349)

Adapun rumusan perhitunganya, yakni:

Taksiran biaya penuh + laba yang diharapkan

Harga jual per unit = biaya yang berhubungan langsung dengan volume (per unit) + persentase *mark up*

Persentase (%) *mark up* dihitung dengan rumus :

$$\text{Persentase mark up} = \frac{\text{laba yang diharapkan} + \text{biaya yang tidak dipengaruhi langsung oleh volume produk}}{\text{biaya yang dipengaruhi langsung oleh volume produk}}$$

Untuk menentukan return yang diinginkan, dapat dipakai *return on invesment* (ROI) dimana *return on invesment* sering juga disebut "*return on total asset*" adalah merupakan pengukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia di dalam perusahaan *Return on invesment* (ROI) dihitung sebagai berikut :

Laba bersih usaha

$$\text{ROI} = \frac{\text{Laba bersih usaha}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

Pendekatan *return on invesment* (ROI) dapat digunakan untuk menentukan besarnya persen mark up yang ditambahkan pada biaya. Mark up yang dihitung dengan pendekatan ROI menggambarkan biaya yang harus ditutup dan return atas investasi yang diinginkan. Pendekatan ini dapat digunakan untuk harga pokok penuh dan biaya variabel.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pembahasan

1. Proses Produksi Garam Beryodium pada CV.Graha Niaga.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis tentang proses produksi garam beryodium pada CV.Graha Niaga. bahwa proses produksi yang dilakukan oleh CV.Graha Niaga ternyata masih dilakukan secara manual dimana proses iodisasi yang merupakan proses pencampuran garam rakyat dan yodium masi dilakukan secara manual yakni dalam proses iodisasi hanya menggunakan pengaduk yang terbuat dari plastik dan kayu dan proses pengemasannyapun masi dilakukan secara manual.

2. Metode Penentuan Harga Jual Garam Beryodium pada CV.Graha Niaga

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis tentang metode penentuan harga jual garam beryodium yang diterapkan CV.Graha Niaga adalah metode estimasi atau taksiran yaitu penentuan harga jual hanya berdasarkan insting saja, dimana pada mulanya pimpinan perusahaan membeli seluruh bahan baku untuk kebutuhan produksi. Kemudian, pimpinan perusahaan memperkirakan biaya produksi untuk bahan baku, lalu menentukan laba yang diinginkan.

Dalam proses penentuan harga jual garam beryodium pada CV.Graha Niaga, tidak semua unsur biaya produksi diperhitungkan. biaya produksi yang diperhitungkan yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung maupun tidak langsung, biaya bahan penolong, biaya listrik dan air, biaya resparasi peralatan pabrik. Sedangkan untuk , biaya pemeliharaan bangunan dan kendaraan, biaya penyusutan dan biaya non produksi yang terdiri dari biaya pemasaran dan biaya administrasi dan umum tidak dimasukan ke dalam perhitungan. Hal ini menyebabkan suatu produk mengonsumsi biaya yang bukan pada aktifitas yang menyertai produk dan bebanan produk tidak menggunakan pengerak biaya yang tepat sehingga dalam penentuan harga jual produk tidak mencerminkan biaya sebenarnya yang diserap untuk menghasilkan produk tersebut. perhitungan dengan menggunakan metode tersebut akan menghasilkan informasi yang kurang akurat dalam menentukan harga jual produknya. Sehingga perlu untuk dievaluasi kembali penentuan harga jual garam beryodium pada CV. Graha Niaga dengan menggunakan metode *Cost Plus Pricing*

Penentuan harga jual dengan metode *Cost plus pricing* yaitu penentuan harga jual dengan cara menambahkan laba yang diharapkan diatas biaya penuh dimasa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk. Biaya yang

digunakan sebagai dasar dalam penentuan harga jual adalah semua biaya yang terjadi dalam proses produksi ditambah biaya administrasi umum dan biaya pemasaran. harga jual ditentukan dengan menambah biaya masa yang akan datang dengan suatu persentase *mark-up* (tambahan di atas jumlah biaya) yang dihitung dengan formula tertentu. Penentuan harga jual yang tepat dalam suatu perusahaan sangatlah penting. Sebab tanpa ditunjang oleh adanya metode penentuan harga jual yang tepat maka tidaklah mungkin perusahaan dapat memperoleh laba yang diinginkan.

Biaya produksi yang terjadi pada CV. Graha Niaga meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik. Bahan baku yang digunakan dalam memproduksi garam beriodium adalah garam rakyat, iodium (KOJ 3) dan air. Sedangkan Biaya tenaga kerja langsung merupakan balas jasa yang diberikan oleh perusahaan pada semua karyawan yang ada dalam proses produksi. Biaya tenaga kerja langsung yang terjadi pada CV. Graha Niaga, Biaya *overhead* pabrik adalah biaya selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung yang digunakan dalam proses produksi yang terdiri dari biaya tenaga kerja tidak langsung, biaya pemeliharaan bangunan dan kendaraan, biaya penyusutan, biaya listrik dan air, biaya reparasi dan peralatan serta biaya bahan penolong. Sedangkan biaya non produksi pada CV.Graha Niaga terdiri dari biaya pemasaran seperti biaya transportasi dan biaya administrasi dan umum seperti biaya pembelian alat-alat kantor dan biaya lain-lain.

3. Laporan Keuangan CV.Graha Niaga

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan pada CV.Graha Niaga, Laporan keuangan pada CV. Graha Niaga terdiri dari neraca dan laporan laba rugi. Laporan neraca menunjukkan bahwa jumlah aktiva lancar sebesar Rp 93.413.000 jumlah aktiva tetap sebesar Rp 321.500.000,- utang jangka panjang sebesar Rp 19.500.000,- utang jangka pendek sebesar Rp 3.500.000,- modal sebesar Rp 284.756.150,- dan laba sebesar Rp 106.598.850. sedangkan Dari laporan laba rugi menunjukkan bahwa penjualan garam beryodium pada CV. Graha Niaga sebesar Rp 544.000.000,- jumlah biaya produksi sebesar Rp 425.153.500,- laba bersih sebelum pajak sebesar Rp 118.842.500,- pajak penghasilan sebesar Rp 11.884.250,- dan laba bersih setelah pajak adalah sebesar Rp 106.286.850,-.

Berdasarkan hasil perhitungan yang penulis lakukan dengan menggunakan metode *Cost Plus Pricing* diperoleh harga jual perkemasan garam beryodium yaitu sebesar Rp 1.331,- dengan demikian harga jual yang garam beryodium tiap kemasan yang diusulkan kepada perusahaan adalah sebesar Rp 1.331,-

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka selanjutnya penulis akan memberikan kesimpulan atas masalah tersebut yaitu:

1. Penentuan harga jual garam beryodium pada CV. Graha Niaga dengan menggunakan metode taksiran (*Judgemental Menthod*), adalah sebesar Rp 1.360,- / kemasan.
2. Penentuan harga jual garam beryodium pada CV Graha Niaga menurut hasil perhitungan dengan menggunakan metode Harga jual normal diperoleh harga jual

sebesar Rp 1.331,-/ kemasan. Dengan persentase *mark up* 26,75%, dengan demikian terdapat selisih harga sebesar Rp 29,-.

Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan yang dikemukakan, maka penulis akan memberikan saran kepada perusahaan agar dalam penetapan harga jual perkemasan garam beryodium menggunakan metode *Cost Plus Pricing*. Hal ini dimaksudkan guna menunjang pengambilan keputusan dalam penjualan garam beryodium pada CV. Graha Niaga dimasa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Andre. H.S 2013. *Analisis Penentuan Harga Jual Menggunakan Cost Plus Pricing Dengan Pendekatan Metode Full Costing (Studi Kasus Pada CV. Anugrah Genteng Manado)*. Universitas Sam Ratulangi Manado`
- Bambang Supomo. 2005 . *Akuntansi Manajemen* . Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA
- Berlin Shelina Wardani. 2011. *Analisa Penetapan Harga Jual Unit Rumah di Perumahan Taman Tasik Madu Indah*. Malang: Institut Teknologi Sepuluh November Surabaya.
- Basu Swastha, 2005, *Menejemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta : Liberty
- , 2010, *Manajemen Penjualan* Edisi 3, BPFE,Yogyakarta.
- Dodit Wanto Suparno,. 2012. “*Penentuan Harga Jual Perusahaan Genteng Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada UD. Super Abadi Pancasan, Kecamatan Ajibarang, Banyumas)*”, Skripsi. Jurusan Syari’ah-STAIN Purwokerto.
- Garrison, Ray H. dan Noreen, Eric W. 2000. *Akuntansi Manajerial*. Jakarta: Salemba Empat.
- Gunawan,Michael. 2009, *Penentuan Harga Jual Perusahaan Dengan Metode Full Costing Pada PT. Danliris di Sukoharjo*, <http://digilib.uns.ac.id>, Digital Library UNS-F. Ekonomi Prog. DIII Manajemen Pemasaran-F.3206069-2009, Surakarta. Diakses 7 Februari 2014. Hal.1.
- Halim dan Mowen. 2001. *Manajemen Biaya*. Edisi pertama, cetakan pertama. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Herman. 2006. *Akuntansi Biaya Jilid 1. Edisi ke 12*. Erlangga Jakarta.
- .Kamaruddin Ahmad, 2013, *Akuntansi Manajemen: Dasar-dasar konsep biaya dan pengambilan keputusan*, Edisi Revisi 8, Rajawali Pers Bisnis, Jakarta
- .Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2008, *Prinsipprinsip Pemasaran*, Jakarta : Erlangga
- Kotler Philip dan Kevin Lane Keller, 2009, *Manajemen Pemasaran* Edisi 13 Jilid 2, Jakarta : Erlangga.
- Krismiaji 2012, *Akuntansi Biaya Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok*, Cetakan Kelima Belas. BPFE, Yogyakarta.
- Lamb Jr dan Carles W dkk, 2001, *Pemasaran*, Jakarta : Salemba Empat
- Marsalina, I. 2011. *Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Dalam Menetapkan Harga Jual Air Minum Dalam Kemasan Pada PDAM Tirta Mahakam Kutai Kartanegara*. Jurnal EMBA 1 (3):435-448.

- Maria Magdalena. 2010. *Evaluasi Penentuan Harga Jual Produk Bakpia (Studi Kasus pada Bakpia Yogja)*. Jakarta: Universitas Atma Jaya.
- Mursyidi, 2008, *Akuntansi Biaya – Conventional Costing, Just in Time dan Activity Based Costing* Cetakan kedua, PT Refika Aditama, Bandung.
- Mulyadi, 2001, *Akuntansi Manajemen*, Yogyakarta : BPFE UGM
- 2012, *Akuntansi Biaya*, Edisi 5, UPP-STIM YKPN, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Monroe, Kent.B, 2000, *Pricing Making Profitable Decision*, Jakarta : PT. Gramedia
- Sitty. R.L., 2013. *Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Meetode Variable Costing*. PT. Diamembe Nyiur Agripro. Bandung.
- Soemarso. 2005. *Akuntansi Suatu Pengantar*. Edisi kelima. Jakarta: Salemba Emp
- Sulastiningsi dan Zulkifli. 1999. *Akuntanmsi Biaya. Dilengkapi Dengan Isu-Isu Konteporer*. BPFE. Yogyakarta.
- Sunarto. 2004. *Akuntansi Manajemen*. AMUS Jogjakarta
- Supriyono, 2006, *Proses Pengendalian M anajemen*, Yogyakarta : BPFE UGM
- Triyanto Hesti, 2013, *Penentuan Harga Jual Kamar Hotel Saat Low Season Dengan Metode Cost Plus Pricing Pendekatan Variabel Costing (Studi kasus pada Hotel Puri Artha Yogyakarta)*, <http://e-journal.uajy.ac.id>, Jurnal Ilmiah Akuntansi-UAJY's Library, Yogyakarta. Diakses 7 Februari 2014. Hal. 1-15.
- Witjaksono. 2013. *Akuntansi Biaya*. Edisi II. Yogyakarta. Penerbit Graha Ilmu

KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI DI BURSA EFEK INDONESIA

Yayu Christyana Rusdy

Mahasiwa Fakultas Ekonomi Unidayan Baubau

A B S T R A C K

In 2016 the consumer goods industry sector showed positive performance and was the biggest contributor compared to other industrial sectors on the IDX to the Gross Domestic Product (GDP) of the non-oil and gas industry. However, in that year the cigarette industry which is one of the industrial sub-sectors in the consumer goods industry sector experienced a decline in performance during 2016. This is due to the enactment of the Minister of Finance Regulation (PMK) Number 20 / PMK.04 / 2015 concerning Postponement of Excise Payment for Factory businessman or importer of excisable goods carrying out repayment by sticking the excise tape. The aim of this research is to find out the financial performance of cigarette manufacturing companies in the consumer goods industry sector listed on the Indonesia Stock Exchange in 2014-2016.

The results showed that the financial performance of manufacturing companies in the consumer goods industry sector, especially in the cigarette industry on the Indonesia Stock Exchange from 2014-2016 showed a poor financial performance on Bentoel International Investama Tbk, which experienced a loss during 2014-2016. While other companies showed fluctuating financial performance.

Key Word: Liquidity Ratio, Current Ratio, Solvency Ratio, Debt to Asset Ratio,

Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Di Bursa Efek Indonesia

PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis pada industri di Indonesia membuat persaingan antar perusahaan meningkat. Terlebih lagi, persaingan tidak hanya datang dari dalam (pesaing lokal) namun juga dari luar Indonesia. Tantangan persaingan dalam era globalisasi membuat perusahaan sadar akan pentingnya kinerja keuangan yang menunjang keberlangsungan hidup perusahaan dalam suatu industri.

Begitu pula pada perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Perusahaan-perusahaan tersebut berupaya untuk meningkatkan kualitas dan kinerja perusahaannya, agar dapat bertahan. Selain untuk meningkatkan keuntungan perusahaan dengan mendaftarkan sahamnya di BEI, perusahaan-perusahaan tersebut juga mempunyai andil yang cukup besar dalam memberikan kontribusi pendapatan untuk kas negara, terutama pada perusahaan sektor manufaktur, seperti halnya yang tercantum dalam data laporan Kementerian Perindustrian Republik Indonesia.

