

## **MARKETING MIX DAN KEPUASAN PELANGGAN PADA P.T MITRA SINAR JAYA CABANG JEMBRANA**

**Asri Lajuno<sup>1</sup>, I Dewa Nyoman Arta Jiw dan Ni Ketut Adi Mekarsari<sup>2</sup>**

### **Abstrak**

Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Hal tersebut disebabkan karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan, di mana secara langsung berhubungan dengan konsumen. Maka kegiatan pemasaran dapat diartikan sebagai kegiatan manusia yang berlangsung dalam kaitannya dengan pasar. Dalam era persaingan usaha yang semakin kompetitif sekarang ini, setiap pelaku bisnis yang ingin memenangkan kompetisi dalam persaingan pasar akan memberikan perhatian penuh pada strategi pemasaran yang dijalkannya. Ternak ayam Broiler P.T Mitra Sinar Jaya merupakan salah satu usaha budidaya ayam pedaging (broiler), perusahaan menyediakan bibit ayam (ayam yang baru berumur satu hari) yang disembarkan ke peternak ayam yang menjadi mitranya.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Marketing Mix* terhadap Kepuasan Pelanggan Pada P.T. Mitra Sinar Jaya Cabang Jembrana baik secara parsial maupun secara simultan serta untuk mengetahui variabel mana yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan koesioner dengan sampel berjumlah 37 responden. Metode pengambilan sampel dengan menggunakan *purposive sampling*. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dan kualitatif. Analisis statistik dan pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda, korelasi linier berganda, koefisien determinasi, uji f dan uji t dengan menggunakan bantuan program *Microsoft Excel* dan program *Statistical Product and Service Solution (SPSS) for windows Version 17*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) *Marketing Mix* terdiri dari variabel produk, harga dan distribusi secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada P.T. Mitra Sinar Jaya Cabang Jembrana sedangkan variabel promosi tidak berpengaruh secara signifikan, pengaruhnya hanya kebetulan saja. 2) *Marketing Mix* terdiri dari variabel produk, harga, promosi dan distribusi secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada P.T. Mitra Sinar Jaya Cabang Jembrana 3) Variabel harga memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap kepuasan pelanggan pada P.T. Mitra Sinar Jaya Cabang Jembrana. Model regresi linier berganda diperoleh dalam bentuk persamaan  $Y = 0,401 + 0,233X_1 + 0,627X_2 + 0,224X_3 + 0,231X_4$ , dengan koefisien determinasi

---

<sup>1</sup> Alumni Fakultas Ekonomi Universitas Panji Sakti Angkatan 2016/2017

<sup>2</sup> Tenaga Pengajar Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Unipas

sebesar 92,5% dan sisanya sebesar  $100\% - 83,7\% = 7,5\%$  dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *Marketing Mix, produk, harga, promosi, distribusi, kepuasan pelanggan.*

## PENDAHULUAN

Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Hal tersebut disebabkan karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan, dimana secara langsung berhubungan dengan konsumen. Maka kegiatan pemasaran dapat diartikan sebagai kegiatan manusia yang berlangsung dalam kaitannya dengan pasar. Dalam era persaingan usaha yang semakin kompetitif sekarang ini, setiap pelaku bisnis yang ingin memenangkan kompetisi dalam persaingan pasar akan memberikan perhatian penuh pada strategi pemasaran yang dijalkannya. . Produk – produk yang dipasarkan dibuat melalui suatu proses yang berkualitas akan memiliki sejumlah keistimewaan yang mampu meningkatkan kepuasan konsumen atas penggunaan produk tersebut, dengan demikian pelanggan mau dan rela untuk kembali menikmati apa yang ditawarkan oleh perusahaan dan menjadi pelanggan yang setia bagi perusahaan, sedangkan untuk dapat mendistribusikan kualitas di bidang jasa merupakan hal yang tidak mudah. Oleh karena itu, dalam proses pendistribusian barang kepada konsumen harus ada perhatian penuh dari manajemen pemasaran paling atas hingga karyawan level bawah.

Salah satu masalah pokok yang menjadi kendala dalam pemasaran adalah banyaknya saingan di dalam pasar itu sendiri baik dari produk sejenis maupun dari produk lain. Hal tersebut merupakan tanggung jawab besar yang harus dimenangkan oleh suatu perusahaan jika ingin tetap eksis didalam persaingan bisnis. Persaingan yang semakin tajam dan perubahan-perubahan yang terus terjadi harus dapat dijadikan pelajaran oleh manajemen pemasaran agar dapat secara proaktif

mengantisipasi perubahan-perubahan yang terjadi baik untuk masa sekarang dan akan datang.

Perubahan yang terjadi saat ini akan sampai pada tingkatan yang tidak terbatas. Apa yang terjadi akan terus berkembang secara cepat dan terus menerus dibandingkan sebelumnya. Dalam konteks bisnis, perubahan yang cepat ini akan membuat semua perusahaan yang ingin bersaing untuk berfikir bahwa langkah startegis perusahaan dipengaruhi oleh dua hal. Pertama adalah pola pikir konsumen yang dinamis dan kedua adalah pengaruh kekuatan global dengan kemajuan teknologinya. Melihat hal ini, perusahaan dituntut untuk mempertimbangkan salah satu komponen penting dalam pasar yaitu konsumen. Karena dengan memerhatikan keinginan dan kebutuhan konsumen, perusahaan dapat memenangkan persaingan pasar yang semakin fokus terhadap kepuasan pelanggan.

#### **KERANGKA PIKIR PENELITIAN**

Berdasarkan latar belakang masalah dan landasan teori di atas, maka terdapat lima variabel dalam penelitian ini yang terdiri dari empat buah variabel bebas (X) dan sebuah variabel terikat (Y). Variabel bebas terdiri dari Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), Promosi ( $X_3$ ), Distribusi ( $X_4$ ) dan variabel terikat yaitu Kepuasan Pelanggan (Y).

Produk merupakan apa yang dapat ditawarkan di dalam pasar untuk dipertahankan, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan, Harga pada dasarnya memerhatikan berbagai pihak antara lain para pelanggan akhir, para penyalur, saingan, para suplier, bahan, dana, tenaga kerja dan para manager perusahaan yang bersangkutan. Penetapan harga oleh perusahaan harus benar-benar dilakukan agar pelanggan merasa puas. Promosi oleh perusahaan tujuannya untuk memberikan informasi, membujuk atau memengaruhi pelanggan, menciptakan kesan (*image*), memuaskan keinginan pelanggan. Distribusi adalah rute yang akan dipakai untuk menyalurkan barang tersebut ke pelanggan. Hal ini menyangkut strategi penyaluran dan termasuk di dalam pemilihan penyaluran distribusi.

Dari uraian di atas kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat ditunjukkan seperti gambar di bawah ini :



Keterangan :

- > Hubungan simultan ketiga variabel terhadap kinerja pegawai
- - - - -> Hubungan *Partial* ketiga variabel terhadap kinerja pegawai

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran

Marketing Mix Dan Kepuasan Pelanggan pada P.T. Mitra Sinar Jaya Cabang Jembrana

**HIPOTESIS**

Dari kerangka pemikiran di atas dan hasil penelitian-penelitian terdahulu, dapat diambil hipotesis / jawaban sementara dari penelitian ini adalah :

1. *Marketing Mix* yang terdiri dari produk, harga, promosi dan distribusi secara parsial memengaruhi kepuasan pelanggan pada P.T. Mitra Sinar Jaya Cabang Jembrana.
2. *Marketing Mix* yang terdiri dari produk, harga, promosi dan distribusi secara simultan memengaruhi kepuasan pelanggan pada P.T. Mitra Sinar Jaya Cabang Jembrana.

- 3 Variabel produk yang merupakan bagian dari *Marketing Mix* merupakan variabel yang paling dominan memengaruhi kepuasan pelanggan pada P.T. Mitra Sinar Jaya Cabang Jembrana.

## **METODE PENELITIAN**

- 1) Variabel Bebas (*Independent Variable*)
  - a. Produk dalam hal ini adalah ayam yang baru berumur satu hari yang langsung didistribusikan kepada mitra (peternak ayam pedaging) P.T. Mitra Sinar Jaya Cabang Jembrana. Adapun indikator-indikatornya seperti Berat badan sesuai dengan umur, Sertifikat produk, Tersedia pakan & obat-obatan.
  - b. Harga dalam hal ini adalah kesepakatan dalam perjanjian mengenai harga yang dibeli, kemudian memberikan pinjaman kepada mitra (peternak jika tidak memiliki modal dengan perjanjian oleh P.T. Mitra Sinar Jaya Cabang Jembrana. Adapun indikatornya seperti Potongan Harga, diberikan pinjaman modal, Kesepakatan harga
  - c. Promosi merupakan informasi yang diberikan oleh P.T. Mitra Sinar Jaya Cabang Jembrana kepada masyarakat, tujuannya untuk memberikan informasi, membujuk atau memengaruhi pelanggan, menciptakan kesan (*image*), memuaskan keinginan pelanggan. . Adapun indikatornya seperti fungsi konstruktif, fungsi konsultatif, fungsi partisipatif, fungsi delegasi dan fungsi pengendalian. Indikatornya adalah Sosial media, Iklan/ brosur dan perusahaan mencari mitra (*personal selling*).
  - d. Distribusi adalah penyampaian produk atau ayam yang baru berumur satu hari ke peternak yang memesan oleh P.T. Mitra Sinar Jaya Cabang Jembrana. Adapun indikatornya adalah Kontinuitas bibit, Bibit datang tepat waktu, Distribusi langsung.

### **1) Ruang Lingkup Penelitian**

Ruang lingkup penelitian ini lebih dititikberatkan pada bidang Manajemen Pemasaran yaitu tentang *Marketing Mix* dan Kepuasan Pelanggan pada P.T Mitra Sinar Jaya kantor Cabang Jembrana.

## **2) Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini dilakukan pada Kantor P.T. Mitra Sinar Jaya, jalan Pulau Menjangan L.C. Dauh Waru Jembrana.

## **3) Populasi dan Sampel**

### **a) Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik simpulannya. Sugiyono (2014:119). Populasi dalam penelitian ini adalah Peternak ayam pedaging yang menjadi pelanggan dari P.T. Mitra Sinar Jaya yang berlokasi di Jembrana dan Buleleng berjumlah 37 peternak.

### **b) Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut Sugiyono (2014:120) Karena jumlah populasi kurang dari 100 maka populasi langsung sebagai sampel. Adapun sampel penelitian ini sebanyak 37 responden.

## **4) Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan mulai tahap perancangan kuisisioner dan kemudian penyebaran kepada responden, agar diperoleh data yang baik maka dipilih dengan menggunakan metode :

### **a) Survey/observasi**

Mengadakan pengamatan langsung ke kantor P.T. Mitra Sinar Jaya kantor cabang Jembrana, serta peternak ayam guna melihat situasi dan kondisi tempat penelitian.

b) Wawancara

Mengadakan wawancara langsung dengan pihak-pihak yang bersangkutan, yaitu para pegawai maupun pimpinan di Kantor P.T. Mitra Sinar Jaya serta para peternak ayam guna mendapatkan data-data yang diperlukan.

c) Kuisisioner

Kuisisioner yang dibagikan langsung kepada responden yang ditemui secara langsung di Kandang Ayam peternak.

d) Dokumentasi

Pengumpulan data yang diperoleh dengan menggunakan catatan-catatan tertulis yang ada di Kantor P.T. Mitra Sinar Jaya serta sumber-sumber lain yang menyangkut dengan instansi terkait.

## 5) Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan salah satu cara yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana variabel yang memengaruhi variabel yang lain agar data yang dikumpulkan tersebut dapat bermanfaat maka harus diolah/dianalisis terlebih dahulu sehingga dapat dijadikan dalam mengambil keputusan.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

### 3.7.1 Analisis Deskriptif Kualitatif

Analisis Deskriptif Kualitatif ini digunakan untuk menggambarkan atau menginterpretasikan data atau informasi yang diperoleh dari penyebaran daftar pertanyaan (kuisisioner) maupun hasil wawancara. Dalam hal ini, hasil analisis menjelaskan suatu kondisi, proses, karakteristik dari suatu variabel, serta memberikan interpretasi dari data tersebut. Teknik ini digunakan untuk mengungkap mengenai gambaran marketing mix dan kepuasan pelanggan pada P.T. Mitra Sinar Jaya Kantor Cabang Jembrana.

### 3.8.2. Analisis Kuantitatif

Metode analisis ini merupakan metode analisis yang dilakukan terhadap data yang diperoleh dari hasil jawaban kuisisioner/digunakan untuk menganalisis data yang berbentuk angka-angka.

Adapun dalam analisis kuantitatif meliputi :

## 1) Uji Validitas dan Reliabilitas

### a. Uji Validitas

Uji Validitas bertujuan untuk memeriksa apakah isi kuesioner sudah tepat untuk mengukur apa yang diukur dan cukup dipahami oleh semua responden, yang diindikasikan oleh kecilnya prosentase jawaban responden yang tidak terlalu menyimpang dengan rata-rata jawaban responden lain. Metode yang digunakan adalah dengan membandingkan antara nilai korelasi atau  $r_{hitung}$  dari variabel penelitian dengan nilai  $r_{tabel}$ . Pengujian validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan Software SPSS (*Statistic Package and Social Science*) 17.0 for Windows.

Kriteria dalam menentukan validitas suatu kuisisioner adaalah sebagai berikut :

- 1) Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka pertanyaan dinyatakan valid.
- 2) Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka pertanyaan dinyatakan tidak valid

### b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu daftar pertanyaan kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel-variabel yang diteliti. Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Dengan kata lain, reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat ukur dalam mengukur gejala yang sama.

Reliabilitas dilakukan untuk mengukur konsistensi konstruk atau variabel penelitian. Suatu kuisisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengukur reliabilitas dengan Uji Statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ), suatu variabel

dikatakan reliabel (handal) jika memiliki nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. (Ghozali, 2005:170)

## 2) Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Menurut Ghozali (2009:63-64) cara mendeteksi terhadap multikolinieritas dalam model regresi adalah sebagai berikut :

- 1) Besarnya variabel *Inflation Factor/VIF* pedoman suatu model regresi yang bebas Multikolinieritas yaitu nilai  $VIF \leq 10$
- 2) Besarnya *Tolerance* pedoman suatu model regresi yang bebas Multikolinieritas yaitu  $Tolerance \geq 0,1$

### b. Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik adalah Homoskedastisitas/ tidak Heteroskedastisitas. Untuk mendiktesikannya dengan cara melihat grafik perhitungan antara nilai prediksi variabel tingkat (*zpred*) dengan residual (*sresid*), analisisnya :

- 1) Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur lebih gelombang menyebar kemudian menyempit maka grafik mengidentifikasi telah terjadi Heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi Heteroskedastisitas,.

### c. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji sebuah model regresi, variabel independen, variabel dependen mempunyai distribusi normal atau tidak. Adapun kriteria model regresi memenuhi asumsi normalitas atau tidak antara lain sebagai berikut : (Ghozali, 2009: 183)

- 1) Jika data menyebar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram menunjukkan pola distribusi normal maka model regresi memenuhi asumsi Normalitas.

- 2) Jika data menyebar garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram dan tidak menunjukkan pola distribusi normal maka model regresi tidak memenuhi asumsi Normalitas.

### 3) Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda diperlukan untuk mengetahui koefisien-koefisien regresi serta signifikansi sehingga dapat dipergunakan untuk menjawab hipotesis.

Secara umum model persamaan dari regresi berganda dapat ditulis sebagai berikut : (Ghozali, 2009: 88)

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Konstanta

X<sub>1</sub> = Produk

X<sub>2</sub> = Harga

X<sub>3</sub> = Promosi

X<sub>4</sub> = Distribusi

e = Standart error

b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub>, b<sub>3</sub>, b<sub>4</sub> = Koefisien regresi variabel bebas

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### a. Uji t (Parsial)

Uji t yaitu suatu uji untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen secara parsial atau individual terhadap variabel dependen. Kriteria yang digunakan adalah:

$$H_0 : b_1 = 0$$

Artinya, tidak ada pengaruh yang signifikan secara parsial pada masing-masing variabel independen.

$$H_a : b_1 \neq 0$$

Artinya, ada pengaruh yang signifikan secara parsial pada masing-masing variabel independen.

Berdasarkan analisis SPSS akan diperoleh hasil kriteria pengujianya adalah sebagai berikut: menggunakan uji probabilitas, sedangkan kriteria pengujianya adalah sebagai berikut: menggunakan uji probabilitas, jika nilai probabilitas lebih < dari 0,05 maka secara parsial *marketing mix* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

#### **b. Uji F (Simultan)**

Uji F bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

1) Membuat hipotesis untuk kasus pengujian F-test di atas yaitu:

a)  $H_0 : b_1, b_2, b_3, b_4 = 0$

Artinya, tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen yaitu Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), Promosi ( $X_3$ ) dan Distribusi ( $X_4$ ) secara simultan terhadap variabel dependen yaitu tingkat Kepuasan Pelanggan (Y).

b)  $H_a : b_1, b_2, b_3, b_4 \neq 0$

Artinya, ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen yaitu yaitu Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), Promosi ( $X_3$ ) dan Distribusi ( $X_4$ ) secara simultan terhadap variabel dependen yaitu tingkat Kepuasan Pelanggan (Y).

Berdasarkan analisis SPSS akan diperoleh hasil kriteria pengujianya adalah sebagai berikut: menggunakan uji probabilitas, jika nilai probabilitas lebih < dari 0,05 maka secara simultan *marketing mix* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

### c Uji Dominan

Uji dominan dilihat dari *Standardized coefficient beta* pada uji t. Yang paling dominan adalah yang memiliki nilai koefisien lebih besar.

### 5) Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol (0) dan satu (1). Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu (1) berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka  $R^2$  pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Maka digunakan nilai Adjusted  $R^2$  pada saat mengevaluasi model regresi yang terbaik karena Adjusted  $R^2$  dapat naik turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model.

### Pembahasan

#### **Pengaruh *Marketing Mix* Secara Parsial terhadap Kepuasan Pelanggan Pada P.T. Mitra Sinar Jaya Cabang Jembrana**

Berdasarkan hasil analisis uji t di atas berarti peran *marketing mix* yang terdiri dari produk, harga, promosi dan distribusi sangat positif untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dalam hal ini peternak ayam yang menjadi pelanggan dari P.T. Mitra Sinar Jaya Cabang Jembrana, sehingga kebijakan perusahaan di dalam membantu peternak ayam *broiler* dapat terus dilaksanakan terutama promosi harus ditingkatkan karena variabel promosi berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara teori menurut Irawan (2004) untuk memperoleh pelanggan yang setia tidaklah mudah. Perusahaan dituntut memiliki keterampilan

yang cukup dalam mengumpulkan petunjuk, mengkualifikasikan petunjuk dan pengkonversian pelanggan. Dalam hal mengumpulkan petunjuk, perusahaan bisa mengembangkan komunikasinya lewat sarana iklan di media cetak maupun elektronik dalam menjaring calon pelanggan baru. Namun evaluasi harus terus dilakukan agar kebijakan marketing mix yang dijalankan benar-benar efektif dalam meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga dapat meningkatkan produktivitas dan kinerja organisasi yang lebih baik dimasa yang akan datang.

