

# Jurnal MANDIRI<sup>TM</sup>

ILMU PENGETAHUAN, SENI, DAN TEKNOLOGI

ISSN : 2580-3220  
E-ISSN : 2580-4588

[www.jurnalmandiri.com](http://www.jurnalmandiri.com)

Vol. 1, No. 1, Juni 2017



J. Mandiri.

Vol. 1

No. 1

Hal. 1 - 127

Tangerang Selatan,  
Juni 2017

ISSN : 2580-3220  
E-ISSN : 2580-4588



# Pengantar Redaksi

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas berkah, rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya, *JURNAL MANDIRI: Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi*, dapat terbit untuk pertama kalinya. Edisi Perdana, Vol. 1, No. 1, Juni 2017, ini merupakan pencapaian tersendiri bagi kami selaku pengelola.

Adapun cakupan dalam *JURNAL MANDIRI: Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi*, ini adalah merupakan ide-ide atau gagasan maupun hasil kajian dan karya ilmiah baik yang berasal dari penelitian dan pengabdian pada masyarakat dengan tujuan untuk kemajuan ilmu pengetahuan, seni, dan teknologi. Selain itu keberadaan Jurnal ini diharapkan dapat menjadi sarana bagi peningkatan kompetensi dosen dan juga sebagai alternatif bagi masyarakat umum dalam mempublikasikan hasil-hasil karyanya.

Tentu, pada penerbitan perdana ini masih banyak kekurangan di sana-sini. Untuk itu kami menerima masukan berupa kritikan dan saran melalui alamat dan email yang tertera guna perbaikan pada edisi-edisi berikutnya.

Sebagai penutup, kami mengundang Bapak/Ibu/Sdr. untuk dapat mengisi Jurnal ini.

Terima kasih dan selamat membaca.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

**Redaksi**

**Jurnal**  
**MANDIRI™**  
ILMU PENGETAHUAN, SENI, DAN TEKNOLOGI

ISSN : 2580-3220, E-ISSN : 2580-4588

Vol. 1, No. 1, Juni 2017

Terbit dua kali setahun pada bulan Juni dan Desember. Berisi tulisan yang diangkat dari hasil penelitian, kajian, dan karya ilmiah serta pengabdian kepada masyarakat dalam berbagai bidang ilmu pengetahuan, seni, dan teknologi.

*Managing Editor*

**Syamruddin Batubara**

*Redaktur Eksekutif*

**Nefo Indra Nizar**

*Wakil Redaktur Eksekutif*

**Ahmad Nazir**

*Dewan Redaksi*

**Iman Lubis**

**Ahmad Yani Nasution**

**Hamdi Mahmud**

**Asep Kamaluddin Nashir**

*Dewan Penyunting*

**Ruknan**

**Revino**

**Suwardi**

**Widiningsih**

**Dhoni Martien**

*Sekretaris Redaksi*

**Kusworo**

*IT & Desain*

**Achmad Nursaleh**

**Kuntoro**

**Alamat Penyunting dan Tata Usaha**

**JURNAL MANDIRI:** Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi, dengan alamat Lembaga Kajian Demokrasi dan Pemberdayaan Masyarakat (LKD-PM), Jalan Dr. Setiabudi No. 8. Pamulang, Tangerang Selatan, 15417, Telp. 29050024, Fax. 29204534, E-mail : redaksi@jurnalmandiri.com, jurnalmandiri@gmail.com.

**JURNAL MANDIRI:** Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi, diterbitkan oleh Lembaga Kajian Demokrasi dan Pemberdayaan Masyarakat (LKD-PM), sejak Juni 2017. Terbit berkala setiap enam bulan sekali (dua kali setahun). Penanggung jawab adalah Direktur LKD-PM.

Penerbit menerima sumbangan tulisan yang belum pernah diterbitkan oleh media lain. Tulisan dapat dikirim dalam bentuk artikel cetak dan *softcopy* dengan format seperti tercantum pada halaman dalam belakang. Artikel yang masuk akan di-review substansinya oleh Dewan Penyunting dan disunting untuk keseragaman format, istilah, dan tata cara lainnya.



KONTRIBUSI PEMBERIAN KREDIT DAN KEMAMPUAN MANAJERIAL TERHADAP TINGKAT PENDAPATAN UKM DI KOTA MADIUN 2015 <i>oleh Aditya Pratama</i> .....	1
IMPLEMENTASI KEBIJAKAN E-MUSRENBANG DI KELURAHAN GONDONG, KECAMATAN CIPONDOH, KOTA TANGERANG <i>oleh Ahmad Nazir</i> .....	9
TA'ADDUD AL-JUM'AT MENURUT EMPAT MAZHAB <i>oleh Ahmad Yani Nasution</i> .....	23
ANALISIS PENGARUH PROFITABILITAS, <i>FINANCIAL LEVERAGE</i> , DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PERATAAN LABA : STUDI EMPIRIS PERUSAHAAN <i>COSMETIC, HOUSEHOLD, DAN HOUSEWARE</i> YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2007-2011 <i>oleh Aria Aji Priyanto</i> .....	41
PENGARUH MAKRO EKONOMI TERHADAP PASAR SAHAM LIQUID DI INDONESIA <i>oleh Iman Lubis</i> .....	57
PENGEMBANGAN MODEL KERJA SAMA <i>LINK AND MATCH</i> UNTUK MENINGKATKAN KESIAPAN KERJA BAGI LULUSAN SMK KOMPETENSI KEAHLIAN AKUNTANSI DI KOTA SEMARANG <i>oleh Ivan Putranto</i> .....	69
PENGEMBANGAN MODUL PEMBELAJARAN EKONOMI BERBASIS <i>GUIDED INQUIRY</i> UNTUK MENINGKATKAN HASIL BELAJAR EKONOMI SISWA KELAS X SMA MUHAMMADIYAH 1 KARANGANYAR <i>oleh Kusworo</i> .....	85
ANALISIS MODEL BISNIS DAN STRATEGI PERUSAHAAN <i>START UP E-COMMERCE</i> (STUDI KASUS PADA GEROBAKONLINE.COM) <i>oleh Nefo Indra Nizar</i> .....	99
ANALISIS STRATEGI DAN PROSPEK BISNIS HARIAN UMUM SINAR PAGI <i>oleh Syamruddin</i> .....	115



Jurnal  
**MANDIRI**<sup>OTM</sup>  
ILMU PENGETAHUAN, SENI, DAN TEKNOLOGI

[www.jurnalmandiri.com](http://www.jurnalmandiri.com)

## KONTRIBUSI PEMBERIAN KREDIT DAN KEMAMPUAN MANAJERIAL TERHADAP TINGKAT PENDAPATAN UKM DI KOTA MADIUN 2015

**Aditya Pratama**

**Dosen Universitas Pamulang**

*Email: aditya.pratama.999999@gmail.com*

### ABSTRAK

Latar Belakang: Perkembangan persaingan sebuah usaha semakin lama semakin ketat diikuti dengan perkembangan perekonomian yang ada. Pemberian kredit dan kemampuan manajerial diduga merupakan variabel yang memiliki kontribusi dengan tingkat pendapatan. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis kontribusi pemberian kredit dan kemampuan manajerial terhadap tingkat pendapatan UKM di Kota Madiun. Metode: Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah seluruh UKM pada tiga kecamatan di Kota Madiun sebanyak 113 UKM, sedangkan sampel penelitian ini diambil sebanyak 90 UKM. Sampel tersebut diambil dengan teknik propotionate stratified random sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan angket dan dokumentasi. Teknik analisis data pada penelitian ini adalah dengan menggunakan regresi linier berganda. Hasil: Berdasarkan uji hipotesis dibuktikan bahwa: (1) Terdapat kontribusi pemberian kredit terhadap tingkat pendapatan UKM (2) Terdapat kontribusi kemampuan manajerial terhadap tingkat pendapatan UKM (3) terdapat kontribusi pemberian kredit dan kemampuan manajerial terhadap tingkat pendapatan UKM. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pemberian kredit dan kemampuan manajerial berkontribusi langsung terhadap tingkat pendapatan UKM di Kota Madiun.

**Kata Kunci:** Pemberian Kredit, Kemampuan Manajerial dan Diferensiasi Produk Tingkat Pendapatan UKM.

### PENDAHULUAN

Perkembangan persaingan sebuah usaha semakin lama semakin ketat diikuti dengan perkembangan perekonomian yang ada. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) di Indonesia jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) tahun 2014 sebanyak 57,89 juta unit. Jumlah tersebut diperkirakan akan meningkat setiap tahunnya. Peningkatan jumlah UMKN tidak terlepas dari peningkatan jumlah angkatan kerja setiap tahunnya yang tidak

diimbangi oleh penambahan lapangan kerja yang dilakukan oleh pemerintah.

Berdasarkan sumber dari Kementerian Perindustrian kontribusi sektor UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) meningkat dari 57,84% menjadi 60,34% dalam lima tahun terakhir. Serapan tenaga kerja pada sektor ini juga meningkat dari 96,99% menjadi 97,22% pada periode yang sama. Kontribusi sektor UMKM terhadap ekspor Indonesia tahun 2015 hanya 15,8%, jauh lebih kecil dibandingkan

dengan Negara-negara di kawasan Asia Tenggara seperti di Thailand dan Filipina kontribusi sektor UMKM terhadap ekspor 29,5% dan Filipina 20%.

Di Indonesia terdapat salah satu kota yang terkenal dengan perdagangan dan perindustrian. Kota Madiun merupakan kota yang terkenal dengan julukan Kota Gadis yang memiliki arti perdagangan dan perindustrian. Kota Madiun memiliki jumlah UMKM tergolong kedalam jumlah yang banyak. Berdasarkan data di Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, dan Pariwisata (Disperindagkoppar) Kota Madiun hingga akhir tahun 2014, secara keseluruhan sebanyak 22.792 usaha, 90 persennya didominasi usaha mikro. Namun, pernyataan dari Kepala Disperindagkoppar Kota Madiun, Totok Sugi-harto melalui Kabid Koperasi dan UMKM, Heri Wasana yang mengatakan, petugas juga kesulitan untuk melakukan pendataan terhadap banyaknya UMKM yang tidak bertahan lama atau fluktuatif. Karena itu, tahun ini UMKM akan menjadi fokus pembinaan Disperindagkoppar Kota Madiun.

Jumlah UMKM di Kota Madiun selalu mengalami fluktuasi bisa jadi dikarenakan ketidak mampuan pengelolaan maupun modal yang dimiliki pelaku UMKM. Namun, terlepas dari kepastian jumlah UMKM yang ada di kota Madiun tetap saja pelaku UMKM memberikan kontribusi terhadap PDB. Kontribusi sektor UMKM terhadap PDB tidak terlepas nilai barang dan jasa yang dihasilkan oleh UKM dalam satu tahun tertentu. Nilai barang maupun jasa yang dihasilkan oleh UMKM merupakan gambaran awal tentang kemampuan UMKM dalam permodalan maupun kemampuan dalam pengelolaan suatu usaha. Nilai barang maupun jasa yang dihasilkan oleh UMKM juga mampu menggambarkan tingkat pendapatan yang diperoleh.

Tingkat pendapatan bisa mencerminkan keberhasilan suatu usaha, melalui tingkat pendapatan juga dapat dilihat berapa banyak nilai barang maupun jasa yang telah dihasilkan. Jumlah produk maupun jasa yang dihasilkan tidak

terlepas dari jumlah modal yang dimiliki suatu unit usaha. Modal inilah yang menjadi kendala dalam pengembangan sebuah UMKM. Kendala keterbatasan permodalan yang dimiliki oleh UMKM dapat terpecahkan melalui bantuan kredit usaha yang diberikan oleh lembaga keuangan seperti koperasi.

Ikatan Akuntan Indonesia (IAI, 2007: 31) menyatakan bahwa, "Kredit adalah peminjaman uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam-meminjam antara bank dan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan jumlah bunga, imbalan, atau pembagian hasil keuntungan".

Menurut Undang-undang No.10/1998 pasal 21 ayat 11 dalam Firdaus dan Ariyanti (2004: 1) menyatakan bahwa kredit adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian bunga. Berdasarkan pendapat di atas kredit merupakan kegiatan penyaluran dana yang antara pemilik modal dan peminjam modal berdasarkan ketentuan yang sudah disepakati.

Pemberian kredit yang diberikan oleh bank umum atau bank perkreditan rakyat memiliki berbagai jenis-jenis kredit. Jenis-jenis ini bisa mempengaruhi jumlah dana pinjaman yang akan diterima oleh kreditur. Menurut Kuncoro dan Suhardjono (2011: 206) bahwa pengelompokan kredit dapat dibedakan sebagai berikut:

- a. Kredit modal kerja (KMK) adalah fasilitas kredit yang dipergunakan untuk membiayai aktiva lancar dan atau menggantikan hutang dagang, serta membiayai sementara kegiatan operasional rutin perusahaan.
- b. Kredit transaksi khusus, adalah fasilitas kredit yang hanya sekali pakai yang disetujui untuk suatu tujuan atau beberapa tujuan tertentu.

- c. Kredit tidak langsung (kontijen) adalah kredit yang tidak memerlukan disposisi dana secara langsung pada saat kredit tersebut disetujui.
- d. Kredit investasi adalah fasilitas kredit yang diberikan untuk membantu pembiayaan pemohon dalam memperoleh barang modal selain tanah yang tercermin dalam aktiva tetap perusahaan.
- e. Kredit konsumtif adalah kredit yang memberikan untuk membiayai kebutuhan konsumtif yang diperlukan pemohon dan sumber pembayaran kembali kreditnya berasal dari penghasilan/gaji pemohon.

Uraian di atas merupakan jenis-jenis dari kredit. Tidak hanya kredit saja yang mempunyai berbagai macam jenis. Pemberian kredit pun memiliki tujuan-tujuan yang berbeda tergantung dengan posisi apakah sebagai kreditur, debitur maupun masyarakat umum. Berikut ini merupakan pendapat dari Tjoekam (2003: 3) tentang perbedaan dari tujuan kredit dari satu pihak ke pihak yang lain.

- a. Tujuan kredit bagi kreditur: 1) Perkreditan merupakan sumber utama pendapatan, 2) Pemberian kredit merupakan perangsang pemasaran produk-produk lainnya dalam persaingan, 3) Perkreditan merupakan instrumen menjaga likuiditas, solvabilitas, dan profitabilitas bank.
- b. Tujuan kredit bagi debitur: 1) Kredit berfungsi sebagai sarana untuk membuat kegiatan usaha semakin lancar, *performance* usaha semakin baik dari sebelumnya, 2) Kredit meningkatkan minat berusaha dan keuntungan sebagai jaminan kelanjutan kehidupan perusahaan, 3) Kredit memperluas kesempatan berusaha dan kerja dalam perusahaan.
- c. Tujuan kredit bagi masyarakat: 1) Kredit dapat mengurangi pengangguran karena dapat membuka peluang usaha kerja dan pemerataan pendapatan, 2) Kredit dapat meningkatkan fungsi pasar karena ada peningkatan daya beli.

Lembaga peminjaman uang tidak hanya bank umum tetapi ada lembaga lain yang memberikan pinjaman uang untuk modal usaha salah satu contohnya ialah koperasi. Menurut Cheruiyot, Kimeli, Ogendo (2012), kredit koperasi mempunyai peran penting dalam pengembangan masyarakat dengan memberikan pinjaman untuk tujuan produktif dan kesejahteraan. Program bantuan modal usaha melalui kredit sudah mulai banyak dilakukan di setiap daerah di Indonesia.

Pemberian kredit kepada calon peminjam tidak serta merta diberikan begitu saja. Pemberian kredit harus melewati tahapan-tahapan yang telah ditentukan oleh lembaga keuangan. Setelah tahapan tersebut terlewati baru kreditur bisa memperoleh dana dari pemberian kredit oleh debitur. Berikut ini merupakan tahapan yang dipergunakan dalam menunjang analisis untuk penentuan pemberian kredit, analisis ini ialah 5 C kredit pemohon, yaitu *Character*, *Capacity*, *Capital*, *Condition*, dan *Collateral* (Kuncoro dan Suhardjono, 2011: 227).

- a. Analisis *character* bertujuan untuk mendapatkan gambaran akan kemauan membayar dari pemohon, mencakup perilaku pemohon sebelum dan selama permohonan kredit diajukan.
- b. Analisis *capacity* dilakukan dengan tujuan untuk mengukur tingkat kemampuan mengembalikan kredit dari usaha yang dibiayai, mencakup aspek manajemen, aspek produksi, aspek pemasaran, aspek personalia, dan aspek finansial.
- c. Analisis *capital* yang bertujuan untuk mengukur kemampuan pemohon dalam menyediakan modal sendiri, yang mencakup besar dan komposisi modal, perkembangan laba usaha selama tiga periode sebelumnya.
- d. Analisis *condition* bertujuan untuk mengetahui prospektif atau tidaknya suatu usaha yang akan dibiayai, yang meliputi siklus bisnis mulai dari bahan baku, pengolahan, dan pemasaran.
- e. Analisis *collateral* bertujuan untuk mengeta-

hui besarnya nilai agunan yang dapat dipergunakan sebagai alat pengaman lapis kedua bagi bank dalam setiap pemberian kredit apabila kredit yang diberikan menjadi bermasalah.

Pemerintah sekarang sudah mulai memperhatikan UMKM karena tidak bisa dipungkiri bahwa UMKM menyumbang angka yang besar terhadap PDB, sehingga pemerintah berupaya membantu pelaku UMKM untuk dapat berkembang. Hal tersebut sejalan dengan pendapat dari Nawai dan Shariff (2011), kredit sangat penting untuk pengembangan usaha. Bantuan kredit yang berasal dari lembaga keuangan dapat dimanfaatkan pelaku UMKM untuk digunakan dalam kegiatan produktif guna mengembangkan usahanya. Hal tersebut diperkuat hasil penelitian Menurut Fatoki, Asah (2011) dan Oyi, Daniya yang dikutip oleh Gulani dan Usman (2012) bahwa, tambahan modal diperlukan untuk memfasilitasi pengembangan usaha seperti pengembangan produk memperluas tempat usaha dan menambah tenaga kerja atau fasilitas produksi.

Penambahan modal kerja secara kredit yang diberikan oleh lembaga keuangan tidak serta merta membuat pelaku UMKM akan mampu mengembangkan usahanya. Penggunaan tambahan modal usaha harus digunakan dalam kegiatan produktif supaya mampu meningkatkan nilai barang maupun jasa yang dihasilkan UMKM. Peningkatan nilai barang maupun jasa akan memberikan efek terhadap pendapat yang diterima pelaku UMKM, sehingga pelaku UMKM dapat menjalankan kewajibannya. Pemberian tambahan modal secara kredit mempunyai kewajiban yang harus dilaksanakan oleh pelaku UMKM misalnya pembayaran cicilan dari pinjaman kredit setiap bulannya.

Peningkatan pendapatan yang berasal dari penambahan modal secara kredit juga mampu meningkatkan kesejahteraan pelaku UMKM. Hal tersebut diperkuat oleh pendapat Cheruiyot, Kimeli, Ogendo (2012: 50) menyatakan bahwa kredit Koperasi memainkan peran pen-

ting dalam sosial ekonomi pengembangan masyarakat, mereka menyediakan jalan bagi anggota untuk menyimpan secara teratur dan kemudian meminjam untuk tujuan produktif dan kesejahteraan.

Pengelolaan modal usaha baik yang berasal dari lembaga keuangan secara kredit atau dari modal pribadi membutuhkan sebuah keterampilan. Keterampilan tersebut tidak hanya dalam penggunaan modal tetapi juga harus mampu secara tepat menempatkan tambahan modal di dalam sebuah usaha. Berikut ini merupakan pendapat tentang pengertian dari kemampuan manajerial menurut Karweti (2010: 12) menyatakan bahwa Kemampuan manajerial adalah seperangkat keterampilan teknis dalam melaksanakan tugas sebagai manajer untuk mendayagunakan segala sumber yang tersedia untuk mencapai tujuan usaha secara efektif dan efisien. Sambasivan (2012: 58) menyatakan bahwa, "*Managerial competencies are the skills, attributes and behaviours which are considered essential for staff with managerial or supervisory responsibilities*". (Kompetensi manajerial adalah keterampilan, sifat dan tingkah laku yang dianggap penting bagi para staf dengan manajerial atau tanggung jawab pengawas).

Kemampuan manajerial adalah kemampuan untuk mengelola usaha seperti perencanaan, pengorganisasian, pemberian motivasi, pengawasan dan penilaian (Siagian, 1997: 107). Berdasarkan pendapat di atas kemampuan manajerial merupakan kemampuan yang dapat ditingkatkan yang berhubungan dengan pengelolaan suatu bidang usaha secara tepat sesuai dengan kebutuhan sehingga menciptakan hasil yang optimal.

Di dalam kemampuan manajerial minimal diperlukan tiga macam bidang keterampilan. Menurut Katz dalam Damim (2002: 44) bahwa: kemampuan manajerial itu meliputi *technical skill* (kemampuan teknis), *human skill* (kemampuan hubungan kemanusiaan), dan *conceptual skill* (kemampuan konseptual). Selain itu kemampuan manajerial bisa dinilai dari

jenjang pendidikan maupun pengalaman dalam menjalankan suatu usaha. Pernyataan tersebut diperkuat pendapat Hisrich and Drnovsek seperti yang dikutip oleh Fatoki and Asah (2011: 173) menyatakan bahwa, "*Managerial Competencies as measured by education, managerial experience, start-up experience and knowledge of the business positively impact on the performance of SMEs*". (Kompetensi manajerial yang diukur dengan pendidikan, pengalaman manajerial, pengalaman memulai dan pengetahuan tentang bisnis positif berdampak pada kinerja usaha kecil dan menengah).

Leslie, Dalton, Ernst and Deal yang dikutip oleh Sambasivan (2012: 59) juga menguatkan pernyataan di atas, menyatakan bahwa:

*"Managerial capabilities includes three major categories of skill; learning behaviours, resilience and business knowledge. Learning behaviour include the motivation and skill to work and learn across cultural differences, resilience refers to the ability to manage time and stress, factors that might, be more salient in the management task. The third skill group 'business knowledge' represents knowledge of the business strategies and practices"*.

(Kemampuan manajerial mencakup tiga kategori utama dari keterampilan; perilaku belajar, ketahanan, dan pengetahuan bisnis. Perilaku belajar meliputi motivasi dan keterampilan untuk bekerja dan belajar di perbedaan budaya. Ketahanan mengacu pada kemampuan untuk mengelola waktu dan stres, faktor-faktor yang mungkin, akan lebih menonjol dalam tugas manajemen. Kelompok ketiga *skill* "pengetahuan bisnis" merupakan pengetahuan tentang strategi dan praktek bisnis).

Keterampilan maupun kemampuan pelaku UMKM juga merupakan salah satu faktor penting dalam kesuksesan sebuah usaha. Kemampuan tersebut dinamakan kemampuan manajerial yang merupakan kemampuan keterampilan teknis dalam melaksanakan tugas sebagai manajer untuk mendayagunakan segala sumber yang tersedia untuk mencapai tujuan usaha

secara efektif dan efisien (Karweti, 2010: 12). Hal tersebut diperkuat pendapat dari Karweti (2010) dan Sambasivan (2012), kemampuan manajerial merupakan keterampilan yang dianggap penting seorang pemimpin dalam melaksanakan tanggungjawab guna mencapai tujuan usaha secara efektif dan efisien.

Berdasarkan uraian di atas muncul ketertarikan untuk meneliti tentang UKM yang ada di Kota Madiun. Pertimbangan pemilihan UKM sebagai objek penelitian tidak terlepas karena jumlah UKM sudah terdaftar di Disperindagkoppar Kota Madiun. Berdasarkan uraian dan pertimbangan di atas maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul *Kontribusi Pemberian Kredit dan Kemampuan Manajerial Terhadap Tingkat Pendapatan UKM di Kota Madiun 2015*. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui:

1. Kontribusi pemberian kredit terhadap tingkat pendapatan UKM di Kota Madiun.
2. Kontribusi kemampuan manajerial terhadap tingkat pendapatan UKM di Kota Madiun.
3. Kontribusi pemberian kredit dan kemampuan manajerial secara bersama-sama terhadap tingkat pendapatan UKM di Kota Madiun.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kota Madiun pada tahun 2014. Metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analitis. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 113 dan sampel dalam penelitian ini 90 dengan menggunakan teknik sampel *propotionate stratified random sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dan dokumentasi yang dimiliki kantor Disperindagkoppar Kota Madiun serta dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Kontribusi pemberian kredit dan kemampuan manajerial terhadap tingkat pendapatan UKM di Kota Madiun sebagai berikut:

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

<b>1. TABEL UJI T</b>						
<b>COEFFICIENTSA</b>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.423	2.881		1.188	.238
	PK	.210	.075	.266	2.817	.006
	KM	.299	.069	.410	4.348	.000

a. Dependent Variable: TP

<b>2. TABEL UJI F</b>						
<b>ANOVA<sup>a</sup></b>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	72.618	2	36.309	19.792	.000 <sup>b</sup>
	Residual	159.604	87	1.835		
	Total	232.222	89			

a. Dependent Variable: TP  
 b. Predictors: (Constant), KM, PK

Berdasarkan perhitungan pada tabel 1, harga t hitung pemberian kredit terhadap tingkat pendapatan sebesar 2,817 dengan signifikansi 0,006. Karena harga signifikansi < 0,05, maka Ho ditolak dan disimpulkan terdapat pengaruh parsial pemberian kredit terhadap tingkat pendapatan. Artinya terdapat kontribusi pemberian kredit terhadap tingkat pendapatan UKM. Berdasarkan perhitungan pada tabel 1, harga t hitung kemampuan manajerial terhadap tingkat pendapatan sebesar 4,348 dengan signifikansi 0,000. Karena harga signifikansi < 0,05, maka Ho ditolak dan disimpulkan terdapat pengaruh parsial kemampuan manajerial terhadap tingkat pendapatan. Artinya terdapat kontribusi kemampuan manajerial terhadap tingkat pendapatan UKM.

Berdasarkan perhitungan pada tabel 2, maka dapat diperoleh kesimpulan nilai F sebesar 19,792 dan signifikan pada 0,00 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat kontribusi pemberian kredit, kemampuan manajerial secara bersama-sama terhadap tingkat pendapatan. Berdasarkan pernyataan di atas ke dua variabel bebas mempunyai kontribusi variabel terikat yang artinya variabel pemberian kredit dan kemampuan manajerial bersama-sama mempunyai kontribusi terhadap tingkat pendapatan.

**KESIMPULAN DAN SARAN**

**KESIMPULAN**

Berdasarkan perumusan masalah, tujuan penelitian, pengajuan hipotesis, hasil analisis dan pembahasan terhadap data penelitian yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat kontribusi positif dan signifikan pemberian kredit terhadap tingkat pendapatan. Artinya bahwa jika sebuah UKM mendapatkan kredit akan berkontribusi terhadap tingkat pendapatan.
2. Terdapat kontribusi positif dan signifikan kemampuan manajerial terhadap tingkat pendapatan. Artinya bahwa jika kemampuan manajerial seorang pelaku usaha akan berkontribusi terhadap tingkat pendapatan.
3. Terdapat kontribusi positif dan signifikan pemberian kredit dan kemampuan manajerial secara bersama-sama terhadap tingkat pendapatan UKM. Hal tersebut memiliki makna bahwa masing-masing variabel pemberian kredit dan kemampuan manajerial memiliki kontribusi terhadap tingkat pendapatan

**SARAN**

Berdasarkan analisis dan kesimpulan di

atas, maka berikut ini akan disampaikan saran-saran kepada para pemangku kepentingan yang berkaitan, sebagai berikut:

**1. Pemerintah**

Bagi pemerintah pusat maupun pemerintah daerah khususnya di Kota Madiun diharapkan lebih meningkat peran serta dalam peningkatan pendapatan melalui pelatihan dan bantuan modal.

**2. Pelaku UKM**

Bagi para pelaku UKM, diharapkan pemanfaatan bantuan modal dari pemberian kredit yang diterima dapat dipergunakan secara optimal dan kemampuan para pelaku UKM perlu ditingkatkan melalui pelatihan-pelatihan.

**3. Peneliti**

Diharapkan untuk penelitian selanjutnya menambahkan variabel-variabel lain agar hasil yang diperoleh akan lebih maksimal dan diharapkan pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian lebih diperbanyak, sehingga data lebih lengkap dari penelitian ini.

**DAFTAR PUSTAKA**

Cheruiyot, K, Kimeli, CM. and Ogendo, SM. 2012. *Effect of Savings and Credit Co-operative Societies Strategies on Member's Savings Mobilization in Nairobi, Kenya*. Journal of Business and Commerce. Vol. 1, No.11: 40-63.

Danim, S. 2002. *Inovasi Pendidikan: Dalam Upaya Peningkatan Profesionalisme Tenaga Kependidikan*. Bandung: Pustaka Setia.

Fatoki, O and Asah, F. 2011. *The Impact of Firm and Entrepreneurial Characteristics On Access to Debt Finance by SMEs in King Williams' Town, South Africa*. European Journal of Business and Management. Vol. 6, No. 8: 170-179.

Firdaus, R. dan Ariyanti, M. 2004. *Manajemen Perkreditan Bank Umum*. Bandung: Alfabeta.

Gulani, MG. and Usman, A. 2012. *Financing*

*Small and Medium Scale Enterprises (Smes): A Challenge for Entrepreneurial Development in Gombe State*. Asian Journal of Business and Management Sciences. Vol. 2 No. 9: 17-23.

Ikatan Akuntan Indonesia. 2007. *Standar Akuntansi Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.

Karweti, E. 2010. *Pengaruh Kemampuan Manajerial Kepala Sekolah dan Faktor yang Mempengaruhi Motivasi Kerja terhadap Kinerja Guru SLB di Kabupaten Subang*. Jurnal Penelitian Pendidikan. Volume 11. Nomor 2.

Kuncoro, M. dan Suhardjono. 2011. *Manajemen Perbankan*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.

Nawai, N. and Shariff, MNM. 2011. *The Importance of Micro Financing to the Microenterprises Development in Malaysia's Experience*. Journal Asian Social Science Vol. 7. No. 12: 226-238.

Sambasivan, E. 2012. *Managerial Core Competency Perceptions of Business Executives a Study*. Journal of Arts, Science & Commerce. Vol. III, Issue 2(3): 56-63.

Siagian, SP. 1997. *Teori Motivasi dan Aplikasinya*. Jakarta: Rineka Cipta.

Tjoekam, MH. 2002. *Perkreditan Bisnis Inti Bank Komersial*. Jakarta: Gramedia.



Jurnal  
**MANDIRI**<sup>OTM</sup>  
ILMU PENGETAHUAN, SENI, DAN TEKNOLOGI

[www.jurnalmandiri.com](http://www.jurnalmandiri.com)

ISSN : 2580-3220, E-ISSN : 2580-4588  
J. Mandiri., Vol. 1, No. 1, Juni 2017 (9 - 21)  
©2017 Lembaga Kajian Demokrasi  
dan Pemberdayaan Masyarakat (LKD-PM)

**Jurnal**  
**MANDIRI**<sup>™</sup>  
ILMU PENGETAHUAN, SENI, DAN TEKNOLOGI

## IMPLEMENTASI KEBIJAKAN E-MUSRENBANG DI KELURAHAN GONDONG, KECAMATAN CIPONDOH, KOTA TANGERANG

**Ahmad Nazir**  
**Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang**  
*naziramangkurat@gmail.com*

### ABSTRAK

Tujuan dilakukannya Penelitian ini adalah untuk menemukan dan mengidentifikasi harapan warga Kelurahan Gondrong dengan adanya perencanaan pembangunan Melalui Musrenbang Kota Tangerang. Dan untuk menganalisis Implementasi Kebijakan penerapan e-Musrenbang Di Kelurahan Gondrong Kecamatan Cipondoh Kota Tangerang. Lokasi penelitian dilaksanakan di Kelurahan Gondrong Kecamatan Cipondoh alamat : Jl. Ki Hajar Dewantoro Kel Gondrong Kec Cipondoh Kota Tangerang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode Deskriptif Menurut Kuncoro adalah “Penelitian deskriptif meliputi kegiatan pengumpulan data untuk menjawab pertanyaan mengenai status terakhir dari subyek penelitian, karena dalam penelitian ini dilakukan dengan berinteraksi langsung dengan pemangku kepentingan program musrenbang Kota Tangerang dan masyarakat yang terlibat dalam Perencanaan Pembangunan pada pelaksanaan Musrenbang di Kota Tangerang. Musrenbang dilaksanakan dalam rangka melaksanakan amanat Undang-undang Nomor 25 Tahun 2004, tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2003 tentang Keuangan Daerah, Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah, Peraturan Pemerintah Nomor 40 Tahun 2006 tentang Tatacara Penyusunan Rencana Pembangunan, Peraturan Pemerintah Nomor 20 Tahun 2004 tentang Rencana Kerja Pemerintah, Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2004 tentang Penyusunan Rencana Kerja Pemerintah dan Anggaran Kementerian Negara/Lembaga, Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah wajib menyusun Rencana Kerja Pemerintah (RKP) dan Rencana KerjaP emerintah Daerah (RKPD). Tiga kelompok variabel yang mempengaruhi keberhasilan implementasi: Karakteristik dari masalah, Karakteristik kebijakan/undang-undang, dan karakteristik lingkungan, ketiga variable ini mampu membuktikan implementasi E-Musrenbang di Kelurahan Gondrong Kecamatan Cipondoh Kota Tangerang. Di kelurahan Gondrong Kecamatan Cipondoh berimbang antara yang senang dan yang kurang menyenangkan berbilang seimbang, hal ini memberi sinyal kuat bahwa bagi para pegawai kelurahan lebih senang dengan menggunakan elektonik dikarenakan efisiensi dan teransparan, sedang dari kalangan RW dan RT masih belum menginginkan penggunaan musrenbang elektronik, dengan alasan membingungkan dalam hal pengajuan.

**Kata kunci:** Implementasi, Kebijakan, E-Musrenbang

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Memperhatikan birokrasi pemerintahan yang semakin modern dan actual perlu kiranya unsur-unsur masyarakat pemangku amanah rakyat memperbaiki sumber daya manusianya dalam menghadapi perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (*Information and Communication Technology, ICT*) yang semakin pesat perubahannya dan telah membawa pengaruh yang besar terutama bagi organisasi pemerintahan lebih jauh lagi kita bisa memahami bahwa ICT memiliki peran penting dalam sector komunikasi dalam mengambil kebijakan.

Perkembangan teknologi informasi ini telah memaksa organisasi pemerintah untuk melakukan transformasi besar-besaran agar selalu memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat. Perubahan tersebut tidak hanya dalam produk layanan, tetapi juga pada struktur dan manajemen organisasi (Bennis dan Mische, 1995).

Secara global, penggunaan teknologi informasi dan komunikasi dalam kehidupan masyarakat sudah menjadi kebutuhan utama dalam mengembangkan masyarakat informasi *information society* dan masyarakat berpengetahuan *knowledge society* (Suprawoto, 2007). Sebagaimana tercermin dalam deklarasi Konferensi Tingkat Tinggi (KTT) masyarakat informasi *The World Summit on the Informations Society*, bulan Desember 2003 yang melahirkan rencana aksi *plan of action* bagi Negara-negara di dunia agar pada tahun 2015 setiap Negara mengupayakan setiap lembaga pendidikan, lembaga pemerintah, rumah sakit telah terhubung dengan jaringan komunikasi dan informasi, serta 50% penduduk dunia memiliki kemampuan mengakses informasi melalui teknologi informasi dan komunikasi (Muarif, 2004), seperti dikatakan sebelumnya bahwa sumber daya manusia di jajaran pemerintahan hingga tingkat RT sangatlah diharapkan memiliki kemampuan teknologi.

Dengan demikian Pemerintah Kota Tange-

rang akan menggunakan sistem elektrik seperti dimuat harian (*Antara News*, 02 Desember 2014) Pemerintah Kota Tangerang, Banten, berencana mulai tahun 2015 menerapkan musyawarah perencanaan pembangunan (musrenbang) ber-jaringan internet atau secara "online" untuk memudahkan masyarakat menyampaikan usulan.

Dijelaskannya lagi, musrenbang yang menjadi dasar pemerintah daerah menentukan arah pembangunan selayaknya bisa menyediakan informasi yang akurat kepada pemangku kepentingan terkait prioritas pembangunan yang akan maupun belum dilaksanakan. "Sehingga kita juga mempunyai basis data yang akurat. Hasil reses dewan juga bisa langsung dimasukkan ke sistem ini," katanya.

Penerapan musrenbang dengan sistem ini, juga menjadi bagian dari keinginan menjadikan Kota Tangerang sebagai "e-city" yaitu semua aspek pelayanan publik memanfaatkan teknologi informasi. Selain mempercepat arus pelayanan, "e-city" juga untuk menciptakan transparansi pelayanan publik."Ini merupakan langkah awal debirokratisasi pelayanan publik," katanya.

Hal ini disambut baik oleh seluruh Camat dan Lurah sekota Tangerang, umumnya warga Kota Tangerang berharap dengan sistem apapun yang dilakukan oleh Pemkot Tangerang dan terpenting adalah implementasi dari hasil Musyawarah tersebut betul-betul bisa dinikmati oleh warga. Senada dengan peneliti, bahwa Musrenbang ini menjadi angin segar bagi para pelaksana tugas pemerintah ditingkat Kota, Kecamatan sampai tingkat Kelurahan yang notabene berhadapan langsung dengan masyarakat, bahkan mengetahui langsung kebutuhan masyarakat secara umum karena pada umumnya kerap terjadi masalah dalam hal penyerapan hasil musrenbang dari tiap kelurahan ke tingkat pemerintah di atasnya. Hilangnya usulan-usulan hasil musrenbang di tingkat bawah tersebut berdampak pada terhambatnya pembangunan maupun pengadaan barang di lokasi-lokasi yang dihilangkan hasil musyawarahnya.

### Rumusan Penelitian

1. Bagaimana Implementasi Kebijakan e-Musrenbang Di Kelurahan Gondrong Kecamatan Cipondoh Kota Tangerang?

### Tujuan Penelitian

1. Untuk memperoleh informasi dan gambaran yang melatar belakangi Musyawarah Perencanaan Pembangunan (MUSRENBANG).
2. Untuk menemukan dan mengidentifikasi harapan warga Kelurahan Gondrong dengan adanya perencanaan pembangunan Melalui Musrenbang Kota Tangerang.
3. Untuk menganalisis Implementasi Kebijakan penerapan e-Musrenbang Di Kelurahan Gondrong Kecamatan Cipondoh Kota Tangerang

## KAJIAN TEORI

### Pengertian Kebijakan Publik

Menurut Dye dalam Howlett dan Ramesh (2005:2), kebijakan publik adalah "segala yang dikerjakan pemerintah, mengapa mereka melakukan, dan perbedaan yang dihasilkannya (*what government did, whythey do it, and what differencesit makes*)". Dalam pemahaman bahwa "keputusan" termasuk juga ketika pemerintah memutuskan untuk "tidak memutuskan" atau memutuskan untuk "tidak mengurus" suatu isu, maka pemahaman ini juga merujuk pada definisi Dye dalam Tilaar dan Nugroho (2008:185) yang menyatakan bahwa kebijakan publik merupakan "segala sesuatu yang dikerjakan dan tidak dikerjakan oleh pemerintah". Senada dengan definisi Dye, Edwards III dan Sharkansky dalam Suwitri (2008:9) juga menyatakan bahwa kebijakan publik merupakan:

Apa yang dinyatakan dan dilakukan atau tidak dilakukan oleh pemerintah yang dapat ditetapkan dalam peraturan perundang-undangan atau dalam *policy statement* yang berbentuk pidato-pidato dan wacana yang diungkapkan pejabat politik dan pejabat pemerintah yang segera ditindak lanjuti dengan program-program dan tindakan pemerintah.

Kedua definisi baik dari Dye dan Edwards III dan Sharkansky sama-sama menyetujui bahwa kebijakan publik juga termasuk juga dalam hal "keputusan untuk tidak melakukan tindakan apapun". Suwitri (2008:11) memberi contoh bahwa keputusan pemerintah untuk menunda pelaksanaan Undang-Undang Anti Pornografi dan Pornoaksi sehingga dalam hal ini pemerintah tidak melakukan tindakan apapun untuk menjalankan Undang-Undang tersebut juga termasuk kebijakan publik.

Menurut James A.Anderson dalam Subarsono (2005:2), kebijakan publik merupakan "kebijakan yang ditetapkan oleh badan-badan dan aparat pemerintah". Senada dengan Laswell dan Kaplan, David Easton dalam Subarsono (2005:2) mendefinisikan kebijakan publik sebagai "pengalokasian nilai-nilai kepada masyarakat", karena setiap kebijakan mengandung seperangkat nilai didalamnya.

### Implementasi Kebijakan

Rencana adalah 20% keberhasilan, implementasi adalah 60%, 20% sisanya adalah bagaimana kita mengendalikan implementasi. Implementasi kebijakan adalah hal yang paling berat, karena masalah-masalah yang kadang tidak dijumpai dalam konsep, muncul di lapangan. Selain itu, ancaman utama, adalah konsistensi implementasi (Nugroho, 2011).

Menurut Van Meter dan Van Horn (1975), ada enam variabel yang mempengaruhi kinerja implementasi, yakni: (1) standar dan sasaran kebijakan; (2) sumber daya; (3) komunikasi antar organisasi dan penguatan aktivitas; (4) karakteristik agen pelaksana; (5) disposisi implementor; (6) kondisi sosial, ekonomi dan politik.

Lebih sederhana lagi Model implementasi kebijakan menurut pandangan Edwards III (1980), dipengaruhi empat variabel, yakni; (1) komunikasi, (2) sumber daya, (3) disposisi dan kemudian (4) struktur birokrasi. Keempat variabel tersebut juga saling berhubungan satu sama lain.