Bursa Efek Indonesia adalah tempat bergabungnya beberapa perusahaan yang telah go publik untuk memperjual belikan saham dan obligasi perusahaan yang terdaftar. Dalam situs resmi BEI (*idx.co.id*), dijelaskan bahwa BEI merupakan bursa hasil penggabungan dari Bursa Efek Jakarta (BEJ) dengan Bursa Efek Surabaya (BES). Demi efektivitas operasional dan transaksi, pemerintah memutuskan untuk menggabung Bursa Efek Jakarta sebagai pasar saham dengan Bursa Efek Surabaya sebagai pasar obligasi dan derivatif. Obligasi adalah pasar yang memperdagangkan obligasi, sedangkan pasar derivatif adalah tempat diperdagangkannya surat-surat berharga yang nilainya didasarkan aset yang mendasarinya (*underlying asset* atau *elementary asset*).

Berdasarkan data dalam *Indonesia Capital Market Directory* (ICMD) untuk kinerja laporan keuangan BEI tahun 2015, meskipun kondisinya tidak terlalu kondusif, perusahaan-perusahaan yang terdaftar di BEI berhasil mengumpulkan dana Rp 120,1 triliun dari penerbitan obligasi korporasi (Rp 62,4 triliun), *rights issue* (Rp 45,4 triliun), penawaran umum perdana (Rp 11,3 triliun) dan *warrants* (Rp 824 miliar). Obligasi korporasi adalah obligasi yang diterbitkan oleh Perusahaan Swasta Nasional, termasuk BUMN dan BUMD. Penawaran umum perdana (*initial public offering/IPO*) adalah penjualan pertama saham suatu perusahaan melalui penerbitan di bursa efek. *Right issue* atau HMETD (Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu) merupakan hak bagi pemegang saham untuk membeli saham baru pada harga tertentu dan dalam jangka waktu tertentu. *Warrant* adalah surat berharga yang dikeluarkan oleh perusahaan yang memberikan hak kepada pemegangnya untuk membeli saham perusahaan dengan persyaratan yang telah ditentukan sebelumnya. Dari dana yang dihasilkan selama tahun 2014 (Rp 83,6 triliun) naik 30,4% selama tahun 2015. Kinerja Pasar Saham Indonesia pada tahun 2015 sebesar -12,13%, akan tetapi masih di atas Thailand (-13,86%) ataupun Singapura (-14,25%). Tertinggi adalah China dengan 10,46% disusul Jepang sebesar 9,07%.

Penelitian ini akan menganalisis kinerja keuangan di sektor industri barang konsumsi yang merupakan salah satu sektor yang terdaftar dalam industri manufaktur di BEI. Di sektor ini memiliki lima sub sektor industri yaitu 1) Makanan dan Minuman; 2) Rokok; 3) Farmasi; 4) Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga; dan 5) Peralatan Rumah Tangga. Pemilihan perusahaan manufaktur sebagai objek penelitian karena perusahaan manufaktur telah menjadi salah satu tumpuan utama pertumbuhan ekonomi Indonesia dan telah mengalami peningkatan kinerja sejak kuartal IV tahun 2012. Alasan lain memilih perusahaan manufaktur sebagai objek penelitian ini adalah karena saham perusahaan manufaktur lebih banyak diminati oleh investor jika dibandingkan dengan perusahaan lainnya. Perusahaan manufaktur merupakan salah satu aset yang memiliki peranan penting dalam pembangunan, terlebih lagi dalam menghadapi era persaingan bebas. Selain itu, perusahaan manufaktur dituntut semakin efektif dalam mempublikasikan laporan keuangannya, sebagaimana alasan-alasan tersebut termuat dalam berita industri pada situs resmi *Kementerian Perindustrian Republik Indonesia*.

TINJAUAN PUSTAKA

Laporan Keuangan

Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) berdasarkan PSAK No.1 (2015:1.3) menyatakan bahwa laporan keuangan merupakan hasil akhir dari proses akuntansi sebuah perusahaan yang memberikan informasi keuangan suatu perusahaan yang berguna bagi pihak internal maupun eksternal perusahaan. Laporan keuangan adalah suatu penyajian terstruktur dari posisi keuangan dan kinerja keuangan suatu entitas.

Munawir (2010:5) menyatakan bahwa laporan keuangan adalah dua daftar yang disusun oleh akuntan pada akhir periode untuk suatu perusahaan. Kedua daftar itu adalah daftar neraca atau daftar posisi keuangan dan daftar pendapatan atau daftar rugi-laba. Pada waktu akhir-akhir ini sudah menjadi kebiasaan bagi perseroan-perseroan untuk menambahkan daftar ketiga yaitu daftar surplus atau daftar laba yang tak dibagikan atau laba yang ditahan.

Kasmir (2013:7) menyatakan bahwa laporan keuangan adalah laporan yang menunjukkan kondisi keuangan perusahaan pada saat ini atau dalam suatu periode tertentu.

Muhammad Mahmud Hanafi dan Abdul Halim (2009:49) menyatakan bahwa laporan keuangan merupakan salah satu sumber informasi yang penting disamping informasi lain seperti informasi industri, kondisi perekonomian, pangsa pasar perusahaan, kualitas manajemen dan lainnya.

Harahap (2007:105) menyatakan bahwa laporan keuangan menggambarkan kondisi keuangan dan hasil usaha suatu perusahaan pada saat tertentu atau jangka waktu tertentu.

Kinerja Keuangan

Sutrisno (2009:53) menyatakan bahwa kinerja keuangan merupakan prestasi yang dicapai perusahaan dalam suatu periode tertentu yang mencerminkan tingkat kesehatan perusahaan tersebut.

Irham Fahmi (2012:2) menyatakan bahwa kinerja keuangan adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan telah melaksanakan dengan menggunakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar.

Pendapat serupa dikemukakan oleh Sawir (2005:1) yang menyatakan bahwa kinerja keuangan kondisi yang mencerminkan keadaan keuangan suatu perusahaan berdasarkan sasaran, standar, dan kriteria yang ditetapkan.

Sedangkan Mulyadi (2007:2) menyatakan bahwa pengertian kinerja keuangan ialah penentuan secara periodik efektifitas operasional suatu organisasi dan karyawannya berdasarkan sasaran, standar, dan kriteria yang ditetapkan sebelumnya.

Analisis Rasio Keuangan

Rasio menggambarkan suatu hubungan matematis antara suatu jumlah dengan jumlah yang lain. Penggunaan alat analisis berupa rasio dapat menjelaskan penilaian baik dan buruk posisi keuangan pada perusahaan, terutama bila angka rasio ini dibandingkan dengan angka rasio pembanding yang digunakan sebagai standar.

Kasmir (2008: 104) menyatakan bahwa analisis rasio keuangan merupakan kegiatan membandingkan angka-angka yang ada dalam laporan keuangan dengan cara membagi satu angka dengan angka yang lainnya. Perbandingan dapat dilakukan antara satu komponen dengan komponen dalam satu laporan keuangan atau antar komponen yang ada di antara laporan keuangan. Sedangkan Munawir (2010:37) menyatakan bahwa analisis rasio keuangan adalah suatu teknik analisis untuk mengetahui hubungan dari pos-pos tertentu dalam neraca atau laporan laba rugi secara individual atau kombinasi dari kedua laporan tersebut.

METODE PENELITIAN

Lokasi/Tempat dan Objek Penelitian

Penelitian dilakukan pada website resmi Bursa Efek Indonesia yaitu <http://www.idx.co.id> Objek penelitian ini adalah kinerja keuangan perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Teknik Pengambilan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik dokumentasi dengan melihat laporan keuangan perusahaan sampel. Dengan teknik ini peneliti mengumpulkan data laporan keuangan perusahaan dari tahun 2014-2016. Data diperoleh melalui ICMD (*Indonesia Capital Market Directory*), situs resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id) dan web-web terkait lainnya serta mempelajari literatur yang berkaitan dengan permasalahan penelitian baik media cetak maupun elektronik.