### **5.2.2 Pengaruh *Marketing Mix* Secara Simultan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada P.T. Mitra Sinar Jaya Cabang Jembrana**

Berdasarkan hasil analisis uji F di atas menunjukkan bahwa secara bersama-sama *marketing mix* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada P.T. Mitra Sinar Jaya Cabang Jembrana, ini berarti untuk perusahaan yang menjual produk sebaiknya memerhatikan *marketing mix*, produk yang dijual harus dapat ditawarkan di dalam pasar untuk dipertahankan, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan, Harga pada dasarnya memerhatikan berbagai pihak antara lain para pelanggan akhir, para penyalur, saingan, para suplier, bahan, dana, tenaga kerja dan para manager perusahaan yang bersangkutan. Penetapan harga oleh perusahaan harus benar-benar dilakukan agar pelanggan merasa puas. Promosi oleh perusahaan tujuannya untuk memberikan informasi, membujuk atau memengaruhi pelanggan, menciptakan kesan (*image*), memuaskan keinginan pelanggan. Distribusi adalah rute yang akan dipakai untuk menyalurkan barang tersebut ke pelanggan. Hal ini menyangkut strategi penyaluran dan termasuk di dalam pemilihan penyaluran distribusi

### **5.2.3 *Marketing Mix* Yang Berpengaruh Dominan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada P.T. Mitra Sinar Jaya Cabang Jembrana**

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda dengan *Standardized Coefficient Beta* menunjukkan bahwa variabel harga (X<sub>2</sub>) memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada . Hasil analisis ini dibuktikan

dengan nilai *Standardized Coefficient Beta* dari harga (X2) yang paling signifikan dan tinggi diantara variabel bebas lainnya yaitu sebesar 0,519 Hal ini berarti variabel harga paling menentukan puasnya seorang pelanggan. Pada kenyataannya memang benar jika harga ayam turun drastis, maka peternak ayam akan rugi besar karena tidak sesuai dengan biaya yang dikeluarkan saat memelihara, demikian juga jika harga ayam mahal maka peternak juga bingung karena permintaan akan ayam menurun sehingga diperlukan biaya pemeliharaan tambahan karena ayamnya tidak laku. Di masa yang akan datang kebijakan harga sebaiknya lebih diefektifkan sehingga produktivitas dan profitabilitas organisasi dapat tercapai dengan maksimal.

## **PENUTUP**

### **1) Simpulan**

- a) Berdasarkan hasil analisis seperti yang telah diuraikan pada Bab V, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut.
- b) Ada pengaruh signifikan secara parsial antara variabel *marketing mix* yang terdiri dari produk, harga dan distribusi terhadap kepuasan pelanggan pada P.T. Mitra Sinar Jaya Cabang Jembrana, tetapi variabel promosi (X3) berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada P.T. Mitra Sinar Jaya Cabang Jembrana.
- c) Ada pengaruh signifikan secara simultan variabel *marketing mix* yang terdiri dari produk, harga, promosi dan distribusi terhadap kepuasan pelanggan pada P.T. Mitra Sinar Jaya Cabang Jembrana.
- d) Variabel harga lebih dominan memengaruhi kepuasan pelanggan pada P.T. Mitra Sinar Jaya Cabang Jembrana.

### **2) Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan di atas maka dapat disarankan kepada perusahaan sebagai berikut.

- a) Dalam menghadapi persaingan pemasaran, penentuan strategi pemasaran sangat penting dan hal ini juga harus ditunjang oleh manajer pemasar yang professional dan memiliki kreatifitas yang tinggi. Promosi sebaiknya sebagai bagian penting dalam perusahaan demi mencapai tujuan bisnis yaitu profitabilitas yang tinggi.
- b) Segala keputusan yang berhubungan dengan harga akan sangat memengaruhi beberapa aspek kegiatan perusahaan, baik menyangkut kegiatan penjualan maupun aspek keuntungan yang mau dicapai oleh perusahaan. Dengan demikian semua keputusan yang berkaitan dengan harga hendaknya harus dipertimbangkan secara sungguh-sungguh dan mendalam serta memperhatikan aspek intern dan ekstern perusahaan
- c) Promosi berpengaruh tidak signifikan karena kapasitas dan jumlah mitra.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, Sofyan. 2003. "Costumer Service Yang Baik Landasan Pencapaian Costumer Satisfaction." *Manajemen Usahawan Indonesia*. No. 01, TH. XXXII, Januari.
- Ghozali, Imam. 2009. *Analisis Multivariate SPSS*. Semarang. Universitas Diponegoro.
- Djarwanto P.S. dan Pangestu Subagio. 2012. *Statistik Induktif*. Edisi kelima Cetakan Keempat. Yogyakarta. BPFE
- Irawan, Hendi. 2007. *Sepuluh Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Cetakan Kelima. Jakarta. P.T. Alex Media Computindo.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*, Edisi Pertama. Jakarta. Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat. Jakarta.
- Lovelock Cristopher dan LaurenWrigt (2002) *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Pertama. Jakarta. P.T. Index
- Mahanani, Sonya. 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Pembayaran Rekening Listrik*. Semarang : Universitas Diponegoro.

- Maholtra, Naresh, K. 1996. *Marketing Research*. Applied Orientation. New Jersey. Prentice –Hall International Inc.
- Munir, A.A.S. 1995. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, Gramedia. Jakarta.
- Nagoi Ronald. 1988. *Menentukan Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan*. Penerbit C.V. Rajawali. Jakarta.
- Natawiria dan Riduwan. 2010. *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Bandung . C.V. Alfabeto.
- Sarwono, Jonathan. 2006. *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS 13*. Yogyakarta : Andi.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 1995. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta : PLP3ES.
- Kantor Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara. 1993. *Pedoman Tata Laksana Pelayanan Umum*. Jakarta.
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ratminto dan Atik Winarsih. 2005. *Manajemen Pelayanan*. Pustaka Pelajar: Yogyakarta.
- Sugiyono. 2008. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto, J. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Cetakan Ketiga. Rineka Cipta: Jakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2004. *Kepuasan dalam Pelayanan*. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- .....2006. *Manajemen Jasa*. Edisi Keempat. Andi. Yogyakarta.
- Umar, Husein. 2003. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- ....., 2005. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Edisi Baru. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta

**IPTEK BAGI MASYARAKAT  
SEKAA TERUNA-TERUNIDAN KELOMPOK PKK  
DI DUSUN RARANGAN, DESA SUDAJI**

Ketut Gunawan<sup>3</sup>, Nyoman Srilaba<sup>4</sup>

Fakultas Ekonomi Manajemen; Fakultas Pertanian

Universitas Panji Sakti

Email: ketut.gunawan.unipas@gmail.com

**Abstract**

Implementation of IbM's action program to solve the farmer family's financial problems. The empowerment of farmer's children and his wife is one of the efforts to overcome them. The farmers' children and his wife are members of Sekaa Truna-truni Putra Satya Bhakti and PKK Angsoka Satya Bhakti Group. This activity aims to: 1) improving the prosperity of Sudaji village farmers by entrepreneurship in exploiting the potential of the village, 2) improving partner skills in business management, 3) realizing organic fertilizer, incense, and *banten* as alternative sources of income. Implementation of the program is carried out comprehensively and integrated with 1) PALS method, 2) observation method, 3) questionnaire method, and 4) interview method. With the college's eligibility and relevant team support capability, it is an appropriate program to solve major problems. The results obtained are IbM activities can improve the prosperity of farmers with products resulting from the sale of organic fertilizers, incense, and *banten* through partner group empowerment, skills also increased, so that the quality of human resources owned also increased as well. The activities also received high enthusiasm from the trainees and the support of LPPM Unipas, village officials, and community of Sudaji Village.

Keywords: organic fertilizers, incense, *banten*, and entrepreneurship

**Abstrak**

Pelaksanaan program aksi IbM untuk memecahkan permasalahan finansial keluarga petani. Pemberdayaan anak dan istri petani merupakan salah satu upaya mengatasinya melalui program IbM. Kelompok mitra anak dan istri petani tergabung dalam *Sekaa Truna-truni* Putra Satya Bhakti dan Kelompok PKK Angsoka Satya

---

<sup>3</sup> Tenaga Pengajar Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Unipas

<sup>4</sup> Tenaga Pengajar Program Studi Agroteknologi Fakultas Pertanian Unipas

Bhakti. Kegiatan ini bertujuan untuk: 1) meningkatkan kesejahteraan petani desa Sudaji untuk berwirausaha dengan memanfaatkan potensi desa, 2) meningkatkan keterampilan mitra dalam manajemen usaha, 3) merealisasikan pupuk organik, dupa, dan banten sebagai sumber pendapatan alternatif. Pelaksanaan program dilaksanakan secara komperhensif dan terpadu dengan 1) metode PALS (*Participation Action Learning System*); 2) metode observasi; 3) metode kuisisioner; dan 4) metode wawancara. Dengan kelayakan perguruan tinggi dan daya dukung tim yang relevan, maka program ini merupakan program yang tepat sasaran untuk memecahkan masalah utama. Hasil yang diperoleh yaitu kegiatan IbM dapat meningkatkan kesejahteraan petani dengan produk-produk hasil penjualan pupuk organik, dupa, dan banten melalui pemberdayaan kelompok mitra, keterampilan pun meningkat, sehingga kualitas SDM yang dimiliki turut meningkat pula. Kegiatan juga mendapatkan antusiasme yang tinggi dari peserta pelatihan dan adanya daya dukung LPPM Unipas, Aparat desa, dan masyarakat desa Sudaji.

Kata kunci: pupuk organik, dupa, banten. Wirausaha

## **PENDAHULUAN**

Sektor pertanian merupakan bagian pilar terpenting dalam pembangunan bangsa secara nasional dan strategis. Sektor pertanian harus diperhatikan dengan seksama baik dari produk yang dihasilkan hingga kesejahteraan petani itu sendiri. Salah satu indikator kesejahteraan petani adalah tingkat pendapatan yang meningkat. Tingkat pendapatan petani walaupun masih tergolong memprihatinkan, namun dapat ditingkatkan melalui keanekaragaman usaha tani dan non usaha tani. Ironisnya, tingkat pendapatan petani masih minim karena ketidakmampuan dalam memaksimalkan potensi pertanian dan minimnya keterampilan dalam bidang non usaha tani.

Kondisi demikian menjadi hal yang lumrah dialami oleh masyarakat pedesaan seperti Desa Sudaji. Letak geografis yang berada di wilayah pegunungan dengan rata-rata curah hujan yang cukup menyebabkan sebagian penduduknya lebih memilih bertani. Hal tersebut justru menjadikan desa Sudaji sebagai sentra penghasil beras bali dan desa wisata Sudaji yang sangat terkenal. Julukan penghasil beras bali dan identitas desa wisata tidak serta merta menjadikan seluruh masyarakatnya

mampu secara ekonomi, merujuk pada data angka kemiskinan di kalangan petani yang mencapai 26,3% dari total jumlah penduduk (8.688 jiwa). Tingkat pendapatan petani yang bersifat pasca panen menyebabkan pendapatan petani desa Sudaji jauh dari UMR kabupaten Buleleng yang mencapai Rp 1.800.000,00. Berdasarkan profil desa Sudaji (2015) tercatat bahwa tingkat pendapatan petani rata-rata mencapai Rp 1.220.589,00. Pendapatan petani masih jauh berada dibawah UMR kabupaten Buleleng diakibatkan waktu panen beras bali yang maksimal hanya dua kali setahun. Apabila hal ini dibiarkan, maka petani desa Sudaji akan kehilangan simbol penghasil beras bali, karena petani akan beralih ke beras biasa karena jumlah panen yang lebih banyak.

Keberadaan anak-anak muda produktif berada dalam suatu wadah yang disebut dengan *sekeha teruna-teruni*. Salah satu *sekaa truna-truni* yang ada di desa Sudaji yaitu *sekaa truna-truni* Putra Satya Bhakti. Kreativitas anggota *sekaa* perlu diasah, sehingga mampu dan layak dalam berwirausaha untuk dapat membantu perekonomian keluarganya. Istri petani juga tergabung dalam wadah yaitu Angsoka Satya Bhakti. Kondisi keuangan keluarga petani berdampak langsung terhadap kondisi anggota *sekeha* dan kelompok PKK yang sebagian besar merupakan anak dan istri petani sawah, petani bibit, dan petani buah.

Limbah hasil pertanian dan peternakan yang melimpah belum dimanfaatkan secara maksimal. Kebanyakan limbah seperti jerami dan kotoran ternak hanya dibiarkan saja dan dibakar setelah kering. Limbah yang ada tidak memberikan kontribusi ekonomi yang positif terhadap pendapatan petani. Kondisi demikian malah berdampak buruk bagi lingkungan akibat polusi yang ditimbulkan. Bau kotoran ternak yang tertimbun juga memberikan dampak negatif bagi kesehatan. Apabila dibiarkan terus menerus, maka efek negatif yang ditimbulkan akan semakin parah bagi masyarakat desa Sudaji secara umum.

Diluar permasalahan limbah, terdapat peluang pendapatan alternatif yang dapat dimanfaatkan. Keberadaan masyarakat desa Sudaji yang seluruhnya beragama Hindu membuat masyarakatnya selalu membutuhkan sarana upacara keagamaan yang wajib

yaitu dupa dan *banten* (sarana upacara). Konsumsi dupa bagi umat hindu di desa Sudaji rata-rata per hari membutuhkan 30 batang dupa per kepala keluarga, dan kebanyakan masyarakat memperoleh *banten* dengan cara membeli di kota atau membuatnya sendiri. Ditambah dengan banyaknya hari raya keagamaan dan upacara di pura-pura, menjadikan dupa dan *banten* sebagai salah satu potensi pendapatan alternatif yang *profitable*.

Sesuai dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, limbah pertanian dan peternakan dapat menjadi pupuk organik baik dalam bentuk padat dan cair. Ketersediaan pasar di desa sudaji sangat potensial sebagai sentra produksi pupuk organik, mengingat desa Sudaji merupakan desa petani baik itu petani sawah ataupun petani hortikultura. Wirausaha dupa dan *banten* dapat dijadikan solusi alternatif dalam pengembangan sumber pendapatan petani. Namun, minimnya pengetahuan yang dimiliki anggota sekeha Satya Bhakti dan kelompok PKK Angsoka Satya Bhakti dalam pengolahannya, menjadikan usaha sampingan petani tidak kunjung terwujud. Kurangnya kemampuan mitra dalam memproduksi pupuk organik baik dalam bentuk padat dan cair dari limbah pertanian dan peternakan, serta produksi dupa dan *banten* sebagai konsumsi keagamaan, sehingga kurang memberikan dampak ekonomi dalam pengembangan sumber pendapatan alternatif petani di desa Sudaji.

## **METODE**

Metode yang digunakan dalam pencapaian tujuan Iptek Bagi Masyarakat (IBM) ini yaitu *metode pemberdayaan masyarakat* yaitu yang dikenal dengan Metode PALS (*Participation Action Learning System*), metode observasi, metode wawancara, dan metode kuisioner. Pemberdayaan *sekaa truna-truni* Satya Bhakti dan kelompok PKK Angsoka Satya Bhakti adalah dengan aplikasi metode PALS (*participation action learning system*) dengan sintaks sebagai berikut.

1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan telah dilaksanakan ketika praproposal secara *in depth interview* melalui observasi desa, wawancara dengan petani, ketua *sekaa truna-truni*, dan ketua kelompok PKK di desa Sudaji, serta mempelajari RPJM desa Sudaji.

2. Tahap Penayadaran

Tahap penayadaran ini dilaksanakan dalam bentuk sosialisasi yang akan dilaksanakan di balai kelompok dengan melibatkan *sekaa truna-truni* Satya Bhakti dan kelompok PKK Angsoka Satya Bhakti. Sosialisasi untuk menggali dan menayadaran masyarakat tentang pentingnya pelestarian lingkungan, dan pemanfaatan limbah pertanian dan peternakan.

3. Tahap Pengkapasitasan dan Pelatihan

Pengkapasitasan dan pelatihan dilaksanakan terkait dengan 1) pemanfaatan limbah pertanian dan peternakan, 2) pembuatan pupuk organik padat (POP) dan pupuk organik cair (POC), 3) pembuatan dupa dan *banten*, 4) pembuatan kemasan dengan model *packaging* inovatif, 5) manajemen wirausaha dari aspek produksi hingga pemasaran dan kemitraan.

4. Tahap Pembinaan

Pembinaan dilaksanakan beriringan dengan kegiatan pelatihan yang diberikan. Pembinaan secara intensif ketika pelatihan akan meningkatkan keterampilan mitra, sehingga mampu diberdayakan secara maksimal.

5. Tahap Pendampingan

Pendampingan dilaksanakan dengan memantau aktivitas kelompok mitra pasca untuk dipantau perkembangannya setelah mendapatkan *treatment* pemberdayaan secara berkala.

6. Tahap pelebagaan

Pelebagaan dilaksanakan melalui mebuatan koperasi simpan pinjam yang akan membantu sistem keuangan kelompok mitra.

## 7. Tahap Evaluasi

Evaluasi sangat penting dilaksanakan untuk mengetahui sejauh mana tingkat keberhasilan program IbM yang telah dilaksanakan nantinya.

Metode observasi dilaksanakan melalui observasi terstruktur ini adalah observasi terhadap proses evaluasi pelaksanaan program IbM. Teknik wawancara dalam kegiatan IbM ini menggunakan teknik wawancara tak terstruktur. Wawancara dilakukan sebagai tindak lanjut dalam mengetahui respon masyarakat sasaran terhadap kegiatan yang telah dilaksanakan. Wawancara dilakukan di awal, di sela-sela pelatihan, dan di akhir kegiatan. Metode kuisisioner dilakukan saat evaluasi proses, evaluasi kualitas produk, evaluasi keberlanjutan program, dan evaluasi kualitas SDM terlatih. Penyebaran kuisisioner dilakukan untuk mengetahui respon dan antusiasme peserta terkait pelatihan yang telah dilaksanakan sekaligus menampung saran-saran yang diberikan kepada tim IbM untuk pengembangan kegiatan ini selanjutnya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program Ipteks bagi Masyarakat (IbM) umumnya telah berjalan dengan dengan baik. Dukungan datang dari segala penjurur baik dari Kemenristekdikti Bersama LPPM Universitas Panji Sakti selaku penyelenggara, Kepala Desa Sudaji, *Kelian* Dusun Rarangan, Induk organisasi mitra Suka Duka Satya Bhakti, mitra IbM 1) *Sekaa Truna-truni* Putra Satya Bhakti dan 2) Kelompok PKK Angsoka Satya Bhakti, dan seluruh masyarakat desa Sudaji pada umumnya. Pelaksanaan program diawali dengan tahap persiapan, penyadaran, pengkapisitasan dan pelatihan, pembinaan, pendampingan, pelebagaan, dan evaluasi.