- 1) **Komunikasi.** Implementasi kebijakan publik agar dapat mencapai keberhasilan, mensyaratkan agar implementor mengetahui apa yang harus dilakukan secara jelas. Apa yang menjadi tujuan dan sasaran kebijakan harus diinformasikan kepada kelompok sasaran (*target group*) sehingga akan mengurangi distorsi implementasi. Apabila penyampaian tujuan dan sasaran suatu kebijakan tidak jelas, tidak memberikan pemahaman atau bahkan tujuan dan sasaran kebijakan tidak diketahui sama sekali oleh kelompok sasaran, maka kemungkinan akan terjadi suatu penolakan atau resistensi dari kelompok sasaran yang bersangkutan. Oleh karena itu diperlukan adanya tiga hal, yaitu; (a) penyaluran (transmisi) yang baik akan menghasilkan implementasi yang baik pula (kejelasan); (b) adanya kejelasan yang diterima oleh pelaksana kebijakan sehingga tidak membingungkan dalam pelaksanaan kebijakan, dan (c) adanya konsistensi yang diberikan dalam pelaksanaan kebijakan. Jika yang dikomunikasikan berubah-ubah akan membingungkan dalam pelaksanaan kebijakan yang bersangkutan.
- 2) **Sumber daya.** Dalam implementasi kebijakan harus ditunjang oleh sumber daya baik sumber daya manusia, materi dan metode. Sasaran, tujuan dan isi kebijakan walaupun sudah dikomunikasikan secara jelas dan konsisten, tetapi apabila implementor kekurangan sumber daya untuk melaksanakan, implementasi tidak akan berjalan efektif dan efisien. Tanpa sumber daya, kebijakan hanya tinggal di kertas menjadi dokumen saja tidak diwujudkan untuk memberikan pemecahan masalah yang ada di masyarakat dan upaya memberikan pelayanan pada masyarakat. Selanjutnya Wahab (2010), menjelaskan bahwa sumberdaya tersebut dapat berwujud sumberdaya manusia, yakni kompetensi implementor dan sumber daya finansial.
- 3) **Disposisi.** Suatu disposisi dalam implementasi dan karakteristik, sikap yang dimiliki oleh implementor kebijakan, seperti komitmen, kejujuran, komunikatif, cerdik dan sifat demokratis. Implementor baik harus memiliki disposisi yang baik, maka dia akan dapat menjalankan kebijakan dengan baik seperti apa yang diinginkan dan ditetapkan oleh pembuat kebijakan. Implementasi kebijakan apabila memiliki sikap atau perspektif yang berbeda dengan pembuat kebijakan, maka proses implementasinya menjadi tidak efektif dan efisien. Wahab (2010), menjelaskan bahwa disposisi adalah watak dan karakteristik yang dimiliki oleh implementor, seperti komitmen, kejujuran, sifat demokratis. Apabila implementor memiliki disposisi yang baik, maka dia akan menjalankan kebijakan dengan baik seperti apa yang diinginkan oleh pembuat kebijakan.
- 4) **Struktur birokrasi.** Organisasi, menyediakan peta sederhana untuk menunjukkan secara umum kegiatan-kegiatannya dan jarak dari puncak menunjukkan status relatifnya. Garis-garis antara berbagai posisi-posisi itu dibingkai untuk menunjukkan interaksi formal yang diterapkan. Kebanyakan peta organisasi bersifat hirarki yang menentukan hubungan antara atasan dan bawahan dan hubungan secara diagonal langsung organisasi melalui lima hal harus tergambar, yaitu; (a) jenjang hirarki jabatan-jabatan manajerial yang jelas sehingga terlihat "Siapa yang bertanggungjawab kepada siapa?"; (b) pelembagaan berbagai jenis kegiatan operasional sehingga nyata jawaban terhadap pertanyaan "Siapa yang melakukan apa?"; (c) Berbagai saluran komunikasi yang terdapat dalam organisasi sebagai jawaban terhadap pertanyaan "Siapa yang berhubungan dengan siapa dan untuk kepentingan apa?"; (d) jaringan informasi yang dapat digunakan untuk berbagai kepentingan, baik yang sifatnya institusional maupun individual; (e) hubungan antara

satu satuan kerja dengan berbagai satuan kerja yang lain. Dalam implementasi kebijakan, struktur organisasi mempunyai peranan yang penting. Salah satu dari aspek struktur organisasi adalah adanya prosedur operasi yang standar (*standard operating procedures/SOP*). Fungsi dari SOP menjadi pedoman bagi setiap implementor dalam bertindak. Struktur organisasi yang terlalu panjang akan cenderung melemahkan pengawasan dan menimbulkan *red-tape*, yakni birokrasi yang rumit dan kompleks. Hal demikian pada gilirannya menyebabkan aktivitas organisasi tidak fleksibel.

Menurut Grindle (1980), bahwa keberhasilan implementasi kebijakan publik dipengaruhi oleh dua variabel yang fundamental, yakni isi kebijakan (*content of policy*) dan lingkungan implementasi (*context of implementation*).

### Perencanaan Pembangunan

Menurut Siagian (1999:4) sebagai, “rangkaian usaha mewujudkan pertumbuhan dan perubahan secara terencana dan sadar yang ditempuh oleh suatu negara/bangsa menuju modernitas dalam rangka pembinaan bangsa (*nation bulding*).” Surna dalam Iskandar (2005) memberikan pengertian pembangunan sebagai kegiatan-kegiatan yang direncanakan dalam mengolah sumberdaya alam dan sumberdaya manusia dengan memanfaatkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang digunakan untuk kelangsungan hidup manusia. Peran pemerintah dalam proses pembangunan menurut Siagian (1999: 142) adalah stabilisator, selaku inovator, selaku modernisator, selaku pelopor dan pelaksana sendiri kegiatan pembangunan tertentu.

Pembangunan dalam suatu negara sangat berkaitan erat dengan pemerintah dalam perumusan kebijakan maupun implementasi kebijakan. Administrasi Negara dalam hal ini pemerintah tidak hanya menyelenggarakan tugas rutin saja tetapi juga menyelenggarakan tugas-tugas pembangunan.

### Musrenbang

Kata musrenbang merupakan singkatan dari Musyawaran Perencanaan Pembangunan. Kata musyawarah berasal dari Bahasa Arab yang menggambarkan bagaimana warga saling berdiskusi memecahkan masalah konflik dan juga problem di masyarakat. Musrenbang, oleh karena itu, identik dengan diksusi di masyarakat/kelurahan tentang kebutuhan pembangunan daerah.

Musrenbang merupakan agenda tahunan di mana warga saling bertemu mendiskusikan masalah yang mereka hadapi dan memutuskan prioritas pembangunan jangka pendek. Ketika prioritas telah tersusun, kemudian di usulkan kepada pemerintah di level yang lebih tinggi, dan melalui badan perencanaan (BAPPEDA) usulan masyarakat dikategorisasikan berdasar urusan dan alokasi anggaran. Musrenbang di kelurahan dilaksanakan selama bulan Januari.

### Musrenbang Kelurahan

Musrenbang Kelurahan adalah forum musyawarah tahunan masyarakat kelurahan yang dilaksanakan secara partisipatif oleh para pemangku kepentingan (*stake holders*) kelurahan untuk menyepakati rencana kegiatan pembangunan pada tahun anggaran berikutnya.

Musrenbang Kelurahan diharapkan menghasilkan formulasi usulan kebutuhan pembangunan yang terpadu yang didalamnya tidak saja memvalidasi kebutuhan pembangunan hasil musrenbang tahun sebelumnya yang belum tertangani serta mengakomodasi kebutuhan pembangunan tahun yang akan datang dari masing-masing RT/RW di kelurahan yang bersangkutan, tetapi juga kebutuhan-kebutuhan lintas RW antar dua kelurahan yang berbeda yang harus diusulkan lebih lanjut ke Musrenbang tingkat Kecamatan.

### METODELOGI PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode Deskriptif

Menurut Kuncoro adalah “Penelitian deskriptif meliputi kegiatan pengumpulan data untuk menjawab pertanyaan mengenai status terakhir dari subyek penelitian, karena dalam penelitian ini dilakukan dengan berinteraksi langsung dengan pemangku kepentingan program musrenbang Kota Tangerang dan masyarakat yang terlibat dalam Perencanaan Pembangunan pada pelaksanaan Musrenbang di Kota Tangerang.

Penelitian kualitatif tidak hanya mengumpulkan data, tetapi merupakan pendekatan terhadap dunia empiris, serta memberikan penjelasan tentang perencanaan pembangunan dalam pelaksanaan pembangunan daerah di Kota Tangerang, sehingga penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai implementasi kebijakan e-musrenbang di kelurahan Gondrong kecamatan Cipondoh kota Tangerang.

Ungkapan kualitatif merujuk pada ungkapan yang luas terhadap penelitian yang menghasilkan deskriptif, yaitu berupa kata-kata dan perilaku orang-orang yang dapat di observasi baik lisan maupun tulisan secara faktual, menganalisis dan menginterpretasikan data yang ada.

### Lokasi Penelitian

Dari 10 kelurahan yang terdapat di Kecamatan Cipondoh kota Tangerang, diantaranya adalah Kelurahan Gondrong dan di kelurahan tersebut penelitian dilakukan.

Kelurahan Gondrong, Kecamatan Cipondoh beralamat : Jl. Ki Hajar Dewantoro, Kel. Gondrong, Kec. Cipondoh, Kota Tangerang.

### Waktu Penelitian

Agar waktu yang digunakan dalam penelitian ini efisien dan tepat, perlu kiranya peneliti membuat rencana penelitian dengan perkiraan waktu mulai dari bulan Februari-Juli 2016 atau 6 bulan.

### Desain Penelitian

Metode yang digunakan peneliti adalah metode deskriptif yaitu menggambarkan serta

menganalisa data yang dilakukan dengan mengumpulkan data berdasarkan hasil observasi. Peneliti menggunakan metode deskriptif ini karena dimaksudkan untuk memberi gambaran tentang Implementasi Kebijakan e-Musrenbang di kelurahan Gondrong Kecamatan Cipondoh Kota Tangerang.

### Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah:

1. Studi Pustaka, yaitu dengan membaca dan mencari buku-buku yang berhubungan dengan Analisis kebijakan, serta dokumenter, yaitu format pencatatan dokumen dan sumber datanya berupa catatan atau dokumen yang tersedia pada kantor Bappeda Kota Tangerang. Studi pustaka ini bertujuan untuk menjawab masalah-masalah yang muncul dari penelitian dengan menggunakan data-data yang saling berhubungan dengan Implementasi Kebijakan e-Musrenbang di Kelurahan Gondrong, Kecamatan Cipondoh, Kota Tangerang.
2. Studi Lapangan, yaitu dengan mengamati dan terjun langsung di Bappeda yang menjadi objek penelitian untuk mengetahui dan mencari data yang akurat tentang Implementasi Kebijakan Musrenbang secara *Online* di Kelurahan Gondrong, Kecamatan Cipondoh, Kota Tangerang dengan beberapa kegiatan:
  - a. *Observation* partisipan yaitu peneliti turun dan melihat langsung ke lapangan dengan pengamatan dan mencatat gejala-gejala yang diteliti berhubungan dengan pelaksanaan Musrenbang tahun 2016.
  - b. Wawancara, melakukan tanya jawab dengan nara sumber yang mengetahui dan memahami lebih jauh khususnya mengenai Pelaksanaan Musrenbang *Online* di Kota Tangerang

- c. Internet *searching*, yaitu peneliti mencari informasi-informasi mengenai pelaksanaan Musrenbang *Online* di Bappeda Kota Tangerang dengan mengaksesnya melalui media elektronik.

#### **Teknik Penentuan Informan**

Yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive* (pengambilan informan berdasarkan tujuan). Teknik penentuan informan ini adalah siapa yang akan diambil sebagai anggota informan diserahkan pada pertimbangan pengumpulan data yang sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian.

Penentuan informan dalam peneliti ini berdasarkan objek yang diteliti dan berdasarkan keterkaitan informan tersebut dengan penelitian. Informan dalam penelitian ini terdiri dari informan yang memahami Musrenbang berbasis *website/Online* di Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Tangerang.

#### **Teknik Analisis Data**

Analisa data dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Analisa data dari berbagai sumber tentang implementasi kebijakan musrenbang secara *Online* di Kota Tangerang.

Penelitian dengan menggunakan metode kualitatif merupakan penelitian naturalistik, karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alami. Penelitian kualitatif tidak hanya mengumpulkan data, tetapi merupakan penelitian yang berdasarkan pada pengumpulan data-data mengenai pelaksanaan e-musrenbang Kota Tangerang.

Ungkapan kualitatif merujuk pada ungkapan yang luas terhadap penelitian yang menghasilkan deskripsi, yaitu berupa kata-kata dan perilaku orang-orang yang dapat di observasi baik lisan maupun tulisan secara faktual, menganalisis dan menginterpretasikan data yang ada.

Penyajian data yang telah disusun berdasarkan data dan hasil wawancara, observasi, serta tinjauan pustaka yang berhubungan dengan perencanaan pembangunan di Bappeda dalam

pelaksanaan musrenbang Kota Tangerang

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN E-MUSRENBANG Kebijakan Pengembangan Pelayanan Publik Berbasis Elektronik (*e-services*)**

Instruksi Presiden Nomor 3 Tahun 2003 memberikan gambaran mengenai tahapan penerapan *e-Government* yang mencakup empat tahapan berikut : *Pertama*, tahap persiapan, yang meliputi pembuatan situs informasi di setiap lembaga, penyiapan sumberdaya manusia, penyiapan sumberdaya manusia, penyiapan sarana akses, sosialisasi internal dan eksternal.

*Kedua*, tahap pematangan, meliputi pembuatan situs informasi interaktif, pembuatan antar muka hubungan dengan lembaga lain.

*Ketiga*, tahap pemantapan, meliputi pembuatan situs transaksi pelayanan publik, pembuatan interoperabilitas aplikasi dan data dengan lembaga lain; dan

*Keempat*, tahap pemanfaatan, yang meliputi pembuatan aplikasi untuk pelayanan G to G (*Government to Government*), G to C (*Government to Citizen*) dan G to B (*Government to Business*) yang terintegrasi.

### **HARAPAN WARGA KELURAHAN GONDRONG DENGAN ADANYA E-MUSRENBANG**

Ada beberapa hal yang jadi keluhan masyarakat tentang pola musrenbang, seperti desa/kelurahan tidak memiliki kuasa untuk menentukan program mana yang ingin dikerjakan nantinya, dan banyaknya usulan sekadar memenuhi list program yang diajukan, tanpa ada jaminan berapa jumlah program yang terakomodasi.

Hasil wawancara peneliti dengan ketua RW.04 Kelurahan Gondrong, Data menunjukkan, dari semua usulan masyarakat setiap tahunnya, program yang terserap dalam perencanaan dan penganggaran hanya sepersekian persen. Padahal, masyarakat yang awalnya antusias ikut dalam proses musrenbang menyangka

sebagian besar programnya akan direalisasikan. Kekecewaan ini berimplikasi pada menurunnya tingkat kehadiran dalam proses tahun berikutnya. Terlebih lagi dengan keaktifan masyarakat pada kegiatan pembangunan lainnya semakin menurun.

Tidak terakomodirnya program-program yang diajukan juga terjadi karena beberapa faktor, seperti kesalahan postur anggaran, program yang bertentangan dengan norma hukum, atau tren dan prioritas pembangunan daerah tidak sesuai dengan program, dan beberapa faktor lainnya

Merangkum semua masalah di atas dalam sebuah kerangka program yang holistik dan multi sektor, maka didisain sebuah program perencanaan dan penganggaran yang lebih partisipatif, adil dan merata. Desain program ini mengusahakan prinsip dari, oleh dan untuk masyarakat dalam musrenbang terserap dan terakomodisi. Model program ini memberi kepastian dan jaminan program dan penganggaran yang diajukan dapat terealisasi nantinya.

Jika melakukan penelusuran kepada masyarakat umum, peneliti beranggapan bahwa Pada umumnya masyarakat Kota Tangerang, khususnya Kelurahan Gondrong, Kecamatan Cipondoh, masih banyak yang belum tahu tentang program pemerintah dengan nama Musrenbang, tujuan dan manfaat dari program musrenbang. Berbeda dengan para RT dan RW di Kelurahan Gondrong, Kecamatan Cipondoh yang sangat memahami musrenbang sebagai program aspirasi pembangunan daerah.

Harapan masyarakat hingga keluhan-keluhan yang disampaikan sangat beragam dalam hal menanggapi program musrenbang baik pada tingkat provinsi, kabupaten/kota, kecamatan hingga kelurahan/desa. Mayoritas keluhan masyarakat Kelurahan Gondrong, Kecamatan Cipondoh terkait dengan persoalan drainase, sampah, jalan, gang kecil, kesehatan masyarakat dan penghijauan.

## IMPLEMENTASI KEBIJAKAN E-MUSRENBANG DI KELURAHAN GONDONG, KECAMATAN CIPONDOH, KOTA TANGERANG

Musrenbang adalah kebijakan Pemerintah dari Tingkat Pusat hingga Tingkat Kelurahan adalah sebuah produk Pemerintah dengan tujuan memberikan wadah aspirasi rakyat pada sektor pembangunan Daerah hingga daerah terpicilpun berhak mendapatkan perbaikan infrastruktur di daerah masing-masing melalui Musrenbang.

Agar lebih jelas memahami Musrenbang sebagai kebijakan Pemerintah, maka peneliti mengacu pada pendapat ahli yang mendefinisikan kebijakan publik seperti dikemukakan oleh Harold Laswell dan Abraham Kaplan dalam Howlett dan Ramesh (1995:2) yang mendefinisikan kebijakan publik/*public policy* sebagai “suatu program yang diproyeksikan dengan tujuan-tujuan, nilai-nilai, dan praktik-praktik tertentu (*a project tedof goals, values, and practices*)”. Senada dengan definisi ini, George C. Edwards III dan Ira Sharkansky dalam Suwitri (2008:10) mendefinisikan kebijakan publik sebagai “suatu tindakan pemerintah yang berupa program-program pemerintah untuk pencapaian sasaran atau tujuan”.

Dari dua definisi di atas kita bisa melihat bahwa kebijakan publik memiliki kata kunci “tujuan”, “nilai-nilai”, dan “praktik”. Kebijakan publik selalu memiliki tujuan, termasuk Musrenbang yang telah lama diproyeksikan oleh pemerintah melalui beberapa rumusan dan kemudian hingga keberlangsungannya sudah bisa di rasakan oleh rakyat Indonesia.

Di Kota Tangerang musrenbang telah dilaksanakan dan telah merealisasikan program-program usulan tingkat kecamatan dan kelurahan, walaupun belum 100% yang direalisasikan dan masih sangat jauh dalam pencapaian maksimum pembiayaan program tersebut, perhatian Pemerintah telah membuktikan adanya perubahan pembangunan daerah melalui program ini.

## Musrenbang di Kelurahan Gondrong

E-Musrenbang pastinya berbasis *website*, masyarakat yang mengajukan usulan pembangunan atau kegiatan yang bersifat konstruktif, bisa langsung melihat usulan mereka melalui *website* resmi yang telah disediakan oleh Pemkot Tangerang. Fungsi dari *website* tersebut adalah tidak berubah masih sebagai forum musyawarah pemangku kepentingan yang berjenjang dari tingkat RT, RW, Kelurahan, Kecamatan hingga tingkat Kota.

Tujuan e-musrenbang adalah data yang diajukan oleh pemangku kepentingan bisa lebih akurat, transparan, dan kegiatan lebih tepat sasaran, serta pengelompokkan jenis usulan pekerjaan lebih mudah hingga memperpendek waktu rekapitulasi data usulan sehingga warga dapat dengan mudah melihat dan memastikan usulan mereka sudah masuk dan diverifikasi Tim Musrenbang atau belum. Jadi aksesnya tidak memerlukan waktu yang relatif lama.

Analisis implementasi e-musrenbang dalam penelitian ini, peneliti mengacu pada teori Daniel A. Mazmanian dan Paul A. Sabatier, Menurut Mazmanian dan Sabatier (1983), ada tiga kelompok variabel yang mempengaruhi keberhasilan implementasi, yakni:

1. Karakteristik dari masalah (*tractability of the problems*).
2. Karakteristik kebijakan/undang-undang (*ability of statute to structure implementation*).
3. Variabel lingkungan (*nonstatutory variables affecting implementations*).

Mengacu tiga variabel yang dikatakan oleh Daniel A. Mazmanian dan Paul A. Sabatier maka peneliti akan memberi gambaran dalam objek penelitian ini.

Karakteristik dari masalah di Kelurahan Gondrong dan umumnya di kelurahan Kota Tangerang terdapat masalah-masalah sosial dan lingkungan, masalah lingkungan menjadi masalah tersendiri dalam menyelesaikannya dan memerlukan anggaran cukup besar, yakni 105,9 miliar yang di gabung dalam anggaran infrastruktur, seperti dikutip peneliti dalam.

*Tangerang kota. go.id/ mobile/ detail berita/2906, selasa 02 November 2010.*

“Dari total rencana anggaran tahun 2011 sebesar Rp. 1,58 triliun, mengalami kenaikan sebesar Rp.110 miliar dari anggaran tahun 2010, jumlah yang dianggarkan untuk sektor pendidikan mencapai Rp. 246 miliar, sedangkan infrastruktur Rp 105,9 miliar.....”

Pada tahun ini yakni 2016 Pemerintah Kota Tangerang menganggarkan dana untuk perbaikan infrastruktur sebesar Rp 261 miliar. Kenaikan anggaran ini naik 12 lebih dari 100% selama 5 tahun.

“Pemerintah Kota Tangerang menyediakan anggaran sebesar Rp 261 miliar untuk membangun dan memperbaiki infrastruktur jalan pada tahun 2016” *Tangerang news. com*. Kamis (22/1).”

Sehingga musrenbang menjadi media aspirasi masyarakat seperti yang diatur dalam Undang-undang Nomor 25 Tahun 2004. Bukan hanya masalah infrastruktur dan lingkungan saja yang dibahas dalam musrenbang, Masih banyak masalah-masalah yang lainnya sesuai dengan kebutuhan masyarakat, dengan demikian pemerintah menjadikan musrenbang sebagai solusi memecahkan masalah tersebut.

Di Kelurahan Gondrong banyak masalah yang harus dibenahi, yakni masalah infrastruktur jalan, drainase, tempat sampah, baik skala induk maupun skala kecil (drum sampah), dan yang lainnya, dan pada tahun 2013-2014 Kelurahan Gondrong telah menerima kucuran dana dari hasil musrenbang 200 juta rupiah, hal ini masih jauh dari harapan pemangku kewajiban dan masyarakat setempat, karena tingkat kerusakan dengan dana yang telah dikucurkan oleh pemerintah daerah tidak berbanding dengan kerusakan infrastruktur di Kelurahan Gondrong, kecamatan Cipondoh, Kota Tangerang.

Karakteristik masalah yang terjadi di Kelurahan Gondrong adalah masalah yang terbilang sulit untuk segera terselesaikan, dengan alasan:

- a. Dana yang tersedia di Pemerintah Daerah belum cukup untuk 13 Kecamatan di Kota

Tangerang.

- b. Infrastruktur di Kota Tangerang, terutama jalan dan lingkungan tergolong rendah dengan banyaknya jumlah penduduk di Kota Tangerang yang sangat padat.
- c. Beberapa kecamatan di Kota Tangerang terdapat titik Banjir pada saat musim Hujan, termasuk di Kelurahan Gondrong.
- d. Mobil yang berbobot tonase hingga melebihi kapasitasnya.
- e. Drainase/ jalan air semakin kotor dan rusak karena kepadatan penduduk dan kesadaran membuang sampah tidak pada tempatnya.
- f. Minimnya tempat sampah induk
- g. Serta gang semakin sempit seiring tingginya harga tanah di Kota Tangerang.

#### **Karakteristik Kebijakan/Undang-undang**

Musrenbang dilaksanakan dalam rangka melaksanakan amanat Undang-undang Nomor 25 Tahun 2004, tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2003 tentang Keuangan Daerah, Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah, Peraturan Pemerintah Nomor 40 Tahun 2006 tentang Tata cara Penyusunan Rencana Pembangunan, Peraturan Pemerintah Nomor 20 Tahun 2004 tentang Rencana Kerja Pemerintah, Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2004 tentang Penyusunan Rencana Kerja Pemerintah dan Anggaran Kementerian Negara/Lembaga, Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah wajib menyusun Rencana Kerja Pemerintah (RKP) dan Rencana Kerja Pemerintah Daerah (RKPD) sebagai pelaksanaan Rencana Pembangunan Jangka Menengah (RPJMN/RPJMD), serta Surat Edaran Bersama Menteri Negara Perencanaan Pembangunan Nasional/ Kepala BAPPENAS dan Menteri Dalam Negeri Nomor 0008/M. PPN/01/ 2007-050/264.A/SJ, tanggal 16 Januari 2008 perihal Petunjuk Teknis Penyelenggaraan Musrenbang Tahun 2008.

Peraturan tersebut mengamanatkan bahwa perencanaan pembangunan daerah dilaku-

kan berdasarkan peran dan kewenangan masing-masing guna mewujudkan integrasi, sinkronisasi dan sinergitas pembangunan, antar (stake holders) pemangku kepentingan. Meneg. Perencanaan Pembangunan/ Kepala Bappenas Nomor 2400/M.PPN/05/2003, Tanggal 26 Mei 2003 Tentang Pedoman Penyelenggaraan Musyawarah Perencanaan Pembangunan Daerah (Musrenbangda Tahun 2004).

Peraturan tersebut mengamanatkan bahwa perencanaan pembangunan daerah dilakukan berdasarkan peran dan kewenangan masing-masing guna mewujudkan integrasi, sinkronisasi dan sinergitas pembangunan, antar (*stake holders*) pemangku kepentingan.

#### **Karakteristik Lingkungan**

Berdasarkan arahan revisi RT dan RW Kota Tangerang 2010, struktur kegiatan yang akan dikembangkan di Kecamatan Cipondoh berupa kegiatan permukiman, perdagangan jasa, dan kegiatan industri yang masing-masing kegiatan akan dijadikan sebagai pusat pelayanan untuk mengurangi beban pusat-pusat pelayanan tersebut, dikembangkan sub pusat pelayanan dengan skala pelayanan yang lebih rendah (skala pelayanan lingkungan).

Secara implisit karakteristik lingkungan di Kelurahan Gondrong telah termaktub dalam profil Kecamatan Cipondoh, hal ini Sesuai dengan arahan kebijaksanaan pemanfaatan ruang yang telah digariskan dalam RT/RW Kota Tangerang bahwa Kecamatan Cipondoh diarahkan pertumbuhannya sebagai kawasan yang memiliki nilai ekonomi yang tinggi dengan pengembangan jenis kegiatan jasa dan perdagangan, industri serta permukiman.

Kelurahan Gondrong merupakan kawasan yang memiliki nilai ekonomi yang tinggi dengan pengembangan jenis kegiatan jasa dan perdagangan serta permukiman.

Adapun karakteristik lingkungan di Kelurahan Gondrong yakni:

- 1) Kondisi sosial ekonomi masyarakat dan tingkat kemajuan teknologi masyarakat

di Kelurahan Gondrong tergolong menengah, artinya pada sisi ekonomi masyarakat Gondrong berada di tingkat menengah keatas karena ada beberapa faktor pendukung yakni dekat dengan pusat pemerintahan Kota Tangerang dan sebagian besar bekerja di sektor swasta. Mayoritas masyarakat di Kelurahan Gondrong banyak yang telah mengenyam pendidikan Sekolah Menengah Atas, hal ini akan menjadi relatif lebih mudah menerima program pembaruan dibanding dengan masyarakat yang masih tertutup dan tradisional, karena program-program yang dirumuskan oleh kelurahan dapat disosialisasikan dan diimplementasikan dengan bantuan teknologi modern.

- 2) Dukungan publik terhadap suatu kebijakan menjadi kekuatan dan amunisi Kelurahan Gondrong mengikuti kebijakan Walikota Tangerang yang akan menerapkan E-Musrenbang dan dengan modal pengetahuan teknologi masyarakat di Kelurahan Gondrong.
- 3) Sikap kelompok pemilih (*constituency groups*). Kelompok pemilih yang ada dalam masyarakat Kelurahan Gondrong, Kecamatan Cipondoh memang sangat mempengaruhi implementasi kebijakan, antara lain;
  - (1) Kelompok pemilih dapat melakukan intervensi terhadap keputusan yang dibuat badan-badan pelaksana melalui berbagai komentar melalui alat-alat elektronik seperti HP dan Internet dengan maksud mengubah keputusan;
  - (2) Kelompok pemilih di Kelurahan Gondrong memiliki kemampuan untuk mempengaruhi badan-badan pelaksana secara tidak langsung melalui kritik yang dipublikasikan baik dengan media masa maupun internet terhadap kinerja pemerintah (kelurahan), dan membuat pernyataan yang ditujukan kepada badan legislative atau pada atasannya

yakni Wali Kota.

- 4). Tingkat komitmen dan ketrampilan aparat sebagai implementor telah menunjukkan kemampuan yang memadai atau memadukan jika nantinya kedepan diterapkan sistem berbasis internet, elektronik maupun bentuk-bentuk lain. Pada akhirnya, komitmen aparat pelaksana untuk merealisasikan tujuan yang telah tertuang dalam kebijakan menjadi jawaban aspirasi masyarakat Kelurahan Gondrong.

Melihat fakta-fakta di lapangan khususnya di Kelurahan Gondrong, Kecamatan Cipondoh, peneliti tidak menemukan adanya aplikasi e-musrenbang berbasis *online* sebagai alat bantu kecepatan dan ketepatan usulan pembangunan desa, baik tingkat RW maupun RT.

Saat ini memang kelurahan Gondrong belum menggunakan aplikasi e-Musrenbang seperti yang telah dicanangkan dan disosialisasikan oleh Pemerintah Kota Tangerang, sebelumnya pada pembukaan Musyawarah Rencana Pembangunan Daerah tahun 2014, bapak Wali Kota Tangerang mensosialisasikan e-Musrenbang di hadapan Camat, Lurah, RW dan RT se-Kota Tangerang di Aula Akhlakul Karimah, bahkan bukan hanya e-musrenbang saja yang disosialisasikan, akan tetapi yang lebih besar dari e-musrenbang adalah ingin menjadikan Kota Tangerang e-City dalam setiap pelayanan.

Untuk mengungkap bagaimana persepsi warga masyarakat terhadap pelayanan publik berbasis web.maka terlebih dahulu ditanyakan kepada warga masyarakat apakah mereka pernah menggunakan layanan publik yang disediakan. Jawaban atas pertanyaan tersebut dapat dilihat pada tabel 1 berikut ini:

**Tabel 1.**

<b>TANGGAPAN WARGA TENTANG PENGGUNAAN LAYANAN BERBASIS WEBSITE</b>			
No.	Pertanyaan	Nama Warga	Jawaban
1.	Apakah bapak pernah menggunakan layanan publik berbasis web?	Bpk. Sahrudin (Warga RW.06)	Kalau sebagai pengguna saya tidak pernah, tapi kalau bingung saya minta tolong sama teman saya
2.		Bpk. Sakir (Warga RW.03)	Pernah, tetapi menggunakannya saya belum bisa
3.		Bpk H Rokib (Ketua RW 02)	Belum sama sekali menggunakan hal-hal seperti itu, menggunakan HP yang banyak programnya saja saya sudah bingung.
4.		Bpk. Darif (Ketua RW 05)	Untuk sementara ini saya belum menggunakan, yaaa kalau di ajarin kemungkinan saya bisa juga seperti yang lainnya
5.		Bpk. H. Sariyanto (Ketua RW 04)	Sering sekali, memang sekarang jamannya <i>online</i> , sehingga kita tidak banyak membuang-buang waktu

Sumber: Hasil wawancara, 2 Mei 2016

Dari tabel 1 di atas terlihat bahwa pada umumnya warga masyarakat yang menjadi responden dalam penelitian ini belum pernah menggunakan layanan publik berbasis elektronik. Tabel tersebut memberikan informasi bahwa pelayanan publik yang berbasis web di Kelurahan Gondrong masih sangat minim penguasaan. Oleh karena itu memang perlu ada kemauan politik dari pihak pemerintah terutama para lurah untuk mengembangkan pelayanan publik yang berbasis ICT.

Selanjutnya untuk pertanyaan yang berkaitan dengan apakah warga masyarakat lebih senang menggunakan pelayanan berbasis elektronik dibandingkan dengan pelayanan yang diberikan oleh petugas (kontak langsung) dapat dilihat pada tabel 2 berikut ini:

Dari hasil wawancara dengan 5 pegawai dan lurah dapat disimpulkan bahwa penggunaan dengan sistem elektronik/web lebih disenangi,

adapun dengan penelusuran lebih jauh dan mendalam dapat diperoleh informasi bahwa kebanyakan pengguna lebih menyukai pelayanan publik melalui elektronik karena: (1) lebih aman, (2) lebih efisien, (3) tingkat kepastiannya lebih tinggi dibandingkan dengan petugas, dan (4) lebih transparan.

Jika mengacu dari hasil wawancara peneliti dengan beberapa masyarakat dan pelaku administrasi/staff di Kelurahan Gondrong dapat ditarik kesimpulan bahwa kebijakan yang akan diterapkan nanti, yaitu tentang kebijakan e-musrenbang di Kota Tangerang, khususnya di Kelurahan Gondrong, Kecamatan Cipondoh berimbang antara yang senang dan yang kurang menyenangi berbilang seimbang, hal ini memberi sinyal kuat bahwa bagi para pegawai kelurahan lebih senang dengan menggunakan elektronik dikarenakan efisiensi dan transparansi, sedang dari kalangan RW dan RT masih belum

**Tabel 2.**

<b>TANGGAPAN PEGAWAI KELURAHAN GONDONG TENTANG APAKAH LEBIH BAIK (SENANG) MENGGUNAKAN ELEKTRONIK/WEB DIBANDING BERINTERAKSI DENGAN PETUGAS</b>			
No.	Pertanyaan	Nama Warga	Jawaban
1.	Lebih Baik Menggunakan web. Dibanding Petugas	Sekel	Bagi kami dan terutama saya sebagai sekretaris lebih memilih yang berbasis internet/web. Karena sangat efisien waktu,
2.		Bpk. Hendri (Staff)	Bagi saya selama masih ada pelatihannya/workshop tentang web yang akan digunakan nanti, insya Allah saya bisa dan saya rasa hal demikian cukup membantu atau bisa dibilang (lebih baik)
3.		Bpk. Sulaiman (OB Kelurahan)	Haaa... Web?? Maksudnya Internet ya pak? Benar! Menurut saya enakan ketemu langsung sama petugasnya pak, bisa dapat jawaban langsung.
4.		Ibu Eliyah (Staff)	Saya lebih senang dengan yang online, jadi setiap pengajuan tinggal input data, pekerjaan selesai. apalagi seperti saya gini "perempuan"
5.		Bpk. H. Rudin (Lurah)	Pada prinsipnya semua bisa dilakukan hingga selesai, baik dengan aplikasi maupun bertemu langsung, hanya saja jika menggunakan aplikasi para pegawai di Kelurahan bisa efisiensi waktu dan kecepatan serta ketepatan pengajuan bisa di cek sewaktu-waktu.

Sumber: Hasil wawancara, 4 Mei 2016

menginginkan penggunaan musrenbang elektronik, dengan alasan membingungkan dalam hal pengajuan.

## KESIMPULAN

Musrenbang dilaksanakan dalam rangka melaksanakan amanat Undang-undang Nomor 25 Tahun 2004, tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2003 tentang Keuangan Daerah, Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah, Peraturan Pemerintah Nomor 40 Tahun 2006 tentang Tatacara Penyusunan Rencana Pembangunan, Peraturan Pemerintah Nomor 20 Tahun 2004 tentang Rencana Kerja Pemerintah, Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2004 tentang Penyusunan Rencana Kerja Pemerintah dan Anggaran Kementerian Negara/Lembaga, Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah wajib menyusun Rencana Kerja Pemerintah (RKP) dan Rencana Kerja Pemerintah Daerah (RKPD)

Tiga kelompok variabel yang mempengaruhi keberhasilan implementasi: Karakteristik dari masalah, Karakteristik Kebijakan/undang-undang, dan karakteristik lingkungan, ketiga variable ini mampu membuktikan implementasi E-Musrenbang di Kelurahan Gondrong, Kecamatan Cipondoh, Kota Tangerang

Di Kelurahan Gondrong, Kecamatan Cipondoh berimbang antara yang senang dan yang kurang menyenangkan berbilang seimbang, hal ini memberi sinyal kuat bahwa bagi para pegawai kelurahan lebih senang dengan menggunakan elektronik dikarenakan efisiensi dan transparansi, sedang dari kalangan RW dan RT masih belum menginginkan penggunaan musrenbang elektronik, dengan alasan membingungkan dalam hal pengajuan.

## DAFTAR PUSTAKA

Arifin, Rois, dkk. 2003. *Perilaku Organisasi*. Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Bayu media, Malang.  
Arifin, Anwar. 2005. *Paradigma Baru Pendidikan Nasional*. Balai Pustaka, Jakarta.

Arfani, Noer Riza. 2005. *Governance dan Pengelolaan Konflik*, Makalah disampaikan pada “Worshop Analisis Kebijakan Publik, Magister Studi Kebijakan UGM, Yogyakarta.

Atmaja, Arifin P. Soeria. 2005. *Keuangan Publik Dalam Perspektif Hukum: Teori, Praktik dan Kritik*. Badan Penerbit Fakultas Hukum Universitas Indonesia, Jakarta.

Asshiddiqie, Jimly. 2009. *Komentar Atas Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945*. Sinar Grafika, Jakarta.

Bungin, Burhan. 2001. *Metode Penelitian Sosial*. Airlangga University Press, Surabaya.

Dunn, William. 1998. *Pengantar Analisis Kebijakan Publik*. Gajah Mada University Press, Yogyakarta

Dye, Thomas R. 1981. *Understanding Public Policy*. 3th (Englewood Cliffs, NJ; Prentice Hall).

Fattah, Nanang. 2009. *Ekonomi dan Pembiayaan Pendidikan: Remaja Rosdakarya*. Bandung.

Hasbullah. 2010. *Otonomi Pendidikan, Kebijakan Otonomi Daerah dan implikasinya terhadap Penyelenggaraan Pendidikan*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Kartini, Kartono. 1996. *Pengantar Metodologi Riset Sosial*. CV. Mandar Maju, Bandung.

Nawawi, Hadari. 2007. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Gajahmada University Press, Yogyakarta

Ramlan. 1992. *Memahami Ilmu Politik*. Jakarta: Gramedia. Rosda Karya.

Suharto, Edi. 2008. *Kebijakan Sosial sebagai Kebijakan Publik*. Alfabeta, Bandung.

Subarsono, AG. 2005. *Analisis Kebijakan Publik (Konsep, Teori dan Aplikasi)*. Pustaka Pelajar, Yogyakarta.

Tahir, Arifin, 2014. *Buku Ajar Perilaku*, Ed.1, Cet. 1--: Deepublish, Agustus, Yogyakarta.

Wahab, Abdul. 2007. *Analisis Kebijakan: dari Formulasi ke Implementasi Kebijakan Negara*. Bumi Aksara, Jakarta.

William N. Dunn, 2000 *Pengantar Analisis Kebijakan Publik*. Gajah Mada University Press, cet. ke-IV, Yogyakarta.

Yustika, Ahmad Erani. 2009. *Politik Kebijakan Kajian Teoritis dan Analisis Empiris*. Pustaka Pelajar, Yogyakarta.



Jurnal  
**MANDIRI**<sup>OTM</sup>  
ILMU PENGETAHUAN, SENI, DAN TEKNOLOGI

[www.jurnalmandiri.com](http://www.jurnalmandiri.com)

## TA'ADDUD AL-JUM'AT MENURUT EMPAT MAZHAB

**Ahmad Yani Nasution**

**Dosen Agama Islam Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang**

*Ahmed\_Nasty@yahoo.co.id*

### ABSTRAK

Masalah utama yang menjadi fokus penelitian ini adalah bagaimana pendapat para ulama MAZHAB mengenai *Ta'addud al-Jum'at*. *Ta'addud al-Jum'at* adalah berbilang-bilangnya pelaksanaan shalat Jum'at dalam satu desa atau kota. Berbilang-bilangnya pelaksanaan Jum'at berpengaruh kepada terbaginya jumlah jama'ah. Secara otomatis jama'ah akan memilih masjid yang lebih dekat dengan rumahnya. Sehingga dapat mengikis esensi atau hikmah dari pelaksanaan shalat Jum'at tersebut. Sementara tujuan penyariatan Jum'at ini adalah untuk mempersatukan masyarakat desa atau kota. Seringnya berintraksi dapat menumbuhkan kasih sayang dan saling tolong menolong diantara mereka. Penelitian ini merupakan penelitian kepustakaan dengan mengkaji sumber data utama berupa kitab-kitab empat MAZHAB yang memuat uraian tentang hukum *Ta'addud al-Jum'at*. Tujuan akhir dari penelitian ini adalah untuk menemukan bagaimana hukum *Ta'addud al-Jum'at* dari kalangan ulama ditinjau dari empat MAZHAB. Data yang penulis kumpulkan baik dari sumber primer, sekunder maupun pendukung akan diproses secara deskriptif analisis. Di antara kitab empat mazhab yang akan ditela'ah adalah kitab *Al-fiqhu 'Ala Mazahib Al-arba'ah*, *Syarhu Fathul qadhir*, *Mukhtasor Al-Mujni*, *Al-Bahru Ar-Roiq*, *Al-Umm*, *Mughni Al-Muhtazh*, *Al-Hawy AL-Kabir*, *Al-Fiqhu Al-Maliki Wa Adillatuhu*, *Ibnu Muflih*, *Al-Iqna'*, *Al-Mughni Ibnu Quddamah*, dan *Mawahibu Al-Jalil*. Setelah terkumpul pendapat semua mazhab, kemudian dikomparasi antara pendapat mazhab yang satu dengan yang lainnya kemudian di klasifikasikan pendapat yang sama dan pendapat yang berbeda.

**Kata Kunci:** *Shalat Jum'at, Ta'addud Al-Jum'at, Empat Mazhab*

### PENDAHULUAN

#### Latar Belakang

Ibadah shalat merupakan salah satu komunikasi antara manusia dengan Allah SWT. Apabila shalat dilakukan secara berjama'ah maka dapat dijadikan sebagai sarana untuk menghilangkan perpecahan masyarakat dan *ta'assub* yang dilandasi unsur etnis dan suku. Sehingga akan terwujud kasih sayang dan kekeluargaan, saling mengenal dan persaudaraan diantara sesama

muslim. Sebagai dasar shalat berjama'ah terdapat dalam al-Qur'an dan hadist, yaitu :

1. surat al-baqarah ayat 43

رُكُوعًا مُسْتَطَابًا وَتِلَاوَةً لِّلْقُرْآنِ مَعَهُ رُكُوعًا

Artinya: "Dan dirikanlah Shalat, tunaikanlah zakat dan rukuklah beserta orang-orang yang rukuk." (QS.al Baqarah: 43).

2. HR. Bukhari

أَخْبَرَنَا مَالِكٌ عَنْ نَافِعِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عُمَرَ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ مَسْعُودٍ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ - صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ - قَالَ : « صَلَاةُ الْجُمُعَةِ أَكْبَرُ صَلَاةٍ إِلَّا بِمَنْعٍ وَجْهَيْنِ دَرَجَةٌ »

Artinya : *dikabarkan oleh nafi' dari Abdullah bin Umar bahwasanya Rasulullah SAW bersabda : Shalat berjamaah lebih utama dua puluh tujuh derajat dari shalat sendirian.* (HR. Bukhari).

Selain itu ada juga shalat yang diwajibkan secara khusus untuk laki-laki dan harus berjamaah. Shalat ini bernama shalat Jum'at. Dikatakan Jum'at karena pelaksanaannya di hari Jum'at dan dikerjakan secara berjamaah. Kemudian shalat ini diawali dengan dua khutbah. Menurut kesepakatan ulama hukumnya adalah *fardhu 'ain*. Berperan sebagai *Maqasid Syariah*-nya memberikan pesan dan *mauizhah hasanah*.

Berkumpulnya mereka dalam satu masjid ini benar-benar menunjukkan rasa persatuan dan kesatuan diantara mereka serta akan ada satu komando dari imam (pimpinan) mereka. Sehingga arah gerak dan langkah mereka pun satu dalam menggapai cita-cita dan tujuan mereka demi terwujudnya kemaslahatan dan kejayaan mereka baik dalam urusan duniawi maupun urusan *ukhrowi*.