Teknik Analisis Data

Dalam melakukan analisis terhadap data dan informasi yang diperoleh, akan dianalisis antara kinerja keuangan yang diukur dengan menggunakan teknik analisis data yang diantaranya:

1. Mengukur laporan keuangan perusahaan dengan menilai kinerja keuangan yang diukur menggunakan tiga rasio keuangan (Kasmir, 2013:110-196) berikut.

Rasio likuiditas

$$\text{Current ratio} = \frac{\text{Aktiva lancar}}{\text{Utang lancar}} \times 100\% \quad (4.1)$$

Rasio solvabilitas

$$\text{Debt to asset ratio} = \frac{\text{Total utang}}{\text{Total aktiva}} \times 100\% \quad (4.2)$$

$$\text{Debt to equity ratio} = \frac{\text{Total utang}}{\text{Ekuitas}} \times 100\% \quad (4.3)$$

Rasio profitabilitas

$$\text{NPM ratio} = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Penjualan}} \times 100\% \quad (4.4)$$

$$\text{Return on asset} = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Total aktiva}} \times 100\% \quad (4.5)$$

Total Aktiva

$$\text{Return on equity} = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Ekuitas}} \times 100\% \quad (4.6)$$

2. Setelah mendapatkan hasil perhitungan rasio di atas, maka langkah selanjutnya mengukur hasil rasio menggunakan rasio rata-rata rokok (www.idx.co.id).

Tabel 4.1. Rasio rata-rata industri rokok

Jenis Rasio		Rata-rata Industri Rokok		
		2014	2015	2016
Likuiditas	<i>Current ratio (%)</i>	160,61	335,88	328,01
Solvabilitas	<i>Debt to assets ratio (%)</i>	61,23	52,68	29
	<i>Debt to equity ratio (%)</i>	-148,25	-93,43	42,25
Profitabilitas	<i>Net profit margin (%)</i>	2,87	4,55	4,05
	<i>Return on assets (%)</i>	7,84	8,56	8
	<i>Return on equity (%)</i>	66,99	28,82	10,27

Sumber : www.idx.co.id/ringkasan kinerja industri rokok, 2017

3. Menyimpulkan kinerja keuangan setiap sampel perusahaan manufaktur industri rokok dengan cara melakukan interpretasi setiap hasil yang didapat dari perusahaan sampel yang telah diukur.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Rekapitulasi *return on equity ratio* (ROE) perusahaan manufaktur pada industri rokok di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2016

Tabel 6.6 Rekapitulasi *return on equity ratio* (ROE) tahun 2014-2016

Nama Perusahaan	Nilai Rasio (%)	Rasio rata-rata industri rokok (%)	Keterangan
2014			
Gudang Garam Tbk	16,24	66,99	Kurang baik
Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk	75,43		Baik
Bentoel International Investama Tbk	163,13		Baik
Wismilak Inti Makmur Tbk	13,14		Kurang baik

2015			
Gudang Garam Tbk	16,98	28,82	Kurang baik
Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk	32,37		Baik
Bentoel International Investama Tbk	52,04		Baik
Wismilak Inti Makmur Tbk	13,89		Kurang baik
2016			
Gudang Garam Tbk	16,87	10,27	Baik
Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk	37,34		Baik
Bentoel International Investama Tbk	-22,09		Kurang baik
Wismilak Inti Makmur Tbk	10,72		Baik

Sumber : Data Sekunder diolah, 2017

Berdasarkan tabel 6.6, menunjukkan bahwa pada tahun 2014 *return on equity ratio* terendah terdapat pada perusahaan Wismilak Inti Makmur Tbk sebesar 13,14% dan berada dibawah rasio rata-rata industri rokok sebesar 66,99% yang berarti kurang baik. Adapun nilai ROE tersebut diperoleh berdasarkan jumlah laba setelah pajak sebesar Rp112.304.822.060 dibagi jumlah ekuitas sebesar Rp854.425.098.590. Sedangkan ROE yang tertinggi terdapat pada perusahaan Bentoel International Investama Tbk sebesar 163,13% dan berada di atas rasio rata-rata industri rokok sebesar 66,99% yang berarti baik. Adapun nilai ROA tersebut diperoleh berdasarkan jumlah rugi setelah pajak sebesar Rp2.278.718 dibagi ekuitas negatif (akumulasi kerugian) sebesar Rp1.396.853.

Pada tahun 2015, ROE terendah terdapat pada perusahaan Wismilak Inti Makmur Tbk sebesar 13,89% dan berada dibawah rasio rata-rata industri rokok sebesar 28,82% yang berarti kurang baik. Adapun nilai ROE tersebut diperoleh berdasarkan jumlah laba setelah pajak sebesar Rp131.081.111.587 dibagi jumlah ekuitas sebesar Rp943.708.980.906. Sedangkan ROE yang tertinggi terdapat pada perusahaan Bentoel International Investama Tbk sebesar 52,04% dan berada di atas rasio rata-rata industri rokok sebesar 28,82% yang berarti baik. Adapun nilai ROE tersebut diperoleh berdasarkan jumlah rugi setelah pajak sebesar Rp1.638.538 dibagi ekuitas negatif (akumulasi kerugian) sebesar Rp9.441.367.

Pada tahun 2016, ROE terendah terdapat pada perusahaan Bentoel International Investama sebesar -22,09% dan berada dibawah rasio rata-rata industri rokok sebesar 10,27% yang berarti kurang baik. Adapun nilai ROE tersebut diperoleh berdasarkan jumlah rugi setelah pajak sebesar Rp2.085.811 dibagi jumlah ekuitas sebesar Rp9.441.367. Sedangkan ROE yang tertinggi terdapat pada perusahaan Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk sebesar 37,34% dan berada di atas rasio rata-rata industri rokok sebesar 10,27% yang berarti baik. Adapun nilai ROE tersebut diperoleh berdasarkan jumlah laba setelah pajak sebesar Rp12.762.229 dibagi total aktiva sebesar Rp34.175.014.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas pada bab sebelumnya, maka peneliti dapat mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Pada tahun 2014, *current ratio* (CR) yang kurang baik atau berada di bawah rasio rata-rata industri rokok terdapat pada perusahaan Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk dan Bentoel International Investama Tbk. Sementara CR yang baik atau berada diatas rasio rata-rata industri rokok terdapat pada perusahaan Gudang Garam Tbk dan Wismilak Inti Makmur Tbk. CR yang tertinggi terdapat pada perusahaan Wismilak Inti Makmur Tbk dan yang terrendah terdapat pada perusahaan Bentoel International Investama Tbk. Pada tahun 2015, CR yang kurang baik atau berada di bawah rasio rata-rata industri rokok terdapat pada perusahaan Gudang Garam Tbk, Wismilak Inti Makmur Tbk dan Bentoel International Investama Tbk. Sementara CR yang baik atau berada diatas rasio rata-rata industri rokok terdapat pada perusahaan Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk. CR yang tertinggi terdapat pada perusahaan Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk dan yang terrendah terdapat pada perusahaan Gudang Garam Tbk. Pada tahun 2016, CR yang kurang baik atau berada di bawah rasio rata-rata industri rokok terdapat pada perusahaan Gudang Garam Tbk dan Bentoel International Investama Tbk. Sementara CR yang baik atau berada diatas rasio rata-rata industri rokok terdapat pada perusahaan Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk dan Wismilak Inti Makmur Tbk. CR yang tertinggi terdapat pada perusahaan Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk dan yang terrendah terdapat pada perusahaan Gudang Garam Tbk.
- 2) Pada tahun 2014-2015, *debt to asset ratio* (DAR) yang kurang baik atau berada di atas rasio rata-rata industri rokok terdapat pada perusahaan Bentoel International Investama Tbk. Sementara DAR yang baik atau berada di bawah rasio rata-rata industri rokok terdapat pada perusahaan Gudang Garam Tbk, Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk dan Wismilak Inti Makmur Tbk. Pada tahun 2014, DAR yang tertinggi terdapat pada perusahaan Bentoel International Investama Tbk dan yang terrendah terdapat pada perusahaan Wismilak Inti Makmur Tbk. Pada tahun 2015, DAR yang tertinggi terdapat pada perusahaan Bentoel International Investama Tbk dan yang terrendah terdapat pada perusahaan Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk. Pada tahun 2016, CR yang kurang baik atau berada di atas rasio rata-rata industri rokok terdapat pada perusahaan Gudang Garam Tbk dan Bentoel International Investama Tbk. Sementara DAR yang baik atau berada di bawah rasio rata-rata industri rokok terdapat pada perusahaan, Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk dan Wismilak Inti Makmur Tbk. DAR yang tertinggi terdapat pada perusahaan Gudang Garam Tbk dan yang terrendah terdapat pada perusahaan Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk.
- 3) Pada tahun 2014, *debt to equity ratio* (DER) yang kurang baik atau berada di atas rasio rata-rata industri rokok (bernilai negatif) terdapat pada perusahaan Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk dan Bentoel International Investama Tbk.