Kegiatan penyadaran dilaksanakan diawal program setelah kegiatan yang diajukan disetujui Kemenristekdikti. Kegiatan ini direalisasikan pada tanggal 22 April 2017 dalam bentuk sosialisasi aktif bersama kelompok mitra yang didampingi oleh Ketua LPPM Universitas Panji Sakti, *Kelian* Dusun Rarangan sekaligus mewakili Kepala Desa Sudaji, *Pemangku* Adat Dusun Rarangan, tokoh masyarakat,

dan pengurus serta anggota kelompok mitra. Peserta yang hadir sebanyak 27 orang yang terdiri dari 13 orang dari anggota *Sekaa Truna Truni* Putra Satya Bhakti dan 14 orang dari anggota dari Kelompok PKK Angsoka Satya Bhakti. Antusiasme peserta nampak dari aktifnya diskusi pada sesi tanya jawab dan sangat tertarik dengan kegiatan sosialisasi, dimana kegiatan pelatihan akan meningkatkan keterampilan sekaligus menambah penghasilan. Peserta pelatihan menyadari kebermanfaatn dan potensi dari produk yang dihasilkan karena 1) pupuk organik baik dalam bentuk padat/cair sangat baik untuk keberlanjutan pertanian di desa Sudaji, 2) tersedia pasar yang sangat luas di desa Sudaji sebagai salah satu sentra pertanian di kabupaten Buleleng dengan julukan “Beras Bali Sudaji”, 3) Dupa dan *Banten* memiliki potensi pasar yang besar pula, karena 98% penduduk desa Sudaji beragama Hindu yang notabeneanya selalu memerlukannya sebagai sarana upacara, dan 4) Koperasi yang diusulkan tim juga mendapatkan antusias yang tinggi karena sangat bermanfaat bagi seluruh anggota koperasi.



Gambar 1. Kegiatan pembukaan pelatihan dan penyadaran

Kegiatan Pengkapisitan dan pelatihan dilaksanakan dengan narasumber oleh tim IbM, seorang ahli kerajinan *Banten*, dan tenaga lapangan oleh mahasiswa yang berjumlah tiga orang. Materi pelatihan yang diberikan berupa 1) pengolahan pupuk organik dalam bentuk padat dan cair, 2) pengolahan dupa, 3) pembuatan banten dan kreasinya, dan 4) manajemen usaha. Disela-sela pelatihan dilakukan evaluasi dan kepada anggota kelompok dalam memantau respon peserta terhadap pelatihan yang dilaksanakan.

Pelatihan pengolahan pupuk organik dalam bentuk padat dan cair sangat antusias diikuti oleh peserta pelatihan yang dalam hal ini adalah *Sekaa Truna-truni* Putra Satya Bhakti. Narasumber berasal dari anggota tim IbM langsung yaitu Ir. Nyoman Srilaba, M.Si. Pembuatan pupuk organik padat menggunakan limbah kotoran ternak yang dicampur dengan berbagai bahan yaitu: limbah pertanian seperti jerami dan sekam padi, limbah gergaji, molase, dan *effective microorganism* (EM). Bahan-bahan tersebut kemudian difermentasi hingga matang dan selalu dipantau selama proses fermentasinya. Setelah proses fermentasi berlangsung selama 1-2 minggu, maka pupuk organik padat akan berubah warna menjadi kehitaman akibat pembusukan bahan. Pengemasan dilakukan dengan menggunakan karung dan plastik untuk dapat dipasarkan kepada konsumen.



Gambar 2. Kegiatan Pengkapisasian, Pelatihan, dan Pembinaan:  
Pembuatan Pupuk Organik Padat

Pembuatan pupuk organik cair dengan memanfaatkan limbah ternak pula dengan campuran molase dan EM. Pencampuran dilakukan dalam drum besar dan difermentasi. Selama proses fermentasi, dilakukan pengadukan setiap pagi dan setelah matang maka pupuk tersebut siap digunakan. Pupuk organik yang diproduksi kemudian dikemas dan dipasarkan. Pengemasan pupuk organik cair dengan menggunakan botol bervolume 1 liter dan 1,5 liter. Pupuk organik hasil produksi dipasarkan melalui kerjasama dengan menggandeng Bumdes “Muncul Sari Aji” Desa Sudaji dan beberapa kelompok tani yang ada di desa Sudaji yaitu Kelompok Tani Bhakti Lestari dan Kelompok Tani Sari Mertha. Pupuk yang diproduksi selain

dijual juga dipergunakan secara mandiri oleh keluarga petani pada ladang pertaniannya masing-masing. Hal ini berdampak langsung untuk menghemat biaya pengeluaran pembelian pupuk oleh petani Desa Sudaji.



Gambar 3. Kegiatan Pengkapasitan, Pelatihan, dan Pembinaan: Pembuatan Pupuk Organik Cair

Pelatihan pengolahan dupa dilakukan sesuai jadwal yang telah disepakati bersama tim IBM dan kelompok mitra. Dupa setengah jadi diperoleh dari pabrik dupa untuk dijemur, diberikan pewangi, dan dikemas secara menarik. Dupa yang diolah adalah dupa tradisional yang proses pembuatannya menggunakan tangan dan dupa modern yang proses pembuatannya menggunakan mesin. Penjemuran memerlukan waktu selama 2 hari dengan sekali proses pembalikan dupa

Proses pewangian dibagi menjadi dua teknik yaitu teknik penyemprotan dan teknik pencelupan



Gambar 4. Kegiatan Pengkapasitan, Pelatihan, dan Pembinaan: Pengolahan Dupa

Pelatihan pembuatan banten umumnya diikuti oleh remaja wanita *sekaa truna-truni* dan seluruh anggota kelompok PKK. Banten yang dibuat adalah *banten* yang dibutuhkan sebagai sarana pokok dan dekorasi ketika hari raya ataupun upacara keagamaan. Beberapa produk yang dihasilkan yaitu hiasan janur, aneka hiasan penjor berupa *sampiang*, aneka *gelung-gelung*, gantung-gantung, canang, dan sarana upacara pada umumnya. Kegiatan pelatihan dengan mendatangkan instruktur diluar tim IbM dalam mengajarkan aneka kerajinan *banten*. Hal yang unik terjadi ketika pelatihan adalah dengan kesibukan yang dimiliki, kelompok mitra tetap bersungguh-sungguh mengikuti pelatihan, terbukti dengan antusias dan penasarannya menyelesaikan *banten* hingga pukul 24.00. Bahkan, seluruh produk pelatihan langsung habis terjual, karena berdekatan dengan hari raya Pagerwesi dan Saraswati. Hal ini tetap dipertahankan oleh kelompok mitra dalam menambah pundi-pundi penghasilannya. Sistem perputaran keuangan hasil penjualan berlangsung secara berkesinambungan, dimana seluruh kelompok dan masyarakat umum dusun Rarangan, desa Sudaji secara kompak dan sukarela menggunakan seluruh produk-produk pelatihan. Kekompakan juga nampak berupa: 1) menyeragamkan sarana upacara banten seperti desain penjor dan gantung-gantung, 2) menyewa janur di kelompok mitra sebagai sarana dekorasi upacara agama ataupun kegiatan-kegiatan desa Sudaji, 3) hanya menggunakan produk-produk yang dihasilkan sendiri dalam memenuhi kebutuhan sarana upacara agama seperti dupa dan *banten*



Gambar 5. Kegiatan Pengkapasitasan, Pelatihan, dan Pembinaan: Pembuatan aneka *banten* dan kreasinya

Pelatihan manajemen usaha dilakukan sebagai bekal kepada kelompok mitra dalam berwirausaha pupuk organik padat dan cair, dupa, dan banten. Pelatihan ini diberikan langsung oleh ketua tim pelaksana IbM. Materi pelatihan mencakup manajemen produksi dan manajemen pemasaran. Manajemen produksi dilakukan dengan mengelola sumber daya yang dimiliki hingga mampu meningkatkan proses produksi secara efektif, sedangkan manajemen pemasaran dilakukan dengan merencanakan, melaksanakan, dan mengawasi kegiatan pemasaran sehingga dapat mencapai tujuan usaha yang ditetapkan. Dalam pelatihan ini juga dibentuk pengurus yang membidangi masing-masing tugas untuk mengatur sistem wirausaha kelompok mitra. Ketua tim manajemen produksi adalah Kadek Dwi Wahyuni beserta anggota, dan ketua tim manajemen pemasaran adalah Luh Yuni Maswiratini beserta anggota. Anggota masing-masing bidang terdiri dari 5 orang. Masing-masing diberikan pelatihan yang disesuaikan dengan bidang-bidangnya secara langsung. Hasil penjualan kemudian dikumpulkan dalam wadah Koperasi Satya Bhakti sebagai kas anggota sekaligus menjadi sistem keuangan kelompok yang berkelanjutan.



Pendampingan dilakukan selama 2 bulan setelah kelompok mitra mahir membuat pupuk organik, dupa, dan *banten*. Kegiatan pendampingan dilakukan dengan memberikan keleluasaan kepada kelompok mitra. Pada tahap ini juga dilakukan evaluasi dan pemberian masukan-masukan terkait proses produksi dan pemasaran. Kegiatan pendampingan dilakukan dengan memantau proses pelaksanaan kelompok mitra dari manajemen produksi dan pemasaran. Pendampingan produksi dengan memantau pelaksanaan proses penyediaan bahan baku, proses produksi, keefektifan kapasitas produksi, dan kontrol kualitas produk yang dihasilkan. Pendampingan pemasaran dengan memantau proses pemasaran yang meliputi

kegiatan pemasaran produk, kerjasama, dan kepuasan pelanggan. Setiap proses yang dilalui selalu diadakan evaluasi, begitupula dengan tahap pendampingan yang selalu diadakan evaluasi.

Evaluasi dilakukan dengan teknik observasi, wawancara, dan kuisioner. Beberapa proses evaluasi yang dirangkup pada setiap tahap pelaksanaan program disajikan sebagai berikut.

### 1. Evaluasi Pelaksanaan Program

Evaluasi pelaksanaan program merupakan evaluasi yang memantau setiap tahap kepada peserta pelatihan. Berdasarkan hasil wawancara diperoleh suatu pernyataan dimana pelaksanaan program strategis IbM sangat bermanfaat dalam mendulang pendapatan alternatif bagi keluarga petani. Pelaksanaan program yang tepat sasaran menjadikan peserta sangat antusias dan menginginkan kegiatan-kegiatan serupa di kemudian hari. Pernyataan tersebut turut diperkuat oleh rangkuman hasil penyebaran kuisioner sebagai berikut.

Tabel 1. Respon Peserta Pelatihan

No.	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1	Solusi mampu mengatasi permasalahan yang dialami kelompok mitra	22	2	3	0	0
2	Materi pelaksanaan program sangat jelas disampaikan tim IbM	18	6	3	0	0
3	Saya merasa puas terhadap materi yang disampaikan	20	3	4	0	0
4	Saya antusias dengan setiap tahap pelaksanaan program IbM	25	1	1	0	0
5	Solusi ini akan saya aplikasikan secara berkelanjutan	10	15	2	0	0
6	Tim IbM dengan cepat menanggapi respon peserta pelatihan	12	10	5	0	0
7	Saya sangat mendukung kegiatan-kegiatan serupa	8	14	5	0	0

Program IbM mendapatkan respon positif dari kelompok mitra. Sebagian besar responden sangat setuju tentang kegiatan serupa yang tentunya sangat bermanfaat dalam menciptakan sumber penghasilan alternatif. Pelaksanaan program-program IbM sangat didukung dan berharap setiap tahunnya terdapat kegiatan-kegiatan serupa secara berkelanjutan.

## **2. Evaluasi Produk**

Evaluasi produk dilakukan dengan kontrol kualitas oleh manajemen produksi dan tim IbM. Seluruh produk yang dihasilkan harus diperhatikan kualitasnya agar kepercayaan konsumen senantiasa meningkat. Pengujian pupuk organik masih hanya dilakukan secara sederhana dan belum dilakukan di laboratorium. Pupuk organik padat dipantau melalui 1) bau dan aroma pupuk organik padat, dimana bau dan aroma pupuk seperti bau tanah yang menandakan bahwa proses aerobiknya sudah sempurna, 2) memiliki warna yang kehitam-hitaman, dimana apabila sudah berwarna demikian pupuk tersebut sudah matang sempurna, 3) tes gumpalan, dilakukan dengan mengambil segenggam pupuk organik padat dalam kondisi lembab yang diremas, sehingga pupuk organik akan mudah menggumpal, namun juga mudah sekali terurai, dan 4) remah, dimana pupuk organik tidak terlalu keras, sehingga mudah terurai di dalam tanah. Pupuk organik cair dipantau kualitasnya dengan bau dan warnanya. Apabila berbau busuk dan menyengat pupuk itu dinyatakan gagal dan akan berhasil jika warnanya coklat kehitaman. Dari hasil pantauan manajemen produksi dan tim IbM, pupuk organik yang dihasilkan sudah sesuai standar yang ditetapkan, sehingga dapat dipasarkan kepada masyarakat.

Evaluasi produk dupa dan banten juga dilakukan untuk menjamin produk yang diproduksi dan dipasarkan layak diterima konsumen. Kualitas produk dupa dengan memantau bentuk, wangi, dan pengemasan. Dupa-dupa yang bentuknya rusak diseleksi sebelum dikemas dan diberikan pewangi. Bentuk bengkok, patah, dan tebaran bubuk dupa tidak merata merupakan contoh produk dupa yang rusak. Pemberian pewangi juga diatur, sehingga menghasilkan wangi yang diinginkan

konsumen. Kontrol pengemasan dilakukan dengan merapikan lipatan-lipatan kemasan agar rapi hingga di tangan konsumen. Pengawasan produk *banten* juga dipantau dari bentuknya yang disesuaikan, hingga tidak terdapat kerusakan seperti jahit-jahitan dan kesalahan memotong janur.

### **3. Evaluasi Peserta Pelatihan**

Peserta pelatihan sebagai sumber SDM dari kelompok mitra dievaluasi untuk menjamin keefektifan proses produksi. Tim IbM mengobservasi dengan indikator berupa antusiasme dan kemampuan. Hasil menunjukkan sebanyak 74,07% (20 peserta) memiliki antusiasme yang tinggi, 18,51% (5 peserta) memiliki antusiasme yang sedang, dan 7,40% (2 peserta) memiliki antusiasme yang rendah. Kemampuan peserta diperoleh sebanyak 55,55% (15 peserta) sudah mahir memproduksi, 25,92% (7 peserta) memiliki kemampuan yang sedang, dan 18,5% (5 peserta) masih memerlukan pelatihan.

### **4. Evaluasi Keberlanjutan Program**

Keberlanjutan program sangat diharapkan oleh kelompok mitra yang diperoleh melalui hasil kuisisioner yang disebarkan. Data menunjukkan 92,59% menyatakan bahwa sangat mendukung program IbM untuk dilanjutkan. Hasil wawancara juga relevan dengan hasil tersebut yang menyatakan 1) Produk-produk yang dihasilkan mampu memberikan solusi alternatif dalam menambah penghasilan, 2) produk-produk yang dihasilkan selain dapat dijual juga dapat dipergunakan sendiri, 3) bahan baku pembuatan produk-produk mudah diperoleh, 4) sangat berterimakasih kepada kemenristekdikti dan universitas panji sakti karena telah ikut memberdayakan *Sekaa Truna-truni* dan Kelompok PKK di Dusun Rarangan, Desa Sudaji.

## 5.2 Pembahasan

Kegiatan IbM telah dilaksanakan kepada Sekaa Truna-Trni Putra Satya Bhakti, dan Kelompok PKK Angsoka Satya Bhakti. Transfer Iptek dengan 1) mengolah limbah pertanian menjadi pupuk organik padat dan cair, 2) pengolahan dupa, 3) pembuatan banten dan kreasinya, dan 4) manajemen usaha yang meliputi manajemen produksi dan manajemen pemasaran. Koperasi juga dibentuk dalam memfasilitasi sistem keuangan usaha anggota kelompok. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa kegiatan yang telah dilaksanakan menjawab permasalahan inti yang dihadapi, dimana 1) terdapat sumber pendapatan alternatif dalam menambah penghasilan keluarga petani dengan wirausaha pupuk organik, dupa, dan banten, 2) pemanfaatan limbah kotoran ternak menjadi pupuk organik, 3) peluang usaha yang berkelanjutan karena tersedia pasar yang luas di desa Sudaji secara khusus, 4) kemampuan kelompok mitra meningkat dalam mengolah dan berwirausaha melalui produk-produk yang dihasilkan.

Produk-produk yang dihasilkan selama pelatihan dan pendampingan memberikan kontribusi tinggi. Hasil penjualan dikelola bersama dan dipergunakan sebagai kas anggota Koperasi Satya Bhakti. Walaupun produk-produk yang dihasilkan diperoleh secara membeli, namun hasil penjualan akan kembali ke kas anggota koperasi, sehingga kesejahteraan petani akan senantiasa meningkat. Contoh nyata terjadi dengan kembalinya petani menggunakan pupuk organik baik dalam bentuk padat dan cair di ladang pertaniannya yang menandakan bahwa pupuk sudah diterima dengan baik oleh masyarakat desa Sudaji. Hal ini dikarenakan, harga pupuknya yang lebih murah, mensejahterakan anggota, dan memberikan efek jangka panjang yang lebih baik dibandingkan menggunakan pupuk kimia. Keuntungan-keuntungan tersebut telah disampaikan pada tahap sosialisasi program IbM. Manfaat penggunaan pupuk organik pada tanaman sejalan dengan Roidah (2013) yang menyatakan bahwa penggunaan pupuk pada pertanian organik berupa 1) meningkatkan pendapatan petani, mengatasi pencemaran akibat penggunaan pupuk kimia, 3) menyediakan bahan pangan yang aman, bergizi untuk meningkatkan

kesehatan masyarakat, 4) lingkungan pertanian menjadi sehat, 5) menjaga keberlanjutan dan melestarikan sumber daya alam, 6) menciptakan lapangan kerja dan inovasi baru bagi masyarakat desa. Hasil penelitian Rizqiani et al (2007) menunjukkan penggunaan pupuk organik (cair) mampu meningkatkan kualitas seluruh bagian tanaman dari akar hingga buah dan bobotnya dengan dosis 10l/ha. Hasil penelitian tersebut manampakkan penggunaan pupuk organik sebagai media penyubur tanah yang tak terlepas dari teknologi pertanian. Penggunaan mikroba dalam pertanian merupakan teknologi pertanian yang ramah lingkungan, bejangka, relevan dengan komponen teknologi lain untuk meningkatkan produktivitas pertanian (Saraswati dan Sumarno, 2008).

Produk dupa dan *Banten* memang memiliki nilai tersendiri khususnya di pulau Bali. Dupa dan *Banten* tergolong kerajinan yang paling dibutuhkan masyarakat Hindu di Bali, sehingga pada sektor ini memiliki nilai omset per bulan yang cukup tinggi (Sawitri, 2016). Tersedianya konsumen yang melimpah merupakan keunggulan sektor ini. Bagi Sekaa Truna-truni dan Kelompok PKK Dusun Rarangan desa Sudaji, wirausaha dupa dan banten dapat digunakan sebagai salah satu penghasilan alternatif yang patut diapresiasi. Kekompakan masyarakat desa Sudaji untuk menggunakan produk lokal turut mendukung tercapainya target-target program IbM ini. Dengan harga yang lebih murah, produk dupa dan banten yang baik, dan dapat mensejahterakan masyarakat desa Sudaji merupakan nilai lebih yang diperoleh. Nilai moral dan estetika juga muncul karena kekompakan nampak dari 1) dupa yang digunakan ketika persembahyangan, 2) desain penjor yang seragam di dusun Rarangan desa Sudaji, 3) desain banten dan gantung-gantung yang juga seragam, dan 4) Kebersamaan mendulang pendapatan alternatif bagi keluarga petani desa Sudaji.