Seiring dengan pertumbuhan penduduk pelaksanaan Jum'at pun menjadi bervariasi. Ada yang melaksanakannya dengan bergantian *shift* dan ada juga dengan berbilang-bilangnya masjid dalam melaksanakan Jum'at. Keduanya disebut *ta'addud Al-Jum'at*.

Meskipun terjadi perbedaan pendapat diantara ulama namun mayoritas dari mereka seperti MAZHAB Maliki, MAZHAB Syafi'i, MAZHAB Hambali dan sebagian MAZHAB Hanafi mensyaratkan sahnya *ta'addud* shalat Jum'at adalah tidak adanya dalam satu *balad*, *qoryah* dan *misr*. Kemudian karena ada hajat yang mesti dipenuhi. Misalnya yang digunakan tidak lagi dapat menampung banyaknya jumlah jama'ah yang hadir, luasnya kampung atau kota sehingga menyulitkan jama'ah melaksanakan

shalat Jum'at di satu masjid, atau karena adanya dua kelompok yang bermusuhan sehingga kalau pelaksanaan Jum'at disatukan khawatir akan terjadi fitnah.

Pelaksanaan *Ta'addud Al-Jum'at* ini tidak terlepas dari banyaknya masjid yang saling berdekatan dalam satu kampung (*qoryah*). Sehingga penulis merasa perlu menganalisis peraturan pemerintah dalam mengatur pembangunan rumah ibadah, khususnya masjid dalam suatu kampung. Penulis juga merasa perlu untuk menganalisis apakah sudah terdapat peraturan pemerintah untuk mengatur pelaksanaan shalat Jum'at pada suatu masjid-masjid tertentu. Sehingga walaupun terdapat banyak masjid yang berdekatan dalam suatu kampung, pelaksanaan shalat Jum'at tetap dilaksanakan pada satu masjid saja. Selain itu adanya jarak yang berdekatan antara masjid bisa saja menimbulkan suara yang saling bersahutan sehingga menimbulkan ketidakkhuyu'an.

Pelaksanaan *ta'addud* ini satu sisi memberikan keuntungan, namun di sisi lain juga memberikan dampak yang bisa saja merugikan. Penulis memilih ulama empat MAZHAB dengan alasan mereka adalah ulama besar yang memiliki kapasitas sangat baik dalam menjawab problematika umat islam. Dalam tesis ini penulis akan menganalisis *Ta'addud Al-Jum'at* menurut ulama empat MAZHAB untuk menjawab polemik pelaksanaan *ta'addud Al-Jum'at*.

**Tujuan**

- a. Menjelaskan hukum mendirikan beberapa masjid dalam satu kampung dan pengaruhnya terhadap munculnya *ta'addud Al-Jum'at*.
- b. Menjelaskan hukum *Ta'addud Al-Jum'at* menurut ulama empat MAZHAB.

**Pembatasan masalah**

Mengingat luasnya kajian yang akan dibahas, maka penulis akan memfokuskan penelitian pada masalah *Ta'addud Al-Jum'at* menurut empat MAZHAB saja.

## Perumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka dapat dirumuskanlah pokok masalah yang akan menjadi pembahasan pada tesis ini adalah:

1. Bagaimanakah hukum mendirikan beberapa masjid dalam satu kampung dan pengaruhnya terhadap munculnya ta'addud Al-Jum'at.
2. Bagaimanakah hukum melaksanakan Ta'addud Al-Jum'at menurut ulama empat MAZHAB.

## TINJAUAN PUSTAKA

### 1. Pengertian Shalat Jum'at

Ulama berbeda pendapat tentang arti shalat secara bahasa dan istilah. Ada yang berpendapat bahwa kata shalat berasal dari bahasa ibrani yaitu kata *shaluta* yang berarti "tempat beribadah orang-orang yahudi dan orang-orang ahli kitab". Sementara dalam kamus bahasa arab kata shalat berasal dari bahasa arab yang artinya berdoa dan mendirikan. Shalat adalah *isim mashdar* dari kata (صَلَّى - يَصَلِّي - صَلَاةً). Menurut ahli bahasa shalat berarti *الدعاء* yang artinya doa, Sedangkan shalat menurut istilah *syara'* (terminologi islam) terdapat beberapa definisi yang berbeda dikalangan para ulama. Sedangkan pengertian shalat secara istilah adalah suatu ibadah yang diawali dengan takbiratul ihram dan diakhiri dengan salam. Shalat harus sesuai dengan segala petunjuk tata cara Nabi Muhammad, sebagai perintah Allah.

Kata Jum'at berasal dari kata kerja (جَمَعَ - يَجْمَعُ - جَمْعًا) yaitu (جَمَعَ الشَّيْءَ مِنْ تَأْوِيلِهِ) yang artinya berkumpul. Menurut imam A'masy cara membacanya dengan *tatsqil* (membaris *dommah* atau *fathah* huruf *mim*) seperti *جمعة* sama dengan kalimat *هجرة*. Sedangkan menurut 'Ashim dan penduduk, *hijaj* bisa dibaca dengan *takhfif* (*sukun* huruf *mim*). Jika dibaca *tastqil* maka artinya lebih kepada sifat harinya. Bahwa kebiasaan orang

Arab selalu berkumpul setiap hari Jum'at. Adapun dengan cara baca *takhfif* maka lebih kepada keadaannya. Di mana setiap hari Jum'at pada masa itu merupakan hari perkumpulan orang banyak. Bentuk plural dari kalimat Jum'at ini adalah *جمعات* dan *جمع*. Kakek Rasulullah SAW yang bernama Ka'ab bin Luwai merupakan orang pertama yang memberi nama *يوم العروبة* dengan *يوم الجمعة*, juga orang yang memprakarsai hari Jum'at sebagai hari perkumpulan dalam setiap minggunya. Dalam perkumpulan tersebut biasanya mereka mendengarkan khutbah atau pidato yang mengingatkan kepada kebaikan dan mempercayai serta mengikuti ajaran yang dibawa oleh Rasulullah SAW. Ketika Rasulullah tiba di Madinah beliau tinggal di komplek bani "Amru bin 'Auf selama empat hari mulai hari Senin sampai hari Kamis. Beliau juga sempat membangun masjid untuk mereka. Kemudian pada hari Jum'at beliau melaksanakan shalat Jum'at di satu lembah dengan nama Wadi Ratuna. Ini merupakan Jum'at pertama yang dilaksanakan oleh Rasulullah SAW. Jadi Shalat Jum'at adalah Shalat dua rakaat yang dilakukan pada waktu dzuhur di hari Jum'at.

### 2. Hukum Shalat Jum'at

Ulama sepakat bahwa hukumnya adalah *farḍhu 'ain* bagi laki-laki yang mukallaf. Kewajiban ini didasarkan pada Al-quran, Sunnah dan Ijma' Ulama.

- a. firman Allah, QS Al-Jum'at ayat 9:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدْرَجْتُمْ إِلَى الْجُمُعَةِ فَاسْعَوْا إِلَىٰ ذِكْرِ اللَّهِ وَذَرُوا الْبَيْعَ وَأَكْلًا حَتَّىٰ تَكُونَ مِنْكُمْ تَقْلُونَ

Artinya: *wahai orang-orang beriman, apabila telah diseru untuk melaksanakan shalat pada hari Jum'at, Maka bersegeralah kamu mengingat Allah dan tinggalkanlah jual beli, yang demikian itu lebih baik bagimu jika kamu mengetahui.*



karya As-Syarbini, *Al-Inayah fi Syarhil Hidayah* karya Badar Al-Din, *Syarhu Bahru Ar-Roiq* karya Ibnu Nujaim, *Al-Mughni* karya Ibnu Quddamah, *Ahkamul Al-Masajid Fi Al-Syariatil Islamiyah* karya Ibrahim bin Shalih, *Majmu' An-Nawawi karya Imam Nawawi*, *Fatawa As-Subuqy* karya Imam Subuqy, dan *Tanah At-Tolibin* karya Muhammad Syata Ad-Dimyaty. *Usul Fiqih Al-Islamiyah*,

Di samping itu ada juga kitab-kitab tafsir, seperti at-Tahbari, Ibnu Katsir dan lainnya dan kitab-kitab hadits terjemah yang termasuk dalam kitab *al-Sittah* yaitu shahih Bukhari dengan syarah al-Atsqalany, Shahih Muslim dengan syarah al-Nawawiy, Sunan Ibnu Majah, Sunan Abu Daud, Sunan al-Turmudzi dan sunan al-Nasa'i. Selain dari itu kitab hadits lainnya seperti *Subulussalam* oleh al-Shan'aniy, *Nail al-Athar* oleh al-Syaukaniy. Dan yang lebih penting kitab-kitab fiqih MAZHAB yang empat. Selebihnya tulisan yang berkaitan dengan penelitian ini.

### c. Teknik Analisis Data

Untuk menemukan bagaimana hukum *Ta'addud Al-Jum'at* dari kalangan ulama ditinjau dari empat MAZHAB, maka data yang Penulis kumpulkan baik dari sumber primer, sekunder maupun pendukung akan diproses secara deskriptif analisis dan konten analisis.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Hukum Mendirikan Beberapa Masjid Dalam Satu Kampung

#### 1. Pengertian masjid

Kata masjid berasal dari bahasa arab yaitu *masjidun*. Berasal dari akar kata *sajadaa-yasjudu-suju* dan yang berarti meletakkan kening ke bumi atau patuh, taat serta tunduk dengan penuh hormat dan *ta'zhim*. Ibnu

Manzhur berkata dalam buku *lisanul arob* bahwa kata sujud ini adalah kata yang umum dan lazim disebutkan untuk penghormatan. Sujud bisa saja berarti bentuk upaya menghormati dan memuliakan bukan bentuk penghambaan. Seperti halnya Allah SWT memerintahkan malaikat dan iblis untuk bersujud kepada Adam a.s, umat nabi ya'kub juga menggunakan istilah sujud sebagai bentuk memuliakan. Dan juga seperti saudara nabi yusuf a.s yang bersujud kepadanya bukan dengan arti menyembah tapi hanya untuk menghormati. Adapun kalimat masjid merupakan nama tempat bagi orang yang sujud. Terkhusus bagi kalimat yang timbangannya *fathu dommin* dan *fathu kasrin* ada dua pelafalan *isim* makannya yaitu *maf'alun* dan *maf'ilun*. Namun yang paling sering didengar (*Sima'i*) adalah *maf'ilun*, seperti *masqotun-masqitun*, *majlasun-majlisun*, *masjadun-masjidun*.

Meletakkan dahi, kedua tangan dan lutut serta kedua ujung kaki ke bumi yang kemudian dinamai sujud oleh syari'at, adalah bentuk lahiriah yang paling nyata dari makna di atas. Itulah sebabnya mengapa bangunan yang dikhususkan untuk melaksanakan shalat dinamai masjid yang artinya tempat sujud.

Dalam pengertian sehari-hari merupakan bangunan tempat shalat kaum muslimin. Tetapi karena akar katanya mengandung makna tunduk dan patuh menjadi penyebab hakikat masjid sebagai tempat melakukan aktifitas yang mengandung kepatuhan kepada Allah semata. Sebagaimana dalam Al-qur'an Allah SWT berfirman :

Dalam sebuah hadist rasulullah SAW bersabda :

*Bumi adalah masjid bagi kaum*

Muslimin, setiap Muslim boleh melakukan shalat dimanapun di bumi ini, kecuali di atas kuburan atau tempat lain yang bernajis.. Selain istilah masjid, di dalam Alquran juga terdapat istilah Musholla (QS; 2:5) yang maksudnya sama dengan masjid, tetapi musholla tempat mengerjakan Shalat di lapangan terbuka dan Rasul Sallallahu alaihi wa sallam mengerjakan Shalat idhul fitri di mushollah.

2. Perintah membangun masjid

Membangun Masjid merupakan perintah agama, Allah dan Rasulnya memerintahkan umatnya untuk membangun Masjid dimana saja mereka berada. Dalam Al-Quran dan Hadist Terdapat beberapa dalil tentang perintah membangun masjid, yaitu :

a. Al-Qur'an

﴿إِذَا بَنُوا مَسْجِدًا لِلَّهِ مِنْ بَنَاءٍ أَوْ مِمَّا بَيْنَ الْأَيْمَانِ سَاءَ مَا يَحْكُمُونَ﴾  
 ﴿وَلَمْ يَكُنْ لَكُمْ فِي اللَّهِ لُغْزٌ إِذْ يَقُولُ لَا يُبْنَىٰ عَلَيْهِ مِنَّا شَيْءٌ﴾ (18)

Firman Allah: “Hanyalah orang-orang yang memakmurkan Masjid-Masjid Allah adalah orang-orang yang beriman kepada Allah dan hari Akhirat, serta tetap mendirikan Shalat, mengeluarkan Zakat dan tidak takut kepada siapapun kecuali kepada Allah. Mereka itulah orang-orang yang diharapkan untuk menjadi orang-orang yang mendapat petunjuk.” (At Taubah : 18).

b. Hadist

Sebagaimana pengakuan para sahabatnya :

﴿رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَبْنِي الْمَسْجِدَ فِي الْبَلَدِ وَنَحْوِهَا وَيُحْيِيهَا﴾

“Rasulullah SAW telah menyuruh kami membangun Masjid ditempat tinggal kami dan supaya kami menjaga kebersihannya.” (HR. Tarmidzi dan Abu Daud)<sup>1</sup>.

Dari hadits ini dapat dipahami bahwa membangun Masjid bukan sekedar memelihara dan melestarikan warisan, melainkan juga merupakan perintah baik dari Allah maupun dari Rasulnya. Dalam Al Qur'an diisyaratkan betapa pentingnya sebuah Masjid sebagai ajang untuk berlomba-lomba dalam berbuat kebaikan.

3. Keutamaan membangun masjid

Masjid yang dimaklumi oleh semua umat manusia baik yang muslim ataupun non-muslim adalah merupakan tempat suci untuk melakukan ibadah bagi umat muslim. Bahkan keberadaan masjid dalam suatu kampung atau kota merupakan jati diri bahwa perkampungan tersebut merupakan komunitas muslim. Masjid dibangun oleh kaum muslimin merupakan rangkaian dari adanya perintah wajib melaksanakan shalat secara berjamaah. Oleh karena perintah tersebut hukumnya wajib, maka hukum mendirikan masjid pun menjadi wajib. Karena dalam kaidah ushul fiqh dikatakan :

﴿مَلَأْتُمْ الْوَجِبَ إِلَّا بِهِ فَهُوَ وَجِبٌ﴾

Artinya: Sesuatu yang dapat menyempurnakan suatu kewajiban maka hukumnya wajib.

Dalil hukum ini dikuatkan dengan pesan Allah dalam beberapa ayat Al-Qur'an. Salah satunya adalah ayat yang menjelaskan bahwa membangun masjid bukan sekedar membangun fisiknya akan tetapi memelihara dan memakmurkannya. Di antara ayat-ayat yang berhubungan dengan keutamaan masjid adalah :

<sup>1</sup> Imam Turmuzy, Sunan Turmuzy, (Berut : Daar Ihyau Al-Turats, T.Th), Jil. II, Hal. 489, No. 594 dan Imam Abi Daud, Sunan Abi Daud, (Berut : Daar Fikri, T.Th), Jil.I, Hal. 178, No. 455.



negeri (*balad*) disebut dengan kampung (*qoryah*) namun sekarang istilah *balad* adalah tempat yang didalamnya beberapa *qoryah* atau kampung. Menurut Imam Abu Hanifah yang disebut kampung adalah tidak mempunyai berbicara tentang hukum membangun beberapa masjid dalam satu kampung terdapat dua bentuk. Yaitu ;

**Bentuk pertama : beberapa masjid hanya digunakan untuk shalat lima waktu saja.**

Para ulama menegaskan bahwa pembangunan beberapa masjid dalam satu kampung adalah haram. Baik di samping atau di dekat masjid tersebut dan tidak diperbolehkan membagi masjid menjadi dua bagian. Adapun solusi bagi masjid yang kecil menurut mereka bisa dengan cara meluaskan masjid tanpa harus membangun masjid baru di samping atau di dekatnya. Dalilnya adalah firman Allah SWT :

وَالَّذِينَ ظَلَمُوا ضَرَفًا وَمَكَرًا وَكَانُوا شَرًّا لَّيْسَ لَهُمْ شِرْكٌ مِّنْ حَيْثُ وَجَدُوا مَنَاجِدَ يَدْعُونَ  
 إِلَهُهُم مَّا كَانُوا يَعْبُدُونَ (107)

لَا تَقْرَأُ فِيهَا كِتَابًا وَلَا تَحْمِلُ حَرًّا وَلَا تَحْسَبُ أَنَّ حَرْفًا مِنْ حَرْفِهِمْ يُغْنِي عَنْهُمْ قِيَامَ الصَّلَاةِ وَلَا يُؤْتُونَ زَكَاةً وَلَا يَخَافُونَ يَوْمَهُمْ تَتَجَلَّى السَّمَاءُ فَتُلَاقَى السَّمَاءُ وَتَكُونُ سِدْرًا مَّحْمُومًا (108)

Artinya: Dan (di antara orang-orang munafik itu) ada orang-orang yang mendirikan mesjid untuk menimbulkan kemudharatan (pada orang-orang mukmin), untuk kekafiran dan untuk memecah belah antara orang-orang mukmin serta menunggu kedatangan orang-orang yang telah memerangi Allah dan Rasul-Nya sejak dahulu. Mereka sesungguhnya bersumpah: "Kami tidak menghendaki selain kebaikan." Dan Allah menjadi saksi bahwa sesungguhnya mereka itu adalah pendusta (dalam sumpahnya)

107. Janganlah kamu bersembahyang dalam mesjid itu selama-lamanya. Sesungguhnya mesjid yang didirikan atas dasar takwa (mesjid Quba), sejak hari pertama adalah lebih patut kamu bersembahyang di dalamnya. Di dalamnya ada orang-orang yang ingin membersihkan diri. Dan Allah menyukai orang-orang yang bersih. 108 (QS. At-Taubah ayat 107-108)

Firman Allah dari dua ayat diatas adalah yang berkaitan dengan pembahasan ini adalah firman Allah SWT :

وَالَّذِينَ ظَلَمُوا ضَرَفًا وَمَكَرًا وَكَانُوا شَرًّا لَّيْسَ لَهُمْ شِرْكٌ مِّنْ حَيْثُ وَجَدُوا مَنَاجِدَ يَدْعُونَ  
 إِلَهُهُم مَّا كَانُوا يَعْبُدُونَ

Ayat ini menjelaskan bahwasanya orang-orang munafik membangun masjid dengan tujuan untuk memberikan bahaya kepada kaum muslimin oleh karena itu Nabi Muhammad SAW melarang para sahabatnya untuk shalat didalamnya dan akhirnya beliau membakar masjid tersebut.

**Bentuk kedua : Masjid tempat pelaksanaan shalat Jum'at.**

Sebagaimana yang kita ketahui bersama biasanya masjid dikenal dengan bentuknya yang khusus. Besar dan memiliki mimbar bahkan Malikiyah sendiri menambah kategori masjid harus mempunyai atap. Adapun dalil yang menguatkan kategori masjid menurut malikiyah ini berdasarkan firman Allah SWT:

فِي ثُبُوتِ آتِنَ اللَّهُ لِمَن تَرَفَعَ وَيُكْرَهُ فِيهَا اسْتِثْنَاءُ

Artinya: Bertasbih kepada Allah di masjid-masjid yang telah diperintahkan untuk dimuliakan dan disebut nama-Nya di dalamnya. (QS. AN-Nur ayat 36).

Dan firman Allah SWT :

وَيُطَهِّرُنَا بِالطَّهْرِ

Artinya: *dan sucikanlah rumah-Ku ini bagi orang-orang yang tawaf.* (QS. Al-Haj ayat 26).

Melalui ayat ini mereka dari golongan malikiyah menyimpulkan bahwa biasanya sebuah rumah pasti ada atapnya. Apalagi Masjid yang kita kenal dengan rumah Allah. Namun syarat dan ketentuan mereka ini di bantah oleh jumbuh ulama, dengan mengatakan semua tempat kita melaksanakan shalat adalah dinamakan masjid. Mereka mendasarkan pendapat ini melalui keumuman hadist berikut :

جُعِلَتْ لِي الْأَرْضُ مَسْجِدًا وَطَهْرًا

Artinya: *"Telah dijadikan tanah seluruhnya untukku dan umatku sebagai masjid dan pensuci."* (HR. Bukhari )

Rasulullah dan para sahabat tidak pernah mensyaratkan bahwa masjid harus memiliki atap untuk pelaksanaan Jum'at. Bolehnya pembangunan masjid tergantung pelaksanaan Jum'at. Jika tempat itu boleh melaksanakan Jum'at tentu saja boleh membangun masjid.

## B. Hukum Ta'addud Al-Jum'at Menurut Empat MAZHAB

Adapun hukum *Ta'addud Al-Jum'at* menurut empat mazhab adalah sebagai berikut:

### 1. Hanafiyah

Abu Hanifah berkata: "Tidak diperbolehkan *Ta'addud Al-Jum'at* dalam satu kota". Sementara sahabat Abu Hanifah yang bernama Abu Yusuf berkata: Tidak diperbolehkan *Ta'addud Al-Jum'at* dalam satu kota, namun ada beberapa pengecualian. Pengecualian yang membolehkan *Ta'addud Al-Jum'at* menurut Abu Yusuf adalah kota tersebut

memiliki sungai yang membelah kota tersebut sehingga seolah-olah menjadi dua bagian atau kota tersebut besar. Abu Yusuf menambahkan bahwa pelaksanaan *Ta'addud Al-Jum'at* pada kota besar hanya boleh pada dua tempat saja, tidak lebih.

Selain Abu Yusuf, terdapat seorang sahabat lain dari Abu Hanifah yang bernama Muhammad Hasan Asy-syaibani. Muhammad Hasan Asy-syaibani membolehkan *Ta'addud Al-Jum'at* secara muthlak, tanpa adanya persyaratan seperti yang diungkapkan oleh Abu Yusuf. Pendapat Muhammad Hasan Asy-syaibani ini juga diriwayatkan oleh Abu Hanifah.

Salah seorang pengikut MAZHAB Hanafi yang bernama Assarkhosi berkata: "Pendapat yang sholih dalam MAZHAB Hanafi adalah boleh melaksanakan *Al-Jum'at* pada satu kota pada satu masjid atau lebih." Pendapat ini diungkapkan guna membenarkan salah satu perkataan Ali ra yang mengatakan: Adapun bunyi hadits yang diriwayatkan oleh tersebut ialah;

عن أبي عبد الرحمن السلمي أن علي رضي الله عنه قال : " لا جُمُعَة ولا تَسْبِيحَ إِلَّا فِي مَسْجِدٍ جَامِعٍ "

Artinya: *Diriwayatkan dari Ali ra, Tidak boleh melaksanakan Jum'at, dan Tasyriq kecuali di Masjid Jami'.*

Hadits diatas adalah hadits Mauquf. Jika dilihat dari makna kota sendiri, sudah diketahui pasti akan memiliki penduduk yang banyak (padat) dan sangat memungkinkan dilakukannya *Ta'addud Al-Jum'at*. Adapun argumen Abu Hanifah yang tidak membolehkan *Ta'addud Al-Jum'at* dikarenakan makna Jum'ah itu sendiri adalah mengumpulkan semua jama'ah dalam satu masjid. MAZHAB Hanafiyah menyimpulkan bahwa pendapat yang

paling shohih adalah diperbolehkannya *Ta'addud Al-Jum'at* apabila kota tersebut besar. Seperti kota mesir jika diwajibkan berkumpul hanya pada satu tempat akan menyulitkan karena jarak tempuh yang jauh.

Kemudian bagi orang yang tinggal di pinggir kota tetap wajib shalat Jum'at dengan mendatangi masjid tempat pelaksanaan Jum'at dan ikut shalat bersama mereka. Namun ulama berbeda pendapat tentang kriteria tempat yang termasuk kota. Abu Yusuf mengatakan yang disebut pinggir kota adalah setiap orang yang mendengar azan jika tidak maka tidak termasuk bagian dari kota. Abu Yusuf juga berkata dengan jarak tiga *farsakh*. Ada yang mengatakan 1 mil, 2 mil atau 6 mil, dan ada yang mengatakan wajib Jum'at bagi orang yang mungkin datang kepada salah satu keluarganya dan bermalam disana .

Golongan ulama Hanafiyah berpendapat bahwa banyaknya tempat yang dijadikan untuk pelaksanaan shalat Jum'at adalah sah dan tidak apa-apa. Walaupun salah satunya mendahului dari shalat Jum'at yang lain. Ini adalah pendapat yang shahih. Akan tetapi olehnya *Ta'addud Al-Jum'at* selama belum ada satupun dari jama'ah yang telah tahu dan yakin bahwa ada pelaksanaan Jum'at lain. Jika telah ada dan terbukti telah mendahului shalat mereka, maka sesungguhnya wajib hukumnya untuk melaksanakan shalat empat raka'at dengan niat shalat dzuhur dengan satu salam. Tetapi yang lebih baik lagi disarankan agar pelaksanaan shalat tersebut dirumah saja. sehingga pelaksanaan shalat tersebut tidak dianggap fardhu oleh jama'ah lain. Namun kalau ada keraguan masjid mana yang lebih dulu melaksanakan Jum'at maka hukum untuk mengulangi shalat

zhuhur adalah sunnah.

Pendapat serupa juga ditemukan dalam kitab *Ihya Al-Gazali* yang mengatakan bahwa tidak Jum'at itu didahului oleh shalat Jum'at yang lain dalam negeri itu. Maka kalau sukar berkumpul pada dua, tiga tempat menurut kebutuhan maka yang sah adalah shalat Jum'at yang pertama takbiratul ihramnya. Adapun dalil mereka adalah hadist 'Aisyah r.a :

عن عائشة أنها قالت كان الناس يتكلمون الجمعة من منازلهم من الغوالي  
فيكون في العباد ويصيبتهم الغبار فتخرج منهم الرياح التي رسول الله صلى  
الله عليه وسلم يسكن منهم وهو جدي قال رسول الله صلى الله عليه وسلم  
لو تكلم تطيرتم اليوم هذا

Artinya: *Diriwayatkan dari Aisyah bahwa ia berkata; "Ada orang-orang yang bergiliran datang untuk menunaikan shalat Jum'at dari rumah-rumah mereka di pegunungan. Mereka datang dengan memakai mantel lalu dipenuhi debu (hingga berbau tidak sedap). Beberapa orang di antara mereka mendatangi Rasulullah SAW yang ketika itu beliau berada di dekatku. Maka Rasulullah SAW pun bersabda kepada mereka: "Alangkah baiknya, jika kalian pada hari ini mandi yang bersih."* (HR. Muslim)

Hadist di atas turun ketika Rasulullah SAW sedang khatib dalam pelaksanaan shalat Jum'at bersama para sahabat. Rasulullah mencium aroma yang bau dari arah para sahabatnya. Dikarenakan jarak tempuh yang jauh antara rumah dan masjid yang cukup jauh sehingga keringat dan debu menjadi penyebab bau badan.

Teks hadist di atas menjelaskan tentang tidak ada *Ta'addud Al-Jum'at* pada satu kampung atau wilayah. Al Hafizh Ibnu Hajar berkata : Pada masa Rasulullah dan para sahabat melaksanakan shalat Jum'at di tempat domisili dan hanya satu tempat yaitu di Masjid raya. Kabilah Arab bertempat tinggal

disekitar kota Madinah namun tidak menyuruh mereka untuk melaksanakan shalat Jum'at sendiri. Letak kampung 'air dan tsaur, Quba dengan Uhud, Zhil halifah dengan Al-'awaly sebenarnya jauh dari masjid madinah tetapi mereka tidak melaksanakan shalat Jum'at kecuali di masjid Nabawi

2. Malikiyah

Golongan ulama Malikiyah berpendapat bahwa jika dalam suatu kota terdapat beberapa masjid yang didalamnya terjadi pelaksanaan Jum'at. Maka demikian shalat Jum'atnya tidak sah kecuali pada masjid yang didirikan dan digunakan pertama kali untuk melaksanakan shalat Jum'at (*'Atiq*), meskipun pembangunannya terkendala. Seperti masjid kampung atau pondokan/perkantoran yang terdapat di kota. Awalnya memang tempat tersebut tidak digunakan untuk pelaksanaan shalat Jum'at tiba-tiba muncul ide supaya dibangun menjadi sebuah masjid baru dengan tujuan untuk menjadi tempat pelaksanaan shalat Jum'at. Dalam hal ini shalat Jum'at yang sah adalah shalat Jum'at yang dilaksanakan pada masjid 'ATIQ (masjid yang pertama kali menjadi tempat pelaksanaan shalat Jum'at). Namun Masjid 'ATIQ ini tidak selamanya menjadi satu-satunya masjid yang sah untuk tempat pelaksanaan Jum'at. Ada empat ketentuan yang harus dipenuhi. Ketentuan tersebut adalah ;

- a. Hendaknya tidak meninggalkan shalat Jum'at pada masjid lama atau yang terdahulu dibangun. Karena menurut kebiasaan kebanyakan jama'ah berpindah dari masjid lama dengan adanya masjid baru. Meninggalkan shalat di masjid lama hanya karena alasan lebih senang dengan adanya masjid baru tanpa ada alasan yang sah (udzur).
- b. Apabila masjid yang lama ('ATIQ) sempit dan tidak mungkin untuk diperluas. Salah satu alasannya adalah luas tanah yang terbatas seperti masjid yang terletak di dekat pemakaman. Alasan inilah yang membuat jama'ah ingin membangun masjid baru di tempat lain yang lebih besar. Namun salah seorang ulama bernama Addusuuqi tidak menjadikan hal tersebut sebagai alasan *Ta'addud Al-Jum'at*. Beliau menjelaskan dalam kitab *Hasyiahnya* bahwa masjid yang sempit dapat diperluas meskipun itu jalan atau pemakaman.
- c. Berkumpulnya penduduk suatu kampung atau kota pada satu masjid baru tidak menimbulkan fitnah atau kerusakan. Sebab hal ini bisa terjadi jika di suatu kampung atau kota terdapat dua keluarga yang bermusuhan. Satu pihak di bagian timur dan pihak lain di bagian barat. Maka dengan alasan ini diperbolehkan bagi mereka untuk membangun masjid khusus (masing-masing) untuk pelaksanaan shalat berjama'ah termasuk shalat Jum'at.
- d. Dan hendaknya hakim tidak memberi putusan terhadap sahnya shalat Jum'at di masjid yang baru.

Menurut Al-Khurasy jika terjadi pembangunan dua masjid secara bersamaan maka shalat Jum'at yang sah adalah pada masjid yang diikuti oleh pemerintah setempat. Jika pemerintah setempat tidak shalat Jum'at pada salah satu dua masjid tersebut maka shalat Jum'at yang sah hanya masjid yang terdahulu *takbiratul ihramnya*. Adapun jika *takbiratul ihramnya* bersamaan maka kedua pelaksanaan shalat jumat tersebut batal dan seluruh jama'ah dari

dua masjid tersebut berkumpul untuk melaksanakan shalat Jum'at selama masih ada waktu.

Tidak boleh *Ta'addud Al-Jum'at* menurut pendapat yang masyhur dalam satu kota. Hikmahnya adalah sekalipun *Ta'addud Al-Jum'at* tidak akan sah kecuali pada masjid yang atik. Atik adalah sebutan untuk masjid yang pertama kali dilakukan untuk shalat Jum'at. Namun larangan ini akan berlaku selama tidak menyalahi syarat sebagai berikut:

- Jama'ah tidak berpindah pada masjid yang baru dibangun.
- Masjid yang atik sempit dan tidak memungkinkan untuk memperluasnya.
- Tidak dikhawatirkan adanya fitnah dari penduduk kampung (perselisihan antara penduduk bagian barat dan timur).
- Masjid yang baru tidak ada legalitas dari hakim.

Jikalau masjid Atiq melaksanakan shalat Jum'at terlambat daripada masjid yang lain, tetap saja pelaksanaan yang dianggap sah adalah yang terjadi di masjid Atiq tersebut.

### 3. Syafi'iyah

لأن التلاميذ رحمته الله تعالى : وما يجمع في موضعين عظم الله وكثر  
عليه ومنهجه إذا في موضعين لا يجمعون في مكان واحد ولا يجمعون في  
موضعين في موضع واحد وإنما يجمع فيه لو كان بعد الزوال في الجمعة وإن جمع في  
آخر مائة بعدة ثم بعدة التين جمعوا بعدة بالجمعة وكان عليهم أن يؤموا ظهرًا  
لربنا

Artinya: *Imam Syafi'i berkata mudah-mudahan Allah memberinya rahmat : Tidak boleh mendirikan shalat Jum'at dalam satu tempat (desa atau kota) meskipun penduduk dan pegawainya banyak serta masjidnya besar-besar, kecuali dalam satu masjid yang paling besar (masjid jami'). Kalau mereka memiliki beberapa masjid yang besar, maka pada*

*masjid-masjid tersebut tidak boleh didirikan shalat Jum'at kecuali hanya pada satu masjid saja. Dan (jika ada lebih dari satu masjid yang mendirikan shalat Jum'at, maka) shalat Jum'at yang lebih dahulu dilakukan setelah tergelincirnya matahari itulah shalat Jum'at (yang sah). Kalau ada masjid yang di dalamnya didirikan shalat Jum'at juga setelah ini, maka tidak dianggap shalat Jum'at, dan mereka wajib mengerjakan shalat zhuhur empat rakaat.*

Imam Al-Mawardi mengomentari perkataan imam Syafi'i ini dengan mengatakan; “ungkapan ini menunjukkan bahwa tidak boleh dua Jum'at pada satu kota kecuali pada satu masjid saja.” Alasan tidak diperbolehkannya *ta'addud Jum'ah* menurut Imam Syafi'i adalah:

- a) Sesungguhnya semua yang menyangkut tentang Jum'at mengikuti apa yang telah diperbuat oleh Rasulullah SAW. Tidak dibenarkan menyalahi aturan yang telah ditetapkan oleh Rasulullah SAW. Pada masa Rasulullah SAW semua jama'ah mengosongkan semua masjid-masjid mereka dan mendatangi masjid nabi untuk melaksanakan shalat Jum'at bersama. Hal ini terus berlangsung mulai dari awal diperintahkan shalat Jum'at sampai kepada berkembangnya kaum muslimin. Kemudian pada masa sahabat masih tetap seperti yang dilakukan pada masa Rasulullah SAW. Kalaulah *ta'addud* itu boleh pasti sudah dijelaskan minimal satu kali baik lewat perbuatan ataupun perkataan. Penjelasan tersebut tidak luput dari dua kemungkinan. Ada kalanya mereka menyatakan sama seperti shalat biasa yang dilakukan di

masjid-masjid mereka atau hanya sah dilakukan pada satu tempat saja. Tidak adanya pernyataan sah dilaksanakan di setiap masjid maka yang sah adalah pada satu masjid.

- b) Kampung atau kota adalah syarat sah dilaksanakannya Jum'at. Tidak boleh melaksanakan shalat Jum'at lebih dari satu masjid. Kalaupun *Ta'addud Al-Jum'at* ini diperbolehkan maka perintah Allah SWT yang mengatakan "Bersegeralah menuju masjid" tidak bisa terlaksana. Jikalau pelaksanaan Jum'at ada pada dua tempat maka kewajiban untuk menuju kepada keduanya adalah sama besar. Bagaimana mungkin satu orang akan memenuhi dua kewajiban sekaligus pada waktu yang bersamaan.
- c) Secara umum syarat sah shalat Jum'at sangat erat kaitannya dengan bilangan dan jama'ahnya. Maka dengan adanya *ta'addud* jama'ah akan berbagi-bagi.

Imam Syafi'i berpendapat bahwa salah satu syarat sahnya shalat Jum'at adalah tidak boleh didahului oleh shalat Jum'at yang lain. Kecuali karena besarnya kampung/kota sehingga mereka sulit berkumpul dalam satu tempat. Atau karena banyaknya jama'ah sehingga masjid tidak mungkin menampung semua jama'ah. Adanya permusuhan antara dua golongan, dan jarak batas daerah dengan daerah lain berjauhan sehingga suara azan tidak terdengar. Syarat sahnya shalat Jum'at ini didasarkan bahwa Rasulullah tidak pernah melaksanakan shalat Jum'at kecuali pada satu masjid. Meskipun demikian larangan *Ta'addud Al-Jum'at* ini bukanlah hal yang mutlak namun tetap diperbolehkan jika dalam kondisi membutuhkan.

Setidaknya kebutuhan tersebut bisa diukur dengan adanya kondisi kampung atau kota yang besar. Keadaan seperti ini menyulitkan mereka untuk berkumpul dalam satu tempat. Seperti yang terjadi di kota Bagdad. Disana Imam Syafi'i menyaksikan *ta'addud* shalat Jum'at. Beliau tidak berkomentar terhadap persaksiannya. Beliau hanya berkata *ijtihad* tidak boleh mengingkari *ijtihad* lain. Dalam kitab *Al-majmu'* Imam Nawawi menguraikan pendapat Imam Syafi'i dengan mengungkapkan pendapat para ulama bermadzhab Syafi'i. Didalam buku tersebut terdapat empat macam pendapat yang bertentangan di kalangan ulama Syafi'iyah. Perbedaan ini muncul karena imam Syafi'i tidak menjelaskan kenapa tidak melarang pelaksanaan *ta'addud* tersebut. Adapun asumsi mereka adalah sebagai berikut :

1. *Ta'addud Al-Jum'at* yang terjadi di kota Bagdad disebabkan wilayahnya yang begitu luas sehingga menyulitkan jama'ah untuk berkumpul dalam satu masjid untuk melaksanakan shalat Jum'at. Atas dasar inilah para ulama Syafi'iyah memperbolehkan *Ta'addud Al-Jum'at* pada setiap kota yang penduduknya banyak dengan alasan sulit untuk dikumpulkan dalam satu masjid. Ini merupakan pendapat yang shahih karena didukung oleh para ulama Syafi'iyah diantaranya adalah Abu Abbas Suraij, Abu Ishaq al-Marwaji bahkan Imam Rafi'i berkata pendapat ini merupakan pilihan mayoritas ulama Syafi'iyah seperti Ibnu Kaj, Hanati, Qadhi Abu Toyyib dalam kitabnya *Al-Mujarrod*, Arrouyani, Imam Al-Gazaly serta Imam Al-Muzany.
2. Sebagian ulama Syafi'iyah beranggapan bahwa terjadinya

*Ta'addud Al-Jum'at* di kota Bagdad bukan karena alasan diatas melainkan karena dibatasi sungai eufrat sehingga seolah-olah kota Bagdad itu seperti dua kota yaitu sisi barat dan sisi timur. Jama'ah kesulitan untuk melaksanakan shalat Jum'at pada satu tempat karena harus melewati sungai tersebut seperti harus berenang. Melihat alasan sebagian ulama ini Abu Tyyib membatasi bahwa tidak boleh lebih dari satu pelaksanaan Jum'at pada setiap sisi kota bagdad.

3. Ulama lain dari kalangan Syafi'iyah juga ada yang berpendapat bahwa bolehnya *Ta'addud Al-Jum'at* karena sisi barat dan sisi timur kota Bagdad adalah dua kota yang terpisah. Sehingga tidak ada alasan untuk melarang pelaksanaan Jum'at di setiap sisi barat dan timur kota Bagdad.
4. Pendapat yang keempat ini berpegang pada perkataan imam Syafi'i yang mengatakan tidak boleh *Ta'addud Al-Jum'at* dalam satu kampung sekalipun kampungnya besar.

Dalam hal pelaksanaan *Ta'addud Al-Jum'at* yang tidak berdasarkan kebutuhan maka ulama dari golongan Syafi'iyah sepakat untuk tidak memperbolehkannya. Pada pokoknya Shalat Jum'at hanya boleh didirikan satu dalam satu tempat, tidak boleh dua, tiga, apalagi empat. Sama saja, apakah tempat itu bernama *qoryah* (dusun), *baldah* (negeri) dan lain-lainnya, yaitu suatu kesatuan perkampungan tempat tinggal penduduk, maka disitu hanya dibolehkan mendirikan satu Jum'atan, tidak boleh lebih dari satu, dua, atau tiga Juma'tan.

Tetapi kalau ada udzur syar'i, yaitu udzur yang dibenarkan oleh syariat

seperti tidak tertampung dalam satu tempat atau karena alasan-alasan geografis maka barulah Shalat Jum'at itu dibolehkan didirikan satu, dua, atau tiga dalam satu daerah sesuai dengan kebutuhannya.

Andaikata didirikan Shalat Jum'at dua atau tiga tempat dalam satu tempat tanpa udzur syar'i maka Jum'at yang sah hanya satu, yaitu Shalat Juma't yang terdahulu takbirnya, Shalat Jum'at yang lainnya tidak sah.

Jum'at yang tidak sah wajib diulangi dengan shalat dzuhur yakni shalat yang asal pada waktu itu. Kalau tidak diulangi berdosa orang itu karena belum membayarkan shalat pada waktu dzuhur hari itu.

Kalau ragu-ragu yakni tidak diyakinkan bahwa takbir shalat Jum'at kita terdahulu dari shalat Jum'at yang lain di tempat itu, maka sunnah mengulangi dengan ZUHUR sebagai tindakan *Ihtiyath* yakni berjaga-jaga dan melalui jalan aman. Mengulangi dengan dzuhur itu boleh berjama'ah boleh pula tidak.

Imam Syafi'i berkata tidak boleh melaksanakan shalat Jum'at dalam satu kota yang sekalipun besar dan banyak masjid kecuali pada satu masjid. Imam Al-Mawardi berkata: "ini seperti ungkapan yang mengatakan tidak boleh dua Jum'at pada satu kota kecuali pada satu masjid saja." Alasan tidak diperbolehkannya *ta'addud* Jum'ah menurut Imam Syafi'i adalah:

- a) Sesungguhnya semua yang menyangkut tentang Jum'at mengikuti apa yang telah diperbuat oleh Rasulullah SAW. Tidak boleh menyalahi aturan yang telah ditetapkan oleh Rasulullah SAW. Pada masa Rasulullah SAW semua jama'ah mengosongkan semua masjid-masjid mereka dan mendatangi

masjid nabi untuk melaksanakan shalat Jum'at bersama. Hal ini terus berlangsung mulai dari awal diperintahkan shalat Jum'at sampai kepada berkembangnya kaum muslimin. Kemudian pada masa sahabat masih tetap seperti yang dilakukan pada masa Rasulullah SAW. Kalaupun *ta'addud* itu boleh pasti sudah dijelaskan minimal satu kali baik lewat perbuatan ataupun perkataan. Penjelasan tersebut tidak luput dari dua kemungkinan. Ada kalanya mereka menyatakan sama seperti shalat biasa yang dilakukan di masjid-masjid mereka atau hanya sah dilakukan pada satu tempat saja. Tidak adanya pernyataan sah dilaksanakan di setiap masjid maka yang sah adalah pada satu masjid.