Sementara DER yang baik atau berada di bawah rasio rata-rata industri rokok terdapat pada perusahaan Gudang Garam Tbk dan Wismilak Inti Makmur Tbk. DER yang tertinggi terdapat pada perusahaan Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk dan yang terendah terdapat pada perusahaan Bentoel International Investama Tbk. Pada tahun 2015, DER yang kurang baik atau berada di atas rasio rata-rata industri rokok (bernilai negatif) terdapat pada perusahaan Bentoel International Investama Tbk. Sementara DER yang baik atau berada di bawah rasio rata-rata industri rokok terdapat pada perusahaan Gudang Garam Tbk, Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk dan Wismilak Inti Makmur Tbk. DER yang tertinggi terdapat pada perusahaan Gudang Garam Tbk dan yang terendah terdapat pada perusahaan Bentoel International Investama Tbk. Pada tahun 2016, CR yang kurang baik atau berada di bawah rasio rata-rata industri rokok (bernilai negatif) terdapat pada perusahaan Gudang Garam Tbk dan Bentoel International Investama Tbk. Sementara DER yang baik atau berada di bawah rasio rata-rata industri rokok terdapat pada perusahaan, Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk dan Wismilak Inti Makmur Tbk. DER yang tertinggi terdapat pada perusahaan Gudang Garam Tbk dan yang terendah terdapat pada perusahaan Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk.

- 4) Pada tahun 2014-2016, *net profit margin ratio* (NPM) yang kurang baik atau berada di bawah rasio rata-rata industri rokok terdapat pada perusahaan Bentoel International Investama Tbk. Sementara NPM yang baik atau berada di atas rasio rata-rata industri rokok terdapat pada perusahaan Gudang Garam Tbk, Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk dan Wismilak Inti Makmur Tbk. NPM yang tertinggi terdapat pada perusahaan Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk dan yang terendah terdapat pada perusahaan Bentoel International Investama Tbk.
- 5) Pada tahun 2014-2015, *return on asset ratio* (ROA) yang kurang baik atau berada di bawah rasio rata-rata industri rokok terdapat pada perusahaan Bentoel International Investama Tbk. Sementara ROA yang baik atau berada di atas rasio rata-rata industri rokok terdapat pada perusahaan Gudang Garam Tbk, Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk dan Wismilak Inti Makmur Tbk. ROA yang tertinggi terdapat pada perusahaan Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk dan yang terendah terdapat pada perusahaan Bentoel International Investama Tbk. Pada tahun 2016, ROA yang kurang baik atau berada di bawah rasio rata-rata industri rokok terdapat pada perusahaan Bentoel International Investama Tbk dan Wismilak Inti Makmur Tbk. Sementara ROA yang baik atau berada di atas rasio rata-rata industri rokok terdapat pada perusahaan Gudang Garam Tbk dan Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk. ROA yang tertinggi terdapat pada perusahaan Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk dan yang terendah terdapat pada perusahaan Bentoel International Investama Tbk.
- 6) Pada tahun 2014-2015, *return on equity ratio* (ROE) yang kurang baik atau berada di bawah rasio rata-rata industri rokok terdapat pada perusahaan Gudang Garam Tbk dan Wismilak Inti Makmur Tbk. Sementara ROE yang baik atau berada di atas rasio rata-rata industri rokok terdapat pada perusahaan Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk dan Bentoel International Investama Tbk. ROE yang tertinggi terdapat pada perusahaan Bentoel International Investama Tbk dan yang terendah terdapat pada perusahaan Wismilak Inti Makmur Tbk. Pada

tahun 2016, ROE yang kurang baik atau berada di bawah rasio rata-rata industri rokok terdapat pada perusahaan Bentoel International Investama Tbk dan. Sementara ROE yang baik atau berada diatas rasio rata-rata industri rokok terdapat pada perusahaan Gudang Garam Tbk, Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk dan Wismilak Inti Makmur Tbk. ROE yang tertinggi terdapat pada perusahaan Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk dan yang terrendah terdapat pada perusahaan Bentoel International Investama Tbk.

- 7) Kinerja keuangan perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi khususnya pada industri rokok di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2014-2016 menunjukkan kemampuan kinerja keuangan yang kurang baik pada perusahaan Bentoel International Investama Tbk yang mengalami kerugian selama tahun 2014-2016. Sementara pada perusahaan lainnya menunjukkan kinerja keuangan yang fluktuatif.

Saran

Berdasarkan hasil analisis rasio kinerja keuangan perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi serta beberapa kesimpulan yang telah dibuat, maka peneliti dapat memberikan saran-saran yang sekiranya bisa dipertimbangkan oleh perusahaan terkait atau yang sejenis dalam rangka meningkatkan kinerja keuangannya, antara lain:

- 1) Bagi perusahaan yang mengalami kerugian atau fluktuasi pada kinerja keuangannya disarankan agar dapat meningkatkan kinerja keuangannya atau mengikuti konsep pengelolaan keuangan perusahaan pada perusahaan sejenis yang memiliki kinerja keuangan yang lebih baik.
- 2) Untuk peneliti selanjutnya, diusahakan agar subjek penelitian yang diambil dibedakan dari penelitian ini. Mungkin dengan berbedanya sampel penelitian yang diambil, maka variabel rasio likuiditas, rasio solvabilitas dan rasio profitabilitas dapat memperlihatkan kinerja yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Agnes Sawir. 2005. *Analisis Kinerja Keuangan dan Perencanaan Keuangan Perusahaan*. PT Gramedia Pustaka. Jakarta
- Djarwanto. 2004. *Pokok-pokok Analisa Laporan Keuangan Edisi Kedua, Cetakan Pertama*. BPFE. Yogyakarta
- Hendry Andres Maith. 2013. *Analisis Laporan Keuangan Dalam Mengukur kinerja Keuangan pada PT. Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk*. Universitas Sam Ratulangi . Manado
- Ikatan Akuntan Indonesia_. 2015. *Standar Akuntansi Keuangan*. IAI. Jakarta
- Irham Fahmi. 2012. *Analisis Laporan Keuangan Cetakan Ke 2*. Alfabeta. Bandung
- _____. 2014. *Manajemen Keuangan Perusahaan Dan Pasar Modal. Edisi Pertama*. Mitra Wacana Media. Jakarta.
- Kasmir. 2008. *Analisis Laporan Keuangan*. PT Raja Grafindo. Jakarta