Program IbM yang telah dilaksanakan tidak mutlak sesuai dengan perencanaan awal yang disusun. Terdapat beberapa kendala yang dialami tim IbM selama pelaksanaan program adalah 1) Kegiatan terbentur dengan upacara agama di Pura Desa Sudaji dan di Pura *Dalem*, sehingga seluruh masyarakat desa Sudaji melakukan *Ngayah* di kedua tempat tersebut, 2) Adanya renovasi balai kelompok,

dimana kegiatan pelatihan yang direncanakan di balai kelompok tidak dapat dilaksanakan, sehingga kegiatan pelatihan dialihkan di rumah Ketua Kelompok PKK.

## SIMPULAN

Kegiatan IbM mampu meningkatkan pendapatan keluarga petani di desa Sudaji dengan berwirausaha pupuk organik, dupa, dan *banten* melalui pemberdayaan Sekaa Truna-Truni Putra Satya Bhakti dan Kelompok PKK Angsoka Satya Bhakti. Pemanfaatan desa Sudaji sebagai daerah pertanian dan mayoritas penduduk beragama Hindu sebagai konsumen awal menunjukkan usaha yang dibuat memiliki prospek yang panjang. Keyakinan peserta pelatihan terhadap kemampuan yang dimiliki dalam mengolah limbah pertanian dan peternakan menjadi pupuk organik, serta membuat dupa dan *banten* turut meningkatkan kualitas SDM keluarga petani Desa Sudaji.

## DAFTAR PUSTAKA

- Rizqiani, N. F., Ambarwati, E., Yuwono, N. W. 2007. *Pengaruh dosis dan frekuensi pemberian pupuk organik cair terhadap pertumbuhan dan hasil buncis (Phaseolus vulgaris L.) dataran rendah. Jurnal Ilmu Tanah dan Lingkungan.* 7 (1). 43-53.
- Roidah, I. S. 2013. *Manfaat penggunaan pupuk organik untuk kesuburan tanah. Jurnal Universitas Tulungagung Nonorowo.* 1 (1). 30-42.
- Saraswati, R. & Sumarmo. 2008. *Pemanfaatan mikroba penyubur tanah sebagai komponen teknologi pertanian. Jurnal Iptek Tanaman Pangan Badan Litbang Pertanian Kementerian Pertanian.* 3 (1). 41-58.
- Sawitri, H. H. 2016. *Potret Usaha Kecil Mikro (UKM) di Bali implementasi bantuan modal dari Kemenkop tahun 2015-2016. Semnas fekon 2016.* 543-565.

**PERPUTARAN MODAL KERJA, PERPUTARAN PIUTANG DAN  
RENTABILITAS EKONOMIS PADA KOPERASI UNIT DESA KARMA  
BUMI AMERTHA KUBUTAMBAHAN BULELENG**

**Oleh :Ayu Ciptadewi<sup>5</sup>; Ni Nyoman Resmi dan I Gede Arnawa<sup>6</sup>**

**Abstrak**

Koperasi Unit Desa sebagai salah satu badan usaha agar mampu bersaing dan bertahan hidup perlu menjalankan fungsi-fungsi manajemen secara baik sehingga kemampuan untuk memperoleh laba dapat dimaksimalkan. Rentabilitas merupakan suatu ukuran yang dapat dipakai oleh suatu perusahaan untuk mengevaluasi apakah manajemen telah mampu mengelola dari penggunaan aset yang dikuasainya dengan baik. Rentabilitas dapat ditingkatkan dengan memaksimalkan penggunaan modal kerja yang tersedia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Perputaran Modal Kerja, Perputaran Piutang terhadap tingkat Rentabilitas Ekonomis suatu perusahaan. Objek penelitian ini adalah Koperasi Unit Desa Karma Bumi Amertha Kubutambahan Buleleng. Hipotesis dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh antara Perputaran Modal Kerja, Perputaran Piutang terhadap Rentabilitas Ekonomis pada KUD Karma Bumi Amertha Kubutambahan - Buleleng. Data dikumpulkan dengan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Data dianalisis dengan Analisis Regresi Linier Berganda, T-test, dan F-test. Hasil analisis menunjukkan bahwa ada pengaruh positif (searah) yang signifikan antara Perputaran Modal Kerja, Perputaran Piutang, Rentabilitas Ekonomis pada Koperasi Unit Desa Karma Bumi Amertha Kubutambahan Desa Kubutambahan dengan persamaan garis Regresi Linier Berganda sebagai berikut  $Y = -2,137 + 0,260X_1 + 34,703X_2$ .

Kata kunci: *KUD, Perputaran modal kerja, perputaran piutang, rentabilitas ekonomis*

## **I. PENDAHULUAN**

Rentabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dari sejumlah dana yang dipakai untuk menghasilkan laba tersebut. Rentabilitas merupakan suatu ukuran yang dapat dipakai oleh suatu perusahaan untuk mengevaluasi apakah manajemen telah mendapat imbalan yang memadai dari

---

<sup>5</sup> Alumni Fakultas Ekonomi Universitas Panji Sakti Angkatan 2016/2017

<sup>6</sup> Tenaga Pengajar Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Unipas

penggunaan aset yang dikuasainya. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi tingkat Rentabilitas Ekonomis adalah Modal Kerja dan Piutang.

Modal kerja dapat diartikan seluruh aktiva lancar yang dimiliki suatu perusahaan atau setelah aktiva lancar dikurangi dengan utang lancar. Atau dengan kata lain modal kerja merupakan investasi yang ditanamkan dalam aktiva lancar atau aktiva jangka pendek, seperti kas, bank, surat berharga, piutang, persediaan, dan aktiva lancar lainnya (Kasmir : 2010:210).

Modal kerja yang dimiliki oleh KUD dapat berupa modal sendiri maupun modal luar. Modal yang dimiliki ini akan dipergunakan untuk operasional sehari-hari misalnya pembelian barang dagangan, pemberian pinjaman, membayar gaji pegawai, membayar upah buruh dan lain sebagainya. Uang yang telah dikeluarkan oleh KUD tersebut diharapkan dapat kembali dalam jangka waktu yang pendek melalui unit – unit usaha yang dikembangkan oleh KUD sehingga dana yang kembali dapat kembali untuk kelangsungan hidup usaha KUD.

Piutang merupakan salah satu elemen pada modal kerja yang terus berputar dalam rantai perputaran modal kerja. Piutang juga disebut dengan *receivables*. Piutang erat hubungannya dengan penjualan kredit sehingga bisa dikatakan bahwa piutang muncul karena adanya penjualan secara kredit. Kebijakan ini diambil agar KUD dapat meningkatkan volume penjualan sehingga mampu menguasai pasar. Dengan adanya kebijakan tersebut dapat mempengaruhi keadaan SHU, Modal kerja, Piutang, Penjualan Kredit, Pendapatan dan Total Modal pada KUD Karma Bumi Amertha Kubutambahan seperti pada Tabel berikut :

Tabel 1. Keadaan SHU, Modal Kerja, Piutang, Penjualan Kredit, Pendapatan dan Total Modal pada KUD Karma Bumi Amertha Kubutambahan

Tahun	Bulan	SHU (Rp)	Modal Kerja (Rp)	Piutang (Rp)	Penjualan Kredit (Rp)	Pendapatan (Rp)	Total Modal (Rp)
2014	Januari	80.054.682,65	2.153.041.601,66	3.728.222.660,08	247.773.280,00	5.338.662.812,42	5.882.879.950,40
	Pebruari	79.785.041,98	2.168.782.093,96	3.719.132.987,17	220.466.480,00	5.522.873.728,50	5.902.320.798,06
	Maret	79.515.401,31	2.184.522.586,26	3.710.043.314,25	245.473.760,00	5.707.084.644,59	5.921.761.645,73
	April	79.245.760,63	2.200.263.078,56	3.700.953.641,33	236.563.120,00	5.891.295.560,67	5.941.202.493,40
	Mei	78.976.119,96	2.141.003.570,87	3.691.863.968,42	252.084.880,00	6.075.506.476,75	5.960.643.341,07
	Juni	78.706.479,29	2.075.585.063,16	3.682.774.295,50	236.275.680,00	6.259.717.392,83	5.980.084.188,73
	Juli	78.436.838,62	2.091.325.555,46	3.673.684.622,58	251.797.440,00	6.443.928.308,91	5.999.525.036,40
	Agustus	78.167.197,95	2.107.066.047,76	3.664.594.949,67	233.113.840,00	6.628.139.224,99	6.018.965.884,07
	September	77.897.557,28	2.122.806.540,06	3.655.505.276,75	250.935.120,00	6.812.350.141,08	6.038.406.731,74
	Oktober	77.627.916,60	2.076.547.032,35	3.646.415.603,83	233.688.720,00	6.996.561.057,16	6.057.847.579,39
	Nopember	77.358.275,93	2.092.287.524,65	3.637.325.930,92	231.964.080,00	7.180.771.973,24	6.077.288.427,07
	Desember	77.088.635,26	2.108.028.016,94	3.628.236.258,00	234.263.600,00	7.364.982.889,32	6.096.729.274,74

Sumber : Laporan Keuangan KUD Karma Bumi Amertha

Modal kerja, Piutang, Penjualan Kredit, Pendapatan dan Total Modal pada KUD Karma Bumi Amertha Desa Kubutambahan yang diperoleh mengalami perubahan secara fluktuatif. Meningkatnya pendapatan yang diperoleh KUD Karma Bumi Amertha Desa Kubutambahan tidak serta merta membuat SHU yang diterima bertambah. Akan tetapi perubahan nilai pada modal kerja dan piutang juga diikuti dengan perubahan nilai pada SHU.

Berdasarkan data yang telah dikemukakan di atas, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah 1) Bagaimanakah tingkat perputaran Modal Kerja pada KUD Karma Bumi Amertha? 2) Bagaimanakah tingkat perputaran piutang pada KUD Karma Bumi Amertha? 3) Bagaimanakah Rentabilitas Ekonomis dari pada KUD Karma Bumi Amertha? 4) Adakah pengaruh antara Perputaran Modal Kerja, Perputaran Piutang Terhadap Rentabilitas Ekonomis pada KUD Karma Bumi Amertha?. Adapun tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui Perputaran Modal kerja, Perputaran Piutang, Rentabilitas

Ekonomis dan Pengaruh antara Perputaran Modal kerja, Perputaran Piutang terhadap Rentabilitas Ekonomis pada KUD Karma Bumi Amertha Kubutambahan Buleleng.

## II. METODE PENELITIAN

### 1. Teknik Analisis Data

Adapun teknik analisis data yang dipergunakan pada penelitian ini adalah :

#### a) Analisis Kuantitatif

Yaitu teknik analisis data yang mempergunakan rumus atau persamaan – persamaan matematika untuk mengolah data berupa angka. Adapun teknik analisis data yang dipergunakan (Martono, 2005:56) :

##### 1. Perputaran modal kerja

Adapun rumus digunakan untuk mengukur tingkat perputaran modal kerja

$$\text{Perputaran Modal Kerja} = \frac{\text{Pendapatan Operasional}}{\text{Modal Kerja}}$$

##### 2. Perputaran Piutang

Adapun rumus yang dipergunakan untuk mengukur tingkat perputaran piutang

$$\text{Perputaran piutang} = \frac{\text{Penjualan Kredit Bersih Setahun}}{\text{Rata-rata piutang}}$$

$$\text{Rata-rata piutang} = \frac{\text{Saldo Piutang Awal} + \text{Saldo piutang Akhir}}{2}$$

##### 3. Analisis Tingkat Rentabilitas Ekonomis

Analisis ini dipergunakan untuk mengukur efisiensi penggunaan modal dalam perusahaan untuk menghasilkan laba. Adapun rumusnya :

$$\text{Rentabilitas ekonomis} = \frac{\text{Laba/SHU}}{\text{Total Modal (Asing + sendiri)}}$$

##### 4. Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk menghitung dan menganalisa pengaruh piutang, modal terhadap rentabilitas ekonomis digunakan analisis regresi berganda dengan rumus :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2$$

Dimana :

Y = variabel dependen (Rentabilitas Ekonomis)

- a = koefisien regresi
- $x_1$  = variabel bebas 1 (Perputaran modal kerja)
- $x_2$  = variabel bebas 2 (Perputaran piutang)
- $b_1$  = Koefisien regresi 1 (Perputaran Modal Kerja)
- $b_2$  = Koefisien regresi 2 (Perputaran Piutang)

#### 5. Analisis T-test

Analisis ini dipergunakan untuk menguji apakah hubungan antara perputaran modal kerja, perputaran piutang secara individu dengan rentabilitas ekonomis memang benar atau hanya suatu kebetulan dengan rumus :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

dimana :

t = test atau pengujian

r = koefisien korelasi

n = jumlah data

#### 6. Analisis F-test

Analisis ini dipergunakan untuk mengetahui tingkat signifikan atau tidak pengaruh variabel bebas (x) secara simultan terhadap variabel terikat (y), dengan alat uji statistik F-test menurut Sugiyono (2010:38) sebagai berikut :

$$f\text{-test} = \frac{R^2/k}{(1-R^2)(n-k-1)}$$

Keterangan :

n : jumlah data

k : jumlah variabel bebas

r : kuadrat koefisien korelasi berganda

#### b) Analisis Kualitatif

Analisis ini digunakan untuk menjelaskan atau memberi keterangan dalam kaitannya dengan analisis kualitatif

Data yang diolah pada penelitian ini merupakan data dari Laporan Keuangan pada KUD Karma Bumi Amertha Kubutambahan Buleleng. Data tersebut

dikumpulkan dengan teknik pengumpulan data yaitu : teknik observasi, wawancara dan dokumentasi

### **III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **1. Perhitungan Tingkat Perputaran Modal Kerja**

Berdasarkan hasil perhitungan didapatkan hasil rata-rata Perputaran Modal Kerja pada KUD Karma Bumi Amertha Kubutambahan Buleleng sebesar 2,6580. Hal ini menunjukkan bahwa modal kerja pada KUD Karma Bumi Amertha berputar sebanyak rata-rata 2,6580 kali per bulan. Artinya setiap Rp 1,-modal kerja yang dipergunakan dapat menghasilkan nilai penjualan bersih senilai Rp 2,6580

#### **2. Perhitungan Tingkat Perputaran Piutang**

Hasil perhitungan rata-rata Perputaran Piutang sebesar 0,0517. Ini menunjukkan bahwa selama satu periode piutang dapat berputar rata-rata sebanyak 0,0517 kali. Hal Ini berarti bahwa rata-rata piutang yang tertanam pada modal kerja dapat terkumpul kembali, memerlukan waktu 580 hari.

#### **3. Perhitungan Tingkat Rentabilitas Ekonomis**

Secara keseluruhan tabel tersebut didapatkan hasil perhitungan rata-rata Rentabilitas ekonomis sebesar 0,3486. Ini menunjukkan bahwa KUD Karma Bumi Amertha Kubutambahan selama periode tersebut rata-rata mampu memperoleh keuntungan dari keseluruhan aktiva sebesar 0,3486%.

#### **4. Analisis Regresi Linier Berganda**

Digunakan untuk menghitung dan menganalisis pengaruh Perputaran Modal Kerja, Perputaran Piutang dengan Rentabilitas Ekonomis

Tabel. 2  
Hasil Analisis Regresi Perputaran Modal Kerja, Perputaran Piutang  
terhadap Rentabilitas Ekonomis

pada KUD Karma Bumi Amertha Kubutambahan  
Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2,137	,499		-4,281	,000
	PERPUTARAN MODAL KERJA	,260	,116	,330	2,244	,033
	PERPUTARAN PIUTANG	34,703	9,907	,516	3,503	,002

a. Dependent Variable: RENTABILITAS EKONOMIS

Berdasarkan data yang dikumpulkan dan bantuan IBM SPSS *Statistic Version 23* diperoleh hasil analisis seperti pada tabel diatas, sehingga diperoleh persamaan regresi linier berganda  $Y = -2,137 + 0,260X_1 + 34,703X_2$ . Berdasarkan persamaan regresi linier berganda tersebut dapat diartikan koefisien-koefiseinnnya adalah sebagai berikut: Nilai Konstanta ( $\alpha$ ) = -2,137 menunjukkan bahwa jika nilai tingkat perputaran modal kerja ( $X_1$ ), tingkat perputaran piutang ( $X_2$ ) dianggap konstan, maka rentabilitas ekonomis ( $Y$ ) adalah sebesar -2,137. Nilai Koefisien regresi variabel tingkat Perputaran Modal Kerja ( $X_1$ ) = 0,260 menunjukkan bahwa jika nilai tingkat Perputaran Modal Kerja ( $X_1$ ) meningkat 1 satuan dengan syarat variabel independen lainnya konstan, maka nilai Rentabilitas Ekonomis akan meningkat 0,260 satuan. Nilai Koefisien regresi variabel tingkat perputaran piutang ( $X_2$ ) = 34,703 menunjukkan bahwa jika nilai tingkat perputaran modal kerja ( $X_2$ ) meningkat 1 satuan dengan syarat variabel independen lainnya konstan, maka nilai Rentabilitas Ekonomis akan meningkat 34,703 satuan. Koefisien regresi pada variabel  $X_1$ ,  $X_2$  bernilai positif, ini menunjukkan bahwa ada pengaruh positif (searah) antara Perputaran Modal Kerja, Perputaran Piutang terhadap Rentabilitas Ekonomis Pada KUD Karma Bumi Amertha Kubutambahan.

## 5. Analisis Korelasi Linier Berganda

Digunakan untuk dapat menganalisis hubungan antara Perputaran Modal Kerja, Perputaran Piutang terhadap Rentabilitas Ekonomis.

Tabel. 3  
Hasil Analisis Korelasi Perputaran Modal Kerja, Perputaran Piutang  
Dengan Rentabilitas Ekonomis

Pada KUD Karma Bumi Amertha Kubutambahan  
Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,719 <sup>a</sup>	,517	,482	,8449812

a. Predictors: (Constant), PERPUTARAN PIUTANG, PERPUTARAN MODAL KERJA

b. Dependent Variable: RENTABILITAS EKONOMIS

Hasil analisis diatas menunjukkan bahwa nilai  $R = 0,719$ . Yang artinya koefisien korelasinya sebesar  $0,719$ . Ini menunjukkan derajat korelasi antara variable perputaran modal kerja, perputaran piutang dengan rentabilitas ekonomis. Nilai  $R^2 = 0,517$  menunjukkan angka koefisien determinasinya ( $R^2$ ). Artinya variansi dalam Rentabilitas Ekonomis dapat dijelaskan oleh tingkat Perputaran Modal Kerja dan tingkat Perputaran Piutang sebesar  $51,7\%$ , sisanya sebesar  $48,3\%$  berasal dari variabel lain. Atau kontribusi tingkat Perputaran Modal Kerja dan tingkat Perputaran Piutang terhadap Rentabilitas Ekonomis sebesar  $51,7\%$ , sisanya  $48,3\%$  disebabkan oleh variabel lain. *Standar error of estimate* =  $0,8449812$ , ini menunjukkan ukuran tingkat kesalahan dalam melakukan prediksi terhadap variabel terikat.