- b) Kota atau kampung adalah syarat sah dilaksanakannya Jum'at maka tidak boleh melaksanakan shalat lebih dari satu masjid. Kalaupun *Ta'addud Al-Jum'at* ini dibolehkan maka perintah Allah SWT yang mengatakan "Bersegeralah menuju masjid" tidak bisa terlaksana. Jika pelaksanaan Jum'at ada pada dua tempat maka kewajiban untuk menuju kepada keduanya adalah sama besar. Bagaimana mungkin satu orang akan memenuhi dua kewajiban dalam satu kali sekaligus.
  - c) Secara umum syarat Jum'at itu bilangan dan jama'ahnya. Maka dengan adanya *ta'addud* jama'ah akan berbagi-bagi.
4. Hanabilah/Hambali

Golongan Hanabilah berpendapat bahwa banyaknya tempat yang digunakan pelaksanaan shalat Jum'at di suatu negara berdasarkan dua sebab, yaitu :

*Pertama* karena adanya kebutuhan

seperti karena takut fitnah disebabkan permusuhan diantara warga yang dapat menimbulkan fitnah atau karena tempat yang jauh dari masjid pelaksanaan Jum'at.

*Kedua* adalah karena kebutuhan lain seperti sempitnya masjid. Masjid negara "amr" (masjid negara dimesir yang didirikan oleh gubernur amr bin Aash pada masa khalifah umar bin khattab) maka shalat Jum'at mereka tetap meskipun ada izin pemerintah atau tidak. Namun untuk mencari yang lebih utama seharusnya melakukan shalat ZUHUR sesudah shalat Jum'at.

Adapun apabila membangun masjid tanpa alasan atau kebutuhan kemudian dijadikan tempat pelaksanaan shalat Jum'at maka shalatnya tidak sah. kecuali pada masjid yang mempunyai izin dari pemerintah walaupun shalat Jum'at yang baru lebih dahulu selesai.

Mendapatkan izin dari pemerintah bukanlah hal yang sulit. Pemerintah telah membuat aturan sedemikian rupa supaya dapat merangkul semua kepercayaan yang ada dalam pendirian rumah ibadah.

Apabila pemerintah telah memberikan izin mendirikan shalat Jum'at di beberapa masjid yang tidak ada hajat atau tidak memberikan izin sama sekali maka shalat Jum'at yang sah darinya adalah shalat yang lebih dahulu *takbiratul ihram*. Dalam hal ini terdapat beberapa ketentuan tentang sah dan batalnya pelaksanaan *Ta'addud* shalat Jum'at. Yaitu ;

- a) *Ta'addud* shalat Jum'at dinyatakan batal Apabila shalat dilaksanakan dalam waktu yang bersamaan. Hal ini dapat dilihat dari *Takbiratul ihram* yang bersamaan. Jika yang demikian telah maka kedua shalat Jum'at tersebut menjadi batal.
- b) Apabila shalatnya batal sebab

*takbiratul ihram* yang bersamaan maka hendaknya kedua jama'ah berkumpul dalam satu tempat untuk mengulangi shalat Jum'at secara berjama'ah.

- c) Apabila waktunya tidak memungkinkan lagi maka hendaknya mereka mengulangi shalat ZUHUR. Akan tetapi jika terjadi keraguan seperti tidak diketahui siapa yang terdahulu dalam pelaksanaan shalat Jum'at maka yang sah adalah salah satu dari kedua pelaksanaan tersebut. Oleh karena itu tidak diulangi dengan bentuk shalat Jum'at lagi tapi diwajibkan bagi semuanya untuk melakukan shalat ZUHUR.

## KESIMPULAN

Setelah penyusun membahas *Ta'addud Al-Jum'at* Menurut Ulama Empat Madzhab dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pembangunan Masjid merupakan anjuran dari Allah Dan RasulNya. Namun akhir-akhir ini seiring dengan semangatnya rasa keagamaan masyarakat kota atau desa sehingga pembangunan masjid terlihat banyak. Tentu jarak Masjid yang berdekatan dapat mengganggu ketenangan atau kehusyukan Jama'ah yang sedang melaksanakan Jum'at di Masjid yang terdekat. Namun ini disebabkan semakin banyaknya jumlah penduduk dalam satu desa atau kota. Kemudian pemerintah juga sudah menerbitkan surat keputusan bersama antara Kemendagri dan Kemenag. Salah satu yang melatarbelakangi terbitnya surat keputusan bersama ini adalah untuk menjaga kerukunan antar umat beragama. Oleh karena itu untuk membangun rumah ibadah harus melalui persetujuan pemerintah setempat. Dalam hal ini pihak yang berwenang adalah Bupati atau Walikota setempat.
2. Perbedaan metode *istimbath* hukum diantara ulama empat MAZHAB menjadi

salah satu alasan perbedaan pendapat diantara mereka. Hal ini dapat kita lihat bagaimana pandangan MAZHAB Hanafi, MAZHAB Maliki, MAZHAB Syafi'i dan MAZHAB Hambali mengenai tata cara shalat jum'at, mulai dari rukun-rukunnya, syarat-syaratnya, Sunnah-sunnahnya dan lebih khusus pada permasalahan *Ta'addud AL-JUM'AT*. Seperti MAZHAB Hanafi lebih dikenal dengan Istimbath Hukumnya yang cenderung memakai *Ra'yu* atau logika. Sedangkan MAZHAB yang lain seperti MAZHAB Syafi'i lebih kepada Sunnah Nabi. Menurut mayoritas MAZHAB mereka berpendapat bahwa *Ta'addud AL-JUM'AT* diperbolehkan. Hal ini tentu tidak lepas dari faktor kebutuhan. Seperti tempat yang sempit sehingga tidak dapat menampung semua Jama'ah, Tempat yang jauh karena kota yang luas, dan adanya dua pihak yang bermusuhan sehingga dikhawatirkan dapat menimbulkan perselisihan.

3. Hakikat pelaksanaan shalat Jum'at pada satu tempat adalah untuk memperkuat tali silaturahmi diantara jama'ah, Dapat menumbuhkan rasa kasih sayang diantara mereka, Mengerti satu sama lain, dan terciptanya visi misi yang sama diantara warga desa atau kota tersebut. Sebaliknya jika terjadi *Ta'addud AL-JUM'AT* tanpa ada kebutuhan atau 'udzur yang membolehkannya maka yang terjadi adalah renggangnya tali persaudaraan diantara mereka, kasih sayang diantara mereka semakin hari semakin berkurang. Inilah yang menjadi pertimbangan bagi para ulama madzhab dalam *berijtihad* yaitu tidak memperbolehkan *Ta'addud Al-Jum'at* tanpa ada kebutuhan atau udzur.
4. Konsekuensi hukum bila terjadi *Ta'addud Al-Jum'at* tanpa dikarenakan kebutuhan untuk menghilangkan *masyaaqqah* bagi jama'ah menurut MAZHAB Hanafi yang demikian tidak masalah hanya saja wajib atau sunnah *muakkad* untuk shalat ZUHUR bila hal itu

yakin terjadi dan apabila tidak yakin hanya sunnah shalat dzuhur. Sedangkan menurut Madzhab Syafi'i diperinci sebagai berikut :

- a. Apabila *takbiratul ihram*nya bersamaan dalam satu waktu maka semuanya batal dan mereka wajib bergabung satu untuk melaksanakan shalat Jum'at di satu tempat.
  - b. Apabila shalatnya batal sebab *takbiratul ihram* yang bersamaan maka hendaknya kedua jama'ah berkumpul dalam satu tempat untuk mengulangi shalat Jum'at secara berjama'ah.
  - c. Apabila waktunya tidak memungkinkan lagi maka hendaknya mereka mengulangi shalat ZUHUR. Akan tetapi jika terjadi keraguan seperti tidak diketahui siapa yang terdahulu dalam pelaksanaan shalat Jum'at maka yang sah adalah salah satu dari kedua pelaksanaan tersebut. Oleh karena itu tidak diulangi dengan bentuk shalat Jum'at lagi tapi diwajibkan bagi semuanya untuk melakukan shalat Dzuhur.
5. Apabila *Ta'addud Al-Jum'at* itu karena hajat yang dibenarkan syara' maka semua shalat Jum'at sah. Dan shalat jum'at baru (tambahan) yang didirikan bukan dikarenakan adanya hajat yang dibenarkan syara' maka hukumnya fasid dan batal serta wajib bergabung dengan pelaksanaan shalat Jum'at yang telah ada sebelumnya.
  6. Adanya *Ta'addud AL-JUM'AT* akan berdampak kepada berkurangnya rasa tolong menolong, semakin hari rasa persaudaran akan semakin menipis, Perselisihan akan semakin banyak dikarenakan informasi yang mereka dapatkan selalu berbeda.

#### DAFTAR PUSTAKA

Muhammad bin Ismail Abu Abdullh Al-Bukhari, 1407 H/1987 M, *Jami' Shahih Al-Muktashor*. Daar Ibnu Katsir, Beirut.  
 Muhammad Hudori Bek, 1967 M /1387 H, *Tarikh Tasyrik Al-Islamy*. Daar Al-fikri, Beirut.

Arrogib Al-Asfahani, TT, *Almufrodad fi Goribil Qur'an*. Maktabah Nazar Mustafa Al-Baz.  
 Al-Jaziri, 2003. *Al-Fiqh 'Ala Mazahibil Arba'ah*, Cet. II. Daar Kitab Al-'Alamiyah, Beirut.  
 Ibnu Nujaim, 1418 H/ 1997 M, *Syarhu Al-Bahru Ar-Roiq*, Cet. I. Daar kutubul Ilmiyah, Berut.  
 Sayyid Sabiq, 1999M, *Fiqh As-Sunnah*, Cet. II. Daar Al-fath, Kairo.  
 Imam Abi Daud, T.T. *Sunan Abi Daud*. Daar Fikr, Beirut.  
 Imam Baihaqy, 1344 H, *Sunan Baihaqy*, Cet. I. Majlis Dairotul Ma'arif, India.  
 Ibnu Quddamah, 1425 H, *Al-Kafy*. Daar Al-Fikr, Beirut.  
 Al-Bukhari, 1407 M, *Shahih Al-Bukhari*, Cet. III. Daar Ibnu Katsir, Beirut.  
 Jami' Shohih, TT, *Imam Muslim*. Daar Al-Jail. Beirut.  
 Noeng Muhajir, 1989, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Rake Sarasin, Yogyakarta.  
 Ibnu AL-Himam Al-Hanafy, 1315 H, *Syarah Fathul Qadir*. Matba'ah Kubro al-Amiriyah, Mesir.  
 Imam Muslim, T.T, *Shahih Muslim*. Daar Ihyau At-Turots, Beirut.  
 Imam Al-Khurosy, 1317H, *Alkhurosyi 'alaa al-mukhtashor al-jaliil*, Cet II. Mathbah Kubro Al-Amiriyah, Mesir.  
 Addusuqi, T.Th, *Hasyiyah Addusuqi*. Daar Ihyau Al-turats.  
 Imam Syafi'i, 1422 H/ 2001M, *Al-Umm*. Cet. I, Daar Al-Wafa. Al-Mansuroh.  
 Imam Al-Mawardi, 1414 H/ 1994 M, *Al-haawy Al-kabir*. Cet 1. Daar Alkutub al-Ilmiyah, Beirut.  
 Imam Nawawi, *Majmu' An-Nawawi*. Daar al-fikri, Beirut.  
 Imam Al-Mawardi, 1414 H/1994 M, *al-Hawi al-Kabir*, Cet. I. Daar Kutub Al-Ilmiyah, Beirut  
 Ibnu Muflih, 2004 M, *al-furu'*. Baitul Afkar Ad-Dauliyah, Oman.  
 Peraturan Bersama Menteri agama dan menteri dalam negeri, No. 9 tahun 2006/ no. 8, tahun 2006



Jurnal  
**MANDIRI**<sup>OTM</sup>  
ILMU PENGETAHUAN, SENI, DAN TEKNOLOGI

[www.jurnalmandiri.com](http://www.jurnalmandiri.com)

**ANALISIS PENGARUH PROFITABILITAS, *FINANCIAL LEVERAGE* DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PERATAAN LABA : STUDI EMPIRIS PERUSAHAAN *COSMETIC, HOUSEHOLD, DAN HOUSEWARE* YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2007-2011**

**Aria Aji Priyanto**

**Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang**

***Email : aria.aji@gmail.com***

**ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, *financial leverage* dan ukuran perusahaan terhadap perataan laba pada perusahaan *cosmetic, household* dan *houseware* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2007-2011. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini sebagai obyek perusahaan adalah perusahaan *cosmetic, household* dan *houseware* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), dengan periode penelitian tahun 2007 sampai 2011 sebanyak 6 perusahaan dan yang dijadikan obyek penelitian (sampel) yaitu sebanyak enam perusahaan. Teknik penentuan sampel menggunakan metode *purposive judgement sampling*. Data diuji menggunakan analisis regresi berganda, dan uji hipotesis. Hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan *financial leverage* terhadap perataan laba tetapi untuk *variable profitabilitas* dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap perataan laba. Sedangkan berdasarkan uji f (simultan) tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari ketiga variabel independen tersebut terhadap perataan laba.

**Kata Kunci:** Profitabilitas, Perataan Laba, *Income Smoothing, Financial Leverage, Ukuran Perusahaan*

**PENDAHULUAN**

**LATAR BELAKANG**

Laba selalu menjadi pusat perhatian dan menjadi bagian yang menarik dari para *stakeholders* perusahaan. Kebutuhan akan informasi laba yang dapat menggambarkan keadaan perusahaan yang sesungguhnya menjadi sangat penting karena ketepatan akan informasi laba yang disajikan dalam laporan keuangan tersebut akan mempengaruhi keputusan investor di pasar modal ataupun keputusan kreditor untuk meminjamkan dananya bagi perusahaan. Kegagalan akuntansi yang telah melanda perusahaan Enron, Xerox, Parmalat, Worldcom,

Microstrategy, Lippo Group, Indofarma dan Kimia Farma pada beberapa tahun terakhir di abad 21 menjadi pukulan bagi *stakeholders* perusahaan. *Earning Management (EM)* atau manajemen laba dituding sebagai penyebab tidak sesuainya laporan keuangan dan kinerja perusahaan yang sebenarnya. Manajemen laba merupakan suatu intervensi dengan maksud tertentu terhadap proses pelaporan keuangan eksternal dengan sengaja untuk memperoleh beberapa keuntungan pribadi (Schipper, 1989 dalam Harahap, 2004). Hal ini dapat terjadi karena manajer mempunyai akses terhadap informasi yang tidak tersedia bagi pihak di

luar manajemen atau lazim disebut *information asymmetry* dengan mengaburkan kinerja perusahaan sesungguhnya dari *stakeholders*. Manajemen laba cenderung menyebabkan adanya penyesatan dalam informasi serta menyebabkan kualitas pelaporan keuangan telah menurun. Hal ini diperparah dengan adanya beberapa perusahaan yang melakukan manajemen laba tidak hanya memanfaatkan kebebasan memilih dalam akuntansi tetapi juga melakukan manipulasi informasi atau kegiatan.

Scott (2000) menyatakan terdapat empat pola yang dilakukan manajemen untuk melakukan manajemen laba yaitu *taking a bath*, *income minimization*, *income maximization* dan *income smoothing* (perataan laba). Praktik perataan laba merupakan fenomena yang umum terjadi saat ini. Tindakan perataan laba sebagai usaha manajemen untuk mengurangi fluktuasi laba yang dilaporkan. Perataan laba juga merupakan suatu sarana yang dapat digunakan manajemen untuk mengurangi fluktuasi pelaporan penghasilan dan memanipulasi variabel-variabel akuntansi atau dengan melakukan transaksi-transaksi riil. Tindakan ini menyebabkan pengungkapan informasi mengenai penghasilan laba menjadi menyesatkan. Oleh karena itu, akan mengakibatkan terjadinya kesalahan dalam pengambilan keputusan oleh pihak-pihak yang berkepentingan dengan perusahaan, khususnya pihak eksternal.

Igan Budiasih (2008) melakukan penelitian yang menguji pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, *dividen payout ratio*, *financial leverage* terhadap perataan laba di mana Perataan laba diukur dengan indeks *eckel*. Hasil penelitian ini menemukan bahwa variabel ukuran perusahaan, profitabilitas dan *dividen pay out ratio* berpengaruh positif signifikan terhadap praktik perataan laba. Sedangkan variabel *financial leverage* tidak berpengaruh terhadap praktik perataan laba.

Olivia M Sumtaky (2007) Juga membuat penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi praktik perataan laba dengan variabel

*independent*, ukuran perusahaan, profitabilitas, *financial leverage* dan *net profit margin*. Hasil penelitian ini bahwa hanya *variable financial leverage* yang berpengaruh terhadap praktik perataan laba, sedangkan variabel ukuran perusahaan, profitabilitas dan *net profit margin* tidak berpengaruh.

Dapat diketahui bahwa penelitian-penelitian yang dilakukan sebelumnya terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi praktik perataan laba ternyata hasilnya masih belum konsisten. Hal ini membuktikan masih perlunya penelitian lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi praktik perataan laba. Selain itu, untuk memenuhi keterbatasan penelitian lainya yang berkaitan dengan periode waktu yang berbeda. Oleh karena itu, maka peneliti termotivasi untuk melakukan penelitian lebih lanjut dalam penelitian ini yang berjudul "*Analisis Pengaruh Profitabilitas, Financial Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Perataan Laba : Studi Empiris Perusahaan Cosmetic, Household Dan Houseware yang Terdaftar di BEI Periode 2007-2011.*"

## IDENTIFIKASI MASALAH

Informasi laba merupakan perhatian utama dalam menaksir kinerja atau pertanggung jawaban manajemen dan informasi laba membantu pemilik atau pihak lainnya melakukan penaksiran atas kemampuan laba perusahaan di masa yang akan datang. Pentingnya informasi laba ini disadari oleh manajemen sehingga manajemen cenderung melakukan *disfunctional behavior* (perilaku yang tidak semestinya). Asimetri informasi dalam konsep teori keagenan memunculkan kepentingan masing-masing pihak serta memperjuangkan kepentingan tersebut tanpa memperhatikan prosedur yang digunakan untuk menghasilkan informasi laba dengan melakukan manajemen laba. Salah satu tindakan manajemen laba yang sering dilakukan oleh manajemen untuk mengurangi fluktuasi laba agar suatu periode tidak terlalu berbeda dengan jumlah laba periode sebelumnya adalah perataan

laba.

Adapun faktor-faktor yang dianggap berpengaruh terhadap manajemen laba yaitu profitabilitas, *financial leverage* dan ukuran perusahaan. Profitabilitas merupakan ukuran penting untuk menilai sehat atau tidaknya perusahaan yang mempengaruhi investor untuk membuat keputusan. Tinggi-rendahnya profitabilitas akan mempengaruhi manajemen untuk melakukan praktik perataan laba. *Financial leverage* adalah ukuran dalam menilai risiko hutang. Semakin besar risiko hutang maka semakin kecil investor untuk menanamkan modalnya ke perusahaan. Akan tetapi jika perusahaan yang memiliki risiko hutang yang besar tetapi memiliki kemampuan membayar hutang yang dicerminkan pada laba yang besar maka investor akan tertarik menanamkan modalnya pada perusahaan. Maka ketika risiko hutang besar manajemen cenderung melakukan perataan laba. Ukuran perusahaan dinilai dari seberapa *asset* yang perusahaan punya. Ketika perusahaan dinilai besar maka pertanggung jawaban terhadap pihak berkepentingan perusahaan akan semakin besar, lagi pula bahwa pemakai laporan keuangan perusahaan besar sudah luas termasuk publik. Sehingga perusahaan besar cenderung melakukan perataan laba karena harapan dari masyarakat luas bahwa perusahaan besar dapat menghasilkan kemampuan laba yang lebih besar. Oleh sebab itu para *stakeholders* perusahaan jangan hanya memfokuskan laba pada informasi muka tetapi harus fokus dan teliti menganalisis mengenai kinerja keuangan atau laba perusahaan.

#### PEMBATASAN MASALAH

Dalam kaitannya dengan penelitian ini, maka peneliti akan membatasi permasalahan pada:

1. Variabel independen yang dipilih untuk diteliti pengaruhnya terhadap praktik perataan laba yang diukur dengan *indeks eckel* yang mengklasifikasi perusahaan yang melakukan praktik perataan laba dibatasi

pada variabel profitabilitas (*Return on asset*), *financial leverage* (*Debt equity ratio*) dan ukuran perusahaan (*ln total asset*), karena secara empiris ketiga variabel tersebut secara signifikan berpengaruh terhadap perataan laba.

2. Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan *cosmetic*, *household* dan *houseware* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2007-2011, dan memiliki data laporan keuangan yang sesuai dengan kriteria *sampling*.

#### PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan identifikasi dan pembatasan masalah di atas, maka untuk mencegah terjadinya kerancuan dalam pembahasan, perlu penulis berikan suatu perumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah profitabilitas, *financial leverage* dan ukuran perusahaan berpengaruh secara bersama-sama terhadap perataan laba?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap perataan laba?
3. Apakah *financial leverage* berpengaruh terhadap perataan laba?
4. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap perataan laba?

#### TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, *financial leverage* dan ukuran perusahaan secara bersama (simultan) terhadap perataan laba.
2. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap perataan laba.
3. Untuk mengetahui pengaruh *financial leverage* terhadap perataan laba.
4. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap perataan laba .

#### TINJAUAN TEORITIK

1. Pengertian Manajemen Laba  
Istilah umum (*common label*) yang

sering digunakan oleh para praktisi dan kalangan bisnis mengenai manajemen laba antara lain *creative accounting practices, income smoothing, income manipulation, agresive accounting, financial number game*.

Menurut Scott (2006, 344) menyatakan: “*Earning management is choice by a manager of accounting policies so as to achieve some specific objective*”. Manajemen laba adalah pilihan atas kebijakan akuntansi yang dilakukan manajemen untuk mencapai tujuan tertentu. pengertian manajemen laba disimpulkan bahwa banyak cara yang dapat ditempuh oleh manajemen untuk mempengaruhi pelaporan keuangan.

## 2. Motivasi Manajemen Laba

Perusahaan yang melakukan manajemen laba menggunakan angka-angka yang dilaporkan untuk membangun opini di lingkungan perusahaan. Laba bersih menjadi angka yang memperoleh banyak perhatian. Maka angka ini yang paling mungkin dimanipulasi oleh para manajer. Healy and Wahlen (1999, 370) dan Scott (2006, 353) mengemukakan bahwa perusahaan melakukan manajemen laba karena ada motivasi-motivasi tertentu. Motivasi yang melatarbelakangi terjadinya manajemen laba: Motivasi Pasar Modal, Motivasi Kontrak, Motivasi Politik, Motivasi Perpajakan, Perubahan *Chief Executive Officer* (CEO).

## 3. Definisi Perataan Laba

Perataan laba atau biasa yang disebut dengan *income smoothing* merupakan salah satu dari praktik manajemen laba. Definisi tentang perataan laba : Stice, Stice, Kousen (2011, 365) menyatakan: “Perataan laba merupakan penggunaan asumsi akuntansi agresif yang akan dapat menahan atau mempercepat pengakuan terhadap jenis pendapatan dan beban, serta meratakan angka laba yang dilaporkan dari tahun ke tahun berikutnya sehingga angka laba tidak terlalu berfluktuasi dan akan mempermudah

perusahaan dalam mendapatkan pinjaman dengan persyaratan yang menguntungkan serta menarik investor.

## 4. Motivasi Perataan Laba

Motivasi perataan laba meliputi perbaikan hubungan dengan kreditor, investor dan karyawan serta memperkecil siklus bisnis melalui proses psikologis. Brayshaw dan Eldin (1989) dalam Subekti (2005) menyatakan bahwa terdapat dua hal yang memotivasi manajer untuk melakukan perataan laba.

- a. Rencana kompensasi manajemen yang biasanya dihubungkan dengan kinerja perusahaan yang ditunjukkan dalam laba yang dilaporkan, sehingga setiap fluktuasi dalam laba akan mempengaruhi langsung terhadap kompensasinya.
- b. Fluktuasi dalam kinerja manajemen mungkin mengakibatkan intervensi pemilik untuk mengganti manajemen dengan cara pengambil alihan atau penggantian manajemen secara langsung dan ancaman penggantian manajemen ini mendorong manajemen untuk membuat laporan kinerja yang sesuai dengan keinginan pemilik.

## 5. Profitabilitas

Penilaian profitabilitas merupakan proses untuk menentukan seberapa baik aktivitas-aktivitas bisnis dilaksanakan untuk mencapai tujuan strategis, mengeliminasi pemborosan-pemborosan dan menyajikan informasi tepat waktu untuk melaksanakan penyempurnaan secara berkesinambungan. Profitabilitas suatu perusahaan akan mempengaruhi kebijakan para investor atas investasi yang dilakukan. Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba akan dapat menarik para investor untuk menanamkan dananya guna memperluas usahanya, sebaliknya tingkat profitabilitas yang rendah akan menyebabkan para investor menarik dananya. Sedangkan bagi perusahaan itu

sendiri profitabilitas dapat digunakan sebagai evaluasi atas efektivitas pengelolaan badan usaha tersebut.

#### 6. *Financial Leverage*

Struktur hutang atau *financial leverage* perusahaan memberikan gambaran kepada investor bahwa suatu perusahaan dapat menghasilkan laba operasi yang tinggi dengan adanya beban tetap yang ditanggung perusahaan setiap bulannya, sehingga memberikan tambahan keuntungan bagi para pemegang saham. Bukan hanya keuntungan, risiko yang akan dihadapi investor juga dapat digambarkan melalui struktur *financial leverage*. Semakin tinggi struktur *leverage* perusahaan, semakin besar keuntungan yang akan diperoleh, dan semakin besar pula tingkat risiko yang dihadapi investor nantinya. Atas dasar analisis informasi inilah investor dapat mengetahui bahwa suatu perusahaan mempunyai nilai perusahaan yang tinggi dengan semakin tingginya harga saham perusahaan tersebut di pasar modal. Mengemukakan bahwa nilai perusahaan dapat diukur melalui nilai harga saham di pasar berdasarkan terbentuknya harga saham perusahaan dipasar yang merupakan refleksi penilaian. Kebijakan perusahaan mendapat modal pinjaman dari luar ditinjau dari bidang manajemen keuangan, merupakan penerapan kebijakan *financial leverage*, di mana perusahaan membiayai kegiatan operasionalnya dengan menggunakan modal asing/hutang serta menanggung suatu beban tetap yang bertujuan untuk meningkatkan laba per lembar saham.

#### 7. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan biasanya diukur melalui persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan besarnya *asset* perusahaan. Ukuran perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga pada pros-

pek perusahaan di masa depan.

#### HIPOTESIS PENELITIAN

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang hendak diteliti. Karena sifatnya masih sementara, maka perlu dibuktikan kebenarannya melalui data empiris yang terkumpul.

Adapun Hipotesis yang penulis ajukan adalah sebagai berikut:

- H1 : Profitabilitas diduga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perataan laba.
- H2 : *Financial leverage* diduga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perataan laba.
- H3 : Ukuran perusahaan diduga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perataan laba.
- H4 : Profitabilitas, *financial leverage* dan ukuran perusahaan diduga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perataan laba secara bersama.

#### METODOLOGI PENELITIAN

##### POPULASI DAN SAMPEL

Populasi yang akan menjadi obyek dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar serta menerbitkan laporan keuangan tahunan (*annually report*) yang diaudit dan dipublikasikan di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2007-2011.

Jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan *cosmetic*, *household* dan *houseware* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) period 2007-2011, yang akan diambil dengan menggunakan metode *purposive judgement sampling*, yaitu populasi yang akan dijadikan sampel penelitian adalah yang memenuhi kriteria sampel tertentu sesuai dengan yang dikehendaki peneliti dan kemudian dipilih berdasarkan pertimbangan tertentu disesuaikan dengan tujuan penelitian.

##### VARIABEL PENELITIAN

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu variabel independen dan variabel

dependen:

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel Independen atau variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Profitabilitas

Variabel independen pertama (X1) dalam penelitian ini adalah profitabilitas yang diukur oleh nilai *Return On Asset* (ROA). Skala data rasio.

$$ROA = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Total aktiva}}$$

b. *Financial Leverage*

Variabel independen kedua (X2) dalam penelitian ini adalah financial leverage yang diukur oleh nilai DER (*Debt Equity Rasio*). Skala data rasio.

$$DER = \frac{\text{Total hutang}}{\text{Total modal}}$$

c. Ukuran Perusahaan

Variabel *independent* kedua (X3) dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan yang diukur oleh nilai aktiva yang dimiliki perusahaan. Skala data rasio.

$$Size = \text{Log Natural Aktiva}(\ln_{10000})$$

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah perataan laba yang diukur oleh *indeks eckel* adalah sebagai berikut :

$$\text{indeks eckel} = \frac{CV \Delta I}{CV \Delta S}$$

Dimana:

$\Delta I$  = Perubahan laba dalam satu periode

$\Delta S$  = Perubahan penjualan dalam satu periode

CV = Koefisien variasi dari variabel (standar deviasi/ nilai yang diharapkan)

Perubahan laba dihitung dengan cara (Sulistyanto, 2008)

**DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL**

Pengertian operasional variabel ini kemudian diuraikan menjadi indikator empiris yang meliputi :

1. Profitabilitas

Yaitu kemampuan suatu perusahaan untuk mendapatkan laba (keuntungan) dalam suatu periode tertentu.

2. *Financial Leverage*

Yaitu usaha perusahaan membiayai kegiatan operasionalnya dengan menggunakan modal asing/hutang serta menanggung suatu beban tetap yang bertujuan untuk meningkatkan laba per lembar saham.

3. Ukuran Perusahaan

Yaitu jumlah aktiva yang dimiliki oleh perusahaan pada periode tertentu yang merupakan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan yang akan memberikan manfaat ekonomis pada masa yang akan datang.

4. Perataan Laba

Yaitu upaya yang disengaja dilakukan untuk memperkecil atau fluktuasi pada tingkat laba yang dianggap normal bagi perusahaan.

**METODE PENGUMPULAN DATA**

1. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari pihak lain atau tidak langsung dari sumber utama (perusahaan), berupa publikasi dengan kurun waktu 5 tahun. Data tersebut berupa laporan keuangan dan data lainnya yang berhubungan dengan masalah penelitian.

2. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari Pusat Referensi Pasar Modal (PRPM) Gedung BEI Menara II Lantai 1 Galeri Edukasi BEI, yang beralamat di Jl. Jenderal Sudirman Kav 52-53 Jakarta Selatan.

3. Pengumpulan Data

Pengumpulan data serta bahan-bahan

dalam penelitian ini dilakukan melalui:

- a. Penelitian Lapangan (*Field Research*)  
Adalah suatu cara pengumpulan data yang dilakukan dengan penelitian langsung dilapangan.
- b. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)  
Adalah dengan cara membaca dan mempelajari buku-buku dan sumber-sumber tertulis lainnya yang berhubungan dengan masalah penelitian.
- c. Dokumentasi  
Adalah cara pengumpulan data yang dilakukan dengan membuat salinan atau menggandakan data yang ada.

## METODE ANALISIS DATA

### 1. Analisis Data

Untuk menjawab permasalahan dan pengujian hipotesa yang ada dan mengetahui ada tidaknya pengaruh faktor-faktor seperti yang dilakukan peneliti sebelumnya yaitu profitabilitas, *financial leverage* dan ukuran perusahaan terhadap perataan laba digunakan metode regresi linier berganda. Analisa regresi digunakan untuk menunjukkan hubungan antara variable yang satu dengan variable yang lain, sifat hubungan ini juga dapat dijelaskan antara variable yang satu sebagai penyebab, sedangkan yang lainnya sebagai akibat dalam bentuk *variable independent* dan *variable dependent*. Adapun langkah-langkah dalam pengolahan data penelitian adalah sebagai berikut :

- a. Menghitung data yang digunakan sebagai *variable independent* dan *variable dependent* berdasarkan laporan keuangan yang dipublikasi.
- b. Mencari koefisien persamaan regresi, nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ), F hitung dan t hitung Dengan menggunakan alat bantu SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) for windows version 19.0.

- c. Menguji hipotesis dengan cara membandingkan nilai F hitung dan t hitung dengan F tabel dan t tabel.

### 2. Perumusan Model

Model analisa yang digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah model regresi linear berganda (*multiple linear regression method*). Analisa regresi digunakan untuk menghitung semua data yang sudah berhasil diperoleh selama penelitian. Dalam analisis regresi akan dicari persamaan regresi dan nilai koefisien determinasinya ( $R^2$ ). Persamaan regresi linier berganda dengan menggunakan 3 (tiga) variabel independen dapat dinyatakan dalam persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3$$

Di mana :

- |                 |   |   |
|-----------------|---|---|
| Y               | = | Perataan laba   |
| $X_1$           | = | Profitabilitas  |
| $X_2$           | = | Financial Leverage  |
| $X_3$           | = | Nilai Perusahaan  |
| A               | = | Konstanta   |
| $b_1, b_2, b_3$ | = | Koefisien regresi untuk masing-masing variabel independen |

### a. Asumsi BLUE (Best Linear Unbiased Estimator)

Didalam persamaan regresi berganda harus bersifat BLUE, artinya bahwa pengambilan keputusan melalui uji F dan uji t tidak boleh bias. Untuk menghasilkan keputusan yang BLUE, maka harus dilakukan uji normalitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas sebelum melakukan regresi berganda.

#### 1. Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model

regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk menguji apakah data normal atau tidaknya dapat dilakukan dengan analisis grafik. Cara mendeteksi terjadinya normalitas adalah dengan melihat histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Metode yang lebih handal adalah dengan melihat normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis diagonal. Jika distribusi data adalah normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

## 2. Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam persamaan regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Uji multikolinieritas dilakukan dengan menggunakan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Multikolinieritas terjadi jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) melebihi 10, jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10 menunjukkan bahwa korelasi antar variabel independen masih bisa ditolerir.

## 3. Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk mengetahui adanya korelasi antar pengganggu (*error term*) pada suatu periode dengan kesalahan pada periode sebelumnya yang biasanya terjadi karena menggunakan data *time series*. Uji autokorelasi dilakukan dengan menghitung nilai *Durbin Watson* (DW). Jika *Durbin Watson* (DW) berkisar antara -2 sampai +2 menunjukkan bahwa modal regresi tidak terjadi autokorelasi.

## 4. Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Deteksi adanya heteroskedastisitas adalah :

- a. Nilai profitabilitas  $> 0,05$  berarti bebas dari heteroskedastisitas
- b. Nilai profitabilitas  $< 0,05$  berarti terkena heteroskedastisitas.

Adapun cara lain untuk menguji heteroskedastisitas dengan cara melihat gambar *scatterplot*.

## B. Uji Hipotesis

Untuk menjawab hipotesis yang telah dibuat dapat digunakan metode analisis sebagai berikut :

### 1. Pengujian Individu atau Parsial (uji t)

Uji hipotesis dengan uji t yaitu dengan mencari t hitung dan membandingkan dengan t tabel, apakah variabel independen secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan atau tidak dengan variabel dependen. Rumusan hipotesis dalam pengujian ini adalah sebagai berikut :

Ho1 = Profitabilitas tidak mempunyai pengaruh yang signifikan

Ha1 = Profitabilitas mempunyai pengaruh yang signifikan

Ho2 = *Financial Leverage* tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perataan laba.

Ha2 = *Financial leverage* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perataan laba.

Ho3 = Ukuran perusahaan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perataan laba.

Ha3 = Ukuran perusahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perataan laba.

Kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis adalah :

- a. Jika  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel, maka  $H_0$  ditolak (ada pengaruh yang signifikan)
- b. Jika  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel, maka  $H_0$  diterima (tidak berpengaruh signifikan)

Berdasarkan dasar signifikansi, kriterianya adalah :

- a. Jika signifikansi  $<$  0,05 maka  $H_0$  ditolak
- b. Jika signifikansi  $>$  0,05 maka  $H_0$  diterima

## 2. Pengujian Menyeluruh atau Simultan (uji F)

Uji hipotesis dengan uji F yaitu dengan mencari F hitung dan membandingkan dengan F tabel, apakah variabel independen secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan atau tidak dengan variabel dependen. Rumusan hipotesis dalam pengujian ini adalah sebagai berikut :

$H_{04}$  = Profitabilitas, *financial leverage* dan ukuran perusahaan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perataan laba.

$H_{a4}$  = Profitabilitas, *financial leverage* dan ukuran perusahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perataan laba.

Kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis adalah :

- a. Jika F hitung  $>$  F tabel, maka  $H_0$  ditolak (ada pengaruh yang signifikan)
- b. Jika F hitung  $<$  F tabel, maka  $H_0$  diterima (tidak berpengaruh signifikan)

Berdasarkan dasar signifikansi, kriterianya adalah

- a. Jika signifikansi  $>$  0,05 maka  $H_0$  diterima.

- b. Jika signifikansi  $<$  0,05 maka  $H_0$  ditolak.

## C. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) berguna untuk mengukur seberapa besar peranan variabel independen secara simultan mempengaruhi perubahan yang terjadi pada variabel dependen. Nilai  $R^2$  menjelaskan seberapa baik persamaan regresi tersebut cocok dengan data. Misalnya  $R^2 = 0,95$  menunjukkan bahwa perubahan-perubahan pada variabel independen menyebabkan 95 persen perubahan pada variabel dependen.

## ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen yaitu profitabilitas, *financial leverage* dan ukuran perusahaan terhadap variabel dependen yaitu perataan laba, maka perlu dilakukan analisis regresi linier berganda. Teknik analisis ini menggunakan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas. Lalu dilakukan analisis regresi berganda.

### 1. Analisis Asumsi Klasik

Analisis uji asumsi klasik ini menjelaskan hasil dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas.

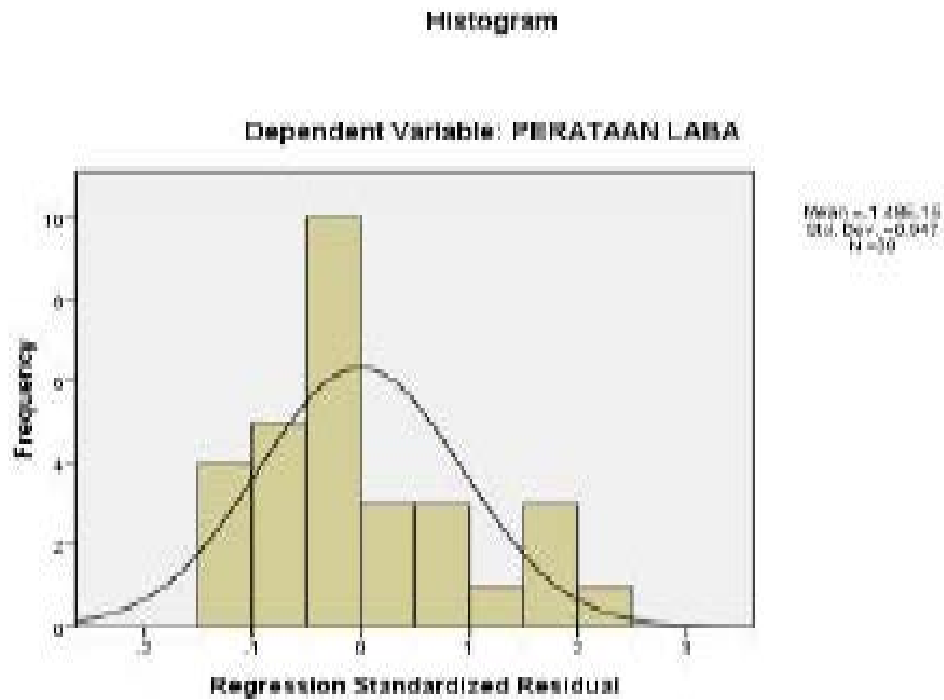
#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual terdistribusi secara normal atau tidak (Santoso, 2012, 230).

Hasil gambar menunjukkan bahwa data berdistribusi normal karena kurva normal yang ada di grafik mengikuti bentuk bel (lonceng). Dari grafik dibawah terlihat sebaran data mempunyai kurva yang dapat dianggap berbentuk lonceng. Karena itu *error* model regresi dapat dikatakan berdistribusi Normal.

**Gambar 1**

**Hasil Grafik Histogram**



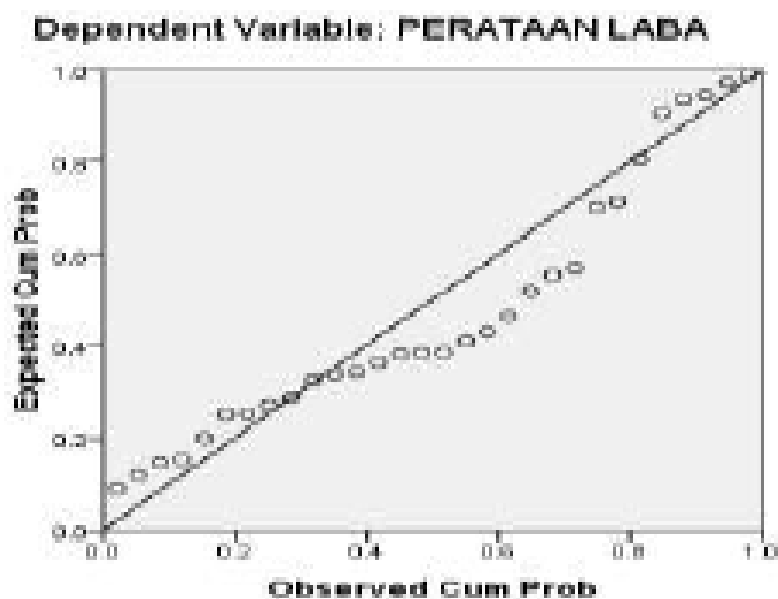
Berdasarkan gambar di bawah, menunjukkan bahwa model yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal, karena data meny-

bar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi Normalitas.

**Gambar 2**

**Hasil Grafik P-Plot**

**Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**



Tabel 1		
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.090729562
Most Extreme Differences	Absolute	.176
	Positive	.176
	Negative	-.085
Kolmogorov-Smirnov Z		.964
Asymp. Sig. (2-tailed)		.311

Tabel 2			
Hasil Uji Multikolinearitas			
Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	PROFITABILITAS	.810	1.234
	LEVERAGE	.889	1.124
	UKURAN PERUSAHAAN	.891	1.122

a. Dependent Variable: PERATAAN LABA

Dari hasil *output* di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,311. Karena signifikansi lebih dari 0,05, maka residual terdistribusi dengan normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. (Santoso, 2012:23)

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dari masing-masing variabel independen di sekitar angka 1 dan *Tolerance* mendekati 1. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini bebas dari Multikolinearitas.

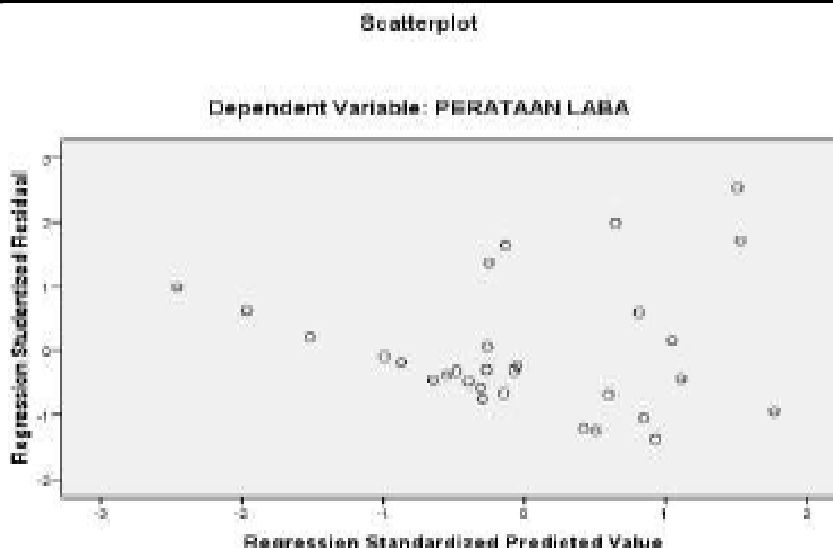
c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi (Santoso, 2012 : 241).