- _____. 2013. *Analisis Laporan Keuangan Edisi 1 Cetakan Ke 6*. Rajawali Pers. Jakarta
- Leonardo Yongki Ari Wibowo. 2010. *Analisis Kinerja Keuangan Berdasarkan Rasio Keuangan (Studi Kasus Pada PT. Kharisma Prima Abadi Yogyakarta)*. Universitas Dian Nuswantoro. Semarang
- Lukman Syamsuddin. 2000. *Manajemen Keuangan Perusahaan*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta
- M Mahmud Hanafi. dan Abdul Halim. 2009. *Analisis Laporan Keuangan Edisi 4*. UPP STIM YKPN. Yogyakarta
- Mulyadi. 2001. *Sistem Akuntansi Edisi Tiga*. Salemba Empat. Jakarta
- _____. 2007. *Sistem Akuntansi*. Salemba Empat. Jakarta
- Nur Hidayati dan Zulkifli. 2016. *Analisis Rasio Untuk Mengukur Kinerja Laporan Keuangan PT. Gudang Garam Tbk yang Go Publik di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015*. STIE Widya Wiwaha. Yogyakarta
- Recly Bima Rhamadana. 2016. *Analisis Rasio Keuangan Untuk Menilai Kinerja Keuangan pada PT. H.M Sampoerna Tbk*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA). Surabaya
- S. Munawir. 2007. *Analisa Laporan Keuangan*. Liberty. Yogyakarta
- _____. 2010. *Analisa Laporan Keuangan*. Liberty. Yogyakarta
- S.S. Harahap. 2006. *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta
- _____. 2007. *Teori Akuntansi Edisi Revisi 9*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta
- _____. 2009. *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan Edisi 1*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta
- _____. 2013. *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Silvana Marcelina. 2013. *Analisis Perbandingan Profitabilitas Pada Perusahaan Food and Beverages yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Universitas Sam Ratulangi. Manado
- Sucipto. 2003. *Penilaian Kinerja Keuangan. Jurnal Akuntansi*. Universitas Sumatera Utara
- Sutrisno. 2009. *Manajemen Keuangan*. Ekonisia. Yogyakarta
- www.idx.co.id
- www.sahamok.co

ANALISIS PERLAKUAN AKUNTANSI ASET TETAP PADA BADAN KEUANGAN DAERAH KABUPATEN BUTON SELATAN

Wa Ode Suwarni
(Dosen Fakultas Ekonomi Unidayan)

A B S T R A C K

The purpose of this study is for this research to be conducted with the aim of analyzing the accounting treatment of fixed assets at the Buton Regency Regional Finance Agency. The units of analysis in this research are: Fixed Asset Recognition, Fixed Asset Measurement, Fixed Asset Appraisal, Expenditures After Acquisition, Measurement, Disposal and Disposal of Fixed Assets, Disclosures.

The results showed that the recognition of fixed assets, measurement of fixed assets, valuation of fixed assets, expenditures after acquisition, measurement, termination and disposal of fixed assets, complete disclosure is in accordance with the statement of accounting standards 07 of 2010

Keywords: Fixed Assets, Accounting Treatment

Analisis Perlakuan Akuntansi Aset Tetap Pada Badan Keuangan Daerah Kabupaten Buton Selatan

PENDAHULUAN

Aset tetap merupakan suatu sarana penunjang untuk terlaksananya operasional perusahaan dalam menghasilkan laba atau keuntungan yang akan diraih. Aset dapat dibagi menjadi 2 jenis yaitu aset tetap dan aset tidak tetap. Aset tetap pada hakikatnya diartikan sebagai aset berwujud yang mempunyai masa manfaat lebih dari 12 (dua belas) bulan atau satu periode akuntansi untuk digunakan dalam kegiatan pemerintah daerah atau dimanfaatkan oleh masyarakat umum (Ritonga dkk, 2012:173).

Pernyataan Standar Akuntansi Pemerintah (PSAP) No.07 adalah merupakan pernyataan standar yang mengatur perlakuan akuntansi tentang aset tetap, dalam PSAP 07 yang berhubungan dengan aset tetap yang diterapkan oleh seluruh unit pemerintah yang menyajikan laporan keuangan untuk tujuan umum di penilaian, pengukuran, penyajian dan pengungkapan yang dilakukan.

Pengadaan aset tetap harus benar-benar sesuai dengan kebutuhan sehingga investasi yang dilakukan terhadap aset tetap menjadi optimal sebagaimana *planning* visi dan misi perusahaan. Aset yang dimiliki perusahaan bisa berupa tanah, bangunan, pabrik, mesin, kendaraan, peralatan kantor, dan lainnya. Mengingat pentingnya peranan aset tetap dan besarnya dana yang dibutuhkan untuk memperoleh aset tetap tersebut,

maka dibutuhkan suatu perlakuan akuntansi yang baik dan benar terhadap setiap aset tetap yang dimiliki perusahaan, yang mencakup penentuan dan pencatatan harga perolehan, penyusutan aset tetap, pengeluaran selama aset tetap digunakan dan penyajian aset dalam laporan keuangan.

Suatu aset dapat digolongkan dan dicatat sebagai aset tetap apabila aset tersebut memenuhi kriteria yaitu aset dimiliki oleh pemerintah, memiliki wujud yang nyata, dimaksudkan untuk digunakan dalam kegiatan operasional pemerintah daerah dan bukan untuk diperjual belikan dan memiliki masa manfaat lebih dari satu periode.

Aset tetap pada umumnya memiliki nilai yang besar sehingga dapat mempengaruhi posisi kekayaan dalam laporan keuangan. Oleh karena itu penyajiannya memerlukan perlakuan khusus dan perhitungan yang teliti. Perlakuan akuntansi yang berkaitan dengan aset tetap meliputi penetapan harga perolehan atau nilai perolehan aset tetap, penyusutan aset tetap, pengeluaran setelah masa perolehan aset tetap, penghapusan aset tetap, dan penyajian aset tetap dilaporan keuangan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis perlakuan akuntansi aset tetap pada Badan Keuangan Daerah Kabupaten Buton.

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan pada Kantor Badan Keuangan Daerah Kabupaten Buton.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan adalah data Kualitatif, sumber data berupa data primer.

Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini terdiri dari : Kepala Bidang pengelolaan aset, Bendahara barang atau pengurus barang, Perbendaharaan, Bidang akuntansi, Penanggungjawab sub bidang belanja tidak langsung, Penanggungjawab bidang kas

Unit Analisis

Unit analisis dalam penelitian ini yaitu: Pengakuan Aset tetap, Pengukuran Aset tetap, Penilaian Aset tetap, Pengeluaran Setelah Perolehan, Pengukuran, Penghentian dan pelepasan aset tetap, Pengungkapan

Teknik Analisis Data

Analisis dalam penelitian ini menggunakan teknik kualitatif deskriptif terdiri dari 4 (empat) kegiatan yang dilakukan dari awal hingga selesainya kegiatan yaitu:

1. Pengumpulan data yang dilakukan melalui observasi atau wawancara lalu dilakukan pencatatan dan pengetikan serta penyuntingan seperlunya.
2. Reduksi data yakni mengadakan pemilihan terhadap data yang ada, mempertajam data analisis, meringkas serta membuang data yang tidak diperlukan.
3. Penyajian data yakni menyediakan data serta menyederhanakan data yang telah diperoleh agar dapat memudahkan peneliti dalam penarikan kesimpulan.
4. Penarikan kesimpulan yakni melakukan verifikasi dengan meninjau ulang catatan atau data yang diperoleh serta menganalisis sebab akibat termasuk bertukar pikiran dengan teman-teman sejawat dan masyarakat kemudian mengambil kesimpulan.

HASIL PENELITIAN

Aset Tetap

Untuk melihat perlakuan akuntansi aset tetap maka peneliti hanya menggunakan 4 sampel aset yang ada di Badan Keuangan Daerah Kabupaten Buton, ke empat sampel tersebut adalah : Mini Bus, Printer, AC Split, Kipas angin. Alasan peneliti menggunakan keempat aset tersebut sebagai perhitungan/ jurnal untuk melihat perlakuan aset tersebut adalah aset tersebut digunakan setiap saat pada hari kantor, Masa manfaat aset tersebut, penyusutan, dan nilai bukunya.

Pengakuan Aset Tetap

Pengakuan Aset Tetap yang terjadi di Kabupaten Buton dalam perlakuan Aset Tetap dalam kriteria yang ditetapkan pemerintah daerah agar aset tersebut dapat diakui. Dalam PSAK No. 16 Aset tetap yang diperoleh dari pembelian tunai dicatat dalam buku dengan jumlah sebesar uang yang dikeluarkan untuk memperoleh aset tetap tersebut. Dalam jumlah uang yang dikeluarkan untuk memperoleh aset tetap termaksud faktur dan semua biaya yang dikeluarkan agar aset tetap tersebut siap digunakan. Jurnal yang dibuat untuk mencatat pembelian tunai aset tetap adalah dengan mendebet perkiraan aktiva tetap dan mengkredit kas.

Jurnal yang dibuat untuk mencatat pembelian tunai yang dilakukan dalam pembelian kendaraan Mini Bus dengan harga Rp. 227,477,000.00 Maka jurnal pada transaksi ini adalah:

Kendaraan	Rp.227,477,000.00
Kas	Rp. 227,477,000.00

Badan Keuangan Daerah Kabupaten Buton mengakui barang atau aset apabila aset tersebut mempunyai masa manfaat lebih dari 12 bulan, ada beberapa kriteria yang harus dipenuhi agar suatu aset dapat diakui sebagai aset tetap yaitu: aset tersebut harus ada wujudnya, masa manfaatnya harus lebih dari tahun, aset yang sudah dimiliki tidak untuk dijual. Badan Keuangan Daerah Kabupaten Buton mencatat Pembelian tunai pada Mini Bus Rp 227,477,000,00 dalam laporan keuangan aset

Pengukuran Aset Tetap

Badan Keuangan Daerah Kabupaten Buton pengukuran aset tetap dapat dipertimbangkan dengan andal karena pembelian aset tetap tercatat biayanya. Untuk

biaya perolehan dengan cara swakelola biayanya diperoleh dengan biaya langsung dan biaya tidak langsung termasuk biaya perencanaan yang terjadi berkenaan dengan pembelian aset. Dengan demikian pengukuran aset tetap Badan Keuangan Daerah kabupaten Buton jika melakukan pengukuran aset tetap menggunakan nilai wajar.

Penilaian Awal Aset Tetap

Badan Keuangan Daerah Buton, barang berwujud yang memenuhi kualifikasi untuk diakui sebagai suatu aset dan dikelompokkan sebagai aset tetap pada awalnya harus diukur berdasarkan biaya perolehan. Penilaian Aset tetap, aset tetap dinilai dengan biaya perolehan, apabila penilaian aset tetap dengan menggunakan biaya perolehan tidak memungkinkan, maka penilaian aset tetap didasarkan pada nilai wajar pada saat perolehan.

Penilaian awal aset tetap yang ada di Kabupaten Buton ini memiliki pengakuan belanja modal yang akan mengurangi kas. Pihak Pemerintah Kabupaten Buton juga membenarkan akan adanya aset tetap yang diperoleh dari sumbangan dan pencatatan aset. Dokumen yang digunakan untuk pembayaran adalah surat perintah membayar dan surat perintah pencairan dana langsung (SP2DLS).

Pengeluaran Setelah Perolehan

Badan Keuangan Daerah Kabupaten Buton, untuk pengeluaran setelah perolehan aset yang memperpanjang masa manfaat atau akan memberikan manfaat ekonomi dimasa yang akan datang, penggunaan aset sangatlah beragam dalam jumlah dan penggunaannya maka batasan jumlah biaya tidak dapat diseragamkan.

Pengeluaran Setelah Perolehan, ini dapat diakui sebagai pengeluaran modal atau sebagai pengeluaran pendapatan. Pengeluaran yang dapat memberikan manfaat lebih dari satu tahun (memperpanjang manfaat aset tersebut dari yang direncanakan semula atau peningkatan kapasitas, mutu produksi, atau peningkatan kinerja).

Pengukuran Berikutnya Terhadap Pengakuan Awal

Badan Keuangan Daerah Kabupaten Buton aset tetap disajikan sesuai dengan biaya perolehan dikurangi dengan akumulasi penyusutan

Penghentian Dan Pelepasan

Badan Keuangan Daerah Kabupaten Buton mengenai jumlah aset tetap yang tercatat dihentikan pengakuannya pada saat pelepasan atau ketika tidak terdapat lagi manfaat ekonomi masa depan yang diharapkan dari penggunaan atau pelepasannya.

Pengungkapan

Badan Keuangan Daerah Kabupaten Buton untuk aset tetap yang akan diungkapkan, aset tersebut harus diungkapkan terlebih dahulu. Pengukurannya dilakukan dengan cara menyusutkan nilai aset setiap tahunnya seperti komputer, printer, dan lainnya.

Dengan demikian, aset tetap yang diungkapkan, aset diukur terlebih dahulu, apabila terjadi rekonsiliasi maka jumlah yang tercatat pada awal dan akhir menunjukkan pelepasan.

PEMBAHASAN

Pengakuan Aset Tetap

Pengakuan aset tetap pada badan keuangan daerah kabupaten buton sesuai dengan Pernyataan standar akuntansi pemerintah 07 tahun 2010, Pengakuan Aset Tetap yang terjadi di Badan Keuangan Daerah Kabupaten Buton dalam Perlakuan Akuntansi Aset Tetap, kriteria yang ditetapkan pemerintah daerah agar aset tersebut dapat diakui mengenai pengakuan aset tetap Kabupaten Buton Untuk masalah Barang atau Aset biaya perolehannya dapat diukur secara andal, aset yang sudah dimiliki tidak untuk dijual kembali, aset yang diperoleh adalah untuk digunakan.