#### 6. Analisis T-test

Berdasarkan pengujian pada kedua parameter yakni Perputaran Modal kerja dan Perputaran Piutang yang menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara Perputaran Modal Kerja terhadap Rentabilitas Ekonomis pada KUD Karma Bumi Amertha Kubutambahan dan ada pengaruh yang signifikan antara perputaran Piutang terhadap rentabilitas ekonomis pada KUD Karma Bumi Amertha Kubutambahan. Hal ini menunjukkan bahwa nilai Rentabilitas Ekonomis pada KUD Karma Bumi Amertha dapat ditingkatkan dengan meningkatkan Perputaran Modal Kerja dan Perputaran piutang.

#### 7. Analisis F-test

Tabel. 4  
Hasil anova

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	20,665	2	10,333	14,472	,000 <sup>b</sup>
	Residual	19,278	27	,714		
	Total	39,943	29			

a. Dependent Variable: RENTABILITAS EKONOMIS

b. Predictors: (Constant), PERPUTARAN PIUTANG, PERPUTARAN MODAL KERJA

Dengan Level of significant sebesar 5% diperoleh nilai  $F_{\text{tabel } 0,05 (2)(27)}$  sebesar 3.35. sedangkan nilai F-test sesuai output SPSS sesuai tabel 4 yaitu 14,472. Karena F-test > F-tabel atau  $14,472 > 3.35$  maka  $H_0$  ditolak berarti secara simultan (bersama-sama) artinya ada pengaruh perputaran modal kerja, perputaran piutang terhadap rentabilitas ekonomis pada KUD Karma Bumi Amertha Kubutambahan.

Hal ini menunjukkan bahwa untuk meningkatkan variabel terikat yakni Rentabilitas Ekonomis dapat ditingkatkan dari perputaran modal kerja, perputaran piutang.

#### IV SIMPULAN DAN SARAN

##### 1. Simpulan

Sesuai dengan tujuan yang telah dirumuskan dalam penelitian yang berjudul “Perputaran Modal Kerja, Perputaran Piutang, Rentabilitas Ekonomis pada Koperasi Unit Desa Karma Bumi Amertha Kubutambahan Desa Kubutambahan” maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut :

- a) Tingkat Perputaran Modal kerja pada Koperasi Unit Desa Karma Bumi Amertha Kubutambahan Desa Kubutambahan pada Tahun 2014-2016 sebesar 2,6580. Hal ini menunjukkan bahwa setiap Rp 1,-modal kerja yang dipergunakan dapat menghasilkan nilai penjualan bersih senilai Rp 2,6580.
- b) Tingkat Perputaran piutang pada Koperasi Unit Desa Karma Bumi Amertha Kubutambahan Desa Kubutambahan pada Tahun 2014-2016 sebesar 0,0517. Hal Ini berarti bahwa rata-rata piutang yang tertanam pada modal kerja dapat terkumpul kembali memerlukan waktu 580 hari.

- c) Tingkat Rentabilitas Ekonomis pada Koperasi Unit Desa Karma Bumi Amertha Kubutambahan Desa Kubutambahan pada Tahun 2014-2016 sebesar 0,3486 %. Ini menunjukkan bahwa KUD Karma Bumi Amertha Kubutambahan mampu memperoleh keuntungan dari keseluruhan aktiva sebesar 0,3486%.
- d) Ada pengaruh positif (searah) yang signifikan antara Perputaran Modal Kerja, Perputaran Piutang, Rentabilitas Ekonomis pada Koperasi Unit Desa Karma Bumi Amertha Kubutambahan Desa Kubutambahan dengan persamaan garis Regresi sebagai berikut  $Y = -2,137 + 0,260X_1 + 34,703X_2$ .

## 2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas maka dapat disarankan kepada Koperasi Unit Desa Karma Bumi Amertha Kubutambahan Desa Kubutambahan beberapa hal sebagai berikut :

- a) Koperasi Unit Desa Karma Bumi Amertha Kubutambahan Desa Kubutambahan diharapkan dapat meningkatkan perputaran Modal kerja dan perputaran piutang sehingga SHU yang diterima dapat lebih besar dan rentabilitas ekonomi juga meningkat.
- b) Untuk meningkatkan perputaran piutang pada Koperasi Unit Desa Karma Bumi Amertha Kubutambahan Desa Kubutambahan pihak manajemen perlu lebih mengoptimalkan hal yang sudah ada, seperti mempermudah syarat kredit, memilih orang yang akan mengambil kredit untuk mengurangi resiko dan membuat kebijakan dalam pengumpulan piutang baik secara aktif maupun pasif. Selain itu Koperasi Unit Desa Karma Bumi Amertha Kubutambahan Desa Kubutambahan juga dapat memberikan hadiah/bingkisan sebagai *reward* bagi nasabah yang telah membayarkan utangnya tepat waktu ataupun yang mendahului batas jatuh tempo.
- c) Untuk dapat meningkatkan nilai rentabilitas ekonomis pada KUD Karma Bumi Amertha, pihak manajemen sebaiknya mampu meningkatkan volume penjualan

dan mengoptimalkan biaya operasional. Dengan demikian nilai laba/SHU yang diperoleh dapat ditingkatkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Atmaja, Lukas Setia. 2008, *Teori dan Praktik Manajemen Keuangan*, Penerbit CV Andi Offset, Yogyakarta
- Budiasa, Nyoman. 2014, *Pengaruh Perputaran Modal Kerja terhadap Rentabilitas Ekonomi pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar pada BEI periode 2010-2012*, e-jurnal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Akuntansi Program S1, Volume 2 Nomor 1
- Hadhikusuma, R.T Sutantya, Raharja, 2000, *Hukum Koperasi Indonesia*, Penerbit PT Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Ibrahim, Chanafi. 2011, *Pengaruh Efektifitas Perputaran piutang dan Perputaran Kas terhadap Rentabilitas Ekonomi pada Koperasi Karyawan PT Djarum Kudus*, E Journal Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus , Volume 4 Nomor 2
- Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 1973 tentang Unit Desa
- Kasmir, 2010, *Pengantar Manajemen Keuangan*, Penerbit Prenada Media Group, Jakarta
- \_\_\_\_\_, 2015, *Analisis Laporan Keuangan*, Penerbit PT Rajagrafindo Persada, Depok
- Margaretha, Farah. 2005. *Teori dan Aplikasi Manajemen Keuangan Investasi dan Sumber Dana Jangka Pendek*. Penerbit PT Gramedia Widiasarana Indonesia (Grasindo). Jakarta
- Martono dan D Agus Harjito, 2005, *Manajemen Keuangan*, Penerbit Ekonisia, Yogyakarta
- Munawir, 2004, *Analisa Laporan Keuangan*, Edisi Keempat, Cetakan Ketigabelas, Yogyakarta: Liberty.
- Nopiana, Yuli. 2015, *Pengaruh Tingkat Perputaran Modal Kerja, Perputaran Kas, Perputaran Piutang, Pertumbuhan Jumlah Nasabah, dan Jumlah Karyawan Terhadap Profitabilitas Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Di Kabupaten Buleleng*, e-Journal S1 Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Akuntansi Program S1 Volume 3 No 1

- Riyanto, Bambang. 2011. *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Penerbit BPFE. Yogyakarta
- Sudarmo, Indriyo Gito. 2002. *Managemen Keuangan*. Edisi Keempat. Yogyakarta: Penerbit BPFE.
- Sugiyono.2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Penerbit PT ALFABETA. Bandung
- Sulistiyawati, I Luh Ayu. 2011. *Kemampuan keuangan LPD Desa Adat Tegeh Baturiti*. Skripsi. Universitas Panji Sakti
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian
- Van Horne, James C. and John M. Wachowicz. 2005. *Fundamentals of Financial: Management Prinsip-Prinsip Manajemen Keuangan*. Penerjemah: Dewi Fitriyani dan Deny Arnos Kwary. Penerbit Salemba Empat: Jakarta.

**FAKTOR FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH  
MENABUNG DI LEMBAGA PERKREDITAN DESA  
DESA PAKRAMAN TAJUN KECAMTAN KUBUTAMBAHAN  
KABUPATEN BULELENG**

**Oleh: Made Sujendra<sup>7</sup>, Luh Artaningsih dan I Nyoman Suandana<sup>8</sup>**

**Abstrak**

Lembaga Perkreditan Desa merupakan badan usaha yang melakukan kegiatan dalam bidang perkreditan, menjadi perantara yaitu menerima tabungan dari masyarakat dan selanjutnya menyalurkan lagi kepada masyarakat dalam bentuk pinjaman. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi masyarakat menabung di Lembaga Perkreditan Desa, Desa Pakraman Tajun, Kecamatan Kubutambahan, Kabupaten Buleleng dan untuk mengetahui faktor yang dominan memengaruhi.

Data dikumpulkan dengan mempergunakan teknik observasi, wawancara, dokumentasi, dan kuesioner. Teknik analisis yaitu analisis deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif. Analisis deskriptif kuantitatif dengan analisis faktor.

---

<sup>7</sup> Alumni Fakultas Ekonomi Universitas Panji Sakti Angkatan 2016/2017

<sup>8</sup> Tenaga Pengajar Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Unipas

Hasil analisis *Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Measure of Sampling Adequacy* sebesar 0,849 dan *Bartlett's Test of Sphericity* sebesar 1.089,397 dengan signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hasil analisis faktor diperoleh persentase kumulatif varian sebesar 62,952% artinya hasil penelitian ini mampu menjelaskan keragaman faktor-faktor yang memengaruhi keputusan masyarakat menabung di LPD Desa Adat Tajun, Kecamatan Kubutambahan, Kabupaten Buleleng, sebesar 62,952%. Hasil *extraction* dengan metode *Principal Component Analysis* dari 20 variabel yang diteliti dapat diringkas menjadi 4 faktor inti. Faktor 1 sampai 4 memiliki *eigenvalues* 7,752; 1,943; 1,477; 1,418, dengan persentase varian sebesar 38,761%; 9,716%; 7,387% dan 7,089%.

Berdasarkan hasil analisis disimpulkan faktor psikologi, sosial budaya, layanan jasa dan faktor pribadi yang memengaruhi masyarakat menabung di Lembaga Perkreditan Desa, Desa Pakraman Tajun, Kecamatan Kubutambahan, Kabupaten Buleleng dengan persentase kumulatif varian sebesar 62,952%. Faktor psikologis yang paling dominan memengaruhi masyarakat menabung di Lembaga Perkreditan Desa, Desa Pakraman Tajun, Kecamatan Kubutambahan, Kabupaten Buleleng. Berdasarkan hasil penelitian disarankan untuk meningkatkan keyakinan dan kepercayaan masyarakat kepada LPD dengan cara memberikan pelayanan yang terbaik, seperti karyawan murah senyum, memberikan bantuan yang dibutuhkan nasabah, dan selalu tepati janji, tingkatkan inovasi layanan kepada masyarakat, dengan membuat jenis layanan disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat.

*Kata Kunci; Keputusan, Menabung, Lembaga Perkreditan Desa*

## **PENDAHULUAN**

Pembangunan ekonomi masyarakat pedesaan memerlukan dukungan sumber pendanaan. Beberapa lembaga keuangan yang ada yang dapat dimanfaatkan seperti; Bank baik milik pemerintah maupun swasta, Lembaga Perkreditan Desa yang disingkat LPD, Koperasi, dan Badan Usaha Milik Desa yang dikenal dengan istilah BUM Desa. Lembaga Perkreditan Desa (LPD) merupakan badan usaha milik Desa Pakraman, yang diharapkan menjadi asset yang mampu menghasilkan pendapatan. LPD dalam kegiatan operasionalnya memiliki tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang. Tujuan jangka pendek LPD adalah untuk memperoleh laba yang maksimal dan mensejahterakan masyarakat, sedangkan tujuan jangka panjang LPD adalah untuk mempertahankan kontinuitas usahanya.

Menurut Peraturan Daerah Provinsi Bali No. 4 Tahun 2012 menyebutkan bahwa Lembaga Perkreditan Desa yang selanjutnya disebut LPD adalah lembaga

keuangan milik Desa Pakraman yang bertempat di wilayah Desa Pakraman. Landasan operasional LPD berpijak pada awig-awig Desa Pakraman, yang mengedepankan ikatan kekeluargaan dan semangat gotong-royong antar warga Desa Pakraman. Tujuan LPD yaitu: mendorong pembangunan ekonomi masyarakat Desa Pakraman melalui kegiatan menghimpun tabungan yang terarah atau peningkatan kebiasaan menabung dan deposito dari Krama Desa serta menyalurkan modal yang efektif; memberantas ijon, gadaai gelap dan lain-lain yang dapat dipersamakan dengan itu; menciptakan pemerataan kesempatan berusaha dan perluasan kesempatan kerja bagi Krama Desa; meningkatkan daya beli dan melancarkan lalu lintas pembayaran dan peredaran uang di Desa.

LPD merupakan badan usaha yang melakukan kegiatan dalam bidang perkreditan, menjadi perantara yaitu menerima tabungan dari masyarakat dan selanjutnya menyalurkan lagi kepada masyarakat dalam bentuk pinjaman. Kegiatan usaha LPD didasari oleh kepercayaan. Pada saat memberikan pinjaman kepada masyarakat didasari pada kepercayaan LPD bahwa peminjam akan mematuhi perjanjian kredit, mampu membayar angsuran pokok dan bunga, percaya peminjam tidak akan lalai pada kewajibannya. Demikian juga halnya masyarakat menabung di LPD didasari oleh kepercayaan masyarakat kepada LPD, bahwa uang mereka aman tidak hilang, dapat diambil sesuai waktunya, mendapatkan bunga, LPD tidak akan bangkrut, pengurusnya jujur sehingga LPD dapat tumbuh dan berkembang dengan baik serta banyak kemanfaatan dapat diperoleh. Pemerintah dengan Peraturan Gubernur No. 11 Tahun 2013 tentang Petunjuk Pelaksanaan Peraturan Daerah Provinsi Bali No. 8 Tahun 2002 tentang Lembaga Perkreditan Desa, sebagaimana telah diubah beberapa kali terakhir dengan Peraturan Daerah Provinsi Bali No. 4 Tahun 2012, telah mengatur beberapa hal terkait dengan pemberian keamanan dan kenyamanan para nasabah penabung seperti; manajemen likuiditas, skim dana penjaminan simpanan nasabah LPD.

LPD Desa Pakraman Tajun, Kecamatan Kubutambahan, Kabupaten Buleleng dikelola oleh 3 orang Pengurus, 3 orang Pengawas dan memiliki 8 orang karyawan.

Sumber dana dari pihak ketiga yang dikelola untuk memberikan pelayanan jasa pinjaman dalam bentuk tabungan masyarakat dan deposito. LPD Desa Pakraman Tajun sampai akhir tahun 2016 memiliki nasabah penabung sebanyak 3.800 orang, secara rinci dalam tabel 1

Tabel 1  
Jumlah Penabung  
LPD Desa Pakraman Tajun Buleleng Tahun 2016

No.	Bulan	Jml (orang)	Perubahan
1	Januari	3.494	
2	Februari	3.558	1,83%
3	Maret	3.579	0,59%
4	April	3.601	0,61%
5	Mei	3.619	0,50%
6	Juni	3.633	0,39%
7	Juli	3.662	0,80%
8	Agustus	3.662	0,00%
9	September	3.744	2,24%
10	Oktober	3.773	0,77%
11	November	3.792	0,50%
12	Desember	3.800	0,21%
Jumlah		43.917	8,45%
Rata-rata			0,77%

Sumber: LPD Desa Pakraman Tajun 2016

Berdasarkan tabel 1 jumlah masyarakat yang menjadi nasabah tabungan di LPD Desa Pakraman Tajun, Kecamatan Kubutambahan, Kabupaten Buleleng sampai akhir tahun 2016 mencapai 3.800 orang, dengan pertumbuhan mencapai 0,77%. Kondisi ini dapat menjadi indikator tingkat kepercayaan masyarakat terhadap LPD Desa Pakraman Tajun sebagai penyimpan uang yang aman. Nilai tabungan masyarakat selama tahun 2016 seperti tabel 2 berikut

Tabel 2  
Jumlah Nilai Tabungan

LPD Desa Pakraman Tajun Buleleng Tahun 2016

No.	Bulan	Jumlah (ribuan Rp)	Perubahan
1	Januari	14.901.718	
2	Februari	16.688.798	11,99%
3	Maret	15.618.100	-6,42%
4	April	15.515.988	-0,65%
5	Mei	13.958.417	-10,04%
6	Juni	12.493.269	-10,50%
7	Juli	10.727.425	-14,13%
8	Agustus	9.533.536	-11,13%
9	September	9.768.751	2,47%
10	Oktober	9.284.961	-4,95%
11	November	9.566.253	3,03%
12	Desember	8.923.874	-6,72%
Jumlah		146.981.090	-47,05%
Rata-rata			-4,28%

Sumber: LPD Desa Pakraman Tajun 2016

Berdasarkan tabel di atas nilai tabungan masyarakat hampir sepanjang tahun 2016 mengalami penurunan, yang secara rata-rata mencapai 4,28%. Kondisi ini menjadi catatan bagi pengelola LPD untuk mencari cara atau strategi baru untuk meningkatkan minat menabung masyarakat. Berdasarkan uraian tersebut di atas menarik dilakukan penelitian dengan judul; “Faktor-faktor yang memengaruhi masyarakat menabung di Lembaga Perkreditan Desa, Desa Pakraman Tajun, Kecamatan Kubutambahan, Kabupaten Buleleng”.

### PROSES PEMBELIAN JASA

Konsep pemasaran menekankan bahwa pemasaran yang menguntungkan bermula dari penemuan dan pemahaman terhadap kebutuhan-kebutuhan dan keinginan-keinginan konsumen. Penemuan dan pemahaman tersebut selanjutnya dijadikan dasar bagi pengembangan bauran pemasaran yang dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan dan keinginan-keinginan konsumen (Yasid, 2005:44). Dengan demikian, pemahaman terhadap konsumen, kebutuhan dan keinginannya, serta perilaku pembeliannya merupakan bagian integral dari keberhasilan pemasaran.

Model proses pembelian jasa hasil modifikasi dari model yang dikemukakan oleh Peter dan Donnelly (Yasid, 2005:44), proses pembelian dapat dipandang sebagai suatu rangkaian yang terdiri dari lima tahapan, yaitu: kesadaran akan adanya kebutuhan, pencarian alternatif, evaluasi alternatif, keputusan beli, dan perasaan setelah pembelian.

#### 1) Mengenali Kebutuhan

Awal dari setiap perilaku pembelian adalah kesadaran akan adanya atau dimilikinya kebutuhan dan/atau keinginan yang belum terpenuhi. Perilaku konsumen jasa tidak jauh berbeda dengan perilaku konsumen barang, karena pada hakikatnya pembelian atau penggunaan barang dan jasa hanya merupakan suatu sarana memenuhi kebutuhan. Tugas manajemen pemasaran untuk menemukan kebutuhan dan keinginan terhadap barang yang beroperasi di dalam suatu pasar. Kesadaran konsumen akan adanya kebutuhan dan keinginan ini, pada gilirannya menimbulkan harapan.

#### 2) Pencarian Alternatif

Setelah menyadari kebutuhan dan keinginannya seorang konsumen akan mencari alternatif pemuas kebutuhan dan keinginannya. Sumber dasar untuk mendapatkan informasi yaitu: 1) sumber-sumber internal, 2) sumber kelompok dan individu, 3) sumber pemasaran, 4) sumber publik, dan 5) sumber pengalaman.