Tabel 3		
Hasil Uji Autokorelasi		
Model	Durbin-Watson	
1	1.984	

Dari tabel diatas diketahui bahwa nilai *Durbin Watson* (DW) diperoleh sebesar 1,984, karena nilai *Durbin Watson* berkisar antara -2 sampai +2.

**Gambar 3**  
**Hasil Grafik Scatterplot**



Hal ini menunjukkan bahwa persamaan regresi dalam penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain (Santoso, 2012:238).

Hasil uji heteroskedastisitas pada gambar menunjukkan bahwa sebaran pada titik-titik secara acak dan tidak pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi yang digunakan, sehingga layak untuk memprediksi setiap variabel dependen berdasarkan variabel independen.

2. Analisa Regresi Berganda

Pada penelitian ini untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen yaitu profitabilitas, *financial leverage* dan ukuran perusahaan terhadap variabel dependen yaitu perataan laba, maka perlu dilakukan analisis regresi linier berganda dan untuk mempermudah melakukan perhitungan, maka menggunakan alat bantu microsoft excel dan SPSS (*Statistical Product And Service Solution*) 19.0.

a. Uji Hipotesis Regresi Linier Berganda

Persamaan regresi linier berganda dengan menggunakan 3 (tiga) variabel independen dapat dinyatakan dalam persamaan berikut ini :

disajikan rumus regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = -1161,013 - 368,951 X_1 + 184,834 X_2 + 46,422 X_3$$

Dimana :

- Y = Perataan Laba
- X1 = Profitabilitas
- X2 = Financial Leverage
- X3 = Ukuran Perusahaan
- A = Konstanta
- b1, b2, b3 = Koefisien regresi untuk masing-masing variabel independen

Hasil dari rumus regresi linier berganda yaitu :

1. Konstanta sebesar -1161,013 menyatakan bahwa jika profitabilitas, *financial leverage* dan ukuran perusahaan nilainya sebesar 0, maka perataan laba adalah -1161,013.
2. Koefisien regresi sebesar 368,951 menyatakan bahwa setiap pengurangan (karena tanda -) 1% profitabilitas akan meningkatkan perataan laba sebesar 368,951 atau setiap penambahan 1% profitabilitas akan mengurangi perataan laba sebesar 368,951 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda +) 1% tingkat leverage akan meningkatkan perataan laba sebesar 184,834.
3. Koefisien regresi sebesar 46,422 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda +) 1 satuan ukuran perusahaan atau total asset akan meningkatkan perataan laba sebesar 46,422.

3. Pengujian Hipotesis

Untuk menjawab hipotesis yang telah dibuat dapat digunakan metode analisis regresi linier berganda, uji F (uji koefisien regresi secara simultan), uji t (uji koefisien regresi secara parsial), dan analisis koefisien

Tabel 4				
Hasil Uji Coefficients				
Model		Unstandardized Coefficients		Collinearity Statistics
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	-1161.013	709.631	
	PROFITABILITAS	-368.951	150.260	-.430
	LEVERAGE	184.834	85.637	.361
	UKURAN PERUSAHAAN	46.422	26.333	.295

Dari hasil uji Coefficients dapat

determinasi (Adjusted R2).

- a. Uji F (Uji koefisien regresi secara simultan)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara simultan atau secara bersama-sama terhadap variabel independen. Berikut ini hasil uji F dengan menggunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) 19.0.

Tabel 5			
Hasil Uji ANOVA			
ANOVA <sup>b</sup>			
	Model	F	Sig.
1	Regression	4.722	.009a
	Residual		
	Total		

Dari hasil uji ANOVA (Analysis of Varians) atau uji F, menunjukkan bahwa tingkat signifikansi sebesar  $0,009 < 0,05$ . Hal ini berarti bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa profitabilitas, financial leverage dan ukuran perusahaan secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perataan laba..

- b. Uji t (Uji koefisien regresi secara parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Berikut ini hasil uji t dengan menggunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) 19.0.

Tabel 6			
Hasil Uji Coefficients			
Coefficients <sup>b</sup>			
		t	Sig
1	(Constant)	-1.636	.114
	PROFITABILITAS	-2.455	.021
	LEVERAGE	2.158	.040
	UKURAN PERUSAHAAN	1.763	.090

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa profitabilitas mempunyai nilai signifikansi sebesar  $0,021 < 0,05$ . Hal

ini berarti bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh signifikan terhadap perataan laba. Pada tabel diatas juga dapat diketahui bahwa *financial leverage* perusahaan mempunyai nilai signifikansi sebesar  $0,040 < 0,05$ . Hal ini berarti bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa *financial leverage* mempunyai pengaruh signifikan terhadap perataan laba. Sesuai dengan tabel diatas, dapat diketahui bahwa ukuran perusahaan mempunyai nilai signifikansi sebesar  $0,090 > 0,05$ . Hal ini dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap perataan laba.

- c. Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R2)

Analisis koefisien determinasi (Adjusted R2) digunakan untuk mengukur seberapa besar peranan variabel independen yaitu profitabilitas, *financial leverage* dan ukuran perusahaan secara bersama-sama menjelaskan perubahan yang terjadi pada variabel dependen yaitu perataan laba.

Hasil Uji R <sup>2</sup>				
Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.594a	.353	.278	115.19388

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square (Adjusted R2) adalah sebesar 0,278. Hal ini berarti bahwa sumbangan pengaruh profitabilitas, *financial leverage* dan ukuran perusahaan terhadap perataan laba adalah 27,8 % sedangkan sisanya ( $100\% - 27,8\% = 72,2\%$ ) dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang lebih dominan.

## PEMBAHASAN DAN HASIL

Hasil dari analisa yang telah dilakukan terhadap variabel profitabilitas, *financial leverage* dan ukuran perusahaan terhadap perataan laba pada 12 perusahaan *cosmetic*, *household* dan *houseware* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan tahun pengamatan 2007-2011 secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan sehingga hipotesis penelitian ini dapat diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel profitabilitas, *financial leverage* dan ukuran perusahaan secara simultan atau secara bersama-sama berpengaruh terhadap perataan laba.

Hasil uji hipotesis secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel profitabilitas dan *financial leverage* berpengaruh signifikan terhadap perataan laba, maka hipotesis penelitian ini diterima. Namun pada variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh yang signifikan terhadap perataan laba.

Variabel profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap perataan laba. Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan mengefektifkan penggunaan assetnya. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Olivia (2007), Masodah (2007), dan Arya Amanza (2012). Hal ini dikarenakan perusahaan yang memiliki ROA (*Return On Asset*) yang lebih rendah dapat mengetahui kemampuan untuk mendapatkan laba pada masa mendatang sehingga memudahkan dalam menunda atau mempercepat laba sedangkan perusahaan yang memiliki ROA (*Return On Asset*) yang lebih tinggi cenderung melakukan perataan laba.

Variabel *financial leverage* berpengaruh signifikan terhadap perataan laba. *Financial leverage* menunjukkan proporsi atau tingkat hutang perusahaan terhadap modal. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Olivia (2007), dan Masodah (2007). Semakin besar hutang perusahaan maka semakin besar pula resiko yang dihadapi investor sehingga investor akan meminta tingkat keuntungan yang semakin tinggi. Akibat kondisi tersebut perusahaan

cenderung melakukan perataan laba.

Variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap perataan laba. Ukuran perusahaan terbagi dalam tiga kategori yaitu perusahaan besar, menengah dan kecil. penentuan ukuran ini didasarkan pada log aktiva. Perusahaan yang lebih besar memiliki dorongan yang lebih besar untuk melakukan perataan laba disbanding dengan perusahaan yang lebih kecil karena perusahaan yang lebih besar menjadi subjek pemeriksaan (pengawasan yang lebih ketat dari pemerintah dan masyarakat umum). hasil penelitian ini mendukung penelitian Nur Farida (2013) dan Olivia (2007)

## KESIMPULAN DAN SARAN

### KESIMPULAN

Setelah melakukan analisis dan pengujian hipotesis pengaruh profitabilitas, *financial leverage* dan ukuran perusahaan terhadap perataan laba pada 12 perusahaan *cosmetic*, *household* dan *houseware* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk tahun 2007-2011, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Secara simultan (uji F) bahwa profitabilitas, *financial leverage* dan ukuran perusahaan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perataan laba.
2. Secara parsial (uji t) bahwa profitabilitas dan ukuran perusahaan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perataan laba. *Financial leverage* berpengaruh signifikan terhadap perataan laba.
3. Melalui uji koefisien determinasi ( $R^2$ ), diketahui bahwa profitabilitas, *financial leverage* dan ukuran perusahaan mempunyai pengaruh sebesar 7,5% terhadap perataan laba, sedangkan sisanya 92,5% dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya.

### SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan di atas, terdapat saran-saran untuk penelitian selanjutnya yaitu :

1. Bagi para investor hendaknya tidak hanya

berasumsi bahwa perataan laba hanya dipengaruhi oleh profitabilitas, *financial leverage* dan ukuran perusahaan saja, tetapi juga harus memandang faktor-faktor lainnya yang juga dapat mempengaruhi tingkat perataan laba.

2. Bagi penelitian selanjutnya, sebaiknya memperluas lingkup penelitian dengan memperbanyak jumlah sampel yang diteliti, dapat menambah variabel independen yang diduga dapat berpengaruh terhadap perataan laba, dan penelitian selanjutnya tidak hanya menggunakan data sekunder tetapi juga bisa menggunakan data primer.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Arthur, J Keown, John D Martin, J William Petty, dan David F Scott Jr, 2010, *Manajemen Keuangan*, Edisi ke 10, Jilid 2. Penerbit Indeks, Jakarta.
- Anonim, 2011, *Pedoman Penulisan Tesis Kuantitatif*. Penerbit Program Pasca Sarjana Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
- Anonim, 2011, *Metode Riset dan Komputansi Statistik*. Penerbit Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
- Agus Sartono, 2001, *Manajemen Keuangan : Teori dan Aplikasi*. BPFE, Yogyakarta.
- Adella Hotnyda Siregar, Dr, Ir, Msi, 2011, *Metode Penelitian Manajemen Program Pasca Sarjana*. Penerbit Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
- Budi Rahardjo, 2007, *Keuangan dan Akuntansi Untuk Manajer Non Keuangan*. Penerbit Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Belkaoui, Ahme Riahi, 1993, *Accounting Theory*, 2nd Edition. Hacourt Brace Jovai Vich Colleges Publisher.
- DeChow, P., A. Sweeney and R. Sloan. 1995, *Detecting Earnings Management*. The Accounting Review.
- Erich A Helfer DBA , 1996, *Tekhnik Analisis Keuangan*. Edisi ke 8
- Healy, P.M. and J.M. Wahlen. 1999, *A Review of the Earnings Management Literature and its Implications for Standard Setters*. Accounting Horizons.
- James C Van Horne, John M Wachowicz Jr, 2012, *Prinsip-Prinsip Manajemen Keuangan*, Edisi 13, Buku 1. Penerbit Salemba 4
- K R Subramayan, John J Wild, 2010, *Analisis Laporan Keuangan*, Edisi 10, Buku 1. Penerbit Salemba 4.
- Kasmir, 2011, *Analisis Laporan Keuangan*. Penerbit Raja Grafindo Persada
- Kieso, Donald E., dan Weygant, Jerry. J., 2002, *Akuntansi Intermediate*. Penerbit Binarupa Aksara, Jakarta.
- Murtanto, 2004, *Analisis Perataan Laba (Income Smoothing) : Faktor-faktor yang mempengaruhi dan kaitannya dengan kinerja saham perusahaan publik di Indonesia*. SNA
- Nia Hardiyanti, 2012, *Analisis Pengaruh Insider Ownership, Leverage, Profitabilitas, Firm Size dan Dividend Pay Out Ratio Terhadap Nilai Perusahaan*. Universitas Diponegoro.
- Sofyan Syafri Harahap, 2012, *Teori Akuntansi*. Penerbit Raja Grafindo Persada.
- Subekti Iman, 2005, *Asosiasi Antara Praktik Perataan Laba dan Reaksi Pasar Modal Di Indonesia*. SNA VII, Solo.
- Sugiarto, Sopa, 2003, *Perataan Laba Dalam Mengantisipasi Laba Masa Depan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI*. SNA, Surabaya.
- Sandra, Dessy, dan Indra Wijaya Kusuma, 2004, *Reaksi Pasar Terhadap Tindakan Perataan Laba Dengan Kualitas Auditor dan Kepemilikan Manajerial Sebagai Variabel Pemoderasi*. SNA, Bali.
- Siti Nurchanifia, 2012, *Analisis Pengaruh Financial Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Pada Industri Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di BEI*. STIE PERBANAS.
- Scott, William R. 2006, *Financial Accounting Theory*. Canada : Prentice-Hall.
- Stice, Earl K., James D. Stice and K. Fred Skousen. 2009. *Akuntansi Intermediate*. Buku Satu Edisi 16. Jakarta: Salemba Empat.
- Trihendradi. C, 2009, *Step By Step SPSS 16 Analisis Data Statistik*. Penerbit ANDI, Yogyakarta.



Jurnal  
**MANDIRI**<sup>OTM</sup>  
ILMU PENGETAHUAN, SENI, DAN TEKNOLOGI

[www.jurnalmandiri.com](http://www.jurnalmandiri.com)

## PENGARUH MAKRO EKONOMI TERHADAP PASAR SAHAM LIQUID DI INDONESIA

**Iman Lubis**  
**Universitas Pamulang**  
*Dosen01479@unpam.ac.id*

### ABSTRAK

Penelitian ini menggunakan variabel makro ekonomi yaitu Suku Bunga BI, Indeks Harga Konsumen, Kurs Beli, Jumlah Uang Beredar dalam arti luas (M2), dan Ekspor. Variabel yang dipengaruhi adalah pasar *liquid* di Indonesia yaitu Indeks LQ45. Penggunaan data bulanan dari Januari 2010 sampai dengan Desember 2016 dan metode yang digunakan adalah *Vector Error Correction Model* (VECM). Hasil dari penelitian adalah tidak ada hubungan dan berpengaruh jangka pendek dari variabel makro ekonomi terhadap pasar *liquid* selain Kurs Beli dengan lag ke-2 meskipun variabel makro ekonomi memiliki hubungan dan berpengaruh jangka panjang pada pasar *liquid* tersebut.

**Kata Kunci:** Suku Bunga, Indeks Harga Konsumen, M2, Ekspor, LQ45, dan VECM

### PENDAHULUAN

#### Latar Belakang Masalah

Banyak penelitian sebelumnya yang meneliti mengenai pengaruh makro ekonomi terhadap indeks saham. Penelitian tersebut dalam negeri maupun luar negeri.

Hasil penelitian N.E. Muhamdi (2010) menggunakan regresi berganda. PDB berpengaruh positif terhadap sebagian indeks saham sektor keuangan namun tidak dengan sektor lain. BI RATE mempengaruhi positif terhadap seluruh sebagian indeks saham sektoral. Nilai tukar rupiah tidak berpengaruh terhadap seluruh indeks harga saham sektoral. Nilai harga minyak dunia berpengaruh negatif terhadap seluruh indeks saham sektoral periode 2000-2008.

V.W.Sitepu (2013) menggunakan regresi berganda. Inflasi tidak mempengaruhi harga saham properti priode 2009-2012 di Bursa Efek Indonesia namun suku bunga, nilai tukar,

dan risiko market sangat berpengaruh secara signifikan terhadap harga saham properti.

P. Selviarindi (2011) menggunakan regresi berganda. Tingkat suku bunga berpengaruh negatif terhadap harga saham di BEI. Tingkat inflasi tidak berpengaruh terhadap harga saham di BEI. Nilai tukar berpengaruh negatif terhadap harga saham di BEI. Jumlah uang beredar tidak berpengaruh terhadap harga saham BEI. Produk Domestik Bruto tidak berpengaruh terhadap harga saham di BEI. Harga minyak tidak berpengaruh terhadap harga saham BEI periode 2006-2010.

R.Wijayaningsih, S.M. Rahayu, M. Saifi (2016) menggunakan regresi berganda. *BI rate* menunjukkan pengaruh negatif terhadap Indeks Harga Saham Gabungan. *FED rate* tidak berpengaruh terhadap Indeks Harga Saham Gabungan. Kurs Rupiah menunjukkan pengaruh negatif terhadap Indeks Harga Saham Gabungan.

K.D.N.Sucipta, I. G. A. Purnawati, A. T. Atmadjaja (2016) menggunakan regresi berganda. Nilai kurs dan tingkat suku bunga berpengaruh negatif terhadap IHSG. Inflasi dan jumlah uang beredar tidak berpengaruh terhadap IHSG. Indeks Dow Jones berpengaruh positif terhadap IHSG. Nilai Kurs, Inflasi, BI RATE, Jumlah Uang Beredar dan Indeks Dow Jones secara simultan mempengaruhi IHSG periode 2010-2015.

A. Fatih, dan F. Ismiyanti (2015) menggunakan regresi berganda. Perubahan pada tingkat suku bunga BI pada maret 2010 sampai februari 2015 dengan menggunakan inflasi dan indeks sektor produksi tidak signifikan berpengaruh terhadap imbal hasil pasar LQ45 namun berbeda dengan volatilitasnya. Volatilitas LQ45 meningkat ketika *BI rate* diumumkan.

Rudhi dan Wahyudi (2016) menggunakan model GARCH dan TARCH. Inflasi memiliki hubungan negatif dan signifikan pada negara Indonesia, Malaysia, Singapura, dan Filipina tetapi Thailand memiliki hubungan positif dan signifikan. Tingkat suku bunga memiliki hubungan yang negatif dan signifikan di Thailand tetapi Indonesia, Singapura, Malaysia dan Filipina suku bunga memiliki imbal hasil yang positif dan signifikan pada IHSG. Nilai tukar memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap Indeksnya di Malaysia dan Thailand. Namun Singapura memiliki hubungan positif dan tidak signifikan. Filipina memiliki hubungan yang negatif dan signifikan terhadap indeksnya. Indonesia memiliki hubungan negatif dan tidak signifikan. GDP memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap Indonesia, Malaysia, Filipina, dan Singapura. Namun Thailand memiliki hubungan negatif dan signifikan terhadap indeksnya. Harga minyak mentah berhubungan positif dan signifikan di Indonesia, Singapura, dan Malaysia. Sementara di Filipina dan Thailand harga minyak mentah positif tetapi tidak signifikan. Harga Komoditas Utama adalah positif dan signifikan di Singapura. Sementara di Malaysia positif terhadap indeksnya namun

tidak signifikan. Namun di Filipina dan Thailand memiliki hubungan negatif signifikan terhadap indeksnya. Sementara di Indonesia mempengaruhi indeksnya secara negatif namun tidak signifikan Periode 2000-2015.

Husain et all (2016) memasukkan Investasi langsung Luar negeri selain Tingkat Bunga, Ekspor, Jumlah Uang beredar dan Tingkat pengangguran dengan menggunakan metode Johansen *co-integration test and vecm*. Hasilnya adalah Investasi Luar Negeri, Tingkat Suku Bunga, Ekspor dan Tingkat Pengangguran memiliki hubungan yang negatif dan signifikan terhadap indeks Pakistan (KSE-100), sementara Jumlah Uang Beredar hubungan positif dan signifikan. Namun GDP tidak memiliki hubungan signifikan namun positif.

Dari penelitian di atas di dalam penelitian ini peneliti memasukkan beberapa variabel X yaitu Nilai Tukar Rupiah, Inflasi, Tingkat Suku Bunga, Ekspor, Tingkat Pengangguran, Jumlah Uang Beredar (Money Supply), Investasi Langsung Luar Negeri. Sementara variabel Y adalah Indeks LQ45. LQ45 mewakili saham-saham yang paling likuid di Bursa Efek Indonesia.

### Perumusan Masalah

1. Apakah Nilai Tukar Rupiah mempengaruhi Indeks LQ45?
2. Apakah Inflasi mempengaruhi Indeks LQ45?
3. Apakah Tingkat Suku Bunga mempengaruhi Indeks LQ45?
4. Apakah Ekspor mempengaruhi Indeks LQ45?
5. Apakah Jumlah Uang Beredar mempengaruhi Indeks LQ45?

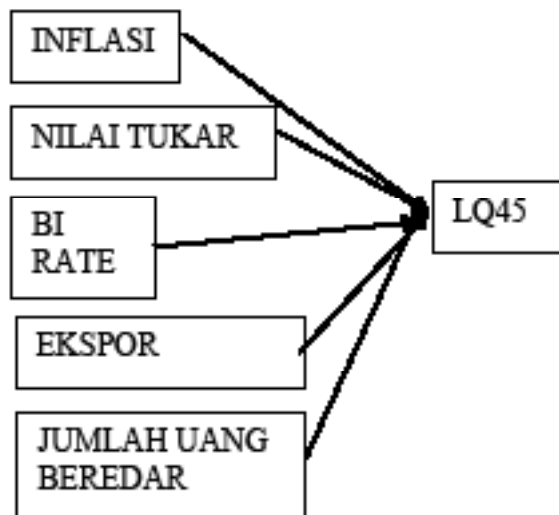
### Pembatasan Masalah

Penelitian ini menggunakan data bulanan yang tidak dimiliki oleh GDP, Tingkat Pengangguran, dan Investasi Langsung Luar Negeri sehingga penelitian tidak menggunakan variabel tersebut.

### Tujuan Penelitian

Untuk mengulang kembali beberapa variabel yang diuji seperti Ekspor, Nilai Tukar, Jumlah Uang Beredar dan Tingkat Suku Bunga terhadap LQ45.

### Kerangka Pemikiran



### Tinjauan Teoritik

#### 1. Makro Ekonomi

Dikutip dari Muhammadi (2010) Makro ekonomi terdiri atas

Produk Domestik Bruto merupakan salah satu cara perhitungan pendapatan nasional dengan menggunakan beberapa metode:

##### a. Metode Produksi

Perhitungan pendapatan nasional dengan hasil produksi tiap-tiap sektor. Pada perhitungan ini nilai produksi dikurangi nilai masukan

$$NT = NO - NI$$

Dimana:

NT = Nilai Tambah

NO = Nilai Output

NI = Nilai Input antara

Sehingga PDB dihitung dengan cara :

$$PDB = \sum NT$$

Dimana:

I = sektor produksi ke 1,2,3,...n

##### b. Metode Pengeluaran

Dikutip dari Muhammadi (2010) Per-

hitungan PDB berdasarkan nilai total pengeluaran dalam perkenomian selama periode tertentu. Pengeluaran yang diperhitungkan adalah

1. Konsumsi Rumah Tangga (Household Consumption)
2. Konsumsi Pemerintah (Government Consumption)
3. Pengeluaran Investasi (Investment Expenditure)
4. Ekspor Netto (Net Export)

Nilai PDB berdasarkan metode pengeluaran yang diperhitungkan sebagai berikut.

$$PDB = C + I + G + (X - M)$$

Di mana:

C = Konsumsi Rumah Tangga

G = Konsumsi Pemerintah

I = Pengeluaran Investasi

X = Ekspor

M = Impor

Menurut Biro Pusat Statistik, Indeks Harga Konsumen (IHK) adalah indeks yang menghitung rata-rata perubahan harga dari satu paket barang dan jasa yang dikonsumsi oleh rumah tangga dalam kurun waktu. IHK merupakan indikator untuk mengukur inflasi. Perubahan IHK dari waktu ke waktu menggambarkan inflasi dan deflasi dari barang dan jasa.

Dikutip dari Muhammadi (2010) Tingkat Suku Bunga dibedakan atas dua yaitu nominal dan riil. Nilai bunga nominal tingkat bunga yang berlaku oleh bank. Tingkat bunga riil adalah perbedaan antara tingkat bunga nominal dan tingkat inflasi. Pada penelitian ini yang digunakan adalah tingkat suku bunga Bank Indonesia.

Dikutip dari Muhammadi (2010) Kurs valuta asing dibedakan menjadi kurs nominal dan nilai kurs riil. Nilai kurs nominal adalah harga relatif dari mata uang negara. Sedangkan nilai kurs riil adalah harga relatif dari barang-barang di antara dua negara. Kurs riil menyatakan tingkat

perdagangan dari suatu negara ke negara lain. Kurs riil berkaitan dengan ekspor netto, apabila rendah maka barang-barang domestik relatif lebih murah dari pada barang-barang luar negeri. Pada penelitian ini yang digunakan adalah Kurs Beli.

Dikutip dari Hussain (2010) *Financial Direct Investment* (FDI) adalah investasi yang dibuat oleh orang atau organisasi di negara asing. FDI cenderung memiliki hubungan negatif terhadap harga saham.

Dikutip dari Hussain (2010) Ekspor adalah benda dan fasilitas yang dibuat di dalam negeri dan didistribusikan ke luar negeri. Penurunan ekspor akan membuat harga saham menurun.

Dikutip dari Hussain (2010) Tingkat pengangguran adalah tingkat dimana usia produktif belum memiliki pekerjaan. Hubungan tingkat pengangguran dengan harga saham adalah berhubungan negatif.

Menurut Mishkin (2001) pengertian Jumlah Uang Beredar terbagi atas dua yaitu pertama, uang kartal seperti uang kertas, dan logam yang digunakan untuk transaksi sehari-hari (M1). Kedua uang kartal, uang giral, dan uang kuasi (uang yang disimpan dalam rekening tabungan dan deposito berjangka di bank) (M2). Hubungan antara Jumlah Uang Beredar dan harga saham adalah positif.

## 2. Indeks Harga Saham

Dikutip dari Muhammadiyah (2010) Indeks harga saham merupakan suatu indikator yang menunjukkan pergerakan sekumpulan saham. Indeks merupakan indikator *trend* pasar, dimana pergerakan indeks menggambarkan kondisi pasar pada suatu saat, apakah pasar sedang aktif dan lesu. Semua saham di pasar memiliki hubungan baik positif maupun negatif sehingga ketika pasar naik saham yang berhubungan positif akan mengikutinya namun saham yang berhubungan negatif dengan pasar akan berlawanan arah. Dengan adanya indeks,

kita dapat mengetahui trend harga pasar saham saat ini; apakah sedang naik atau turun. Saat ini PT. Bursa Efek Indonesia memiliki delapan macam indeks harga saham, yaitu:

- a. Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) menggunakan semua emiten yang tercatat sebagai komponen perhitungan indeks.
- b. Indeks Sektorial menggunakan semua emiten yang termasuk dalam masing-masing sektorial.
- c. Indeks LQ45 menggunakan 45 emiten yang dipilih berdasarkan likuiditas dan kapitalisasi pasar, dengan kriteria-kriteria yang telah ditentukan.
- d. Jakarta Islamic Index menggunakan 30 emiten yang masuk dalam kriteria syariah dan termasuk saham yang memiliki kapitalisasi besar dan likuiditas tinggi.
- e. Indeks Kompas 100 menggunakan 100 saham yang dipilih berdasarkan kriteria likuiditas dan kapitalisasi pasar, dengan kriteria-kriteria yang telah ditentukan.
- f. Indeks Papan Utama menggunakan emiten yang masuk dalam kriteria papan utama.
- g. Indeks Papan Pengembangan menggunakan emiten yang masuk dalam kriteria pengembangan.
- h. Indeks Harga Saham Individual yaitu indeks harga saham masing-masing emiten.

## Hipotesis Penelitian

Untuk akademisi adalah sebagai sumber referensi untuk penelitian selanjutnya

### Hipotesa Penelitian

1. Nilai Tukar berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Indeks LQ45.
2. Inflasi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Indeks LQ45.
3. Tingkat Suku Bunga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Indeks LQ45.

4. Ekspor berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Indeks LQ45.
5. Jumlah Uang beredar berpengaruh positif terhadap Indeks LQ45.

## METODE PENELITIAN

### Jenis dan Sumber Penelitian

Data yang dipergunakan adalah time series bulanan dengan sample 2010-2016.

- Data Indeks LQ45 diperoleh dari IDX Statistics monthly tahun 2010-2016 di [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).
- Suku Bunga BI dari [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id).
- Indeks Harga Konsumen dari [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id).
- Nilai Tukar Valuta Asing terhadap dolar dari situs [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id).
- Ekspor Indonesia berasal dari [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id).
- Jumlah Uang Beredar dari [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id), [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id) dan [data.go.id/dataset/uang-beredar](http://data.go.id/dataset/uang-beredar).

Model menunjukkan seberapa besar pengaruh makro ekonomi terhadap Indeks LQ-45 adalah sebagai berikut :

$LQ45 = f(\text{BI RATE, IHK, KURS, M1, M2, EKSPOR})$

Dimana,

LQ45 = Indeks LQ45

BI RATE = Tingkat Suku Bunga Bank Indonesia

IHK = Indeks Harga Konsumen

KURS = Kurs Beli Dollar terhadap Rupiah

M1 = Jumlah Uang Beredar dalam Arti Sempit

M2 = Jumlah Uang Beredar dalam Arti Luas

EKSPOR = Jumlah barang dan jasa yang dijual ke luar negeri

Model ekonometrikanya adalah sebagai berikut:

$$LQ45 = \beta_{-0} + \beta_{-1} SBI + \beta_{-2} IHK + \beta_{-3} KURS + \beta_{-4} M1 + \beta_{-5} M2 + \beta_{-6} EKSPOR$$

Dimana,  $\beta_0$  adalah *intercept* koefisien dimana  $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5$  dan  $\beta_6$  adalah koefisien kemiringan untuk variabel eksplanator.

### Model Pengolahan Data

Model pengolahan data jika data pada harga adalah stasioner (rata-rata, varians, dan autokorelasi series waktu tidak berubah) maka dengan model multivariat dengan menggunakan OLS *regression* sangat baik. Namun Kebanyakan data makro ekonomi tidak stasioner pada data harga (mempunyai masalah *unit root*). Jika data tidak stasioner pada harga maka ketika menggunakan teknik OLS *regression* menurut Granger yang dikutip oleh Irawan (2004) hasil dari regresi akan berpola palsu atau *spurious regression*.

Untuk mengetahui apakah data pada penelitian ini dapat menggunakan OLS *regression* atau tidak maka kita menggunakan ADF (*Augmented Dickey Fuller*) *test* untuk mengecek apakah data ini stasioner. Tinjauan Pustaka menyatakan bahwa jika *series* waktu terintegrasi pada turunan pertama maka kita harus menggunakan analisa kointegrasi. Pada penelitian ini kita menggunakan Johansen Co-integration untuk estimasi model yang didiskusikan sebelumnya. Software yang digunakan adalah Eviews 9.5.

Pada tabel 1 terlihat semua variabel stasioner di turunan pertama selain M1 maka pada penelitian ini kami dengan pasti menggunakan Johansen co-integration *test* dengan mengeluarkan M1 tetapi tidak menggunakan OLS *regression*. Dikeluarkannya M1 disebabkan M1 dan M2 sama sama dapat mewakili Jumlah uang beredar.

### Penentuan Lag Optimum

Penentuan Lag optimum merupakan bagian dari analisa VAR. Penelitian ini memiliki arah oleh sebab itu langsung menggunakan VECM (Vector Error Correction Model). Pada tabel 2 informasi LR, FPE, AIC, SC, dan HQ adalah alternatif uji *goodness of fit* atau pengganti  $R^2$  (*coefficient determination*) sehingga  $R^2$  bukan

**Tabel 1**

Variabel	Test for Unit Root in	include in Test Equation	Test-Statistics		Conclusion
			ADF Test Statistics	Critical Value @ 5%	
LQ45	Level	Intercept	-2,0573	-2,8968	I (1)
		Intercept & Trend	-3,0242	-3,4649	
	1 <sup>st</sup> Differences	Intercept	-9,5198	-2,8972	
IHK	Level	Intercept	-2,1589	-2,89678	I (1)
		Intercept & Trend	-2,2303	-3,4649	
	1 <sup>st</sup> Differences	Intercept	-8,947	-2,8972	
KURS	Level	Intercept	-0,2527	2,8968	I (1)
		Intercept & Trend	-2,5325	-3,4649	
	1 <sup>st</sup> Differences	Intercept	-9,6902	-2,8972	
BI RATE	Level	Intercept	-1,1309	-2,8972	I (1)
		Intercept & Trend	0,7833	-3,4655	
	1 <sup>st</sup> Differences	Intercept	-5,2825	-2,8972	
EKSPOR	Level	Intercept	-2,095	-2,8972	I (1)
		Intercept & Trend	-3,0731	-3,4655	
	1 <sup>st</sup> Differences	Intercept	-14,7682	-2,8972	
M1	Level	Intercept	0,1102	-2,8968	I (0)
		Intercept & Trend	-3,8566	-3,4649	
	1 <sup>st</sup> Differences	Intercept	-1,7188	-2,9029	
M2	Level	Intercept	0,4023	-2,8972	I (1)
		Intercept & Trend	-4,6346	-3,4649	
	1 <sup>st</sup> Differences	Intercept	-11,2266	-2,8972	
Unit Root LQ45, BI RATE, KURS, IHK, EKSPOR, M1, dan M2					
Data diolah sendiri dari eviews 9.5					

satu-satunya indikator validitas sebuah model ekonomi. Nilai AIC dan SIC yang paling rendah dipakai sebagai patokan pada tingkat lag lag paling optimal (Thomas, 1997).

Dari tabel 2 diketahui bahwa hampir semua tanda bintang berada pada lag 2. Oleh sebab itu lag 2 adalah lag yang optimum.

### Uji Kointegrasi

Uji kointegrasi dapat dilakukan dengan menggunakan metode Johansen. Kesimpulan yang diambil adalah berdasarkan fakta bahwa *trace statistics* lebih besar dari *critical value*. Dari tabel 3 dapat dilihat ada satu persamaan terkointegrasi.

**Tabel 2**

Lag	LogL	LR	FPE	AIC	SC	HQ
0	-3838.409	NA	9.37e+35	99.85479	100.0374	99.92784
1	-3330.001	924.3794	4.40e+30	87.58444	88.86288*	88.09580*
2	-3285.849	73.39587*	3.62e+30*	87.37269*	89.74693	88.32237
3	-3260.737	37.83116	5.02e+30	87.65549	91.12554	89.04348
4	-3232.741	37.81200	6.72e+30	87.86340	92.42926	89.68971
5	-3200.927	38.01132	8.65e+30	87.97214	93.63380	90.23675
6	-3162.936	39.47187	1.03e+31	87.92041	94.67787	90.62333
7	-3119.480	38.37613	1.20e+31	87.72676	95.58003	90.86800
Lag Optimum dari LogL, LR, FPE, AIC, SC, dan dan HQ Data diolah sendiri dari eviews 9.5 * indicates lag order selected by the criterion			LR : sequential modified LR test statistic (each test at 5% level) FPE : Final prediction error AIC : Akaike information criterion SC : Schwarz information criterion HQ : Hannan-Quinn information criterion			

**Tabel 3**

Hypothesized No. of CE(s)	Eigenvalue	Trace Statistic	0.05 Critical Value	Prob.**
None *	0.459913	95.69809	83.93712	0.0054
Unrestricted Cointegration Rank Test (Trace)				
Data diolah sendiri dari eviews 9.5				

**Tabel 3**

Hypothesized No. of CE(s)	Eigenvalue	Max-Eigen Statistic	0.05 Critical Value	Prob.**
None *	0.459913	49.89803	36.63019	0.0008
Unrestricted Cointegration Rank Test (Maximum Eigenvalue)				
Data diolah sendiri dari eviews 9.5				

**Uji VECM (Short Run Term)**

Pada tabel 4 terlihat bahwa F- hitung 1,667047 lebih kecil dari F-tabel sebesar  $df_{0,05,5,75}$  2,336576. Pada VECM ini variabel-variabel ini secara bersama sama tidak mempengaruhi secara signifikan.

Untuk t tabel  $df_{0,5,75}$  1,992102 hanya nilai KURS lag 2 sebesar 4,5587% yang signifikan. Indikasi negatif dari Koefisien integrasi terhadap D(LQ45) setelah turun sebesar 26,1871% penyesuaian pertahun.

Pada tabel 4 KURS mempengaruhi secara

**Tabel 4**

Variabel	Koefisien	Standar Errors	T-statistics
CointEq1	-0,261871	0,07948	-3,29495
D(LQ45(-1))	-0,004648	0,13962	-0,03329
D(LQ45(-2))	0,10212	0,13965	0,73128
D(BI RATE(-1))	-3525,19	2440,07	-1,44471
D(BI RATE(-2))	4741,548	2449,46	1,93576
D(KURS(-1))	0,045587	0,02464	1,84974
D(KURS(-2))	0,042718	0,02078	2,05585
D(IHK(-1))	-1,347467	0,98217	-1,37193
D(IHK(-2))	-0,599199	1,05529	-0,5678
D(M2(-1))	-0,000093	0,00012	-0,77427
D(M2(-2))	-0,000235	0,00012	-1,99331
D(EKSPOR(-1))	2,13E-09	4,3E-09	0,41858
D(EKSPOR(-2))	8,57E-09	4,3E-09	1,98023
C	10,793	6,90269	1,56359
R squared	0,244403	Ad. R squared	0,097795
F statistics	1,667047		
Vector Error Correction Model BI RATE, KURS, IHK, M2 dan Ekspor terhadap LQ45			
Data diolah sendiri dari eviews 9.5			

positif terhadap LQ45 dari perubahan dua tahun sebelumnya atau lag kedua sebesar 0,0427 % secara signifikan disebabkan t - hitung 2,05585 lebih besar dari t - tabel sebesar  $df_{0,05,75}$  1,992102.

**Variance Decomposition (VD)**

Variance Decomposition (VD) merupakan bagian dari analisis VECM yang berfungsi mendukung hasil-hasil analisis sebelumnya. VD menyediakan perkiraan tentang seberapa besar kontribusi suatu variabel terhadap perubahan variabel itu sendiri dan variabel lainnya pada beberapa periode mendatang dalam bentuk presentase.

Pada tabel 5 terlihat bahwa periode pertama forecast error variance PDB ditentukan oleh LQ45 itu sendiri. Kemudian variabel LQ45 mengalami penurunan pengaruh terhadap dirinya sendiri bahkan sampai periode forecast error variance ke depan.

**Impulse Response**

Analisis *Impulse Response Function* (IRF) diperlukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *shock* suatu variabel terhadap variabel itu sendiri dan variabel-variabel lainnya dalam sistem. Respon yang terbesar adalah IHK dimana stabil pada tahun kelima di standar deviasi 15 dengan *shock* yang memberikan pengaruh negatif.

Pada tabel 7 terlihat bahwa lima variabel di atas mempengaruhi satu tahun sebelumnya terhadap indeks LQ45. BI RATE mempengaruhi -6344,13%, Indeks Harga Konsumen 6,07113 %, KURS 0,232841%, Jumlah Uang Beredar -0,00052, dan EKSPOR 0,0000000415% mempengaruhi LQ45.

Hipotesis BI RATE H0 diterima tetapi Indeks Harga Konsumen, Kurs, Jumlah Uang Beredar dan Ekspor H1 diterima.

**Tabel 5**

**Variance Decomposition of LQ45:**

Periode	S.E.	LQ45	BI RATE	KURS	IHK	M2	EKSPOR
1	32.45516	100.0000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
2	46.78563	92.19033	0.358437	0.054692	4.739299	0.034201	2.623038
3	58.20868	88.22965	0.346433	0.355647	8.966336	0.049654	2.052284
4	68.42192	83.78779	0.825660	1.169369	10.56055	0.338480	3.318150
5	76.81787	80.59091	1.290252	1.657506	12.70428	0.731424	3.025630
6	84.57661	78.88223	1.365096	1.914496	13.84089	0.907592	3.089698
7	91.77488	77.94386	1.334523	2.093181	14.68995	0.979900	2.958588
8	98.45871	77.39057	1.277595	2.148849	15.21350	1.029376	2.940108
9	104.6055	76.96016	1.254287	2.188655	15.65380	1.055204	2.887891
10	110.3949	76.64521	1.247962	2.226101	15.93598	1.073768	2.870979
11	115.8601	76.36746	1.252365	2.256086	16.19145	1.090137	2.842502
12	121.0741	76.13913	1.257534	2.280106	16.39811	1.102242	2.822875
13	126.0728	75.94608	1.263257	2.302211	16.57312	1.111467	2.803866
14	130.8802	75.78116	1.268291	2.320097	16.72244	1.119724	2.788296
15	135.5138	75.63747	1.273223	2.335334	16.85337	1.126575	2.774030
16	139.9940	75.51293	1.277776	2.348883	16.96616	1.132373	2.761882
17	144.3342	75.40299	1.281975	2.360665	17.06599	1.137492	2.750883
18	148.5469	75.30545	1.285794	2.371017	17.15466	1.141962	2.741115
19	152.6432	75.21840	1.289297	2.380319	17.23374	1.145892	2.732354
20	156.6322	75.14011	1.292498	2.388653	17.30485	1.149427	2.724460

Variance Decomposition BI RATE, KURS, IHK, M2 dan EKSPOR terhadap INDEX LQ45

Data diolah sendiri dari eviews 9.5

**Tabel 6**

**Response of LQ45:**

Periode	LQ45	BI RATE	KURS	IHK	M2	EKSPOR	EKSPOR
1	32.45516	100.0000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
2	46.78563	92.19033	0.358437	0.054692	4.739299	0.034201	2.623038
3	58.20868	88.22965	0.346433	0.355647	8.966336	0.049654	2.052284
4	68.42192	83.78779	0.825660	1.169369	10.56055	0.338480	3.318150
5	76.81787	80.59091	1.290252	1.657506	12.70428	0.731424	3.025630
6	84.57661	78.88223	1.365096	1.914496	13.84089	0.907592	3.089698
7	91.77488	77.94386	1.334523	2.093181	14.68995	0.979900	2.958588
8	98.45871	77.39057	1.277595	2.148849	15.21350	1.029376	2.940108
9	104.6055	76.96016	1.254287	2.188655	15.65380	1.055204	2.887891
10	110.3949	76.64521	1.247962	2.226101	15.93598	1.073768	2.870979
11	115.8601	76.36746	1.252365	2.256086	16.19145	1.090137	2.842502
12	121.0741	76.13913	1.257534	2.280106	16.39811	1.102242	2.822875
13	126.0728	75.94608	1.263257	2.302211	16.57312	1.111467	2.803866
14	130.8802	75.78116	1.268291	2.320097	16.72244	1.119724	2.788296
15	135.5138	75.63747	1.273223	2.335334	16.85337	1.126575	2.774030
16	139.9940	75.51293	1.277776	2.348883	16.96616	1.132373	2.761882
17	144.3342	75.40299	1.281975	2.360665	17.06599	1.137492	2.750883
18	148.5469	75.30545	1.285794	2.371017	17.15466	1.141962	2.741115
19	152.6432	75.21840	1.289297	2.380319	17.23374	1.145892	2.732354
20	156.6322	75.14011	1.292498	2.388653	17.30485	1.149427	2.724460

Variance Decomposition BI RATE, KURS, IHK, M2 dan EKSPOR terhadap INDEX LQ45

Data diolah sendiri dari eviews 9.5

Variabel	Koefisien	Standar Errors	T Hitung
BI RATE(-1)	-6344,13	2367,03	-2,68020
IHK(-1)	6,07113	1,27431	4,76423
KURS(-1)	0,232841	0,03313	7,02106
M2(-1)	-0,00052	0,000056	-9,18817
EKSPOR(-1)	4,15E-08	9,4E-09	4,41821
Koefisien Hubungan Jangka Panjang			
Data diolah sendiri dari eviews 9.5			

## KESIMPULAN

Variabel makro ekonomi yang diwakilkan oleh BI RATE, Indeks Harga Konsumen, Kurs beli, Jumlah Uang Beredar dan Ekpor tidak mempengaruhi di tahun yang sama, Namun mempengaruhi secara jangka panjang setahun sebelumnya dan secara jangka pendek Kurs beli pada dua tahun sebelumnya.