Pengukuran Aset Tetap

Pengukuran aset tetap pada badan keuangan daerah kabupaten buton sudah sesuai dengan Pernyataan standar akuntansi pemerintah 07 tahun 2010, Pengukuran aset tetap pada badan keuangan daerah kabupaten buton menggunakan nilai wajar.

Penilaian Awal Aset Tetap

Penilaian awal aset tetap sesuai dengan pernyataan standar akuntansi 07 tahun 2010.

Pengeluaran Setelah Perolehan

Pengeluaran setelah perolehan aset tetap sudah sesuai dengan pernyataan standar akuntansi pemerintah 07 tahun 2010.

Pengukuran Berikutnya Terhadap Pengakuan Awal

Pengukuran berikutnya terhadap pengakuan awal sesuai dengan Pernyataan standar akuntansi pemerintah 07 tahun 2010.

Penghentian dan Pelepasan

Penghentian dan pelepasan aset tetap di Kabupaten Buton sesuai dengan pernyataan standar akuntansi pemerintah 07 tahun 2010

Pengungkapan

Pengungkapan tidak sesuai dengan pernyataan standar akuntansi pemerintah 07 tahun 2010, karena Badan Keuangan Daerah Kabupaten Buton pengungkapan aset tetapnya tidak menggunakan neraca.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Analisis Perlakuan Akuntansi Aset Tetap Pada Badan Keuangan Daerah Kabupaten Buton, maka dapat ditarik kesimpulan antara lain:

1. Perlakuan akuntansi aset tetap pada Badan Keuangan Daerah Kabupaten Buton tidak sesuai dengan peraturan Pemerintah No 71 Tahun 2010 Tentang Standar Akuntansi pemerintah 07, karena pencatatan aset tetapnya belum menggunakan jurnal dan neraca.
2. Pengakuan Aset tetap sudah sesuai dengan PSAP 07 tahun 2010, aset tetap diakui pada saat manfaat ekonomi masa depan dapat diperoleh dan nilainya dapat diukur dengan andal.
3. Pengukuran Aset tetap tidak sesuai dengan PSAP 07 tahun 2010 dimana Badan Keuangan Daerah Kabupaten Buton pengukuran aset tetapnya hanya menggunakan nilai wajar.
4. Penilaian awal Aset tetap sesuai dengan PSAP 07 tahun 201,aset tetap dinilai dengan biaya perolehan, apabila penilaian aset tetap dengan menggunakan biaya perolehan tidak memungkinkan, maka penilaian aset tetap didasarkan pada nilai wajar pada saat perolehan.
5. Pengeluaran setelah perolehan aset sesuai dengan PSAP 07 tahun 2010, yang memperpanjang masa manfaat atau akan memberikan manfaat ekonomi dimasa yang akan datang.
6. Pengukuran berikutnya terhadap pengakuan awal sesuai dengan PSAP 07 tahun 2010, aset tetap disajikan sesuai dengan biaya perolehan dikurangi dengan akumulasi penyusutan.
7. Penghentian dan pelepasan sesuai dengan PSAP 07 tahun 2010 bila aset tetap sudah rusak berat dan tidak dapat diggunakan lagi maka aset tetap tersebut akan dihapuskan dari pembukuan.
8. Pengungkapan aset tetap belum sepenuhnya melakukan kesesuaiannya dengan PSAP 07 tahun 2010, dimana Badan Keuangan Daerah Kabupaten Buton pengungkapan asetnya belum menggunakan neraca.

A. Saran

Penelitian ini masih jauh dari sempurna dikarenakan memiliki beberapa keterbatasan yang dapat dilengkapi pada penenlitan berikutnya

DAFTAR PUSTAKA

- Amin Wijaya Tunggal. 2013. *Akuntansi Pemerintahan*. Edisi Pertama. Salemba Empat. Jakarta.
- Arif Abu Bakar dan Wibowo. 2008. *Akuntansi Dasar 2*. Grasindo. Jakarta.
- Ismawati. 2017. *Analisis Perlakuan Akuntansi Aset Tetap Pada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Kota Tanjungpinang*. E-Journal Umrah.
- Ikbar Andrian Sumardi. 2017. *Analisis Pengelolaan Aset Tetap Berdasarkan Peraturan menteri Dalam Negeri No. 19 Tahun 2016 (Studi Pada Pemerintah Daerah Kab. Jeneponto*. E-Journal UIN Alauddin.
- Peraturan Pemerintah No. 71 Tahun 2010. Tentang *Standar Akuntansi Pemerintahan*.

Peraturan Menteri Dalam Negeri RI No. 19 tahun 2016. Tentang **Pengelolaan Pengelolaan Barang Milik Pemerintah Daerah**

Peraturan Menteri Dalam Negeri RI No. 64 tahun 2013. Tentang **Penerapan Standar Akuntansi Pemerintah Berbasis Akrual Pada Pemerintah Daerah.**

Ritonga R, Arifin. 2012. **Akuntansi Keuangan Daerah.** LKMPD. Yogyakarta.

Soemarso S.R. 2005. **Akuntansi Suatu Pengantar.** Edisi Revisi. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.

ISSN : 2527 - 3019

Jurnal Ilmiah Ekonomika dan Bisnis

Volume 3, Nomor 2, Desember 2018

ISSN : 2527 - 3019

KETENTUAN PENULISAN JURNAL

1. Substansi Artikel. Artikel yang diserahkan merupakan tulisan ilmiah dengan kuantitatif maupun kualitatif berupa : studi pustaka, studi empiris, ataupun studi kasus, sebagai hasil pengembangan Ilmu Ekonomika dan Bisnis. Artikel yang disumbangkan dalam artikel orisinal yang belum pernah dipublikasikan di media lain dan menggunakan pustaka acuan matakahir, porposi terbitan.
2. Teknis Penulisan. Artikel ditulis dengan bahasa Indonesia atau bahasa Inggris yang baku. Artikel memuat judul, nama penulis berserta keterangan dan alamat kerja yang jelas. Penulis abstrak dibatasi maksimum sampai 300 kata, untuk artikel Indonesia, abstrak di tulis bahasa Inggris dan sebaliknya, disertai kata kunci (*keyword*). Bagian utama artikel ditulis dengan sistematika : Pendahuluan, Tujuan Penelitian, Tinjauan Teori, Metodologi, Analisis dan Pembahasan, Kesimpulan, Saran, Daftar Pustaka. Setiap judul baik sub judul tulisan perlu diberikan HURUF TEBAL SEMUA, penyajian gambar, table, bagan, dan pendukung lain harus disertai dengan nomor urut, dan sumber yang konsisten.
3. Seleksi Artikel. Artikel yang masuk keredaksi akan diseleksi dan direview oleh anggota dewan redaksi dan ada kemungkinan untuk di edit dan /atau dikembalikan untuk diperbaiki dan/atau dilengkapi. Artikel yang tidak dimuat tidak dikembalikan. Artikel yang dimuat merupakan hak redaksi dan dapat ditampilkan dalam media lain untuk akademik. Isi artikel di luar tanggung jawab redaksi.
4. Penyerahan Artikel. Artikel yang akan dimuat dapat dikirim/diserahkan berupa print-out ketikan dan dalam bentuk file Microsoft word yang bias dibuka dengan baik. Artikel divetak pada kertas A4 atau folio, spasi 1.5, huruf dengan Times New Roman 12, dimana Jumlah halaman 12 -15 Halaman.