#### 3) Evaluasi Alternatif

Setelah proses pengumpulan informasi, dalam beberapa kasus, konsumen kemudian mengevaluasi alternatif-alternatif berdasarkan apa yang telah dipelajarinya. Asumsi dasar dari modeling dapat digambarkan dalam uraian, yaitu; 1) konsumen mempunyai informasi yang cukup, 2) konsumen menerima bahwa ada beberapa pilihan yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan; 3) setiap alternatif memiliki perbedaan; 4) atribut setiap alternatif diterima oleh konsumen, 5) alternatif yang memiliki kelebihan yang dipilih, 6) alternatif pilihan yang memberikan kepuasan dan disukai oleh konsumen.

4) Keputusan Pembelian

Konsumen cenderung meminimalkan risiko berdasarkan pada kualitas jasa tertentu. Ini bisa dilakukan dengan mengurangi konsekuensi (negative) yang mungkin terjadi atau dengan mengurangi ketidakpastian

5) Perasaan sesudah pembelian

Puas tidaknya konsumen terhadap jasa yang telah dibelinya juga bergantung kepada hasil evaluasi mereka terhadap jasa yang telah dibelinya. Evaluasi konsumen mencakup atribut ketidak-puasan, difusi inovasi, dan loyalitas terhadap merek.

### **FAKTOR FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA**

Keputusan pembelian dari pembeli sangat dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi dari pembeli. Sebagian besar adalah faktor-faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh pemasar, tetapi harus benar-benar diperhitungkan (Kotler, 2002:223). Faktor-faktor yang memengaruhi perilaku pembeli adalah sebagai berikut.

1) Faktor Budaya

Faktor budaya mempunyai pengaruh yang paling meluas dan mendalam terhadap perilaku konsumen. Variabel ini mempunyai karakteristik yaitu:

a) Kultur

Kultur adalah determinan paling fundamental dari keinginan dan perilaku konsumen.

b) Sub kultur

Setiap kultur terdiri dari sub-sub kultur yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik. Sub kultur mencakup kebangsaan, agama, kelompok ras dan daerah geografis.

c) Kelas sosial

Kelas sosial adalah bagian-bagian yang *relative homogeny* dan tetap dalam suatu masyarakat, yang tersusun secara hierarkis dan anggota-anggotanya memiliki tata nilai, minat, dan perilaku yang mirip.

2) Faktor sosial.

Perilaku seseorang konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial. Variabel ini mempunyai karakteristik sebagai berikut:

a) Kelompok acuan

Kelompok acuan seseorang terdiri dari semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung atau pengaruh tidak langsung terhadap pendirian atau perilaku seseorang.

b) Keluarga

Anggota keluarga merupakan kelompok primer yang paling berpengaruh. Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan telah diriset secara ekstensif.

c) Peran dan status

Aktivitas yang dilakukan seseorang sesuai dengan sekelilingnya dan membawa status yang mencerminkan penghargaan masyarakat.

3) Faktor pribadi

Keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh faktor pribadi. Variabel ini mempunyai karakteristik yaitu:

a) Usia dan tahap siklus hidup

Tahapan kehidupan seseorang dimulai dari bayi sampai tua. Orang akan mengubah barang dan jasa yang mereka beli sepanjang kehidupan mereka sesuai dengan keadaan yang terus berubah.

b) Pekerjaan

Pekerjaan seseorang juga mempengaruhi pola konsumsinya. Para pemasar berusaha untuk mengidentifikasi kelompok pekerjaan yang mempunyai minat lebih dari rata-rata pada produk dan jasa pembeli.

c) Keadaan ekonomi

Pilihan produk sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi seseorang. Keadaan ekonomi meliputi pendapat yang dapat dibelanjakan, tabungan dan kekayaan, hutang, kekuatan untuk meminjam, dan pendirian terhadap belanja dan menabung.

d) Gaya Hidup

Gaya hidup seseorang adalah pola hidup seseorang di dunia yang diungkapkan dalam kegiatan, minat, dan pendapat seseorang.

e) Kepribadian dan konsep pribadi

Karakteristik psikologis dari seseorang yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan tetap terhadap lingkungannya.

4) Faktor psikologi

Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh faktor psikologis. Variabel ini mempunyai karakteristik sebagai berikut:

a) Motivasi

Motif atau dorongan adalah suatu kebutuhan yang cukup untuk mendorong seseorang untuk bertindak.

b) Persepsi

Persepsi didefinisikan sebagai proses bagaimana seseorang menyeleksi, mengatur dan menginterpretasikan masukan-masukan informasi untuk menciptakan keseluruhan yang berarti.

c) Pengetahuan

Pengetahuan menjelaskan perubahan dalam perilaku suatu individu yang berasal dari pengalaman.

d) Kepercayaan dan sikap pendirian

Suatu kepercayaan adalah pikiran deskriptif yang dianut seseorang mengenai suatu hal. Sedangkan sikap adalah evaluasi perasaan emosional dan kecenderungan seseorang yang relatif konsisten terhadap suatu obyek atau gagasan

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan pada LPD Desa Pakraman Tajun, Desa Tajun, Kecamatan Kubutambahan, Kabupaten Buleleng. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah tabungan LPD Desa Pakraman Tajun yaitu berjumlah 3.800 orang. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 98 orang. Penentuan responden dengan metode *accidental sampling*, yaitu nasabah yang dijumpai saat penelitian dijadikan responden penelitian. Teknik analisis deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif dengan analisis faktor.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini dilakukan terhadap 98 orang nasabah tabungan pada LPD Desa Adat Tajun, Kecamatan Kubutambahan, Kabupaten Buleleng. Pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Berikut disajikan frekuensi dan rata-rata skor semua indikator pertimbangan nasabah tabungan untuk menabung pada LPD Desa Adat Tajun, Kecamatan Kubutambahan, Kabupaten Buleleng. Berdasarkan hasil tabulasi dan uji validitas berdasarkan hasil koefisien korelasi dengan 20 variabel (indikator) merupakan uji korelasi antar variabel *independen* yang didukung oleh uji *Kaiser Mayer-Olkin (KMO) Measure of Sampling Adequacy*. Berdasarkan hasil analisis dengan bantuan program SPSS versi 19 diperoleh *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy* sebesar 0,849 dan *Bartlett's Test of Sphericity* sebesar 1.089,397 dengan signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 hal ini menunjukkan bahwa data valid untuk dikaji lebih lanjut.

Hasil analisis faktor diperoleh persentase kumulatif varian sebesar 62,952% artinya hasil penelitian ini mampu menjelaskan keragaman faktor-faktor yang memengaruhi keputusan masyarakat menabung di LPD Desa Adat Tajun, Kecamatan

Kubutambahan, Kabupaten Buleleng, sebesar 62,952% dan sisanya sebesar 37,048% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model ini.

Hasil *extraction* dengan metode *Principal Component Analysis* diketahui dari 20 variabel yang diteliti dapat diringkas menjadi 4 faktor inti. Hal ini dapat dilihat dari *koefisien eigenvalues*. Faktor 1 memiliki *eigenvalues* sebesar 7,752 dengan persentase varian sebesar 38,761%. Faktor 2 memiliki *eigenvalues* sebesar 1,943 dengan persentase 9,716%. Faktor 3 memiliki *eigenvalues* sebesar 1,477 dengan persentase 7,387%. Faktor 4 memiliki *eigenvalues* 1,418 dengan persentase varian 7,089%.

Tabel 3  
**Total Variance Explained**

Component	Initial Eigenvalues			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	7.752	38.761	38.761	7.752	38.761	38.761
2	1.943	9.716	48.476	1.943	9.716	48.476
3	1.477	7.387	55.863	1.477	7.387	55.863
4	1.418	7.089	62.952	1.418	7.089	62.952
5	.945	4.723	67.675			
6	.904	4.518	72.192			
7	.750	3.749	75.942			
8	.684	3.418	79.359			
9	.588	2.941	82.301			
10	.544	2.721	85.022			
11	.491	2.453	87.474			
12	.447	2.233	89.707			
13	.415	2.073	91.780			
14	.376	1.881	93.661			
15	.345	1.724	95.386			
16	.267	1.333	96.719			
17	.235	1.176	97.895			
18	.220	1.102	98.997			
19	.154	.769	99.766			
20	.047	.234	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber: Output SPSS versi 19.0

Berdasarkan analisis faktor dari 20 item indikator yang memengaruhi keputusan masyarakat menabung di LPD Desa Adat Tajun, Kecamatan Kubutambahan, Kabupaten Buleleng, menyebar pada 4 faktor inti. Satu variabel yang memiliki muatan faktor paling rendah yaitu rujukan tetangga sebesar 0,426, serta pemberian nama untuk setiap faktor seperti tabel 4 berikut.

Tabel 4  
Ringkasan Hasil Analisis Faktor

Nama Faktor	Indikator	Muatan Faktor	Eigenvalue	Variance Explained (%)	Cumulative Total Variance (%)
Faktor Psikologis	Keyakinan	.783	7.752	38.761	38.761
	Kebiasaan	.783			
	Kepercayaan	.731			
	Fanatisme	.695			
	Status Sosial	.618			
Faktor Sosial Budaya	Keluarga	.748	1.943	9.716	48.476
	Pendidikan	.730			
	Teman	.674			
	Gaya Hidup	.576			
	Rekan Kerja	.538			
	Pendapatan	.524			
	Pekerjaan	.522			
	Asal Geografis	.512			
	Tetangga	.426			
Faktor Layanan Jasa	Jenis Tabungan	.915	1.477	7.387	55.863
	Lokasi	.902			
	Suku Bunga	.823			
Faktor Pribadi	Pengalaman	.744	1.418	7.089	62.952
	Pengetahuan	.737			
	Masa Depan	.665			

Sumber: Output SPSS versi 19.0

#### VARIABEL YANG DOMINAN MEMENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG

Berdasarkan hasil analisis faktor diketahui dari 20 variabel yang diolah, ternyata dapat dikelompokkan (disederhanakan) menjadi 4 faktor. Faktor yang paling dominan memengaruhi keputusan nasabah menabung di LPD Desa Adat Tajun, Kecamatan Kubutambahan, Kabupaten Buleleng, adalah faktor dengan nilai *eigenvalues* dan persentase varian paling besar. Berdasarkan tabel di atas dapat

diketahui faktor yang paling dominan memengaruhi adalah faktor psikologis dengan *eigenvalues* sebesar 7,752 dengan persentase varian sebesar 38,761%.

## **PENUTUP**

Berdasarkan hasil analisis, maka dapat ditarik simpulan yaitu: Faktor psikologi, sosial budaya, layanan jasa dan faktor pribadi yang memengaruhi masyarakat menabung di Lembaga Perkreditan Desa, Desa Pakraman Tajun, Kecamatan Kubutambahan, Kabupaten Buleleng dengan persentase kumulatif varian sebesar 62,952%; Faktor Psikologis yang paling dominan memengaruhi masyarakat menabung di Lembaga Perkreditan Desa, Desa Pakraman Tajun, Kecamatan Kubutambahan, Kabupaten Buleleng.

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan di atas maka dapat disarankan kepada Kepala Lembaga Perkreditan Desa, Desa Pakraman Tajun, Kecamatan Kubutambahan, Kabupaten Buleleng, yaitu; untuk meningkatkan keyakinan dan kepercayaan masyarakat kepada LPD dengan cara memberikan pelayanan yang terbaik, seperti karyawan murah senyum, memberikan bantuan yang dibutuhkan nasabah, dan selalu tepati janji; Tingkatkan inovasi layanan kepada masyarakat, dengan membuat jenis layanan disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Anonimus, 2004. *Profile Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Daerah-Bali 2004*, PT Bank BPD Bali
- Arief, 2007. *Pemasaran Jasa & Kualitas Pelayanan*, Bayumedia, Publishing, Malang.
- Hurriyati, Ratih, 2008. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Alfabeta, Bandung
- Kotler, Philip, 2002. *Manajemen Pemasaran*, PT. Prenhallindo, Jakarta.
- , dan Kevin Lane Keller, 2008. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Erlangga, Jakarta
- Mangkunegara, Anwar Prabu, 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, PT. Remaja Rosda Karya, Bandung

- Mujiharjo, Bagyo, 2006. Analisis Faktor – faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada 138 Rumah sakit BRI Demak), *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Volume V, No 2.
- Peraturan Daerah Provinsi Bali No. 4 Tahun 2012 tentang Perubahan Kedua Atas Peraturan Daerah Provinsi Bali No. 8 Tahun 2002 tentang Lembaga Perkreditan Desa
- Peraturan Gubernur Bali tanggal 7 Maret 2013 Nomor 11 Tahun 2013 tentang Petunjuk Pelaksanaan Peraturan Daerah Provinsi Bali Nomor 8 Tahun 2002 Tentang Lembaga Perkreditan Desa Sebagaimana Telah Diubah Beberapa Kali Terakhir Dengan Peraturan Daerah Provinsi Bali Nomor 4 Tahun 2012 Tentang Perubahan Kedua Atas Peraturan Daerah Provinsi Bali Nomor 8 Tahun 2002 Tentang Lembaga Perkreditan Desa
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti. Freddy 2002. *Riset Pemasaran*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Sasono, Edo. 2006. “Analisis Faktor-Faktor yang Menentukan Kepuasan Pelanggan dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Bank Syariah (Studi Empiris Pada Bank Syariah di Jawa Tengah dan D. I Yogyakarta)”. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol. V, No. 3 p.305-320.
- Setiadi, 2008. *Perilaku Konsumen :Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta : Kencana
- Sugiyono, 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Kesebelas, ALFABETA, Bandung.
- Supranto, 2001. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, Cetakan Kedua, Penerbit PT Rineka Cipta Jakarta.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2005. *Manajemen Kualitas Jasa*, ANDI, Yogyakarta.
- , Fandy, 2004. *Manajemen Jasa*, Edisi Kedua Andi Offset, Yogyakarta
- Utami, Cristina Widya, 2006. *Manajemen Ritel (Strategi dan Implementasi Ritel Modern)*; Jakarta: Salemba Empat.
- Umar, Husein, 2000. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Cetakan ke-6, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada.
- Yazid, 2005, *Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi*, Ekonisia, Yogyakarta.

# PERPUTARAN MODAL KERJA KREDIT BERMASALAH DAN PROFITABILITAS PADA LEMBAGA PERKREDITAN DESA PAKRAMAN PUMAHAN DESA GITGIT

Oleh : Komang Tri Wahyuni<sup>9</sup>, I.M.G.A Kurniawan dan Ni Puti Sriwati<sup>10</sup>  
Fakultas Ekonomi Universitas Panji Sakti Singaraja

## Abstrak

LPD merupakan salah satu lembaga keuangan yang berada di tataran Desa Adat. Eksistensinya selama ini telah terbukti dan sangat dirasakan manfaatnya oleh krama Desa Adat. Untuk memperoleh profitabilitas LPD harus memaksimalkan perputaran modal kerja dan meminimalkan kredit bermasalah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh perputaran modal kerja dan kredit bermasalah terhadap profitabilitas di LPD Desa Pakraman Pumahan. Untuk mengetahui pengaruh perputaran modal kerja terhadap profitabilitas, kredit bermasalah terhadap profitabilitas dan perputaran modal kerja dan kredit bermasalah terhadap profitabilitas pada LPD Pumahan tahun 2014 sampai dengan tahun 2016. Jenis data diperlukan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang dikumpulkan dengan teknik dokumentasi dan wawancara dan dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda, determinasi, t test dan f-test. Hasil analisis regresi berganda diperoleh model persamaan garis  $Y = 2,656 + 0,126X_1 - 0,017X_2$ , hasil determinasi diketahui variabel yang dominan berpengaruh adalah perputaran modal kerja dan hasil determinasi secara keseluruhan sebesar 0,3% perubahan yang terjadi pada profitabilitas dapat dijelaskan pada perubahan secara bersama-sama. Uji T test dari dua variabel bebas, semua hipotesis nol diterima dan F test diperoleh hasil hipotesis diterima karena nilai  $F_{hitung} < 3,28$ . Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa secara parsial dan simultan mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap profitabilitas LPD Desa Pakraman Pumahan. Variabel yang dominan berpengaruh adalah perputaran modal kerja. Saran kepada pihak LPD untuk meminimumkan jumlah kredit bermasalah agar profitabilitas dapat dicapai.

Kata kunci : Perputaran Modal Kerja, Kredit Bermasalah dan Profitabilitas

## PENDAHULUAN

LPD mempunyai fungsi strategis dalam mengembangkan dan memajukan perekonomian masyarakat desa pakraman yang mana sesuai dengan harapan LPD Desa Pakraman Pumahan merupakan Lembaga Perkreditan Desa yang melakukan

---

<sup>9</sup> Alumni Fakultas Ekonomi Universitas Panji Sakti Angkatan 2016/2017

<sup>10</sup> Tenaga Pengajar Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Unipas

penerimaan dana yang berasal dari masyarakat berupa tabungan dan deposito, serta menyalurkan kembali dana tersebut dalam bentuk kredit, yang mana prosedur penerimaan tabungan, deposito dan pemberian kreditnya dilakukan sesuai dengan syarat yang telah ditentukan untuk mencegah terjadinya kredit non lancar atau kredit macet.

Perusahaan memerlukan dana untuk melakukan kegiatan operasionalnya, dana tersebut disebut dengan modal kerja. Perusahaan mengeluarkan modal kerja diharapkan kembali masuk ke perusahaan dengan waktu yang singkat dari penjualan produksinya sehingga modal kerja terus berputar di perusahaan setiap periode (Riyanto, 2011:62). Jika perusahaan kelebihan modal kerja akan menyebabkan banyak dana yang menganggur, sehingga dapat memperkecil profitabilitas. Sedangkan apabila kekurangan modal kerja, maka akan menghambat kegiatan operasional perusahaan.

Kredit adalah pemberian pinjaman kepada pihak lain yang mewajibkan si peminjam untuk membayarnya kembali beserta bunganya selama jangka waktu tertentu sesuai dengan kesepakatan yang telah disepakati sebelumnya. Dalam penyaluran kreditnya, bank harus siap menghadapi risiko kredit yang menyebabkan kredit tersebut menjadi bermasalah. Untuk itu, bank ataupun lembaga keuangan harus melakukan perencanaan dan analisis kredit agar bisa mendeteksi kemungkinan terjadi resiko kredit. Risiko kredit atau sering juga disebut dengan *default risk* merupakan suatu risiko akibat kegagalan atau ketidakmampuan nasabah mengembalikan jumlah pinjaman yang diperoleh dari bank beserta bunganya sesuai dengan jangka waktu yang telah ditentukan atau dijadwalkan. Salah satu resiko kredit adalah kredit bermasalah, menggambarkan suatu situasi dimana persetujuan pengembalian kredit mengalami risiko kegagalan, bahkan menunjukkan bahwa bank akan memperoleh rugi yang potensial. Kredit bermasalah adalah kredit yang menunggak melampaui 270 hari atau lebih dan bank atau lembaga keuangan akan mengalami kerugian atas kredit bermasalah tersebut (Ismail, 2010).

Salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan adalah dengan meningkatkan profitabilitas perusahaan tersebut. Profitabilitas menunjukkan keunggulan perusahaan dalam persaingan. Semakin tinggi profitabilitas maka kinerja perusahaan semakin baik. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri (Sartono, 2010:122). Bagi perusahaan masalah profitabilitas sangat penting. Bagi pimpinan perusahaan, profitabilitas digunakan sebagai tolak ukur berhasil atau tidak perusahaan yang dipimpinnya. Sedangkan bagi karyawan perusahaan, semakin tinggi profitabilitas yang diperoleh perusahaan, maka ada peluang untuk meningkatkan gaji karyawan. Profitabilitas yang tinggi akan dapat mendukung kegiatan operasional secara maksimal.

Seperti halnya dengan LPD Desa Pakraman Pumahan yang terletak di Desa Gitgit Kecamatan Sukasada, Kabupaten Buleleng ini merupakan Lembaga keuangan yang turut serta membangun perekonomian masyarakat desa adat setempat. Modal yang dimiliki LPD Desa Pakraman Pumahan terdiri dari modal donasi dan modal disetor, dimana modalnya akan disalurkan kepada nasabah dalam bentuk pinjaman kredit. Penyaluran kredit terjadi cukup besar di dalam LPD ini, namun masalah yang terjadi adalah banyak terjadi kredit bermasalah yang muncul. Hal ini mempengaruhi perputaran modal yang dimiliki LPD. Berikut disampaikan data: modal, jumlah kredit yang dikeluarkan, kredit bermasalah dan pendapatan pada LPD Desa Pakraman Pumahan tahun 2014 – 2016 dapat dilihat dalam tabel :

Tabel 1  
Perubahan Modal, kredit yang disalurkan, kredit bermasalah dan Laba  
Tahun 2016

Bulan	Modal (dalam ribuan rupiah)	Kredit yang disalurkan (dalam ribuan rupiah)	Kredit Bermasalah (dalam ribuan rupiah)	Laba (dalam ribuan rupiah)
Januari	258.862	1.164.563	110.633	7.500
Februari	266.900	1.183.122	106.481	15.538
Maret	275.101	1.370.995	119.276	23.739

April	283.569	1.666.515	125.618	32.207
Mei	293.617	1.636.010	139.060	42.255
Juni	303.740	1.662.295	141.295	52.378
Juli	315.414	1.541.553	131.832	64.052
Agustus	328.977	1.663.309	108.115	77.615
September	341.565	1.778.494	142.279	90.203
Oktober	351.258	1.745.636	148.379	99.896
November	356.929	1.750.729	157.616	105.567
Desember	367.746	1.693.142	161.300	116.384
Jumlah	3.743.578	18.856.363	1.591.884	621.873

Sumber : Laporan keuangan tahun 2016

Berdasarkan tabel 1 di atas dapat diketahui bahwa jumlah perubahan modal tertinggi terjadi pada bulan Desember dengan jumlah sebesar 367.746 untuk kredit yang disalurkan tertinggi terjadi pada bulan September sebesar 1.778.494. Begitu pula dalam kredit bermasalah terjadi paling tinggi pada bulan Desember sebesar 161,300 dan laba yang diperoleh mengalami perubahan setiap bulannya di mana laba tertinggi diperoleh pada bulan Desember sebesar 116,384

### **Hipotesis**

- 1) Ada pengaruh secara parsial antara perputaran modal dan kredit bermasalah terhadap profitabilitas LPD Desa Pakraman Pumahan
- 2) Ada pengaruh secara simultan antara perputaran modal dan kredit bermasalah terhadap profitabilitas LPD Desa Pakraman Pumahan
- 3) Perputaran modal lebih dominan berpengaruh terhadap profitabilitas LPD Desa Pakraman Pumahan

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di LPD Desa Pakraman Pumahan yang beralamat di Banjar Dinas Pumahan, Desa Gitgit Kecamatan Sukasada Kabupaten Buleleng. Definisi operasional variabel penelitian, Modal kerja dimana modal kerja yang dimaksud adalah modal inti dan modal pelengkap, kredit bermasalah dimana

kategori yang dapat dikatakan kredit bermasalah adalah kredit diragukan, kredit macet dan kredit kurang lancar. Profitabilitas adalah kemampuan LPD dalam mencapai laba pada suatu periode tertentu. Penelitian ini mengambil ruang lingkup keuangan dengan bidang kajian analisis tingkat kredit bermasalah dan perputaran modal kerja terhadap profitabilitas di LPD Desa Pakraman Pumahan.

Jenis data yang digunakan adalah data berdasarkan sumbernya yaitu data primer dan data sekunder serta data berdasarkan jenisnya yaitu data kualitatif dan data kuantitatif.

Teknik analisis data pengukuran perputaran modal kerja, pengukuran jumlah kredit bermasalah serta pengukuran profitabilitas. Analisis Regresi Linier Berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh perputaran modal kerja, kredit bermasalah terhadap profitabilitas LPD Desa Pakraman Pumahan, yang dilanjutkan dengan uji T, uji F dan analisis determinasi.

## HASIL PENELITIAN

Perputaran modal kerja (*net working capital turn over*) adalah salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur atau menilai keefektifan modal kerja perusahaan selama periode tertentu. Perputaran Modal Kerja dapat dirumuskan sebagai berikut menurut Munawir (1995:80)

$$\text{Perputaran Modal Kerja} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Modal kerja rata-rata}}$$

Tabel 2  
Perputaran Modal Kerja tahun 2014  
(dalam ribuan rupiah)

Bulan	Modal rata –rata	Penjualan	Perputaran Modal Kerja
Januari	268.389	1,164,563	4.34
Februari	262.881	1,183,122	4.50
Maret	271.000,5	1,370,995	5.06
April	279.335	1,666,515	5.97

Mei	288.593	1,636,010	5.67
Juni	298.678,5	1,662,295	5.57
Juli	309.577	1,154,553	3.73
Agustus	322.195,5	1,663,309	5.16
September	335.271	1,778,494	5.30
Oktober	346.411,5	1,745,636	5.04
November	354.093,5	1,750,729	4.94
Desember	362.337,5	1,693,142	4.67

\Sumber : data diolah tahun 2016

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui perputaran modal kerja di tahun 2016 terbesar terjadi pada bulan April sebanyak 5,97 kali dan perputaran modal terkecil terjadi pada bulan Juli sebanyak 3.73 kali.

Kredit bermasalah adalah kredit yang tidak lancar atau dimana debitemnya tidak memenuhi persyaratan yang diperjanjikan, misalnya persyaratan mengenai pembayaran bunga, pengembalian pokok pinjaman, pengikatan dan peningkatan agunan. Kredit Bermasalah dapat dihitung menggunakan rumus Non Performing Loan (NPL) sebagai berikut :

$$\text{NPL} = \frac{\text{Kredit kurang lancar} + \text{kredit diragukan} + \text{kredit macet}}{\text{Total kredit}} \times 100\%$$

Tabel 3  
Kredit Bermasalah tahun 2014  
(dalam ribuan rupiah)

Bulan	Kredit Bermasalah	Kredit yang disalurkan	NPL(%)
Januari	110,633	1,164,563	9.50
Februari	106,481	1,183,122	9.00
Maret	119,276	1,370,995	8.70
April	125,618	1,666,515	7.54
Mei	139,060	1,636,010	8.50
Juni	141,295	1,662,295	8.50
Juli	131,832	1,541,553	8.55
Agustus	108,115	1,663,309	6.50

September	142,279	1,778,494	8.00
Oktober	148,379	1,745,636	8.50
November	157,616	1,750,729	9.00
Desember	161,300	1,693,142	9.53

Sumber : data diolah tahun 2016

Berdasarkan tabel di atas kredit bermasalah yang terjadi pada tahun 2016 mengalami perubahan setiap bulannya dimana jumlah kredit bermasalah terbesar terjadi pada bulan Desember sebesar 9.53% dan jumlah kredit bermasalah terkecil terjadi pada bulan Agustus sebesar 6.50%

Rasio profitabilitas sangat penting bagi semua pengguna laporan tahunan, khususnya investor ekuitas dan kreditor. Bagi investor ekuitas, laba merupakan satu-satunya faktor penentu perubahan nilai efek / sekuritas. Pengukuran dan peramalan laba merupakan pekerjaan paling penting bagi investor ekuitas. Bagi kreditor, laba dan arus kas operasi umumnya merupakan sumber pembayaran bunga dan pokok. Profitabilitas dapat dihitung dengan rumus :

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

Tabel 4  
Profitabilitas tahun 2014 (dalam ribuan rupiah)

Bulan	Laba	Penjualan	Profitabilitas (%)
Januari	7,500	1,164,563	0.64
Februari	8,038	1,183,122	0.68
Maret	8,201	1,370,995	0.60
April	8,468	1,666,515	0.51
Mei	10,048	1,636,010	0.61
Juni	10,123	1,662,295	0.61
Juli	11,674	1,541,553	0.76
Agustus	13,563	1,663,309	0.82
September	12,588	1,778,494	0.71
Oktober	9,693	1,745,636	0.56
November	5,671	1,750,729	0.32
Desember	10,817	1,693,142	0.64

Sumber : data diolah tahun 2016

Berdasarkan tabel di atas profitabilitas tertinggi pada tahun 2014 terjadi dibulan Agustus sebesar 0,82% dan pencapaian profitabilitas terendah terjadi pada bulan November sebesar 0,32%.

## PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Pengaruh Perputaran modal kerja dan kredit bermasalah terhadap profitabilitas LPD Desa Pakraman Pumahan diperoleh model persamaan regresi linier berganda  $Y = 2,656 + 0,126X_1 - 0,017X_2$ .

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.656	4.479		.593	.557		
Perputaran Modal Kerja	.126	.577	.044	.217	.829	.741	1.349
Kredit Bermasalah	-.017	.270	-.012	-.062	.951	.741	1.349

Koefisien Determinasi 0,3% , berarti perubahan yang terjadi pada profitabilitas LPD Desa Pumahan hanya 0,3% dapat dijelaskan oleh perputaran modal kerja dan kredit bermasalah dan sisanya sebesar 99,7% dipengaruhi oleh faktor lain seperti Piutang, pendapatan lain-lain, pendapatan administrasi, CAR dan BOPO.

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.051 <sup>a</sup>	.003	-.058	1.91685

a. Predictors: (Constant), Kredit Bermasalah, Perputaran Modal Kerja

b. Dependent Variable: Profitabilitas

Berdasarkan Hasil penelitian dan analisis Data dengan program SPSS versi 19 serta Uji T yang dilakukan ternyata Perputaran Modal Kerja dan Kredit Bermasalah secara parsial mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap profitabilitas pada LPD Desa Pakraman Pumahan. Perputaran modal kerja memiliki pengaruh positif terhadap profitabilitas sedangkan kredit bermasalah memiliki pengaruh negatif terhadap profitabilitas.

Hasil Uji F yang dilakukan ternyata Perputaran modal kerja dan kredit bermasalah secara simultan mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap profitabilitas. Hal ini menunjukkan bahwa bila ingin meningkatkan profitabilitas belum bisa hanya dengan modal kerja dan kredit bermasalah yang hanya memberikan nilai determinasi hanya sebesar 0,3%.

Untuk mengetahui variabel yang lebih dominan berpengaruh terhadap variabel terikat maka digunakan *Standardized Coefficient Beta* dengan melihat nilai *Standardized Coefficient Beta*, Uji T dan uji signifikansi yang paling tinggi. Nilai beta tertinggi menunjukkan bahwa variabel bebas tersebut mempunyai pengaruh yang dominan terhadap variabel terikat. Berdasarkan hasil output SPSS diketahui variabel perputaran modal kerja mempunyai nilai beta tertinggi yaitu 0.44

## SIMPULAN

Berdasarkan rumusan masalah dan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa : Perputaran Modal Kerja, Kredit Bermasalah secara parsial mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap profitabilitas LPD Desa Pakraman Pumahan, Perputaran Modal Kerja dan Kredit Bermasalah secara simultan mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap profitabilitas LPD Desa Pakraman Pumahan. Model regresi berganda yang diperoleh sebagai pendekatan bentuk pengaruh Perputaran Modal kerja (X1) dan Kredit Bermasalah (X2) terhadap profitabilitas adalah  $Y = 2,656 + 0,126X_1 - 0,017X_2$ .

## SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan di atas maka dapat disarankan kepada pihak pengelola LPD Desa Pakraman Pumahan untuk menghasilkan laba harus meningkatkan kemampuan manajemen modal kerja agar modal kerja dapat berputar dengan baik. Begitu halnya dengan kredit yang disalurkan harus dikelola dengan baik agar kredit bermasalah dapat ditekan untuk meningkatkan profitabilitas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. Faisal, 2005. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*, Malang : edisi kedua, Universitas Muhamadiyah
- Agus. S. Sartono, 2010. *Manajemen Keuangan, Teori dan Aplikasi*, Yogyakarta: BPFE
- Ahmad Komarudin, 1997. *Dasar-dasar Manajemen Modal Kerja*, Jakarta : Rineka Cipta
- Arikunto, S., 2010. *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktek*, Jakarta : Rineka Cipta
- As. Mahmoeddin, 2002. *Melacak Kredit Bermasalah*, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Dendawijaya, Lukman. 2002. *Manajemen Perbankan*. Ghalia Indonesia. Jakarta
- Firdaus Rachmat, 2001. *Manajemen Dana Bank*. Bandung: STIE INABA
- Gitman, Lawrence J., 2003. *Principle of Managerial Finance, Ten edition*, Pearson education, inc., United states
- Guza, Afnil. 2008. *Himpunan Undang-Undang Perbankan Republik Indonesia*. Jakarta: Asa Mandiri
- Kasmir. 2007. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Edisi Keenam. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Mahmoeddin, As. 2002. *Melacak Kredit Bermasalah*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta
- Muljono, Teguh Pudjo. 1996. *Bank Budgetting Profit Planning & Control* BPFE. Yogyakarta

- Munawir, S. 2010. *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi Lima. Liberty. Yogyakarta
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 7/2/PBI/2005 tanggal 27 November 2005
- Peraturan Daerah Provinsi Bali Nomor 8 tahun 2002
- Rival. 2013. *Commercial Bank Management*. Jakarta: Rajawali Pers
- Riyanto, Bambang, 2001. *Dasar-dasar Pembelajaran Perusahaan*, Yogyakarta : BPF.
- Sawir, Agnes, 2009. *Analisa Kinerja Keuangan dan Perencanaan keauangan Perusahaan*, Jakarta :PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sinungan Murdansyah, 2002. *Manajemen Dana Bank*, Jakarta:Bumi Aksara
- Subarjo Joyosumarno,1994. *Upaya-upaya Kreditur Indonesia dan Perbankan dalam Menyelesaikan Kredit Bermasalah*, Majalah Pengembangan Perbankan, edisi No.47.
- Sugiyono. 2003. *Statistik Untuk Penelitian*. CV. Alfabeta. Bandung.
- Sutrisno, 2009 *Manajemen Keuangan, Teori, Konsep dan Aplikasi*,Yogyakarta:Ekonesia
- Syamsuddin, Lukman, 2001. *Manajemen Keuangan Perusahaan*, Jakarta :PT. Raja Grafindo Persada.
- Syahyunana, 2004. *Manajemen Keuangan I (Perencanaan, Analisis dan Pengendalian Keuangan)*, Medan :USU Press.
- Uji SPSS versi 19
- Umum: Teori, Masalah, Kebijakan dan Aplikasi Lengkap dengan Analisis Kredit. Bandung: Alfabeta.
- Van Horne, James C. Dan M.Jhon Wachowicz, 2005. *Prinsip-Prinsip Manajemen keuangan*, Diterjemahkan oleh Aria Farahmita, Amanugrani, dan Taufik Hendrawan, edisis kedua belas, Jakarta :PT.Salemba Empat, Buku Satu.
- Walpole, Ronald. E. 1992. *Pengantar Statistik*. Edisi ke-3. PT. Geramedia. Jakarta

# PEMASARAN INTERNAL SEBAGAI BASIS DALAM MEMBANGUN KEPUASAN KERJA DAN KUALITAS LAYANAN PADA HOTEL NON BINTANG DI DENPASAR

I Gede Rihayana<sup>11</sup>

Universitas Mahasaraswati Denpasar  
[gderihayana@gmail.com](mailto:gderihayana@gmail.com)

Putu Agus Eka Rismawan

Universitas Mahasaraswati Denpasar  
[Askabarker@yahoo.co.id](mailto:Askabarker@yahoo.co.id)

Putu Pradiva Putra Salain

Universitas Mahasaraswati Denpasar  
[pradivaputrasalain@yahoo.co.id](mailto:pradivaputrasalain@yahoo.co.id)

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemasaran internal sebagai basis dalam membangun kepuasan kerja dan kualitas layanan pada hotel non bintang di Denpasar. Penelitian ini menggunakan 91 responden, pengujian dilakukan dengan menggunakan *Partial Least Square* (PLS). Berdasarkan kesimpulan analisis bahwa pemasaran internal berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan kerja, kepuasan kerja berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kualitas layanan, dan pemasaran internal berpengaruh positif signifikan terhadap kualitas layanan. Implikasi dari penelitian ini bahwa mempertahankan serta meningkatkan pemasaran internal dengan memberikan penghargaan atas prestasi kerja, untuk meningkatkan kepuasan kerja dengan lebih mendengarkan saran yang diberikan oleh karyawan, dan untuk mempertahankan serta meningkatkan kualitas layanan dengan selalu memberikan perhatian personal/khusus terhadap para tamu yang menginap dan memahami kebutuhan khusus dari para tamu yang menginap.

**Kata kunci :** Pemasaran internal, Kepuasan kerja dan Kualitas pelayanan

## PENDAHULUAN

Salah satu Usaha untuk mencapai tujuan organisasi baik berorientasi profit maupun non profit adalah harus adanya komitmen dari pihak manajemen pada tujuan tersebut dan perlu dipasarkan untuk para karyawan pada seluruh lini atau disebut pemasaran Internal agar semua pihak memiliki pandangan yang sama. Di sisi lain harus ada pemberdayaan terhadap karyawan dan membuat kondisi kerja yang

---

<sup>11</sup> Tenaga Pengajar Universitas Mahasaraswati Denpasar

menyenangkan sehingga tercapai kepuasan kerjaserta karyawan mampu menghasilkan jasa yang berkualitas.

Mathis dan Jackson (2011) menyatakan bahwa kualitas merupakan salah satu elemen dari kinerja (*performance*) yang dapat mengukur pekerjaan tersebut, seperti pekerjaan seorang dosen perguruan tinggi mungkin meliputi criteria pekerjaan mengajar, riset dan pelayanan. Selanjutnya Zeithaml, *etal.* (2008), menyatakan kualitas layanan sebagai: *the extent of discrepancy between customers expectatios or desire and perceptions*, kualitas pelayanan yang diterima konsumen atau pelanggan dinyatakan sebagai besarnya perbedaan antara harapan atau keinginan konsumen terhadap suatu pelayanan dibandingkan denganrealitas pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan itu sendiri.