## SARAN

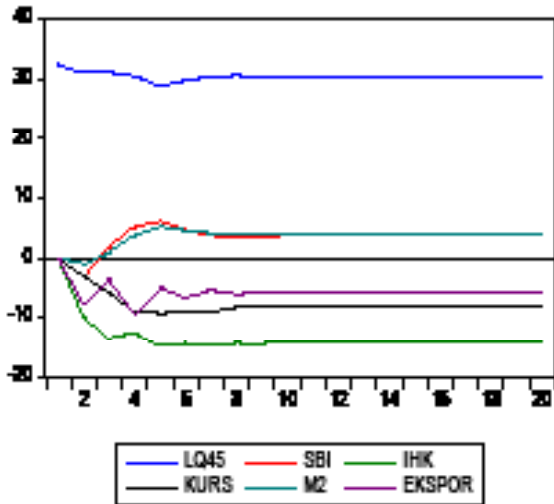
Penelitian berikutnya sebaiknya menggunakan panel data untuk membandingkan beberapa negara.

## DAFTAR PUSTAKA

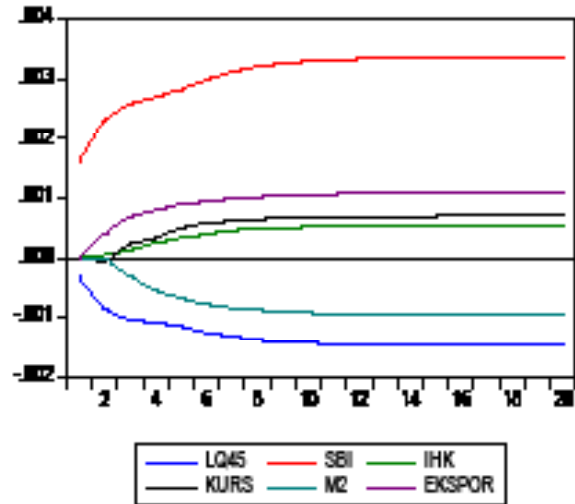
- Fatih, A. Dan Ismiyanti, F.2015. *Pengaruh Perubahan BI Rate terhadap Market Return dan Volatilitas Indeks LQ45*. Jurnal Manajemen Teori dan Terapan. Universitas Air Langga
- Hussain, Rafique, M., Khalil, A and Nawaz, M.2016. *Macroeconomics determinants of stock price variations: an economic analysis of KSE-100*.SSRN
- <https://www.bi.go.id/id/moneter/bi-7day-RR/data/Contents/Default.aspx>.
- <https://www.bi.go.id/id/moneter/bi-rae/data/Default.aspx>
- <https://data.go.id/dataset/uang-beredar>
- <https://www.idx.co.id/id-id/beranda/publikasi/statistik.aspx>
- [https://www.bps.go.id/all\\_newtemplate.php](https://www.bps.go.id/all_newtemplate.php)
- Irawan, F. 2004. *Pengaruh Kebijakan Moneter terhadap PDB dan Inflasi: Pengujian Hipotesis Ekpektasi Rasional dengan nasional Analisis*

- VAR. Tesis Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Depok
- Mishkin F.S. 2001. *The Economics of Money, Banking, and Financial Markets*. Sixth Edition. Columbia. Columbia University
- Muhammadi, N.E.2010. *Pengaruh Makro Ekonomi terhadap Indeks Harga Saham Sektoral di Bursa Efek Indonesia*. Tesis. Pasca Sarjana Perencanaan Publik dan Kebijakan Publik Universitas Indonesia. Jakarta
- Rudhi dan Wahyudi. 2016. *Analisis Pengaruh Variabel Makro Ekonomi terhadap Indeks Harga Saham Agregat di Kawasan Asia Tenggara (Studi Komparasi pada 5 Negara ASEAN 2001-2015)*. E-Journal Undip: Semarang
- Selviarindi, P.2011. *Analisis Pengaruh MakroEkonomi terhadap Harga Saham di Bursa Efek Indonesia*. Skripsi. Universitas Sebelas Maret.Surakarta
- Sitepu,V.W..2013. *Pengaruh Faktor Makro Ekonomi terhadap Harga Saham Properti*. Tesis Universitas Atma Jaya Yogyakarta
- Sucipta, K.D.N., Purnamawati, I.G.A, Atmadjaja, A.T.,2016. *Pengaruh Fundamental Ekonomi Makro terhadap Pergerekan Indeks Harga Saham Gabungan di Bursa Efek Indonesia*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi S1
- Thomas, R.L.1997. *Modern Econometrics on Introduction*. First Edition, London: Westley Longman
- Wijayaningsih,R., S.M. Rahayu, dan M.Saifi.2016. *Pengaruh BI rate, FED Rate, dan Kurs Rupiah terhadap Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) (Studi pada Bursa Efek Indonesia periode 2008-2015)*. Jurnal Administrasi Bisnis. ITB

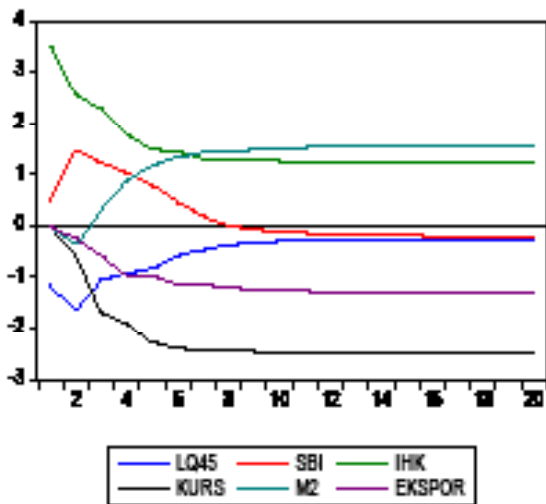
**Response of LQ45 to Cholesky  
One S.D. Innovations**



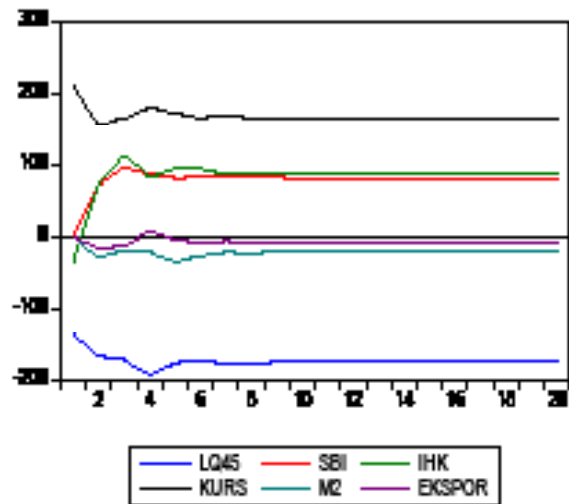
**Response of SBI to Cholesky  
One S.D. Innovations**



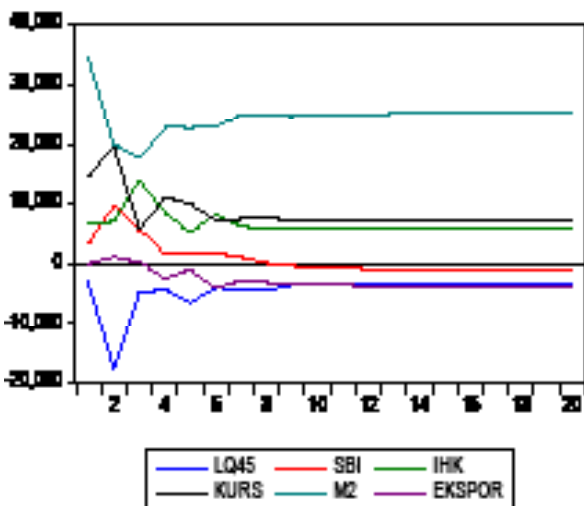
**Response of IHK to Cholesky  
One S.D. Innovations**



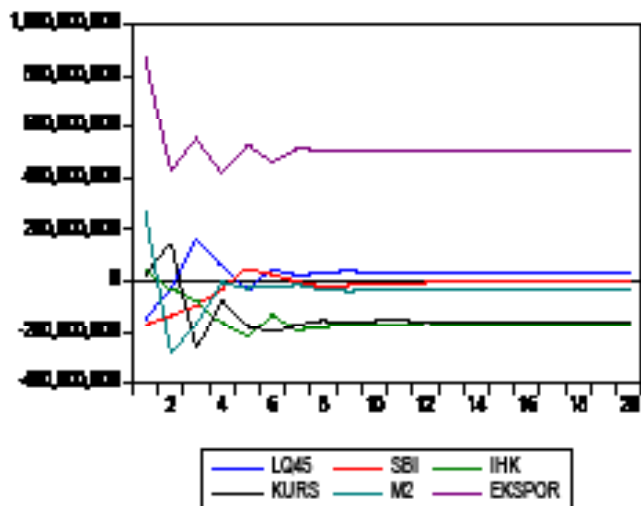
**Response of KURS to Cholesky  
One S.D. Innovations**

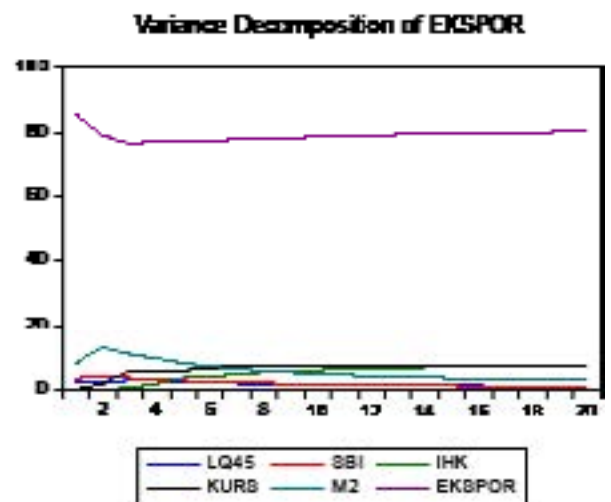
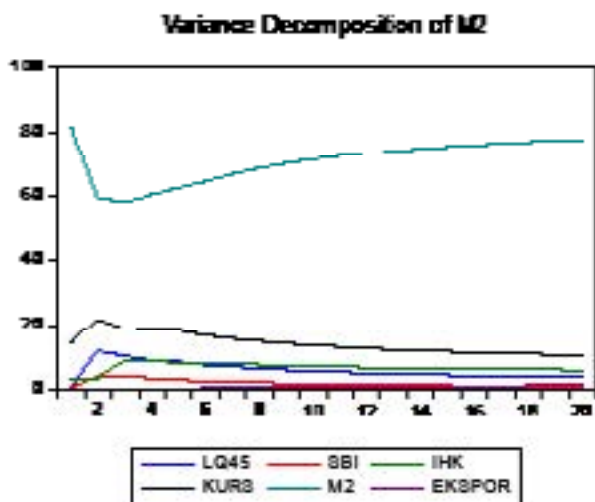
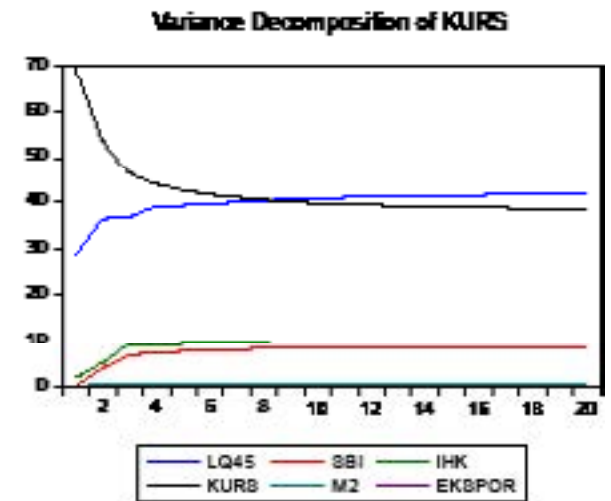
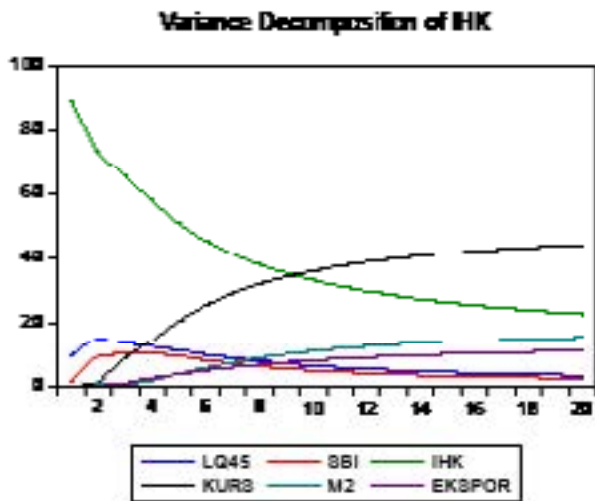
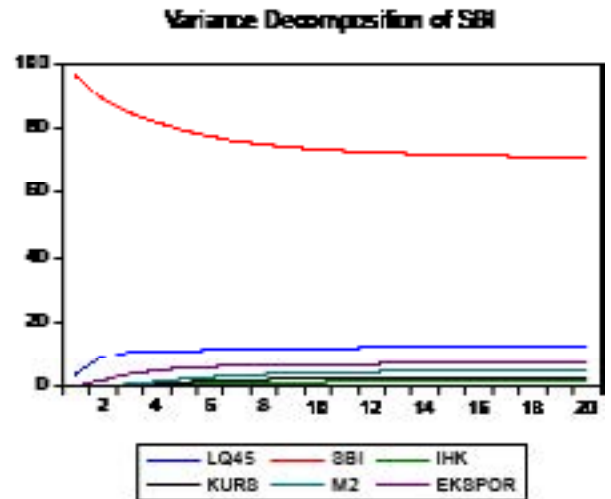
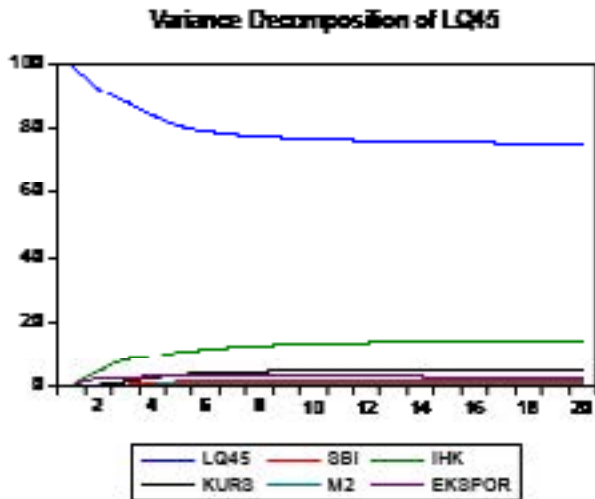


**Response of M2 to Cholesky  
One S.D. Innovations**



**Response of EKSPOR to Cholesky  
One S.D. Innovations**







Jurnal  
**MANDIRI**<sup>OTM</sup>  
ILMU PENGETAHUAN, SENI, DAN TEKNOLOGI

[www.jurnalmandiri.com](http://www.jurnalmandiri.com)

**PENGEMBANGAN MODEL KERJA SAMA *LINK AND MATCH*  
UNTUK MENINGKATKAN KESIAPAN KERJA BAGI LULUSAN  
SMK KOMPETENSI KEAHLIAN AKUNTANSI  
DI KOTA SEMARANG**

**Ivan Putranto**

**Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang**

***e-mail: ivanputranto21@gmail.com***

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengembangkan model kerja sama *link and match* untuk meningkatkan kesiapan kerja bagi lulusan SMK Kompetensi Keahlian Akuntansi di Kota Semarang, (2) mengetahui model kerja sama *link and match* yang efektif untuk diterapkan guna meningkatkan kesiapan kerja bagi lulusan SMK Kompetensi Keahlian Akuntansi di Kota Semarang. Jenis penelitian ini adalah *Research and Development (R&D)*. Lokasi penelitian ini dilakukan di SMK Negeri 9 Semarang, SMK LPI, dan SMK Perintis 29-01 Jurusan Bisnis Manajemen Kompetensi Keahlian Akuntansi dan Dunia Usaha Dunia Industri (DUDI) pasangan. Penetapan informan sebagai sumber data menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data menggunakan teknik wawancara mendalam, observasi, dokumentasi dan angket. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif. Metode kualitatif dilakukan dengan wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi untuk mengembangkan model kerja sama *link and match* untuk meningkatkan kesiapan kerja, sedangkan metode kuantitatif dilakukan dengan pengisian angket untuk analisis kebutuhan penelitian. Keabsahan data diperoleh melalui *credibility, transferability, dependability, dan confirmatory*. Analisis data kualitatif: reduksi data, paparan data, dan penarikan kesimpulan data dan verifikasi, kuantitatif: validitas dan reliabilitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) pengembangan model kerja sama *link and match* untuk meningkatkan kesiapan kerja dilakukan dengan menambahkan komponen sosialisasi kompetensi siswa, keterlibatan DUDI dalam penerimaan siswa baru dan identifikasi kompetensi kebutuhan oleh DUDI (2) model kerja sama *link and match* dikatakan efektif bilamana model kerja sama *link and match* mengantarkan standar kompetensi lulusan SMK sama dengan kompetensi harapan DUDI.

**Kata Kunci:** *Link and Match*, Kesiapan Kerja, Kompetensi Keahlian Akuntansi.

**PENDAHULUAN**

Pertautan antara dunia pendidikan dan dunia industri yang sering disebut *link and match* masih bermasalah. Upaya menjaga relevansi antara pendidikan dan industri tidak

tepat jika hanya dimaknai sekedar mentransfer teknologi dan ketrampilan khas yang digunakan dunia industri ke lembaga pendidikan. *Link and match* harus dimaknai sebagai upaya lembaga pendidikan dalam menyiapkan orang-

orang yang mempunyai kemampuan berpikir, berkomunikasi, berinteraksi sosial, dan bekerja dalam tim.

Konsep *link and match* dalam dunia pendidikan dikenalkan oleh Prof. Dr. Ing. Wardiman Djojonegoro sewaktu menjabat menjadi Menteri Pendidikan dan Kebudayaan yang mana konsep tersebut mengacu pada keterkaitan (*link*) dan kesesuaian (*match*) antara dunia pendidikan dan Dunia Usaha Dunia Industri (DUDI) (Djojonegoro 2007: 1 dan Judissuseno, 2008: 14). Maksud keterkaitan (*link*) dan kesesuaian (*match*) adalah kompetensi lulusan dari dunia pendidikan dapat diterima dan cocok dengan kebutuhan dunia kerja. Perspektif *link* menunjukkan proses, yang berarti bahwa proses pendidikan selayaknya sesuai dengan kebutuhan pembangunan, sehingga hasilnya pun cocok (*match*) dengan kebutuhan tersebut, baik dari segi jumlah, mutu, jenis, kualifikasi maupun dari segi waktunya. Beberapa prinsip yang akan dipakai dalam strategi dalam kebijakan *link and match* diantaranya adalah model penyelenggaraan Pendidikan Sistem Ganda (PSG).

Sekolah Menengah Kejuruan yang diharapkan dapat menjadi jembatan *link and match* karena memiliki *dual system education* ternyata juga belum memenuhi harapan. Masih banyak lulusan SMK yang belum terserap dunia kerja. Tidak terserapnya lulusan SMK tersebut bukan mutlak karena tidak adanya lapangan kerja, tetapi karena rendahnya kompetensi lulusan. Banyak lowongan kerja yang tersedia tidak terisi karena pelamar tidak memenuhi kriteria pemberi kerja. Hal ini sebenarnya lapangan kerja tersedia, tetapi peminat tidak memenuhi persyaratan kompetensi yang diminta. Banyak ditemukan diantara lulusan yang bekerja, tidak sesuai dengan bidang kompetensi yang siswa pelajari. Beberapa perusahaan yang masih peduli dan memanfaatkan lulusan SMK, sebagian besar menempatkan lulusan SMK bekerja di pos yang tidak sesuai jurusan, contohnya menjadi satpam, penjaga toko atau tempat bermain anak.

Menurut Wibowo (2008: 1) ada beberapa

hal yang menyebabkan ketidaksesuaian (*mismatch*) antara SMK dengan dunia usaha. *Pertama*, tidak semua SMK mencetak lulusan yang adaptif dengan dunia kerja, hal ini dikarenakan ketidaktersediaan fasilitas bengkel atau laboratorium kerja (*workshop*) yang layak dan modern, serta membangun kerja sama yang kuat dengan dunia kerja. *Kedua*, dari aspek tenaga pengajar banyak guru SMK yang ketinggalan meng-*update* keahlian agar sesuai dengan perkembangan zaman, akibatnya banyak pendidikan di SMK yang dilaksanakan secara asal-asalan, sehingga muaranya hanya menghasilkan lulusan tanpa kompetensi yang memadai. *Ketiga*, program yang ditawarkan SMK saat ini belum efektif dan efisien.

Permasalahan ketidaksesuaian (*mismatch*) kompetensi antara DUDI dengan kompetensi lulusan tidak mutlak kesalahan pihak dunia pendidikan. Pihak DUDI sendiri tidak mampu mengantisipasi kompetensi yang bakal muncul dan diharapkan di masa depan. Pemberian informasi kebutuhan kompetensi oleh DUDI pada sekolah didasarkan kompetensi yang dibutuhkan sekarang, artinya perbedaan waktu membuat identifikasi kompetensi menjadi tidak *up to date* lagi. Adanya *mismatch* tersebut menjadi salah satu hal yang menyebabkan pengangguran, karena kompetensi yang diinginkan oleh dunia industri tidak sesuai dengan kompetensi yang dimiliki oleh lulusan SMK.

Masalah pengangguran sendiri bukan menjadi masalah yang baru di Indonesia, dari tahun ke tahun masalah pengangguran masih menjadi masalah yang harus diselesaikan oleh semua kalangan. Penyebabnya pun beraneka ragam, selain kurangnya lapangan pekerjaan, rendahnya kompetensi keahlian yang dimiliki sehingga susah untuk terjun langsung ke lapangan pekerjaan, tidak memenuhi kriteria yang ditentukan oleh perusahaan tertentu, ketidaksesuaian *mismatch* antara kompetensi lulusan dengan kompetensi yang diinginkan oleh pemberi kerja juga merupakan hal yang menjadi faktor utama yang menyebabkan pengangguran.

<b>Tabel</b>				
<b>Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Menurut Pendidikan di Kota Semarang Tahun 2015</b>				
No.	Pendidikan yang ditamatkan	Pengangguran Terbuka	Angkatan Kerja	TPT (%)
1	SD	7.906	121.011	6,53
2	SMP	10.063	140.434	7,16
3	(SMA/K)			
	SMA	12.879	200.864	6,41
	SMK	28.233	193.639	14,5
4	DIPLOMA	1.332	33.693	3,95
5	UNIVERSITAS	4.797	106.791	4,49

Sumber: SAKERNAS BPS Jawa Tengah dalam Angka Tahun 2015

Angka tingkat pengangguran terbuka di Kota Semarang bisa dikatakan cukup tinggi. Tingginya angka tersebut menandakan bahwa tingkat keterserapan tenaga kerja di sana cukup rendah. Hal ini ditunjukkan oleh data yang didapat dari Survei Angkatan Kerja Nasional (SAKERNAS) BPS di Jawa Tengah.

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa tingkat pengangguran dari segala jenjang pendidikan masih tergolong tinggi di Kota Semarang. Tingkat pengangguran terbuka pada SMK tergolong yang tertinggi dari jenjang pendidikan lainnya sebesar 28.233 dari total angkatan kerja yang tersedia yaitu sebesar 193.639 atau sekitar 14,5%.

Masalah pengangguran seharusnya tidak terjadi pada lulusan SMK. Sekolah menengah kejuruan menekankan pada persiapan anak didik untuk memasuki dunia kerja dengan bekal keterampilan yang didapatkan dari proses pembelajaran praktik. Proses pembelajaran di SMK, siswa mendapatkan pengetahuan di sekolah dan pengetahuan untuk melaksanakan Praktik Kerja Industri (Prakerin). Tujuan prakerin sangatlah penting karena siswa mendapatkan pengalaman langsung dalam dunia kerja. Senada dengan apa yang dikemukakan oleh Anwar (2006) bahwa sasaran utama prakerin adalah mengoptimalkan hasil pembelajaran dan menghasilkan lulusan yang memiliki keterampilan profesional dan sesuai dengan tuntutan lapangan kerja. Pada pelaksanaan prakerin siswa tidak lagi belajar di sekolah melainkan mengaplikasikan ilmu

dan prestasi yang didapat dari sekolah untuk dipraktikkan langsung pada DUDI sehingga terdapat sinkronisasi atau *link and match* antara kompetensi yang harus dipenuhi siswa dengan penguasaan keahlian yang diperoleh dalam DUDI. Prakerin sebagai bentuk pembelajaran SMK di luar pembelajaran yang terjadi di dalam sekolah yang membekali siswa berupa ketrampilan dan pengalaman siswa dalam pekerjaan yang sebenarnya dalam DUDI sehingga pendidikan SMK akan relevan dengan keadaan dunia kerja yang nyata. Djojonegoro (2007) menegaskan yang dimaksud *link and match* adalah penggalan kompetensi apa saja yang dibutuhkan pasar kerja ke depan. Terjadinya *link and match* antara sekolah dengan DUDI membekali siswa kesiapan kerja setelah tamat.

Berdasarkan observasi dan studi pendahuluan yang dilakukan peneliti di SMK N 9 Semarang, SMK LPI, dan SMK Perintis 29-01 bahwa prakerin yang dilakukan oleh siswa SMK kompetensi keahlian akuntansi tidak sesuai dengan tujuan kompetensi akuntansi. Kompetensi siswa akuntansi seharusnya adalah mengelola bukti transaksi keuangan, mengelola buku jurnal, mengelola buku besar, menyelesaikan siklus akuntansi perusahaan jasa dan dagang, justru melaksanakan kegiatan prakerin di luar kompetensi yang seharusnya dilakukan seperti memfotokopi, menjadi *customer service*, mengirim surat dan faksimile, memisahkan dokumen asli dan fotokopian, menerima dan melayani tamu, mencatat kartu masuk dan kartu keluar, mengangkat telepon. Hal tersebut akan

mempengaruhi tingkat kesiapan kerja karena kompetensi yang didapatkan saat prakerin tidak sama dengan kompetensi yang dibutuhkan oleh pihak dunia industri nantinya. Stevani dan Yulhendri (2014) menyatakan bahwa apabila pelaksanaan praktik kerja industri dilaksanakan dengan baik, keterampilan siswa meningkat dan *self efficacy* (kepercayaan diri) siswa tinggi, maka kesiapan siswa memasuki dunia kerja juga akan mengalami peningkatan, sehingga tercapainya tujuan pendidikan SMK yaitu menciptakan lulusan yang siap kerja.

Berdasarkan studi pendahuluan yang dilaksanakan pada beberapa siswa SMK Bisnis Manajemen kelas XII Kompetensi Akuntansi di Kota Semarang dengan cara penyebaran angket secara acak dan terwakilkan setiap akreditasi baik akreditasi A, B maupun C, dari 56 angket diperoleh bahwa 6 siswa atau 10,17% siswa dalam kategori kesiapan kerja rendah, 36 siswa atau 61,01% siswa memiliki kesiapan kerja dalam kategori sedang, dan 28,81% siswa dalam kategori kesiapan kerja tinggi. Dalam hal ini kesiapan kerja siswa SMK kelas XII Akuntansi se-Kota Semarang masih belum optimal.

Belum optimalnya kesiapan kerja siswa SMK bisnis manajemen kompetensi akuntansi di Kota Semarang seharusnya tidak terjadi, mengingat tujuan SMK untuk mempersiapkan peserta didik terutama untuk bekerja dalam bidang tertentu (UU No 20 Tahun 2003), sesuai kebutuhan DUDI melalui kebijakan pemerintah dalam menerapkan pembelajaran SMK melalui konsep *link and match*. Konsep *link and match* ini merubah pembelajaran yang berbasis sekolah menjadi pembelajaran berbasis ganda, dimana dalam pembelajaran di SMK dilaksanakan di dua tempat yaitu di sekolah dan di lingkungan DUDI. Pembelajaran di sekolah berupa teori dan praktik dasar kejuruan, sementara pada lingkungan DUDI pembelajaran diperoleh melalui prinsip *learning by doing* yaitu berupa keterampilan produktif.

Berdasarkan paparan di atas maka masalah dalam penelitian ini adalah belum adanya *link*

*and match* antara sekolah dan DUDI dan belum efektifnya pelaksanaan prakerin siswa SMK bisnis manajemen kompetensi keahlian akuntansi di Kota Semarang sehingga kesiapan kerja siswa masih belum optimal. Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “*Pengembangan Model Kerja Sama Link and Match Untuk Meningkatkan Kesiapan Kerja Bagi Lulusan SMK Kompetensi Keahlian Akuntansi di Kota Semarang.*”

### **Asumsi dan keterbatasan pengembangan**

Pengembangan model kerja sama *link and match* ini mengacu pada asumsi bahwa pengembangan model kerja sama *link and match* dapat menyesuaikan kompetensi keahlian yang dimiliki siswa dengan kompetensi keahlian yang diajarkan oleh DUDI pada saat pelaksanaan prakerin, sehingga setelah pelaksanaan prakerin selesai siswa memiliki pengalaman di dunia industri sesuai dengan kompetensi yang dimiliki dan siswa memiliki kesiapan kerja yang baik.

Ada beberapa faktor yang bisa mempengaruhi terjadinya *link and match* antara dunia pendidikan (SMK) dengan DUDI. Pada penelitian ini faktor yang akan dibahas adalah pendidikan sistem ganda (PSG) yang diimplementasikan melalui pelaksanaan praktik kerja industri (prakerin), sedangkan untuk faktor lain diabaikan.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Kesiapan Kerja**

Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) termasuk dalam pendidikan menengah yang dalam penyelenggaraannya untuk mempersiapkan siswa agar memiliki kesiapan kerja setelah tamat. Sesuai pada Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional (UUSPN) pasal 15 bahwa pendidikan kejuruan merupakan pendidikan menengah yang mempersiapkan siswa terutama untuk bekerja dalam bidang tertentu. SMK lebih menekankan tujuan pembelajaran pada kebutuhan dunia kerja.

Kesiapan kerja menurut Wagner (2006: 1)

adalah seperangkat keterampilan dan perilaku yang diperlukan untuk bekerja dalam pekerjaan apa pun bentuknya. Kesiapan kerja menurut Wagner meliputi beberapa aspek antara lain: (1) kemampuan membaca untuk informasi; (2) diterapkan matematika; (3) menulis bisnis, (4) menulis, mencari informasi; (5) kerja sama tim; (6) pengamatan; (7) mendengarkan; dan (7) teknologi terapan.

Pendidikan Sistem Ganda (PSG)

Pendidikan Sistem Ganda merupakan bentuk penyelenggaraan pendidikan keahlian profesional yang memadukan pendidikan di sekolah dan pelatihan penguasaan keahlian yang diperoleh melalui kegiatan praktik kerja langsung di dunia usaha dan industri. Hal senada juga diungkapkan oleh Widiastono (2004: 204-205) yang menyebutkan bahwa:

Pendidikan Sistem Ganda merupakan suatu bentuk penyelenggaraan pendidikan keahlian profesional yang memadukan secara sistematis dan sinkron program pendidikan sekolah dan program penguasaan keahlian yang diperoleh melalui kegiatan bekerja langsung di dunia kerja dan terarah untuk mencapai tingkat keahlian profesional tertentu.

Dalam implementasinya perubahan paradigma SMK, PSG diwujudkan dalam suatu model prakerin. Pengertian prakerin menurut Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan tahun 2008 praktik kerja industri yang disingkat dengan "prakerin" merupakan bagian dari program pembelajaran yang harus dilaksanakan oleh setiap peserta didik di dunia kerja, sebagai wujud nyata dari pelaksanaan sistem pendidikan di SMK yaitu pendidikan sistem ganda (PSG).

Hamalik (2001: 91) menyatakan bahwa prakerin merupakan suatu tahap persiapan profesional di mana seorang siswa yang hampir menyelesaikan studi secara formal bekerja di lapangan dengan supervisi seorang administrator yang kompeten dalam jangka waktu tertentu, yang bertujuan untuk mengembangkan kemampuan melaksanakan tanggung jawab dalam

bidangnya.

### **Konsep dan Pengertian *Link and Match***

*Link and match* adalah kebijakan Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia yang dikembangkan untuk meningkatkan relevansi SMK, yaitu relevansi dengan kebutuhan pembangunan umumnya dan keutuhan dunia kerja, dunia usaha serta dunia industri khususnya. Maksud keterkaitan (*link*) dan kesesuaian (*match*) adalah bahwa kompetensi lulusan dari dunia pendidikan dapat diterima dan cocok dengan kebutuhan dunia kerja.

Perspektif *link* menunjukkan proses, yang berarti bahwa proses pendidikan selayaknya sesuai dengan kebutuhan pembangunan, sehingga hasilnya pun cocok (*match*) dengan kebutuhan tersebut, baik dari segi jumlah, mutu, jenis, kualifikasi maupun dari segi waktunya. Perspektif pendidikan sebagai wahana untuk menunjang pembangunan dalam berbagai sektor dan sub sektor ada beberapa faktor yang memperkuat perlunya usaha kearah lebih menciptakan *link and match* antara pendidikan dan pembangunan, khususnya dengan dunia kerja.

Penerapan kebijakan *link and match* bertujuan untuk meningkatkan relevansi pendidikan dengan kebutuhan lapangan kerja. Hal ini sejalan sebagai usaha untuk mencari titik temu antara dunia pendidikan sebagai produsen dan DUDI sebagai konsumen. Menurut Sanjaya (2009), tujuan gerakan *link and match* adalah untuk mendekatkan pemasok (*supplier*) dengan mutu sumber daya manusia, terutama yang berhubungan dengan kualitas ketenagakerjaan. Untuk menciptakan *link and match* antara pendidikan dan dunia kerja diperlukan usaha-usaha secara resiprokal antara kedua belah pihak. Pendidikan dan dunia kerja serta masyarakat perlu melakukan dialog untuk mengidentifikasi kebutuhan masyarakat terhadap pendidikan dan menentukan langkah-langkah untuk memenuhi kebutuhan itu.

### **Keterkaitan Antara Kesiapan Kerja, PSG dan *Link and Match***

Kesiapan kerja adalah kondisi yang menunjukkan adanya keserasian antara kematangan fisik, mental serta pengalaman bekerja, sehingga individu mempunyai kemampuan untuk melaksanakan suatu kegiatan tertentu dalam hubungan dengan pekerjaan (Zuniarti, 2013: 412). Seorang siswa dikatakan mempunyai kesiapan kerja apabila siswa tersebut memiliki kemampuan yang mencakup aspek sikap, pengetahuan dan keterampilan sesuai dengan bidangnya. Salah satu upaya yang dilakukan untuk melatih dan meningkatkan kesiapan kerja pada siswa SMK adalah dengan dilakukannya prakerin. Prakerin adalah kegiatan pendidikan, pelatihan, dan pembelajaran yang dilaksanakan di dunia usaha atau dunia industri secara langsung yang relevan dengan kompetensi (kemampuan) siswa sesuai bidangnya masing-masing. Prakerin merupakan wujud nyata dari pelaksanaan pendidikan di SMK yaitu pendidikan sistem ganda (PSG).

Pendidikan Sistem Ganda merupakan prinsip yang digunakan dalam kebijakan *link and match* yang dilaksanakan untuk meningkatkan mutu dan relevansi SMK dilakukan dengan peningkatan keterkaitan dan keterpaduan (*link and match*). *Link and match* mengacu pada keterkaitan (*link*) dan kesesuaian (*match*) antara dunia pendidikan dan DUDI (Djojonegoro 2007: 1; dan Judissuseno, 2008: 14) Maksudnya bahwa kompetensi lulusan dari dunia pendidikan dapat diterima dan cocok dengan kebutuhan dunia kerja.

Berdasarkan beberapa penjelasan di atas dapat dilihat bahwa terdapat hubungan saling keterkaitan antara kesiapan kerja, PSG dan *link and match*. Sehingga dapat dirumuskan bahwa salah satu cara yang dilakukan SMK untuk melatih dan meningkatkan kesiapan kerja siswa adalah melalui prakerin, sedangkan prakerin itu sendiri adalah wujud nyata dalam pelaksanaan PSG, dan PSG merupakan prinsip yang dipakai dalam kebijakan *link and match*.

### **Sekolah Menengah Kejuruan (SMK)**

Menurut Penjelasan atas Undang-Undang RI No. 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional Pasal 15, pendidikan kejuruan merupakan pendidikan menengah yang mempersiapkan peserta didik terutama untuk bekerja dalam bidang tertentu. Pengertian mengenai SMK terdapat pada Peraturan Pemerintah No. 66 Tahun 2010 pasal 1 ayat 15 yang menyatakan bahwa Sekolah Menengah Kejuruan yang selanjutnya disingkat SMK adalah salah satu bentuk satuan pendidikan formal yang menyelenggarakan pendidikan kejuruan pada jenjang Pendidikan Menengah sebagai lanjutan dari SMP, MTs, atau bentuk lain yang sederajat atau lanjutan dari hasil belajar yang diakui sama atau setara SMP atau MTs.

### **Keahlian Akuntansi**

Akuntansi adalah suatu kegiatan jasa, fungsinya adalah menyediakan data kuantitatif, terutama yang mempunyai sifat keuangan, dari kesatuan usaha ekonomi yang dapat digunakan dalam pengambilan keputusan ekonomi dalam memilih alternatif-alternatif dari suatu keadaan (Baridwan, 2008: 1), Menurut Charles T. Horngren, dan Walter T. Harrison (Horngren Harrison, 2007: 4) menyatakan bahwa akuntansi adalah sistem informasi yang mengukur aktivitas bisnis, memproses data menjadi laporan, dan mengkomunikasikan hasilnya kepada para pengambil keputusan. Tujuan akuntansi untuk menyiapkan suatu laporan keuangan yang akurat agar dapat dimanfaatkan oleh para manajer, pengambil kebijakan, dan pihak berkepentingan lainnya, seperti pemegang saham, kreditur, atau pemilik, sedangkan fungsi daripada akuntansi itu sendiri adalah sebagai informasi keuangan suatu organisasi.

### **Model Konseptual**

Model adalah suatu cara untuk mengorganisasi kumpulan pengetahuan yang kompleks seperti konsep yang berhubungan dengan perilaku manusia. Menurut Ming-Ying

Yang, Mantai You, dan Fei-Chuan Chen (2005) model adalah suatu deskriptif naratif untuk menggambarkan prosedur atau langkah-langkah untuk mencapai suatu tujuan khusus, dan langkah-langkah tersebut dapat dipergunakan untuk mengukur keberhasilan/kegagalan dalam mencapai tujuan.

Model konseptual merupakan konstruksi verbal atau visual yang membantu untuk membedakan antara apa yang penting dan apa yang tidak. Sebuah model menawarkan kerangka kerja yang menggambarkan (secara logis) hubungan kausal antara faktor-faktor yang berkaitan. Model konseptual menciptakan realitas dalam arti pemahaman kolektif. Karena model konseptual didasarkan pada bahasa yang berasal dari pengertian teoritis.

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah *Research and Development* (R&D). Lokasi penelitian ini dilakukan di SMK Negeri 9 Semarang, SMK LPI, dan SMK Perintis 29-01 Jurusan Bisnis Manajemen Kompetensi Keahlian Akuntansi dan Dunia Usaha Dunia Industri (DUDI) pasangan. Penetapan informan sebagai sumber data menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data menggunakan teknik wawancara mendalam, observasi, dokumentasi dan angket. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif. Metode kualitatif dilakukan dengan wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi untuk mengembangkan model kerja sama *link and match* untuk meningkatkan kesiapan kerja, sedangkan metode kuantitatif dilakukan dengan pengisian angket untuk analisis kebutuhan penelitian. Keabsahan data diperoleh melalui *credibility*, *transferability*, *dependability*, dan *confirmatory*. Analisa data kualitatif: reduksi data, paparan data, dan penarikan kesimpulan data dan verifikasi, kuantitatif: validitas dan reliabilitas.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Tahap Pendahuluan

Penelitian ini dimulai pada tahap pendahuluan yaitu dengan melakukan observasi awal lapangan untuk menggali objek penelitian. Pada tahap ini peneliti melakukan observasi awal dan analisis kebutuhan mengenai kesiapan kerja siswa SMK kompetensi keahlian akuntansi di Kota Semarang dengan cara penyebaran angket secara acak dan terwakilkan setiap akreditasi baik akreditasi A, B, maupun C dan kegiatan siswa kompetensi keahlian akuntansi pada saat praktik kerja industri. Setelah masalah dalam penelitian diketahui maka langkah selanjutnya adalah membuat daftar pertanyaan digunakan untuk menggali informasi mengenai pelaksanaan *link and match* yang selama ini dilakukan di sekolah.

Langkah selanjutnya yang dilakukan adalah mengadakan orientasi lapangan dengan objek penelitian, mengumpulkan data dan menggali informasi dari informan melalui wawancara, observasi dan pengumpulan dokumen. Berdasarkan hasil wawancara diperoleh informasi mengenai pelaksanaan *link and match* yang selama ini dilakukan. Langkah selanjutnya adalah menginterpretasikan dan menganalisis dengan sejumlah data yang diperoleh dan menelaah data dengan bangunan konsep berdasarkan studi pustaka dan penelitian yang sudah ada.

Berdasarkan langkah-langkah di atas, maka dalam tahap pendahuluan ini akan dijelaskan mengenai data yang telah diinterpretasikan dan dianalisis. Hasil penelitian tersebut dijelaskan sebagai berikut:

- a. Kompetensi Lulusan Harapan DUDI
  - Akuntansi: melakukan kegiatan pembukuan, mengerjakan akuntansi komputer, menyusun laporan keuangan, dan tambahan lainnya adalah mengetik manual baik mesin ketik manual maupun mesin ketik elektronik.
  - Tata Boga: mengolah dan menyajikan makanan kontinental yang terdiri dari

makanan pembuka, makanan utama dan makanan penutup, melayani makan dan minum, dan mengorganisir operasi makanan.

- Teknik Komputer Jaringan: merakit *Personal Computer* (PC), melakukan instalasi sistem operasi dasar, mendiagnosis permasalahan pengoperasian PC, dan melakukan perbaikan/*setting* ulang sistem PC.
- Administrasi Perkantoran: bidang peralatan, kearsipan, komunikasi, proses surat menyurat, pembukuan dana kas kecil, perjalanan bisnis, dan tambahannya adalah menerima tamu.
- Pemasaran/Penjualan: perencanaan penataan produk, melayani pelanggan, administrasi penjualan, dan mempersiapkan dan mengoperasikan peralatan.
- Rekayasa Perangkat Lunak: menginstal *software*, mengoperasikan sistem operasi, melakukan pengkodean program, merancang desain dan perencanaan *software*, dan pengoperasian bahasa pemrograman berbasis web dan internet.

b. Kompetensi Lulusan SMK

SMK Negeri 9 Semarang mempunyai 4 Program Keahlian, yaitu: Administrasi Perkantoran, Akuntansi, Pemasaran/ Penjualan dan Rekayasa Perangkat Lunak. SMK LPI memiliki 2 program studi yaitu akuntansi dan rekayasa perangkat lunak. SMK Perintis 29-01 memiliki 3 program studi yaitu Akuntansi, Tata Boga dan Teknik Komputer Jaringan.

➤ Akuntansi

Tujuan: tenaga akuntansi yang memiliki pengetahuan dan nilai serta sikap yang terintegrasi dan berkecakapan kerja bidang akuntansi dengan menerapkan kewiraswastaan serta mampu mengadaptasi perkembangan masyarakat yang sesuai dengan kemajuan ilmu

dan teknologi serta dapat memenuhi tuntutan dunia kerja masa sekarang dan masa datang. Kompetensi lulusan: melakukan kegiatan pembukuan, mengerjakan akuntansi komputer, menyusun laporan keuangan, dan tambahan lainnya adalah mengetik manual baik mesin ketik manual maupun mesin ketik elektronik. Bidang pekerjaan: Pemegang buku, Kasir/*teller*, Juru penggajian, Operator mesin hitung, Operator komputer, Petugas administrasi gudang, Menyusun laporan keuangan.

➤ Tata Boga

Tujuan: Menyiapkan tenaga kerja profesional tingkat menengah untuk kebutuhan di bidang jasa boga (restoran, rumah makan, perhotelan, perusahaan dan jasa yang bergerak di bidang makanan dan minuman). Kompetensi lulusan: mengolah dan menyajikan makanan kontinental yang terdiri dari makanan pembuka, makanan utama dan makanan penutup, melayani makan dan minum, dan mengorganisir operasi makanan. Bidang pekerjaan: *Bartender*, *Restaurant/Bar Manager*, Wirausaha Boga.

➤ Teknik Komputer Jaringan

Tujuan: Menghasilkan lulusan tenaga komputer untuk mengisi lowongan kerja di bidang Teknik Komputer Jaringan yang terampil, disiplin, tanggung jawab, dan berakhlak mulia yang sesuai dengan tuntutan dunia usaha/dunia industri. Kompetensi lulusan: merakit *Personal Computer* (PC), melakukan instalasi sistem operasi dasar, mendiagnosis permasalahan pengoperasian PC, dan melakukan perbaikan/*setting* ulang sistem PC. Bidang pekerjaan: Teknisi Jaringan dan Komputer.

➤ Administrasi Perkantoran

Tujuan: Tenaga pelaksana yang me-

memiliki pengetahuan ketrampilan nilai dan sikap sebagai manusia yang bertanggung jawab dan mencintai profesi pekerjaannya. Kompetensi lulusan: bidang peralatan, kearsipan, komunikasi, proses surat menyurat, pembukuan dana kas kecil, perjalanan bisnis, dan tambahannya adalah menerima tamu. Bidang pekerjaan: Juru tata usaha kantor, Sekretaris muda, Juru TIK, Resepsionis.

➤ Pemasaran/Penjualan

Tujuan: Menyiapkan tenaga pelaksana yang profesional dalam bidang bisnis (dunia usaha) serta mengembangkan sikap kewirausahaan. Kompetensi lulusan: perencanaan penataan produk, melayani pelanggan, administrasi penjualan, dan mempersiapkan dan mengoperasikan peralatan. Bidang pekerjaan: Pramuniaga, Tenaga pemasaran, tenaga pengelola gudang, Kasir, Tenaga administrasi penjualan dan pembelian.

➤ Rekayasa Perangkat Lunak

Tujuan: Menghasilkan tamatan yang berkualitas dan mampu bersaing di pasar tenaga kerja baik nasional maupun internasional di bidang teknologi informatika, rekayasa perangkat lunak (*Software Engineering*). Kompetensi Lulusan: menginstal *software*, mengoperasikan sistem operasi, melakukan pengkodean program, merancang desain dan perencanaan *software*, dan pengoperasian bahasa pemrograman berbasis web dan internet. Bidang pekerjaan: Operator komputer, Pelaksana IT, Programer komputer tingkat dasar.

c. Pelaksanaan *Link and Match* yang selama ini dilakukan oleh SMK dan DUDI pasangan

*Link and match* dilakukan dengan pembelajaran yang dilakukan di DUDI yang disebut praktik kerja industri atau prakerin.

Secara garis besar prakerin terdiri dari 3 tahap yaitu, persiapan, pelaksanaan dan evaluasi. Pada pembahasan kali ini akan dipaparkan sebagai berikut: pemahaman, persiapan, pelaksanaan, pengendalian, dan faktor pendukung dan penghambat.

➤ Pemahaman

Secara umum pihak sekolah mengerti dan memahami konsep pendidikan sistem ganda dari Dinas Pendidikan Menengah Kejuruan Kanwil Pemerintah Kota Semarang. Kepala sekolah menyampaikannya melalui rapat dan sosialisasi kepada guru. Guru memberitahukan kepada siswa pada saat Masa Orientasi Sekolah (MOS) yaitu saat pertama kali masuk sekolah.

➤ Persiapan

Persiapan dilakukan dengan membentuk panitia kerja, pendaftaran DUDI pasangan, pemilihan guru pembimbing, penyusunan program bersama dan penyiapan siswa.

➤ Pelaksanaan

Pelaksanaan prakerin dilaksanakan dalam waktu kurang lebih selama 3 bulan. Sistem pembelajaran yang dipakai adalah *block release* untuk menjaga keseimbangan praktik Pola ini merupakan kesepakatan bersama antara pihak sekolah dengan DUDI. Setelah selesai pelaksanaan akan diadakan ujian praktik kompetensi yang dilakukan oleh assesor baik eksternal maupun internal.

➤ Pengendalian

Aspek pengendalian dalam pelaksanaan prakerin meliputi: program pendidikan dan pelatihan kejuruan, sumber daya manusia, fasilitas pendidikan, manajemen pendidikan, siswa, biaya, dan institusi pasangan.

➤ Faktor pendukung

Faktor pendukung pelaksanaan prakerin adalah ketersediaan DUDI

menerima siswa praktik, sedangkan faktor penghambatnya adalah masalah ketidaksiplinan siswa dalam hal ini kehadiran.

Sedangkan pelaksanaan *link and match* pada DUDI pasangan terdiri dari:

- **Pemahaman**  
Pemahaman DUDI dalam memahami konsep pendidikan sistem ganda masih bisa dibilang rendah, dalam artian pihak DUDI menyamakan siswa prakerin dengan praktikan lainnya, hanya saja dengan sebutan yang berbeda.
- **Persiapan**  
DUDI akan mempersiapkan diri untuk memilih ruangan siswa praktik, administrasi, pemilihan instruktur, dan kriteria siswa praktik. DUDI memiliki peran sebagai sumber informasi yang memberikan verifikasi dan validasi program dalam penyusunan program bersama.
- **Pelaksanaan**  
Pelaksanaan PSG dalam *link and match* akan melibatkan proses kerja sama antara sekolah dan DUDI dalam cakupan yang cukup luas, kerja sama tersebut terjalin dari mulai tahap persiapan, penyusunan program bersama, pelaksanaan, pelatihan sampai pada tahap evaluasi. Pada tahap pelaksanaan DUDI tidak hanya dijadikan sebagai tempat praktik, tetapi juga menyiapkan instruktur lapangan.
- **Evaluasi**  
Pada tahap terakhir dalam pelaksanaan prakerin, DUDI dan sekolah bekerja sama dalam pelaksanaan evaluasi yang memberikan penilaian siswa praktikan sebagai asesor eksternal. Selain itu, DUDI juga memberikan sertifikat sebagai tanda pengalaman kerja bagi siswa yang telah melaksanakan pelatihan industri.
- **Faktor Pendukung dan Penghambat**

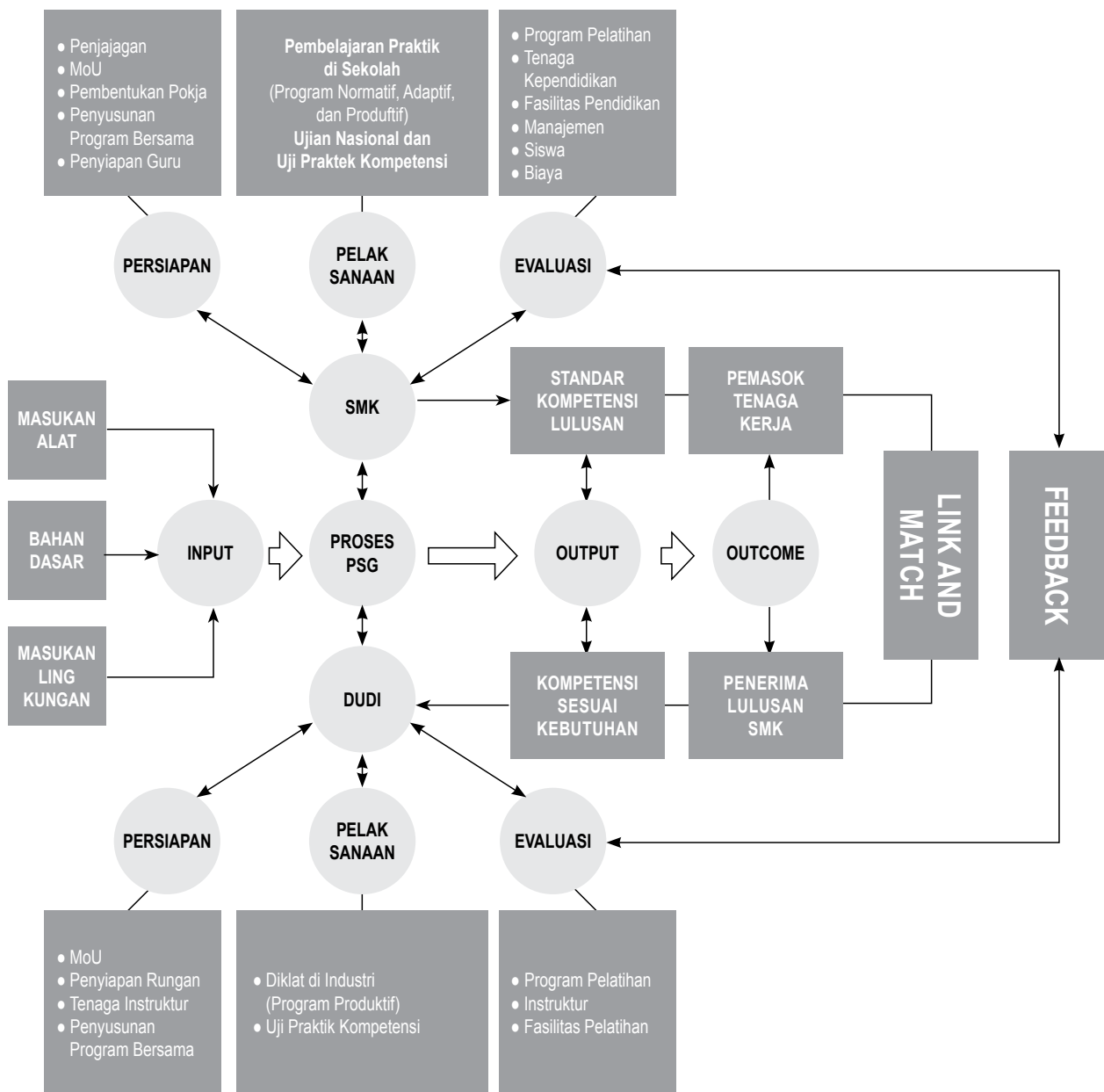
Faktor pendukung pelaksanaan prakerin dari DUDI pasangan diantaranya adalah terbukanya sikap DUDI dalam menerima siswa untuk melakukan praktik lapangan, sedangkan faktor penghambat prakerin dari DUDI pasangan adalah masih minimnya pemahaman DUDI tentang prakerin, dan instruktur lapangan yang tersedia dari pihak DUDI yang masih minim jumlahnya.

### **Tahap Pengembangan Model**

#### **a. Model Awal**

Berdasarkan penjelasan di atas, maka model awal skema pelaksanaan *link and match* di SMK dan DUDI pasangannya dapat digambarkan secara konseptual sebagai berikut:

Gambar Model Awal



Model empirik merupakan desain model hasil observasi dan penelitian yang menghasilkan temuan. Model empirik dikembangkan berdasarkan pelaksanaan pendidikan sistem ganda yang merupakan prinsip dari kebijakan *link and match* yang berupa praktik kerja industri (prakerin) dimana pembelajaran dilakukan di dunia industri selama periode tertentu yang bertujuan untuk mengembangkan kemampuan melaksanakan tanggung jawab dalam bidangnya.

Pada model empirik yang dilaksanakan

masih terdapat kekurangan, diantaranya pelaksanaan prakerin yang tepat seharusnya dapat memberikan pengalaman kepada siswa karena siswa harusnya bisa belajar mengaplikasikan langsung pengetahuan yang didapat di sekolah, tetapi yang terjadi apa yang diaplikasikan siswa di dunia industri tidak sesuai dengan kompetensi yang dimiliki. Hal tersebut menunjukkan adanya ketidaktahuan DUDI tentang kompetensi apa yang seharusnya diberikan kepada siswa. Tercapainya suatu kompetensi lulusan yang siap kerja mengharuskan

adanya upaya komunikasi yang baik antara sekolah dan DUDI. Sekolah harus mensosialisasikan tentang kompetensi apa yang dimiliki siswa dan kompetensi apa yang seharusnya diajarkan DUDI kepada siswa, sehingga setelah selesai pelaksanaan prakerin siswa memiliki kesiapan kerja yang baik karena telah memiliki pengalaman selama prakerin.

b. Model Hipotetik

Model hipotetik merupakan model pengembangan dari model empirik, dan merupakan model yang dikembangkan untuk mengatasi berbagai masalah yang terjadi dalam pelaksanaan *link and match*. Berdasarkan pada sejumlah temuan dan juga studi pendahuluan dengan teknik triangulasi data maka model hipotetik dikembangkan dengan menambahkan sejumlah komponen sebagai berikut:

Komponen sosialisasi kompetensi yang berfungsi untuk memberitahukan tentang kompetensi yang dimiliki siswa dan kompetensi apa yang seharusnya diajarkan DUDI kepada siswa, dan penambahan garis yang menghubungkan antara DUDI dan bahan dasar atau masukan lingkungan. Masukan lingkungan merupakan faktor lingkungan yang secara langsung maupun tidak langsung aspek ini akan mempengaruhi proses pembelajaran dan muaranya pada masalah mutu lulusan, sedangkan bahan dasar merupakan siswa yang akan mengikuti proses pendidikan. Garis penghubung tersebut dimaksudkan bahwa DUDI seharusnya juga berperan dalam proses seleksi penerimaan siswa dan ikut dalam memberikan masukan berupa identifikasi kompetensi. Hal ini bertujuan untuk menentukan kebutuhan kompetensi.

c. Model Akhir

Model akhir merupakan model yang telah dikembangkan untuk meminimalisir atau mengatasi masalah yang selama ini sering terjadi pada model awal

dan memperjelas model hipotetik dengan menambahkan beberapa komponen, serta memperjelas komponen yang masih belum dimengerti. Perubahan pada hasil akhir meliputi hal-hal berikut ini:

1. Penambahan komponen sosialisasi kompetensi siswa

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan tentang pelaksanaan prakerin yang dilakukan selama ini, diketahui bahwa pihak DUDI ternyata tidak mengetahui tentang kompetensi apa yang dimiliki siswa dan kompetensi apa yang seharusnya DUDI ajarkan kepada siswa, sehingga pada saat prakerin siswa tidak melakukan praktik sesuai dengan kompetensi yang dimiliki. Hal seperti ini terjadi pada siswa kompetensi keahlian akuntansi. Siswa kompetensi keahlian akuntansi seharusnya melakukan prakerin sesuai dengan kompetensi yang dimiliki, seperti memproses dokumen transaksi, dan menyusun laporan keuangan, tetapi yang terjadi selama ini, siswa kompetensi keahlian pada saat prakerin justru malah melakukan kegiatan yang berhubungan dengan surat menyurat, fotocopy dan penataan arsip-arsip. Penambahan komponen ini bermaksud sebagai wadah agar DUDI mengetahui kompetensi apa yang dimiliki siswa dan kompetensi apa yang seharusnya diajarkan kepada siswa.

2. Keterlibatan DUDI dalam penerimaan siswa baru

Keterlibatan DUDI dalam penerimaan siswa baru dilakukan dengan cara mengadopsi sistem perekrutan karyawan. Hal ini bertujuan agar siswa sudah terkondisi seperti pada penerimaan pegawai yang secara umum akan lebih mendorong tercapainya hasil kompetensi lulusan.

3. Adanya identifikasi kompetensi oleh

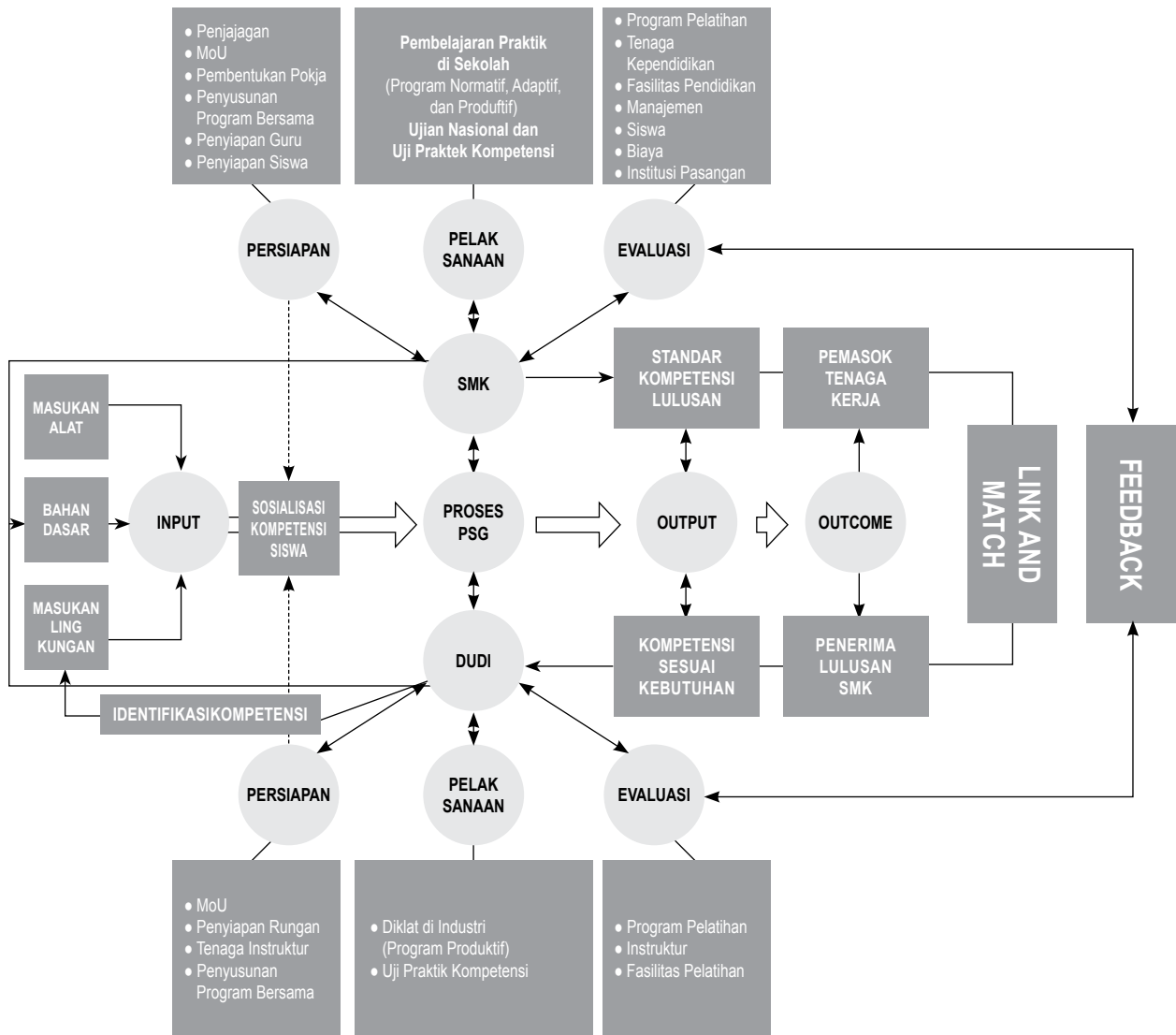
DUDI

Identifikasi kompetensi dilakukan dengan menyusun pengembangan permodelan kompetensi sesuai standar kebutuhan, menyusun strategi pelaksanaan dengan memanfaatkan sumber metode untuk mencapai kesesuaian kompetensi. Tujuan dari penambahan komponen ini adalah

untuk memberikan arahan dalam menyusun program pengembangan kurikulum, jika program dikembangkan bersama-sama antara sekolah dengan DUDI, maka akan ada kesamaan tujuan.

Model akhir *link and match* untuk meningkatkan kesiapan kerja digambarkan sebagai berikut:

Gambar Model Akhir



Validasi model dilakukan oleh pihak sekolah, dalam hal ini kepala sekolah dan wakil kepala sekolah, baik SMK Negeri 9 Semarang, SMK LPI, SMK Perintis 29-01 dan DUDI. Validasi model dilakukan dengan cara *Forum Group Discussion* (FGD) untuk menilai apakah model sudah benar-benar sesuai secara teoritis dan praktis. Validasi model didahului dengan diskusi dengan pihak sekolah. Setelah mendapat masukan dari pihak sekolah selanjutnya model direvisi sehingga menjadi bentuk model akhir kemudian dilanjutkan dengan penyerahan draf hasil akhir kepada pihak DUDI.

### Model Kerja Sama *Link and Match* yang Efektif

Kata kunci dari *link and match* adalah kesesuaian kompetensi, dengan kata lain efektivitas model akan dicapai bilamana model mengantarkan standar kompetensi lulusan SMK sama dengan kompetensi harapan DUDI sehingga nantinya siswa akan memiliki kesiapan kerja. Pendidikan Sistem Ganda merupakan prinsip dalam pelaksanaan *link and match*, oleh karena itu perencanaan model efektif dalam model kerja sama *link and match* adalah mengembangkan pola pelaksanaan PSG di SMK. Kajian empirik menemukan adanya kendala-kendala dalam pelaksanaan PSG, untuk itu pengembangan model harus diupayakan untuk menghilangkan atau minimalnya mengeliminir kendala yang ada dalam PSG. Penelitian ini mengajukan perlunya penambahan unsur proses sosialisasi kepada DUDI, keterlibatan DUDI dalam penerimaan siswa baru dan identifikasi kebutuhan oleh DUDI.

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### KESIMPULAN

1. Pengembangan model kerja sama *link and match* untuk meningkatkan kesiapan kerja dilakukan dengan menambahkan komponen sosialisasi kompetensi siswa, keterlibatan DUDI dalam penerimaan siswa baru dan identifikasi kompetensi kebutuhan oleh DUDI. Penambahan komponen sosialisasi

kompetensi siswa bertujuan agar DUDI mengetahui kompetensi apa yang dimiliki siswa dan kompetensi apa yang harus diajarkan kepada siswa, sedangkan keterlibatan DUDI dalam penerimaan siswa baru dan identifikasi kompetensi kebutuhan oleh DUDI bertujuan untuk pengkondisian siswa seperti pada penerimaan pegawai yang akan mendorong ketercapaian kompetensi dan untuk mengidentifikasi kebutuhan kompetensi DUDI.

2. Model kerja sama *link and match* dikatakan efektif bilamana model model kerja sama *link and match* mengantarkan standar kompetensi lulusan SMK sama dengan kompetensi harapan DUDI sehingga nantinya siswa akan memiliki kesiapan kerja yang baik.

#### SARAN

1. Untuk menghasilkan lulusan yang siap kerja, sekolah harus menjalin komunikasi yang baik dengan DUDI tentang kompetensi yang dimiliki siswa dengan cara menyosialisasikan kepada DUDI, sehingga siswa bisa melaksanakan prakerin sesuai dengan kompetensi yang dimiliki.
2. Pelaksanaan prakerin harus lebih mengoptimalkan keterlibatan DUDI melalui penyusunan program bersama dan sosialisasi kompetensi sehingga kompetensi tujuan siswa akan tercapai.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Anwar. 2006. *Pendidikan Kecakapan Hidup (Life Skills Education)*. Bandung: Cv Alfabeta.
- Arif, A. dan Wibowo. 2004. *Akuntansi untuk Bisnis Usaha Kecil dan Menengah*. Jakarta: PT Grasindo.
- Baridwan, Z. 2008. *Intermediate Accounting*. Yogyakarta: BPFE.
- Djojonegoro, W. 1999. *Pengembangan Sumber Daya Manusia: Melalui Sekolah Menengah Kejuruan (SMK)*. Jakarta: PT Balai Pustaka.
- Horngrén, Charles T. dan Walter T. Harrison. 2007. *Akuntansi Jilid Satu*. Edisi Tujuh.

- Jakarta: Erlangga.
- Judisseno, Rimsky K. 2008. *Jadilah Pribadi yang Kompeten di Tempat Kerja*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 66 Tahun 2010 Tentang *Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan*.
- Sanjaya, W. 2009. *Perencanaan dan Desain Sistem Pembelajaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2003 Tentang *Sistem Pendidikan Nasional*. Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional.
- Widiastono, T. 2004. *Pendidikan Manusia Indonesia*. Jakarta: Kompas.
- Yang, Ming-Ying, Manlai You, dan Fei-Chuan Chen. 2005. Competencies and qualification for industrial design job: implication for design practice, education and student career guidance: *Elsevier Ltd*. pp: 155-189.



Jurnal  
**MANDIRI**<sup>OTM</sup>  
ILMU PENGETAHUAN, SENI, DAN TEKNOLOGI

[www.jurnalmandiri.com](http://www.jurnalmandiri.com)

**PENGEMBANGAN MODUL PEMBELAJARAN EKONOMI BERBASIS *GUIDED INQUIRY*  
UNTUK MENINGKATKAN HASIL BELAJAR EKONOMI SISWA KELAS X  
SMA MUHAMMADIYAH 1 KARANGANYAR**

**Kusworo**  
**Universitas Pamulang**  
*kusworo1991@gmail.com*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk (1) menganalisis pengembangan modul pembelajaran ekonomi berbasis *guided inquiry* untuk meningkatkan hasil belajar siswa kelas X SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar, (2) menganalisis keefektifan penggunaan pembelajaran ekonomi berbasis *guided inquiry* untuk meningkatkan hasil belajar siswa kelas X SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar. Penelitian pengembangan modul pembelajaran ekonomi ini menggunakan prosedur *Borg and Gall* yang dimodifikasi menjadi 8 tahap. Analisis data yang digunakan selama pengembangan adalah analisis deskriptif, analisis kelayakan modul berdasarkan skor kriteria, dan analisis hasil belajar siswa menggunakan *t-test*. Berdasarkan hasil analisis deskriptif modul pembelajaran ekonomi berbasis *guided inquiry* disimpulkan bahwa validasi ahli media sebanyak 98,28% dengan kriteria sangat baik, ahli materi 95,90% dengan kriteria sangat baik, dan ahli praktisi sebanyak 95,90% dengan kriteria sangat baik. Berdasarkan hasil analisis uji keefektifan dengan menggunakan *software* IBM SPSS 17 dengan rumus *t-test*, nilai thitung yang didapatkan dari posttest kelas kontrol dan eksperimen adalah 7,853 dengan nilai  $t_{tabel}$  adalah 1.980, dengan demikian  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yang berarti peningkatan nilai hasil belajar ekonomi kelas eksperimen lebih baik dari pada kelas kontrol. Selanjutnya, didapatkan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < \alpha (0,05)$ , yang menunjukkan bahwa  $H_1$  diterima berarti kelas eksperimen lebih baik daripada kelas kontrol. Hal ini menunjukkan bahwa modul pembelajaran ekonomi berbasis hasil pengembangan lebih meningkatkan hasil belajar ekonomi siswa dibandingkan tanpa menggunakan modul pembelajaran berbasis *guided inquiry*. Kesimpulan. Kesimpulannya adalah modul pembelajaran ekonomi berbasis ekonomi berbasis *guided inquiry* valid dan efektif digunakan untuk meningkatkan hasil belajar siswa.

**Kata kunci:** pengembangan modul, *guided inquiry*, hasil belajar.

**PENDAHULUAN**

**Latar Belakang**

Pendidikan memiliki peran penting dalam pembangunan nasional karena sasaran dari pendidikan yaitu berupaya dalam meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia

(SDM). Pembangunan nasional semata-mata bukan hanya pembangunan dalam bentuk pembangunan fisik, akan tetapi yang terpenting yaitu pembangunan spiritual dan emosional yang secara bulat diartikan dalam pembangunan manusia yang menjadi tugas utama bagi pen-

didikan. Selain itu, pendidikan juga lebih menekankan dalam meningkatkan SDM yang berkualitas yang memiliki ilmu pengetahuan, keterampilan, berbudi pekerti luhur, berakhlak mulia serta bertanggung jawab dalam upaya peningkatan kesejahteraan diri pada khususnya serta masyarakat dan negara pada umumnya. Oleh karena itu, perlunya peningkatan kualitas pendidikan dalam upaya meningkatkan pembangunan nasional.

Pembaharuan dan perbaikan dalam bidang pendidikan dilakukan dalam upaya peningkatan kualitas pendidikan seiring dengan kebutuhan zaman. Upaya tersebut dilakukan agar terwujudnya tujuan dari pendidikan yaitu untuk meningkatkan kualitas SDM agar mampu mengembangkan potensi yang dimiliki secara optimal. Tujuan dari pendidikan ini seperti tertuang dalam Pasal 1, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003, Tentang Sistem Pendidikan Nasional yaitu.

Pendidikan adalah usaha sadar terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar siswa dapat secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa, dan negara.

Pendidikan juga berperan penting dalam mengembangkan potensi manusia yaitu berupa kualitas diri manusia. Hal ini seperti tertuang dalam BAB II Pasal 3, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, yang menyebutkan bahwa pendidikan nasional berfungsi mengembangkan kemampuan dan membentuk watak serta peradaban bangsa serta bertujuan untuk mengembangkan potensi siswa agar menjadi manusia yang beriman dan bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri, dan menjadi warga negara yang demokratis serta bertanggung jawab. Oleh karena itu, fungsi pendidikan memberikan dampak dalam meningkatkan kualitas diri siswa melalui

proses pembelajaran di sekolah. Upaya dalam mengevaluasi proses pembelajaran yaitu melalui pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki siswa dari peningkatan hasil belajar.

Berdasarkan studi pendahuluan yang telah dilakukan pada siswa kelas X SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar tahun pelajaran 2015/2016, didapatkan hasil belajar siswa yang belum memuaskan. Hal ini dapat dilihat dari hasil ujian semester ganjil tahun pelajaran 2015/2016. Hasil belajar rata-rata yang diraih oleh siswa kelas X SMA Muhammadiyah masih belum optimal dan tergolong rendah. Persentase rata-rata hasil belajar siswa menunjukkan bahwa nilai hasil ujian semester ganjil tahun pelajaran 2015/2016 masih di bawah nilai Kriteria Ketuntasan Minimum (KKM) yaitu 70. Persentase hasil belajar siswa yang mencapai nilai di atas KKM atau  $\geq 70$  yaitu 13,90% yang berjumlah 77 siswa dan sisanya 86,10% yang berjumlah 477 siswa masih di bawah nilai KKM dengan total siswa berjumlah 554 siswa, hal ini berarti hasil belajar siswa masih tergolong rendah.

Berdasarkan pra penelitian di SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar, melalui wawancara guru, bahwa bahan ajar yang digunakan oleh siswa hanya berupa Lembar Kerja Siswa (LKS). Siswa tidak diberikan bahan ajar lain seperti modul, buku paket, *handout*, brosur, dan *leaflet* sebagai sumber belajar dalam kegiatan belajar siswa. LKS juga belum bisa mengembangkan diri siswa dalam mengembangkan pengetahuan dan keterampilan berpikir sehingga siswa masih kesulitan dalam menyelesaikan persoalan yang diajukan kepadanya. Siswa juga masih ketergantungan terhadap siswa yang lain dalam kegiatan belajar. Selain itu, terdapat beberapa kelemahan yang dimiliki oleh LKS, yaitu LKS kurang menarik karena dicetak menggunakan kertas buram dan hanya terdapat warna pada sampul, materi yang disajikan masih terlalu banyak dengan penjelasan yang kurang terarah pada topik bahasan, bahasa yang digunakan membuat siswa sulit memahaminya, terdapat banyak soal baik pilihan ganda dan uraian

yang hanya melatih segi kognitif siswa, sehingga keterampilan berpikir siswa belum dapat terpenuhi, dan tidak adanya peta konsep. Oleh karena itu, diperlukan sumber belajar lain yang mampu meningkatkan pemahaman dan kemampuan berpikir siswa dalam mempelajari materi pelajaran. Salah satu sumber belajar tersebut yaitu modul pembelajaran yang mampu memberikan kesempatan kepada siswa dalam mengembangkan pengetahuan dan keterampilan dalam menyerap materi pelajaran dalam modul.

Bahan ajar berupa modul dapat memberikan pengalaman dalam belajar yang direncanakan dan dirancang secara sistematis untuk mencapai tujuan belajar. Perencanaan dan perancangan modul harus merangsang siswa agar secara aktif memiliki keinginan untuk mempelajari materi modul tersebut dalam kegiatan belajar di kelas. Kegiatan belajar mengajar yang dilakukan oleh guru dan siswa merupakan suatu proses interaksi edukatif, dimana terjalin komunikasi timbal balik yang memiliki tujuan dalam menyalurkan dan menerima ilmu pengetahuan dalam mengembangkan pengetahuan dan keterampilan siswa. Interaksi edukatif ini dilakukan antara guru dengan siswa, siswa dengan siswa yang lain, serta siswa dengan sumber belajar.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap guru dan wakil kepala sekolah bidang kurikulum di SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar, bahwa diketahui belum ada bahan ajar berupa modul sebagai salah satu sumber belajar siswa. Modul pembelajaran merupakan sumber informasi yang berisi materi-materi yang harus dipelajari dan dikuasai oleh siswa. Modul pembelajaran juga menampilkan sosok utuh dari kompetensi yang nantinya akan dikuasai siswa dalam kegiatan belajarnya. Keberadaan modul pembelajaran sangat penting dalam menunjang keberhasilan belajar siswa. Oleh karena itu, diperlukan modul pembelajaran agar membuat siswa tertarik untuk mempelajari dan menguasai materi pelajaran sebagai upaya dalam peningkatan kualitas pembelajaran yang akan berakibat pada peningkatan hasil belajar siswa.

Proses pembelajaran harus mengintegrasikan bahan ajar dengan strategi pembelajaran yang dilakukan oleh guru sebagai peningkatan keaktifan siswa dalam menyerap ilmu pengetahuan. Bahan ajar yang diintegrasikan dengan strategi pembelajaran yang sesuai akan membuat pembelajaran lebih aktif, menarik, dan menyenangkan yang membuat siswa lebih fokus dalam mengikuti pembelajaran. Hal ini bertolak belakang dengan situasi dalam proses pembelajaran di SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada wakil kepala sekolah bidang kurikulum dan beberapa guru ekonomi di SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar menunjukkan bahwa guru tidak mengikuti perkembangan zaman yang saat ini pembelajaran sudah berorientasi pada siswa bukan berorientasi pada guru. Guru juga belum memahami model-model pembelajaran yang berorientasi pada siswa, dimana siswa secara aktif mengikuti pembelajaran di kelas. Guru ekonomi dalam proses pembelajaran masih menggunakan metode belajar yang monoton, selama ini guru ekonomi masih menggunakan metode ceramah. Padahal metode ceramah membuat materi pembelajaran yang disampaikan oleh guru tidak semua dapat diserap oleh siswa dengan baik dan optimal dalam kegiatan belajarnya. Pembelajaran yang disampaikan oleh guru juga membuat siswa pasif dalam pembelajaran di kelas. Kurangnya motivasi guru dalam mempelajari model-model pembelajaran yang memberikan siswa aktif dalam belajar membuat pembelajaran membosankan bagi siswa. Oleh karena itu, untuk menghindarinya maka guru harus kreatif dalam menyusun strategi pembelajaran dengan memanfaatkan media dan sumber belajar. Guru dapat menggunakan sumber belajar yang diintegrasikan dengan strategi pembelajaran untuk memberikan daya tarik berupa keingintahuan siswa untuk mempelajari materi pelajaran dan memberikan keaktifan siswa dalam belajar.

Pengembangan modul pembelajaran de-

ngan pendekatan *guided inquiry* dalam pembelajaran ekonomi di SMA, bertujuan untuk menumbuhkan kemampuan berpikir dalam meningkatkan rasa ingin tahu siswa untuk menguasai materi pelajaran. Pengembangan modul pembelajaran dengan diintegrasikan model pembelajaran dapat memberikan sumber belajar yang inovatif bagi siswa, sehingga pembelajaran lebih menarik, menyenangkan membuat siswa semangat belajar serta dapat tercapai tujuan dari pembelajaran. Hal ini didukung dengan penelitian pengembangan yang telah dilakukan oleh Ikhsan (2015) dengan judul “Pengembangan modul berbasis inkuiri terbimbing pada materi sistem gerak manusia untuk meningkatkan hasil belajar siswa kelas XI MIA SMA Negeri 1 Wera Kabupaten Bima Nusa Tenggara Barat”, bahwa modul berbasis inkuiri terbimbing efektif meningkatkan hasil belajar siswa dilihat dari perbedaan hasil *posttest* antara kelas eksperimen dan kelas kontrol, hal ini ditunjukkan pada nilai *posttest* dengan  $F_{tabel} < F_{hitung}$  yaitu  $2,30 < 24,9$  dengan taraf signifikansinya 5%. Hal ini juga didukung dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Sen, Yilmaz, and Geban (2015) yang berjudul “*The Effects Of Process Oriented Guided Inquiry Learning Environment On Students’ Self-Regulated Learning Skills*”, bahwa proses pembelajaran yang berorientasi pada pembelajaran *Guided Inquiry* dapat meningkatkan pendekatan penguasaan siswa, nilai tugas, pengawasan kepercayaan untuk belajar, berpikir kritis, rekan belajar dan pembelajaran *guided inquiry* lebih unggul dari pembelajaran yang dirancang secara tradisional. Oleh karena itu, Kebutuhan akan pengembangan modul pembelajaran ekonomi berbasis *guided inquiry* sangat diperlukan untuk dilakukan pengembangan dalam upaya peningkatan hasil belajar siswa.

Berdasarkan uraian masalah tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul *Pengembangan Modul Pembelajaran Ekonomi Berbasis Guided Inquiry Untuk Meningkatkan Hasil belajar Siswa Kelas X SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar*.

### Tujuan Pengembangan

Tujuan pengembangan ini mengacu pada latar belakang dan rumusan masalah pengembangan. Adapun tujuan dari pengembangan ini yaitu (1) menganalisis pengembangan modul pembelajaran ekonomi berbasis *guided inquiry* untuk meningkatkan hasil belajar siswa kelas X SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar, dan (2) menganalisis keefektifan penggunaan modul pembelajaran ekonomi berbasis *guided inquiry* untuk meningkatkan hasil belajar siswa kelas X SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar.

### Perumusan Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah pengembangan modul pembelajaran ekonomi berbasis *guided inquiry* untuk meningkatkan hasil belajar siswa kelas X SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar?
2. Bagaimanakah keefektifan penggunaan modul pembelajaran ekonomi berbasis *guided inquiry* untuk meningkatkan hasil belajar siswa kelas X SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar?

### Tujuan Pengembangan

1. Menganalisis pengembangan modul pembelajaran ekonomi berbasis *guided inquiry* untuk meningkatkan hasil belajar siswa kelas X SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar.
2. Menganalisis keefektifan penggunaan modul pembelajaran ekonomi berbasis *guided inquiry* untuk meningkatkan hasil belajar siswa kelas X SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar.

### Spesifikasi Produk yang Diharapkan

Pengembangan modul pembelajaran ekonomi berdasarkan pada analisis kebutuhan yang diwujudkan ke dalam pengembangan desain modul. Desain modul yang dimaksud bertujuan untuk mempermudah siswa dalam belajar, yang diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan, hasil belajar dan kompetensi siswa, sehingga dapat memberikan manfaat dalam kehidupan sehari-hari.

Substansi materi, penugasan, dan evaluasi di dalam modul pembelajaran ini didesain berdasarkan beberapa prinsip pembelajaran *inquiry* dari Hosnan (2014: 342) di antaranya berorientasi pada pengembangan intelektual, prinsip interaksi, prinsip bertanya, prinsip belajar untuk berpikir, dan prinsip keterbukaan. Modul pembelajaran ini dikemas dengan kerangka sebagai berikut: 1) halaman judul, 2) identitas modul pembelajaran, 3) kata pengantar, 4) daftar isi, 5) petunjuk penggunaan modul, 6) peta modul, 7) peta kompetensi, 8) glosarium, 9) tujuan pembelajaran, 10) deskripsi mengenai ruang lingkup materi dan tujuan mempelajari modul, 11) uraian materi, 12) rangkuman, 13) evaluasi, 14) daftar pustaka, dan 15) kunci jawaban.

## DESKRIPSI TEORITIK DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

### Konsep Belajar

Belajar merupakan salah satu faktor yang memengaruhi dan berperan penting dalam pembentukan pribadi dan perilaku individu (Rusman, 2013: 85). Perubahan sikap individu dalam bentuk perilaku dan kepribadian individu berlangsung dalam kegiatan belajar. Hal ini senada juga dengan yang disampaikan oleh Trianto (2009: 19), bahwa belajar diartikan sebagai proses perubahan perilaku tetap dari belum tahu menjadi tahu, dari tidak paham menjadi paham, dari kurang terampil menjadi lebih terampil, dan dari kebiasaan lama menjadi kebiasaan baru, serta bermanfaat bagi lingkungan maupun individu itu sendiri.