Penelitian Sukotjo (2005) menemukan bahwa komitmen manajemen berpengaruh langsung positif terhadap kualitas pelayanan yang dirasakan pelanggan. Komitmen manajemen pada kualitas pelayanan tidakhanya berpengaruh langsung terhadap kepuasan kerja tetapi juga pada *empowerment* (HartlinedanFerrell,1996). *Empowerment* dalam hal melayani konsumen berarti memberikan kepada supervisor atau pekerja izin untuk memprioritaskan konsumen dari masalah-masalah lain dalam organisasi(Keitner dan Kinichi,2005)

Menurut penelitian yang dilakukan Hella (2011),kepuasan kerja berpengaruh signifikan terhadap kualitas layanan karena karyawan yang merasa puas atas pekerjaannya cenderung berupaya semaksimal mungkin menyelesaikan pekerjaannya. Kepuasan kerja mencerminkan perasaan karyawan terhadappekerjaannya (Azeem,2010).Spines*etal.* (2005) menjelaskan kepuasan kerja saja tidak cukup untuk memicu perubahan untuk perbaikan kualitas pelayanan karena dar iperspektif pegawai rasa diberdayakan berpengaruh positif pada respon sikap dan perilaku. Hasil penelitiannya menemukan bahwa perasaan diberdayakan pegawai berpengaruh terhadap kualitas pelayanan melalui kepuasankerja.

Internal Marketing dianggap sebagai suatu alat untuk memperlakukan karyawan sebagai *customer* (Khanza Zaman,*etal*,2012). Selanjutnya menurut

Kotler & Armstrong (2010), pemasaran pelayanan (*servicemarketing*) tidak hanya memerlukan pemasaran eksternal yang tradisional, tapi juga pemasaran internal dan pemasaran interaktif. Pemasaran internal berarti perusahaan pelayanan harus berorientasi dan memotivasi karyawan yang berhubungan langsung dengan pelanggan dan mendukung karyawan sebagai kelompok kerja dalam memberikan kepuasan pelanggan.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Pemasaran Internal**

Internal adalah filosofi manajemen dalam memperlakukan karyawan sebagai pelanggan, juga merupakan suatu pertemuan antara strategi pengembangan produk (atau pekerjaan) dengan karyawan, permintaan dalam rangka untuk memenangkan loyalitas karyawan serta komit menorganisasi (Longbottom et al., 2006). Sedangkan Ribhan (2011) mengatakan bahwa efek positif yang diakibatkan dari pemasaran internal memiliki arti karyawan akan memberikan pemasukan maksimal daripada upaya minimal, cara tersebut lebih memuaskan kebutuhan dan kemauan eksternal konsumen. Pemasaran internal merupakan prasyarat dari pemasaran eksternal yang efektif.

### **Kualitas Pelayanan**

Mathis dan Jackson (2011) menyatakan bahwa kualitas merupakan salah satu elemen dari kinerja (*performance*) yang dapat mengukur pekerjaan tersebut, seperti pekerjaan seorang dosen perguruan tinggi mungkin meliputi kriteria pekerjaan mengajar, riset dan pelayanan. Definisi ini menekankan orientasi pada pemenuhan harapan pelanggan. Dikemukakan pula oleh Taguchi (Tjiptono, 2004:12) bahwa kualitas adalah kerugian yang ditimbulkan oleh suatu produk bagi masyarakat setelah produk tersebut dikirim, selain kerugian-kerugian yang disebabkan fungsi intrinsik produk.

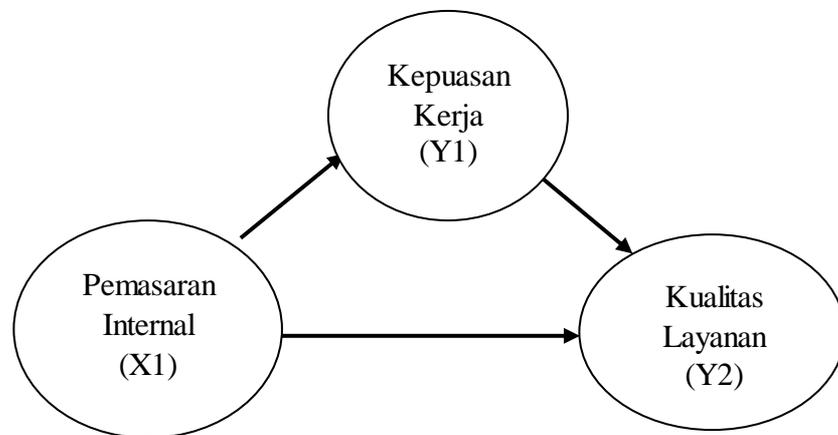
### **Kepuasan Kerja Karyawan**

Menurut Suwatno dan Priansa (2011), kepuasan kerja (*job satisfaction*)

adalah cara individu merasakan pekerjaannya yang dihasilkan dari sikap individu tersebut terhadap berbagai aspek yang terkandung di dalam pekerjaan. Lusch, *et al*, (2006) menyatakan bahwa kepuasan kerja adalah hasil dari persepsi karyawan mengenai seberapa baik pekerjaan mereka memberikan hal yang dianggap penting. Kepuasan kerja merupakan suatu perasaan positif tentang pekerjaan seseorang yang merupakan hasil dari evaluasi karakteristiknya (Robbins dan Judge, 2008)

Berdasarkan latar belakang dan kajian pustaka maka dapat digambarkan rumusan hipotesis sebagai berikut:

**Gambar 1**  
**Kerangka**  
**konseptual**



### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan desain gabungan yaitu kualitatif dan kuantitatif dalam melakukan analisis data, sedangkan data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh secara langsung dari lokasi penelitian, baik dengan melakukan wawancara atau menyebarkan kuesioner dan data sekunder yang diperoleh dan dihimpun oleh pihak lain dan perlu diolah kembali. Penelitian ini dilakukan pada Hotel Non Bintang di Denpasar dengan subyeknya adalah karyawan Hotel Non Bintang di Denpasar sebanyak 91 responden dan obyek penelitiannya adalah Pemasaran Internal, Kepuasan Kerja dan Kualitas Layanan

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen

Uji validitas instrumen dalam penelitian ini menggunakan *product momment correlation* dengan *cutoff*  $\geq 0,30$  (Hair et al.2006). Reliabilitas artinya tingkat kepercayaan terhadap hasil suatu pengukuran,digunakan *croanbach'scoefficient alpha* yang mengindikasikan seberapa jauh item-item dalam penelitian saling berkorelasi positif satu dengan lainnya. Nilai *croanbach's alpha* berkisar antara 0 sampai 1. Reliabilitas mengacu pada nilai *croanbach's alphas* dengan *cutoff*  $\geq 0,60$ .

**Tabel 1**  
**Hasil Uji Convergen Validity (Outer Loading)**

Indikator	Pemasaran Internal	Kualitas Layanan	Kepuasan Kerja
X1	0.694		
X2	0.914		
X3	0.926		
X4	0.802		
X5	0.626		
Y11			0.678
Y12			0.799
Y13			0.654
Y15			0.869
Y22		0.767	
Y23		0.788	
Y24		0.582	
Y25		0.800	

Sumber: data diolah, 2017

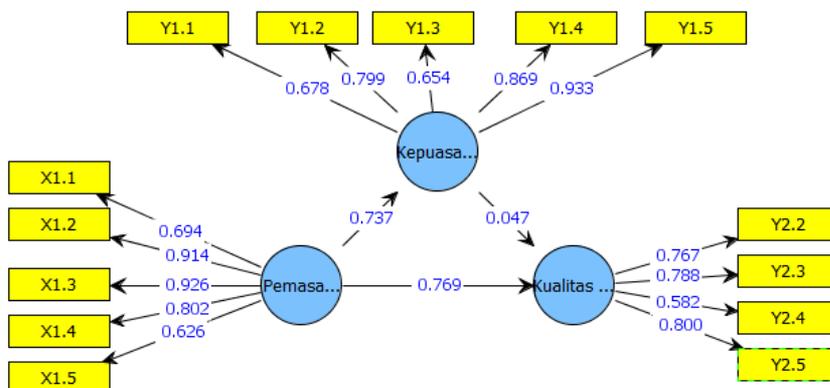
Hasil pengujian pada Tabel 1 di atas menunjukkan bahwa seluruh nilai *croanbach'scoefficient alphas* memiliki nilai di atas 0,6. Jadi dapat disimpulkan bahwa pengukuran ini memenuhi persyaratan validitas.

### Analisis Inferesial

Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis *Partial Least Square (PLS)* untuk melakukan uji dan analisis terhadap hipotesis penelitian yang telah dikemukakan sebelumnya. Di dalam PLS model structural hubungan antar variable

laten disebut *iner model* sedangkan model pengukuran disebut *outer model*

**Gambar 2**  
**Hasil Output Partial Least Square (PLS)**



### *Goodness Of Fit – Outer Model*

Pada tahap ini terdapat tiga nilai yang menjadi perhatian yaitu: *convergent validity*, *discriminant validity* dan *composite reliability*. *Convergent validity* digunakan mengetahui item instrument yang digunakan sebagai indicator dari seluruh variable laten.

Berikut hasil dari pengujian *Convergent validity* :

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Convergen Validity (Outer Loading)**

Indikator	Pemasaran Internal	Kualitas Layanan	Kepuasan Kerja
X1	0.694		
X2	0.914		
X3	0.926		
X4	0.802		
X5	0.626		
Y11			0.678
Y12			0.799
Y13			0.654
Y15			0.869
Y22		0.767	
Y23		0.788	

Y24		0.582	
Y25		0.800	

Sumber: data diolah, 2017

Dari hasil pengujian table 2 dapat dilihat seluruh *outer loading* memiliki nilai lebih besar dari 0,5. Sehingga pengukuran memenuhi persyaratan validitas konvergen.

**Tabel 3**  
**Hasil Pengujian *Discriminant Validity***

Variabel	<i>Average variance extracted (AVE)</i>	Keterangan
Pemasaran Internal	0.642	Valid
Kualitas Layanan	0.547	Valid
Kepuasan Kerja	0.635	Valid

Hasil pengujian pada Tabel 3 menunjukkan bahwa semua akar *AVE* pada variabel penelitian memiliki nilai lebih besar dari 0,5. Jadi dapat disimpulkan bahwa pengukuran ini memenuhi persyaratan validitas diskriminant.

**Tabel 4**  
**Hasil Uji *Composite Reliability***

Variabel	<i>Composite Reliability</i>
Pemasaran Internal	0,898
Kualitas Layanan	0,793
Kepuasan Kerja	0,895

Dari Tabel 4 diatas memperlihatkan bahwa nilai *composite reliability* ke tiga variabel yang membentuk model penelitian semuanya diatas 0,70. Hal ini berarti bahwa semua indikator refleksif yang membentuk model penelitian adalah reliabel.

#### ***Goodness of Fit Model***

Pengujian *Goodness of Fit (GoF)* model struktural pada *inner model* menggunakan nilai *Q<sup>2</sup> predictive-relevance (Q<sup>2</sup>)* untuk melakukan uji terhadap

variabel - variabel yang digunakan pada model sehingga dapat diketahui seberapa besar pengaruh variable eksogen terhadap variable endogen. Nilai  $R^2$  tiap-tiap variabel endogen dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4 berikut.

**Tabel 4**  
**Nilai  $R^2$  Variabel Endogen**

Variabel dependen	<i>R-square</i>
Pemasaran Internal	
Kualitas Layanan	0,700
Kepuasan Kerja	0,534

Nilai  $Q^2$  *predictive-relevance* diperoleh dengan rumus:

$$Q^2 = 1 - (1 - R_1^2) (1 - R_2^2)$$

$$Q^2 = 1 - (1 - 0,700) (1 - 0,534)$$

$$Q^2 = 1 - (0,300) (0,466)$$

$$Q^2 = 1 - 0,139$$

$$Q^2 = 0,860$$

Hasil perhitungan memperlihatkan nilai *predictive-relevance* sebesar 0,860 (> 0). Hal itu berarti bahwa 86% variasi pada variabel kepuasan kerja (*dependent variabel*) dapat dijelaskan oleh variabel-variabel yang digunakan dalam model penelitian yaitu pemasaran internal dan kualitas layanan, sedangkan sisanya sebesar 14% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian.

#### **Analisis *Partial Least Square (PLS)***

#### **Hipotesis 1: Pemasaran Internal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kualitas Layanan**

Hasil pengujian hipotesis dengan pendekatan *PLS* menghasilkan koefisien jalur pengaruh langsung pemasaran internal terhadap kualitas layanan dengan nilai sebesar 0,691 dan *t-statistics* 3,423. Nilai *t-statistics* 3,423 lebih besar dari 1,896 (alpha 5%), maka pengaruh pemasaran internal terhadap kualitas layanan adalah signifikan. Dengan demikian, maka hipotesis 1 (H1) yang menyatakan bahwa pemasaran internal berpengaruh positif signifikan terhadap kualitas layanan

diterima. Hal ini mengandung makna, bahwa dengan semakin baiknya pemasaran internal yang dilakukan dapat meningkatkan kualitas layanan.

**Hipotesis 2: Kepuasan kerja berpengaruh positif signifikan terhadap kualitas layanan.**

Pengujian hipotesis dengan Model Persamaan Struktural pendekatan *PLS* menghasilkan koefisien jalur pengaruh langsung kepuasan kerja terhadap kualitas layanan menunjukkan nilai sebesar 0,186 dengan *t-statistics* 0,047. Karena nilai *t-statistics* sebesar 0,770 lebih kecil dari 1,96 (alpha 5%), maka hipotesis 2 (H2), yang menyatakan bahwa kepuasan kerja berpengaruh positif signifikan terhadap kualitas layanan tidak dapat diterima atau ditolak. Hal ini mengandung makna, bahwa peningkatan kepuasan kerja tidak berdampak secara nyata pada peningkatan kualitas layanan.

**Hipotesis 3: Pemasaran Internal berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Kerja.**

Pengujian hipotesis dengan pendekatan *PLS* menghasilkan koefisien jalur pengaruh langsung komitmen organisasional terhadap kualitas layanan menunjukkan nilai sebesar 0,731 dengan *t-statistik* 4,001. Karena *t-statistics* sebesar 4,001 lebih besar dari 1,896 (alpha 5%), maka hipotesis 3 (H3) yang menyatakan bahwa pemasaran internal berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan kerja dapat diterima. Hal ini mengandung makna, bahwa pemasaran internal yang dilakukan dengan baik dapat membantu di dalam meningkatkan kepuasan kerja.

**Implikasi Penelitian**

Implikasi dari penelitian ini adalah adanya beberapa hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan pemasaran internal, kepuasan kerja dan kualitas layanan. Dari hasil analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa pemasaran internal, kepuasan kerja karyawan dan kualitas layanan semuanya dipersepsikan sangat baik oleh para karyawan hotel non bintang di Denpasar. Penelitian ini juga memberikan implikasi penting terkait dengan teori tentang pemasaran internal yang dikaitkan dengan kepuasan kerja dan kualitas layanan. Hasil penelitian ini sangat mendukung

penelitian-penelitian sebelumnya, terutama yang berkaitan dengan pemasaran internal dengan kepuasan kerja dan kualitas layanan.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Berdasarkan permasalahan penelitian, tujuan, hipotesis, dan hasil pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Pemasaran internal berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan kerja. Hal ini menandakan bahwa dengan semakin baiknya pemasaran internal akan mampu di dalam meningkatkan kepuasan kerja.
2. Kepuasan kerja berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kualitas layanan. Hal ini menandakan bahwa dengan peningkatan kepuasan kerja belum berdampak pada peningkatan kualitas layanan secara nyata.
3. Pemasaran internal berpengaruh positif signifikan terhadap kualitas layanan. Hal ini menandakan bahwa dengan pemasaran internal yang semakin baik akan mampu meningkatkan kualitas layanan.

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan pada penelitian ini, dapat diambil beberapa saran untuk meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan kerja melalui pemasaran internal sebagai berikut.

1. Mempertahankan serta meningkatkan pemasaran internal dengan memberikan penghargaan atas prestasi kerja karyawan sehingga karyawan bisa lebih terpacu semangatnya di dalam bekerja.
2. Meningkatkan kepuasan kerja dengan lebih mendengarkan saran yang diberikan oleh karyawan, sehingga karyawan dapat merasa dihargai dan memiliki kontribusi serta hak yang sama dengan karyawan lainnya di dalam membantu mengembangkan perusahaan di tempat mereka bekerja.
3. Mempertahankan serta meningkatkan kualitas layanan dengan selalu memberikan perhatian personal/khusus terhadap para tamu yang menginap dan memahami kebutuhan khusus dari para tamu yang menginap.

## REFERENSI

- Azeem, S.M. 2010. Jobsatisfaction and organizational commitment among employees in the Sultanate of Oman, *Journal of Psychology*, Vol.1, No.4, pp.295-299.
- Hella, M.A. 2011. Pengaruh Motivasi Terhadap Kepuasan Kerjadan Kualitas Pelayanan Karyawan PT. PLN (Persero) Distribusi Bali. *Thesis*. Program Pasca Sarjana Universitas Udayana.
- Hartline, M., Dand Ferrello, C., 1996, "The Management of Customer Contact Service Employees: An Emperical Investigation", *Journal of Marketing*, V. 60, Oct, pp:68-78.
- Keitner Robert dan Kenicki Angelo, 2005. Perilaku Organisasi. Buku 2 Edisi 5 Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Khanza Zaman, Neelum Javaid, Asma Arshad, Samina Bibi, "Impact of Internal Marketing on Market Orientation and Business Performance", 2012.
- Kotler, P. dan Keller, K.L. 2007. Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Longbottom D., Osseo-Assare E., Chourides P., Murphy W., 2006 "Real Quality: does the future of TQM depend on internal marketing?", *Total Quality Management and Business Excellence Journal*, vol. 17, n.4, pp.709-733.
- Lusch F. Robert, Harvey G. Michael dan Griffith A. David, 2006. "Social exchange in supply chain relationships: The resulting benefits of procedural and distributive justice", *Journal of Operations Management* (24):85-98.
- Mathis. R., L. & Jackson, J., H 2009 "Manajemen Sumber Daya Manusia (terj. Diana Angelica). Jakarta: Salemba Empat.
- Mathis, R. L dan Jackson. 2011. *Human Resource Management*. Jakarta: Salemba Empat
- Ribban, 2011, "Internal Marketing: Dampak Job Satisfaction, Organisational Commitment Pada Customers Satisfaction", *Fokus Ekonomi (FE)*, Vol. 10, No.11, pp:81-99.
- Robbins, S dan Judge, T.A. 2008. Perilaku Organisasi. Jakarta: Salemba Empat
- Sukotjo Hendri, 2005. Pengaruh Orientasi Riset Pemasaran, Komitmen Manajemen, Pemasaran Internal dan Kepuasan Kerjaterhadap Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Perguruan Tinggi Swastadi Jawa Timur, *Disertasi Universitas Bra w i j a y a M a l a n g*.
- Snipes L Robin, Oswald L Sharon. La Tour Michael dan Armenakis A. Achilles, 2005, *The effect of specific job satisfaction facets on customer perceptions of service quality: an employee-level analysis*, *Journal of Business Reseach*, 58 page 1330-1339.
- Suwatno, H dan Priansa, D.J. 2011. Manajemen SDM dalam Organisasi Publik dan Bisnis. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, Fandy. 2004. Pemasaran Jasa. Andi Offset. Yogyakarta.
- Zeithaml V. A., Wilson Alan., & Bitner M. Jo. 2008, "Service Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm. McGraw-Hill Higher Education.