### Hasil Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya

Hasil belajar merupakan bagian yang tidak terpisahkan dalam proses pembelajaran. Menurut Rusman (2013: 123) menyatakan bahwa hasil belajar adalah sejumlah pengalaman yang diperoleh siswa yang mencakup ranah kognitif, afektif, dan psikomotorik. Hal tersebut juga senada dengan pendapat Syah dalam Karwati dan Priansa (2014: 214), mengungkapkan

bahwa hasil belajar ideal meliputi segenap ranah psikologis yang berubah sebagai akibat pengalaman dan proses belajar peserta didik. Belajar tidak hanya penguasaan konsep teori mata pelajaran saja, tetapi juga penguasaan kebiasaan, persepsi, kesenangan, minat bakat, penyesuaian sosial, macam-macam keterampilan, cita-cita, keinginan, dan harapan. Hasil belajar merupakan satu kesatuan penilaian dari kegiatan belajar siswa, baik dari ranah afektif, kognitif, dan psikomotorik.

Faktor-faktor yang memengaruhi belajar ada beberapa jenis, tetapi dapat digolongkan menjadi dua golongan, yaitu faktor Interen berupa faktor jasmaniah, faktor psikologis, faktor kelelahan dan faktor Eksteren berupa faktor keluarga, faktor sekolah, faktor masyarakat (Slameto, 2003: 54-60).

### Model Pembelajaran

Menurut Hosnan (2014: 337) yang mendefinisikan model pembelajaran adalah kerangka konseptual/operasional, yang melukiskan prosedur yang sistematis dalam mengorganisasikan pengalaman belajar untuk mencapai tujuan belajar tertentu dan berfungsi sebagai pedoman bagi para pengajar dalam merencanakan, dan melaksanakan aktivitas pembelajaran. Model pembelajaran yang dikembangkan oleh para ahli, di antaranya terdapat model pembelajaran kooperatif, model pembelajaran kontekstual, model pembelajaran *inquiry*, model pembelajaran *quantum*, model pembelajaran terpadu, dan model *Problem Based Learning* (PBL). Banyaknya model pembelajaran tidak berarti semua pengajar bisa menerapkan untuk setiap mata pelajaran karena tidak semua model cocok untuk setiap topik atau mata pelajaran. Pengajar harus mempertimbangkan dalam memilih model pembelajaran yang cocok dan sesuai dengan topik mata pelajaran yang akan diberikan. Menurut Karwati dan Priansa (2014: 248) yang menyatakan bahwa terdapat beberapa aspek yang perlu dipertimbangkan dalam pemilihan model pembelajaran di anta-

ranya hasil (*outcome*), isi materi (*content*), dan proses (*process*). Beberapa hal yang perlu dipertimbangkan dalam memilih model/strategi pembelajaran yaitu: 1) tujuan pembelajaran yang ingin dicapai, 2) sifat bahan/materi ajar, 3) kondisi siswa, dan 4) ketersediaan sarana-prasarana belajar (Sugiyanto, 2009: 4).

### **Modul Pembelajaran**

Modul merupakan salah satu bentuk bahan ajar yang dikemas secara utuh dan sistematis, di dalamnya memuat seperangkat pengalaman belajar yang terencana dan didesain untuk membantu peserta didik menguasai tujuan belajar yang spesifik (Daryanto, 2013: 9). Sedangkan menurut Surahman dalam Prastowo (2012: 105), modul adalah satuan program pembelajaran terkecil yang dapat dipelajari oleh peserta didik secara perseorangan (*self instructional*).

Modul merupakan suatu paket dalam program pengajaran yang terdiri dari beberapa komponen yang berisi tujuan belajar, metode belajar, alat atau media serta sistem evaluasi. Hal ini sejalan dengan pendapat Hamdani (2011: 219-220) bahwa modul adalah sarana pembelajaran dalam bentuk tertulis, atau cetak yang disusun secara sistematis, memuat materi pembelajaran, metode, tujuan pembelajaran berdasarkan kompetensi, petunjuk kegiatan belajar mandiri (*self instructional*), dan memberikan kesempatan kepada siswa untuk menguji diri sendiri melalui latihan yang disajikan dalam modul tersebut. Tujuan penyusunan modul adalah menyediakan bahan ajar yang sesuai dengan tuntutan kurikulum dengan mempertimbangkan kebutuhan siswa, yakni bahan ajar yang sesuai dengan karakteristik materi ajar dan karakteristik siswa, serta *setting* atau latar belakang lingkungan sosialnya (Hamdani, 2011: 220).

Menurut Smaldino, Lowther, dan Russel (2014: 280) menyatakan bahwa terdapat keuntungan dan keterbatasan modul yaitu keuntungan modul diantaranya menentukan kecepatan sendiri, kemasan total, tervalidasi, sedangkan keterbatasan modul di antaranya

kualitas modul, kehilangan fleksibilitas, integrasi kurikuler.

### **Pengembangan Modul**

Hal pertama yang perlu dilakukan dalam pengembangan suatu modul adalah dengan menetapkan desain modul atau rancangan modul pembelajaran tersebut. Kedudukan desain dalam pengembangan modul adalah sebagai salah satu komponen prinsip pengembangan yang mendasari dan memberi arah teknik dan tahapan penyusunan modul. Menurut Oemar dalam Daryanto (2013: 11), mendefinisikan desain adalah suatu petunjuk yang memberi dasar, arah, tujuan, dan teknik yang ditempuh dalam memulai dan melaksanakan suatu kegiatan.

Berdasarkan desain modul yang telah dikembangkan, selanjutnya dilakukan penyusunan modul. Menurut Daryanto (2013: 11-12), menyatakan bahwa proses penyusunan modul terdiri dari tiga tahapan pokok yaitu menetapkan strategi pembelajaran dan media pembelajaran yang sesuai, memproduksi atau mewujudkan fisik modul, dan mengembangkan perangkat penilaian.

Menurut Daryanto (2013: 31) yang menyatakan bahwa pengembangan bahan ajar mandiri atau bisa disebut modul, langkah-langkah yang ditempuh adalah perencanaan, penulisan, *review* dan revisi, dan yang terakhir finalisasi. Selain itu, sebuah modul dapat dikatakan sebagai bahan ajar dimana pembacanya dapat belajar mandiri. Pengembangan modul harus diperhatikan prinsip serta analisis kebutuhan dan kondisi lingkungannya supaya modul dapat benar-benar bermanfaat bagi siswa. Pengembangan modul harus menarik sehingga mampu meningkatkan motivasi siswa dan efektif dalam mencapai kompetensi yang diharapkan.

### **Pembelajaran Guided Inquiry**

Belajar merupakan suatu kebiasaan yang memberikan perubahan perilaku siswa sebagai akibat adanya pengalaman dalam pembelajaran. Guru harus mampu memberikan pengalaman yang variatif dalam setiap pembelajaran supaya memberikan pengalaman baru serta mem-

buat kegiatan belajar lebih menarik dan menantang. Guru harus mampu mengelola dan memaksimalkan komponen-komponen yang dibutuhkan dalam menunjang kualitas pembelajaran. Oleh karena itu, guru harus mampu menerapkan strategi dan metode belajar agar pembelajaran menjadi lebih kreatif dan tidak membosankan. Strategi merupakan usaha untuk memperoleh kesuksesan dan keberhasilan dalam mencapai tujuan (Sujarwo, 2011: 81).

Salah satu strategi pembelajaran yang dapat digunakan oleh guru untuk membuat siswa terlibat secara aktif dalam pembelajaran adalah dengan strategi pembelajaran *guided inquiry*. Menurut Jauhar (2011: 69), definisi pendekatan *guided inquiry* yaitu pendekatan *inquiry* dimana guru membimbing siswa melakukan kegiatan dengan memberi pertanyaan awal dan mengarahkan pada suatu diskusi. Pembelajaran dengan pendekatan ini memposisikan guru sebagai fasilitator dalam membimbing siswa untuk melaksanakan kegiatan pembelajaran yang berlangsung dalam kelas. Menurut Jauhar (2011: 75) yang menyatakan bahwa tujuan utama pembelajaran berbasis *inquiry* menurut *National Research Council* adalah a) mengembangkan keinginan dan motivasi siswa untuk mempelajari prinsip dan konsep sains, b) mengembangkan keterampilan ilmiah siswa sehingga mampu bekerja seperti layaknya seorang ilmuwan, c) membiasakan siswa bekerja keras untuk memperoleh pengetahuan.

Menurut Moore dalam Sujarwo (2011: 87) yang menyatakan bahwa pembelajaran *inquiry* memiliki tiga tingkatan yaitu: 1) *guided inquiry*, 2) *modified inquiry*, dan 3) *open inquiry*.

Menurut Hosnan (2014: 341) yang menyatakan bahwa pembelajaran *inquiry* merupakan rangkaian kegiatan pembelajaran yang menekankan pada proses berpikir kritis dan analitis untuk mencari dan menemukan sendiri jawaban dari suatu masalah yang dipertanyakan. Menurut Hamdani (2011: 183) yang menyatakan bahwa model *inquiry* memiliki beberapa keuntungan, yaitu Siswa memiliki kesempatan un-

tuk mengemukakan ide atau gagasan yang dimilikinya, siswa mulai diajarkan untuk menganalisis dan mencari kebenaran dari suatu masalah yang sedang dibahas, mampu berpikir sistematis, terarah, dan mempunyai tujuan yang jelas, siswa mampu berpikir induktif, deduktif, dan empiris rasional sehingga hal ini akan menyebabkan siswa memiliki kemampuan dalam penalaran formal yang baik.

Menurut Moore dalam Sujarwo (2011: 89) menyatakan bahwa prosedur pembelajaran *inquiry* meliputi, 1) identifikasi masalah (*problem identification*), 2) mengumpulkan data (*data collection*), 3) merumuskan hipotesis atau asumsi (*formulation of hypothesis*), 4) analisis data dan materi (*analysis data and material*), 5) uji hipotesis, dan 6) membuat kesimpulan.

### **Pengembangan Hipotesis**

Berdasarkan pemaparan di atas, hipotesis dalam penelitian ini yaitu (1) Siswa yang belajar dengan menggunakan modul pembelajaran ekonomi berbasis *guided inquiry* mendapatkan hasil belajar yang lebih tinggi, dan (2) Modul pembelajaran ekonomi berbasis *guided inquiry* efektif digunakan dalam proses pembelajaran dan mampu meningkatkan hasil belajar siswa.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

### **Tempat dan Waktu Penelitian**

Tempat penelitian merupakan suatu sumber untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan mengenai masalah yang akan diteliti. Penelitian ini dilakukan di SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar yang beralamat di Jln. Brigjen Slamet Riyadi Karanganyar Ska. Penelitian pengembangan ini akan dilaksanakan dari bulan September 2015 sampai selesai.

### **Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini berupa penelitian pengembangan (*Research and Development*). Metode penelitian dan pengembangan dapat diartikan sebagai cara ilmiah untuk meneliti, merancang, memproduksi, dan menguji validitas produk yang telah dihasilkan (Sugiyono, 2015: 30). Pro-

sedur pengembangan merupakan langkah-langkah yang ditempuh dalam pengembangan ini mengacu pada model tahapan penelitian metode *Research and Development* (R&D). Prosedur pengembangan dalam penelitian ini mengacu pada prosedur pengembangan *Borg and Gall* yang dimodifikasi sampai pada tahap kedelapan.

**Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah siswa kelas X SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar tahun pelajaran 2015/2016 yang berjumlah 554 siswa. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *probability random sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Instrumen pengumpulan data dalam penelitian ini terdiri dari lembar validasi, angket, tes, dan lembar observasi.

**Teknik Analisis Data**

Analisis data digunakan untuk mengolah data yang diperoleh setelah mengadakan penelitian, sehingga diperoleh kesimpulan tentang objek yang diteliti dalam keadaan yang sebenarnya. Analisis data dalam penelitian ini meliputi (1) analisis data deskriptif yang erdiri dari analisis data validitas modul dari ahli dan analisis data angket dari siswa, (2) analisis statistik inferensial yang terdiri dari (a) uji pasyarat analisis berupa uji normalitas dan homogenitas, dan (b) uji keefektifan yang menggunakan T-test

dua sampel independen.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Hasil**

Uji keefektifan sekaligus uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji-t. Pengujian hipotesis dengan uji-t digunakan untuk menguji keefektifan modul pembelajaran ekonomi berbasis *guided inquiry*. Kriteria yang digunakan dalam pengambilan hipotesis adalah tingkat  $\alpha = 0,05$ .  $H_0$  ditolak jika signifikansi probabilitas (sig)  $< \alpha$  (0,050) dan jika taraf signifikansi probabilitas (sig)  $> \alpha$  (0,050) maka  $H_0$  tidak ditolak. Hasil uji keefektifan sekaligus uji hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

**Tabel 1.1**  
**Uji-T Pretest Kelompok Eksperimen dan Kontrol**

Group Statistics					
	Kelompok	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Nilai	Kontrol	42	54.893	7.3663	1.1366
	Eksperimen	39	52.244	7.0430	1.1278

Sumber: Hasil pengolahan data tahun 2016

Berdasarkan tabel 1.1 di atas, dapat dilihat bahwa nilai *mean* atau nilai rata-rata *pretest* kelompok eksperimen adalah 52,24 dan nilai mean kelompok kontrol adalah 54,89. Hal ini menunjukkan bahwa kelompok kontrol lebih unggul dari pada kelompok eksperimen, namun untuk membuktikan apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara hasil belajar kelompok kontrol dan kelompok eksperimen disajikan dalam tabel di bawah ini.

**Tabel 1.2**  
**Uji T-Test (Independent Samples Test) Pretest Kelompok Kontrol dan Kelompok Eksperimen**

Independent Samples Test										
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means					95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig	T	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
Nilai	Equal variances assumed	.010	.923	1.652	79	.103	2.6493	1.6039	-.5432	5.8418
	Equal variances not assumed			1.655	78.928	.102	2.6493	1.6012	-.5379	5.8364

Sumber: Hasil pengolahan data tahun 2016

Berdasarkan tabel 1.2 di atas, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi uji-t adalah 0,103. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05 yang berarti bahwa  $H_0$  tidak ditolak serta nilai  $t_{hitung}$  adalah sebesar  $1,652 < t_{tabel}$  yaitu sebesar 1,98. Hal ini menunjukkan tidak ada perbedaan yang signifikan rata-rata hasil belajar siswa antara kelompok kontrol dan kelompok eksperimen.

**Tabel 1.3**  
**Uji-t Posttest Kelompok Eksperimen dan Kontrol**

Group Statistics					
	Kelompok	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Nilai	Kontrol	42	82.17521	6.834718	1.094431
	Eksperimen	39	70.44841	6.583268	1.015820

Sumber: Hasil pengolahan data tahun 2016

Berdasarkan tabel 1.3 di atas, dapat dilihat bahwa nilai mean posttest kelompok eksperimen adalah 82,175 dan nilai mean kelompok kontrol adalah 70,448. Hal ini menunjukkan bahwa kelompok eksperimen lebih unggul dari pada kelompok kontrol. Namun untuk membuktikan apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara hasil belajar kelompok kontrol dan kelompok eksperimen disajikan dalam tabel dibawah ini.

Berdasarkan tabel 1.4 di bawah, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi uji-t adalah 0,000. Nilai signifikansi tersebut kurang dari 0,05 yang berarti bahwa  $H_1$  tidak ditolak serta nilai  $t_{hitung}$  adalah sebesar  $7,853 > t_{tabel}$  yaitu sebesar 1,99. Hal ini menunjukkan terdapat perbedaan yang signifikan rata-rata nilai hasil belajar siswa antara

kelompok kontrol dan kelompok eksperimen. Hal tersebut menunjukkan bahwa peningkatan hasil belajar kelompok eksperimen lebih baik dari pada kelompok kontrol.

**PEMBAHASAN**

1. Kevalidan Modul Pembelajaran Ekonomi Berbasis *Guided inquiry*

a) Validasi ahli media

Hasil penilaian modul pembelajaran ekonomi berbasis *guided inquiry* oleh ahli media pembelajaran yaitu dari indikator pada ukuran modul pembelajaran, desain sampul modul pembelajaran, dan desain isi modul pembelajaran. Skor total persentase seluruh aspek penilaian dari hasil validasi ahli media adalah 98,28% dengan kriteria sangat baik. Hal tersebut menggambarkan bahwa modul pembelajaran ekonomi berbasis *guided inquiry* efektif dan efisien digunakan dalam proses pembelajaran serta menarik untuk digunakan oleh siswa. Modul pembelajaran ekonomi berbasis *guided inquiry* memberikan karakteristik yang komunikatif, memikat, mudah dipahami, dan penggunaan gambar relevan dengan konsep dan ukuran proporsional, serta memiliki daya tarik untuk siswa mempelajari modul pembelajaran sehingga mampu untuk mendorong rasa ingin tahu siswa untuk

**Tabel 1.4**  
**Uji T-test (Independent samples test) Posttest Kelompok Kontrol dan Kelompok Eksperimen**

Independent Samples Test										
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means					95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig	T	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
Nilai	Equal variances assumed	.538	.465	7.864	79	.000	11.726801	1.491111	8.758819	14.694783
	Equal variances not assumed			7.853	78.013	.000	11.726801	1.493208	8.754061	14.699541

Sumber: Hasil pengolahan data tahun 2016

giat dalam belajar. Berdasarkan validasi ahli media pembelajaran, bahwa modul pembelajaran ekonomi berbasis *guided inquiry* tersebut valid dan dapat digunakan untuk pembelajaran.

b) Validasi ahli materi

Hasil yang diperoleh dari validasi ahli materi bahwa hasil penilaian materi dalam modul pembelajaran ekonomi berbasis *guided inquiry* oleh ahli media pembelajaran yaitu aspek kelayakan isi, kelayakan penyajian, aspek pendekatan pembelajaran, aspek konsep pembelajaran, aspek proses evaluasi mendapatkan hasil 83,87% dengan kriteria sangat baik. Hal tersebut menggambarkan bahwa materi dalam modul pembelajaran ekonomi ini sudah jelas tujuan pembelajarannya dan relevansi tujuan pembelajaran dengan silabus/kurikulum dikatakan baik dalam memberi motivasi belajar untuk siswa.

c) Validasi praktisi

Hasil penilaian modul pembelajaran ekonomi berbasis *guided inquiry* oleh guru ekonomi di SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar yaitu dari aspek penilaian bahasa, aspek kelayakan isi, aspek kelayakan penyajian, aspek penyajian pembelajaran *guided inquiry*, dan aspek manfaat belajar, mendapatkan skor total dengan persentase 95,90% dengan kriteria sangat baik. Hal tersebut menggambarkan bahwa modul pembelajaran ekonomi berbasis *guided inquiry* sudah sesuai dengan sumber belajar yang dibutuhkan dalam pembelajaran, dan memudahkan siswa dalam menguasai materi pelajaran. Oleh karena itu, praktisi memberikan kesimpulan bahwa pengembangan modul pembelajaran ekonomi berbasis *guided inquiry* ini valid dan dapat digunakan.

d) Validasi bahasa

Hasil penilaian modul pembelajaran ekonomi berbasis *guided inquiry* oleh ahli bahasa yaitu persentase indikator penilaian kelugasan, komunikatif, kesesuaian dengan tingkat perkembangan siswa, keruntutan dan keterpaduan alur pikir pada modul pembelajaran ekonomi berbasis *guided inquiry*, penggunaan istilah, simbol atau ikon mendapatkan skor total 100% dengan kriteria sangat baik. Hal tersebut menggambarkan bahwa modul pembelajaran ekonomi berbasis *guided inquiry* sudah memenuhi kaidah penggunaan bahasa yang baik dan benar. Oleh karena itu, penilaian ahli bahasa menyimpulkan bahwa modul pembelajaran ekonomi berbasis *guided inquiry* layak digunakan tanpa revisi.

2. Kelayakan Modul Pembelajaran Ekonomi Berbasis *Guided Inquiry*

Hasil yang diperoleh dari uji coba terbatas mengenai modul pembelajaran ekonomi berbasis *guided inquiry* pada siswa kelas X semester genap melalui penerapan modul pembelajaran ekonomi berbasis *guided inquiry* dalam kegiatan belajar siswa yang dilakukan oleh peneliti dan guru bahwa modul pembelajaran tersebut dapat digunakan dalam pembelajaran dan sesuai dengan langkah-langkah pembelajaran yang sudah ditentukan. Berdasarkan hasil penilaian angket mengenai modul pembelajaran ekonomi berbasis *guided inquiry* yang dibagikan pada saat tahap uji coba bahwa skor hasil angket tanggapan siswa dalam memberikan penilaian terkait aspek tampilan pada modul pembelajaran ekonomi berbasis *guided inquiry* mendapatkan skor mencapai 88,00% dengan kriteria sangat baik, untuk aspek penyajian materi mendapatkan skor nilai 81,17% dengan kriteria sangat baik, untuk aspek pembelajaran *guided inquiry*

mendapatkan skor mencapai 81,48%, dan aspek manfaat mendapatkan skor nilai 82,67%, sehingga dapat disimpulkan bahwa siswa memberikan tanggapan yang positif terhadap modul pembelajaran ekonomi berbasis *guided inquiry* dengan nilai total kelayakan mencapai 82,99% dengan kategori sangat baik. Hal ini berarti modul pembelajaran ekonomi berbasis *guided inquiry* valid untuk digunakan.

### 3. Keefektifan Modul Pembelajaran Ekonomi Berbasis *Guided Inquiry*

Berdasarkan penilaian kognitif, afektif, dan psikomotorik siswa menunjukkan bahwa penggunaan modul pembelajaran ekonomi berbasis *guided inquiry* sangat efektif ditunjukkan dengan hasil rata-rata penilaian kognitif sebesar 83,91, hasil rata-rata penilaian afektif sebesar 80,35 dan hasil rata-rata penilaian psikomotorik sebesar 82,17. Keefektifan tersebut diperkuat dengan hasil uji keefektifan mengenai modul pembelajaran ekonomi berbasis *guided inquiry* yang efektif meningkatkan hasil belajar siswa. Pada tahap uji luas yang didapatkan siswa saat dilakukan *pretest* mendapatkan hasil dengan rata-rata nilai sebesar 66,33 dan setelah melakukan pembelajaran dengan menggunakan modul pembelajaran ekonomi berbasis *guided inquiry* terdapat kenaikan rata-rata nilai sebesar yaitu 77,44. Hal ini menunjukkan bahwa adanya peningkatan hasil belajar siswa. Pada tahap uji lapangan ketika dilakukan *pretest* siswa memperoleh rata-rata nilai sebesar 52,24 dan setelah melakukan proses pembelajaran yang menerapkan modul pembelajaran ekonomi berbasis *guided inquiry* terdapat kenaikan nilai rata-rata yaitu menjadi 82,17. Berdasarkan perhitungan statistik menunjukkan terdapat perbedaan yang signifikan nilai rata-rata hasil tes belajar *pretest* (sebelum tindakan) dan *posttest* (setelah tindakan), sehingga  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak yang menunjukkan bahwa modul

pembelajaran ekonomi berbasis *guided inquiry* efektif untuk meningkatkan hasil belajar siswa.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Pengembangan modul pembelajaran ekonomi berbasis *guided inquiry* untuk meningkatkan hasil belajar siswa kelas X di SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar menghasilkan modul pembelajaran ekonomi berbasis *guided inquiry* yang diawali dengan studi pendahuluan untuk menganalisis kebutuhan akan modul pembelajaran ekonomi kemudian direncanakan pengembangan dalam bentuk desain awal. Setelah itu, desain awal tersebut divalidasi oleh ahli materi, ahli media, dan ahli praktisi untuk mengetahui kelayakan modul pembelajaran ekonomi berbasis *guided inquiry*. Pengembangan modul pembelajaran ekonomi berbasis *guided inquiry* juga telah melalui tahap uji kelayakan yang direvisi berdasarkan masukan dari siswa dan diskusi dengan guru. Modul pembelajaran ekonomi berbasis *guided inquiry* telah dinyatakan valid dan layak digunakan menurut ahli media dengan persentase 98,28% dengan kategori sangat baik, menurut ahli materi dengan persentase 93,85% dengan kategori sangat baik, dan menurut ahli praktisi dengan persentase 95,90% dengan kategori sangat baik. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa modul pembelajaran ekonomi berbasis *guided inquiry* valid dan layak untuk digunakan dalam proses pembelajaran sebagai upaya meningkatkan hasil belajar siswa. Kevalidan tersebut juga didukung dengan hasil uji kelayakan pada uji terbatas yang mendapatkan hasil 82,99% dengan kategori sangat baik dan uji kelayakan pada uji luas mendapatkan hasil 85,59% dengan kriteria sangat baik.
2. Modul pembelajaran ekonomi berbasis *guided inquiry* efektif untuk meningkatkan

hasil belajar siswa. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil penilaian kognitif, afektif, dan psikomotorik yang memperoleh hasil rata-rata penilaian kognitif sebesar 83,91 dengan kriteria sangat baik, hasil rata-rata penilaian afektif sebesar 80,38 dengan kriteria baik dan hasil rata-rata penilaian psikomotorik sebesar 82,23 dengan kriteria sangat baik, hal ini menunjukkan bahwa penggunaan modul pembelajaran ekonomi berbasis *guided inquiry* pada siswa memberikan respon yang baik dan positif. Selain itu juga didukung dari penilaian hasil belajar pada uji coba luas yang didapatkan siswa pada saat *pretest* dengan rata-rata nilai sebesar 66,33 dan setelah melakukan pembelajaran dengan menggunakan modul pembelajaran ekonomi berbasis *guided inquiry* terdapat kenaikan rata-rata nilai sebesar yaitu 77,44. Hal ini menunjukkan bahwa adanya peningkatan hasil belajar siswa, kemudian diperkuat dengan hasil uji lapangan yaitu pada saat *pretest* siswa memperoleh rata-rata nilai sebesar 52,24 dan setelah melakukan pembelajaran menggunakan modul pembelajaran ekonomi berbasis *guided inquiry* terdapat kenaikan rata-rata nilai sebesar yaitu 82,17. Penggunaan modul pembelajaran ekonomi berbasis *guided inquiry* sangat efektif dan menarik, terlihat dari siswa yang banyak termotivasi untuk mempelajari modul pembelajaran dalam kegiatan belajarnya. Berdasarkan perhitungan statistik menunjukkan terdapat perbedaan yang signifikan nilai rata-rata hasil tes belajar *pretest* (sebelum tindakan) dan *posttest* (setelah tindakan), sehingga  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak yang menunjukkan bahwa modul pembelajaran ekonomi berbasis *guided inquiry* efektif untuk meningkatkan hasil belajar siswa.

### Implikasi

1. Pengembangan modul pembelajaran dibuat disesuaikan dengan kriteria pembuatan bahan ajar dan melalui tahapan pengembangan uji coba dan penilaian modul baik dari ahli maupun siswa yang menghasilkan sumber belajar berupa modul pembelajaran ekonomi berbasis *guided inquiry*.
2. Pengembangan modul pembelajaran ekonomi berbasis *guided inquiry* untuk meningkatkan hasil belajar siswa yaitu dari sisi siswa, dapat menciptakan suasana belajar yang efektif karena siswa aktif dalam melakukan kegiatan belajar dan siswa juga terdorong untuk melakukan diskusi dengan teman-teman kelasnya. Modul pembelajaran ini juga dapat memberikan informasi secara kontekstual yang sesuai dengan kehidupan sehari-hari yang tidak bisa diamati secara langsung oleh siswa sehingga membantu siswa memahami konsep materi secara menyeluruh. Selain itu, dari sisi guru yaitu guru harus lebih kreatif dalam penuangan ide dan gagasan dalam penyampaian materi, guru dituntut harus bisa menggunakan dan mengembangkan sumber belajar bagi siswa sehingga dapat menciptakan pembelajaran yang menarik, efektif, efisien, dan kondusif sehingga pembelajaran dapat diterima siswa dengan baik dan dapat meningkatkan hasil belajar siswa.

### SARAN

- a. Kepada pihak sekolah harus menyediakan sumber belajar yang memadai sehingga dapat meningkatkan kreativitas guru dan siswa dalam pembelajaran serta dapat meningkatkan hasil belajar ekonomi, dan sekolah hendaknya selalu merespon terhadap perkembangan zaman dalam memberikan fasilitas kepada guru untuk kreatif dan inovatif dalam mengembangkan sumber belajar bagi siswa.
- b. Kepada guru, guru harus mengembangkan keprofesian dengan mengikuti pelatihan, *workshop* pendidikan, sebagai upaya peningkatan kualitas pengembangan diri dan guru mampu membuat karya-karya inovatif pengembangan sumber belajar yang dapat memberikan kontribusi dalam peningkatan

- kualitas pembelajaran, dan guru dapat mengembangkan keberlanjutan modul pembelajaran ekonomi berbasis *guided inquiry* yang telah dikembangkan peneliti untuk diperbaharui dan dikaji ulang agar materinya disesuaikan dengan perkembangan zaman.
- c. Kepada siswa, Siswa harus aktif dalam hal mencari dan mempelajari secara mandiri sumber belajar yang tersedia karena pembelajaran saat ini berorientasi pada siswa dan guru hanya berperan sebagai fasilitator. Siswa diharapkan mampu menguasai materi berdasarkan kemampuannya dalam berpikir dan membangun sendiri pengetahuan yang dimilikinya.
  - d. Kepada peneliti lain, penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan untuk penelitian yang sejenis dengan mengembangkan modul pembelajaran, penelitian ini juga dapat dikembangkan dengan menambah variabel bebas lain dengan model pembelajaran lain yang seimbang.
- dan Russell, James D. 2014. *Instructional Technology and Media For Learning (Teknologi Pembelajaran dan Media Untuk Belajar)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sugiyanto. 2009. *Model-Model Pembelajaran Inovatif*. Surakarta: FKIP UNS.
- Sujarwo. 2011. *Model-Model Pembelajaran: Suatu Strategi Mengajar*. Yogyakarta: Venus Gold Press.
- Trianto. 2009. *Mendesain Model Pembelajaran Inovatif-progesif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Karwati, E., dan Priansa, Donni J. 2014. *Manajemen Kelas (Classroom Management): Guru Profesional yang Inspiratif, Kreatif, Menyenangkan, dan Berprestasi*. Bandung: Alfabeta.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Daryanto. 2013. *Menyusun Modul : Bahan Ajar Untuk Persiapan Guru Mengajar*. Yogyakarta: Gava Media.
- Hamdani. 2011. *Strategi Belajar dan Mengajar*. Bandung: Pustaka Setia.
- Hosnan. 2014. *Pendekatan Sainifik Kontekstual dalam Pembelajaran Abad 21*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Jauhar, Mohammad. 2011. *Implementasi Paikem dari Behavioristik Sampai Konstruktivistik: Sebuah Pengembangan Pembelajaran Berbasis Contextual Teaching and Learning (CTL)*. Jakarta: Prestasi Pustaka.
- Prastowo, Andi. 2012. *Panduan Kreatif Membuat Bahan Ajar Inovatif*. Yogyakarta: Diva Press.
- Rusman. 2013. *Belajar dan Pembelajaran Berbasis Komputer*. Bandung: Alfabeta.
- Slameto. 2003. *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Smaldino, Sharon E., Lowther, Deborah L.,



Jurnal  
**MANDIRI**<sup>OTM</sup>  
ILMU PENGETAHUAN, SENI, DAN TEKNOLOGI

[www.jurnalmandiri.com](http://www.jurnalmandiri.com)

**ANALISIS MODEL BISNIS DAN STRATEGI PERUSAHAAN START UP E-COMMERCE  
(STUDI KASUS PADA GEROBAKONLINE.COM)**

**Nefo Indra Nizar**  
**Universitas Pamulang**  
*Dosen01424@unpam.ac.id*

**ABSTRAK**

Perkembangan bisnis dengan *platform e-Commerce* di Indonesia sudah maju pesat. Pemerintah sangat mendukung pertumbuhan bisnis dengan *platform e-Commerce*, dengan paket kebijakan ekonomi dan memberikan panduan dan peta jalan industri *e-Commerce*. Salah satu transaksi perdagangan yang potensial dapat digarap melalui *platform e-Commerce* adalah UMKM. Barang dan jasa UMKM memberikan kontribusi besar untuk memenuhi kebutuhan domestik dan ekspor. *GerobakOnline.Com* sebagai perusahaan *start up e-Commerce* memiliki visi dan misi untuk menjadi perusahaan *marketplace* terkemuka melayani UMKM. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi dan model bisnis *GerobakOnline* sebagai perusahaan *start up e-Commerce*. Analisis model bisnis menggunakan kerangka e-model bisnis Osterwalder dan Pigneur. Metode penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus dan teknik wawancara. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman dan gambaran secara menyeluruh mengenai model bisnis dan strategi *GerobakOnline*. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa *GerobakOnline* sebagai perusahaan *start up e-Commerce* memiliki 6 strategi inti pengembangan bisnis untuk meraih visi dan misi yang memberi solusi dan nilai tambah kepada pasar UMKM. Model bisnis *GerobakOnline* sejalan dengan 6 strategi inti perusahaan. Tiga pilar model bisnis : *Infrastructure Management*, *Product Innovation*, dan *Customers Relationship* menunjukkan bagaimana perusahaan melalui semua aspek memberikan value sebesar-besarnya kepada UMKM sebagai target mitra bisnis. *Financial Aspect* sebagai pilar ke empat menunjukkan struktur biaya lebih besar dari aliran pendapatan yang disebabkan oleh beban biaya penyusutan dan biaya pengembangan TI.

**Kata Kunci :** *e-Commerce*, strategi, model bisnis, *infrastructure management*, *product innovation*, *customers relationship*, *financial aspect*.

**PENDAHULUAN**  
**LATAR BELAKANG**

Pengertian *e-Commerce* menurut Kim dan Moon (1998) adalah proses untuk mengantarkan informasi, produk layanan, dan proses pembayaran melalui kabel telepon, koneksi internet,

dan akses digital lainnya. Definisi *e-Commerce* kemudian disempurnakan oleh Chaffley (2007) sebagai semua proses bentuk pertukaran informasi antara organisasi dan *stakeholder* berbasis media elektronik yang terhubung ke jaringan internet (Pratama, 2015: 2).

Secara sederhana *e-Commerce* dapat diartikan sebagai menjalankan proses bisnis dan perdagangan secara elektronik, yang meliputi proses pemasaran, pemesanan, pembayaran dan bantuan untuk pengiriman (Liang Zhang, 2009: 5).

Saat ini perkembangan bisnis dengan *platform e-Commerce* di Indonesia sudah maju pesat. Hal ini didukung dengan potensi penduduk Indonesia yang besar dan sudah sangat mengenal dunia internet.

Berdasarkan publikasi portal kepresidenan menyebutkan beberapa riset yang dikeluarkan oleh BMI *research* menyebutkan nilai belanja online pada tahun 2014 mencapai angka 21 triliun. Data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), sampai tahun Januari 2016, pengguna internet Indonesia telah mencapai 88,1 juta. Dari sumber publikasi yang sama menyebutkan hasil riset Markplus Insight dan majalah *online Marketeers* tahun 2013 menunjukkan, dari 74,6 juta pengguna internet di Indonesia, 20% melakukan belanja *online* (<http://www.presidentri.go.id/topik-aktual/membuka-dan-mengembangkan-potensi-e-Commerce-di-indonesia.html>, diakses tanggal 25 Januari)

Menurut Wirjoatmojo (IESE, 2016) tingkat pertumbuhan nilai transaksi dengan perkiraan yang ambisius bisa mencapai 50% per tahun dalam 5 tahun ke depan, dari nilai transaksi USD 18 milyar di tahun 2015 menjadi USD 130 milyar di tahun 2020. Hal ini didukung dengan besarnya jumlah penduduk, jumlah pengguna internet di Indonesia.

Untuk meningkatkan dan mendorong serta memberikan arah pertumbuhan bisnis dengan *platform e-Commerce*, pemerintah mengeluarkan paket kebijakan ekonomi dan memberikan panduan dan peta jalan industri *e-Commerce* Indonesia. *Roadmap e-Commerce* mencakup mengenai pendanaan, perpajakan, perlindungan konsumen, infrastruktur komunikasi, edukasi dan sumber daya manusia, dan keamanan siber (*cyber security*).

*Roadmap e-Commerce* Indonesia yang merupakan paket kebijakan ekonomi jilid XIV

memberikan sinyal dan peluang bagi perusahaan baru untuk masuk ke industri *e-Commerce*. Hal ini mengingat pangsa pasar dan peluang bisnis yang masih sangat besar, serta target pemerintah untuk menjadikan Indonesia sebagai Industri *e-Commerce* terbesar di Asia Tenggara.

Menurut Pradana (2015), bisnis *e-Commerce* di Indonesia bisa diklasifikasikan menjadi 6 jenis model bisnis *e-Commerce*, seperti yang dapat disarikan pada tabel-1.

## PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian di atas, maka masalah yang hendak diteliti adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi *GerobakOnline-com* sebagai perusahaan *start-up e-Commerce* agar dapat terus mengembangkan bisnis-nya secara berkesinambungan?
2. Bagaimana model bisnis *GerobakOnline-com* di dalam menjalankan bisnis-nya agar dapat memberikan value kepada konsumen?

## BATASAN MASALAH

Di dalam penelitian ini diberikan pembatasan pokok masalah, yaitu sebagai berikut :

1. Objek penelitian ini adalah perusahaan *start up e-Commerce GerobakOnline.com* yang belum satu tahun beroperasi sebagai perusahaan *e-Commerce*.
2. Unit yang terlibat di dalam penelitian ini adalah pimpinan puncak perusahaan yang menjalankan langsung bisnis *e-Commerce GerobakOnline.com*.

## TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui strategi *GerobakOnline.com* sebagai perusahaan *start-up e-Commerce*.
2. Untuk mengetahui model bisnis perusahaan *start-up e-Commerce* yaitu *GerobakOnline.Com*.

## TINJAUAN LITERATUR

1. Analisis Strategi  
Thompson (2010) dalam bukunya yang

**Tabel 1**

**KLASIFIKASI MODEL BISNIS E-COMMERCE DI INDONESIA (PRADANA, 2015)**

NO	JENIS E-COMMERCE	PENJELASAN	CONTOH	INTERAKSI
1	Listing / iklan baris Berfungsi sebagai	Berfungsi sebagai sebuah platform yang mana para individu dapat memasang barang jualan mereka secara gratis. Pendapatan diperoleh dari iklan premium. Jenis iklan baris seperti ini cocok bagi penjual yang hanya ingin menjual barang dengan kuantitas kecil.	OLX, berniaga.com	B2C, C2C
2	Online Marketplace	Ini adalah model bisnis dimana website yang bersangkutan tidak hanya membantu mempromosikan barang dagangan saja, tapi juga memfasilitasi transaksi uang secara online. Seluruh transaksi online harus difasilitasi oleh website yang bersangkutan	Tokopedia.com, Bukalapak.com	C2C
3	Shopping Mall	Model bisnis ini mirip dengan marketplace, tapi penjual yang bisa berjualan disana haruslah penjual atau brand ternama karena proses verifikasi yang ketat.	blibli.com, zalora.com	B2B, B2C
4	Toko Online	Model bisnis ini cukup sederhana, yakni sebuah toko online dengan alamat website (domain) sendiri di mana penjual memiliki stok produk dan menjualnya secara online kepada pembeli.	lazada.com, bhinneka.com	B2C
5	Toko online di media Sosial	Banyak penjual di Indonesia yang menggunakan situs media sosial seperti Facebook, Twitter dan Instagram untuk mempromosikan barang dagangan mereka.	Siapun yang berjualan dengan media sosial	C2C
6	Jenis-jenis <i>website crowdsourcing</i> dan <i>crowdfunding</i>	Website dipakai sebagai platform untuk mengumpulkan orang-orang dengan skill yang sama atau untuk penggalangan dana secara online.	kitabisa.com, wujudkan.com	C2B

berjudul *Strategic Managemet* menyebutkan ada tiga pertanyaan strategik yang mendasar yang harus dijawab oleh perusahaan, yaitu : 1) Bagaimana kondisi perusahaan saat ini?; 2) Kemana perusahaan akan dibawa dan apa tujuannya?; 3) Bagaimana caranya agar sampai ke tujuan?. Untuk dapat menjawab pertanyaan ini maka diperlukan strategi.

Strategi perusahaan adalah rencana aksi untuk menjalankan bisnis dan operasional. Strategi dapat dijelaskan sebagai komitmen manajemen menjalankan perusahaan untuk meningkatkan pertumbuhan bisnis, menarik lebih banyak pelanggan, sukses dalam persaingan, menjalankan operasional bisnis dengan baik, dan mencapai kinerja keuangan dan pangsa pasar perusahaan sesuai dengan target yang sudah ditentukan (Thompson, 2008: 6).

Konsep strategi sangat berkaitan erat dengan model bisnis. Berdasarkan Thompson (2010: 14). Model bisnis perusahaan menunjukkan keinginan manajemen bagaimana sebuah strategi dapat menghasilkan

uang. Osterwalder dan Pigneur (2002) menyebutkan bahwa strategi berada pada tingkat perencanaan, sedangkan model bisnis pada tingkat konsep dan arsitektur dari implementasi sebuah strategi.

## 2. Analisis Model Bisnis Internet

Model bisnis adalah cara bagaimana perusahaan membangun dan menggunakan semua sumber daya yang dimiliki untuk memberikan konsumen nilai lebih dari dibandingkan dengan kompetitor, sedangkan *e-businesses model* adalah bagaimana perusahaan mendapatkan uang dengan menggunakan internet (Fuah & Tucci, 2001: 4-7).

Guo dan Jun menyebutkan dalam penelitiannya (2014) bahwa *e-Commerce* dan inovasi model bisnis berbasis internet sangat sesuai digunakan untuk perusahaan kecil dan menengah. Hal ini karena dengan *e-Commerce* perusahaan kecil dan menengah dapat mengurangi biaya dan meningkatkan efisiensi.

Penelitian mengenai kerangka kerja

model bisnis *e-Commerce* sudah banyak dikembangkan. Penelitian mengenai model bisnis berbasis internet dapat dibagi berdasarkan tipologi dan berdasarkan komponen dari model bisnis berbasis internet (Zott, 2010). Model bisnis berdasarkan tipologi beberapa sudah disebutkan di bab pendahuluan. Zott dan kawan-kawan selain mengumpulkan penelitian model bisnis berdasarkan tipologi juga mengumpulkan model bisnis berdasarkan konsep komponen.

Beberapa penelitian yang dikumpulkan oleh Zott (2010) adalah penelitian yang dilakukan oleh Mahadean (2000), menyebutkan komponen dari model bisnis berbasis internet adalah *value stream*, *revenue stream*, *logistics stream*. Selanjutnya masih penelitian yang dikumpulkan oleh Zott (2010) adalah penelitian yang dilakukan oleh Stewart dan Zhao (2000), menyebutkan komponen *profit stream* termasuk *revenue stream* dan struktur biaya. Rappa (2001) menyebutkan komponen *sustainability*, *revenue stream*, struktur biaya, *value chain positioning*. Osterwalder (2004) menyebutkan komponen *value proposition*, *customer segments*, *partners network*, *delivery channel*, *Revenue stream*.

Osterwalder dan Pigneur (2002: 3), sebelumnya menemukan adanya 4 pilar utama model bisnis berbasis internet, yaitu 1) *product and services*; 2) *infrastructure and the network of partners*; 3) *relationship capital*; 4) *financial aspects*. Model bisnis Osterwalder dan Pigneur (2002) ini digunakan oleh Zhang (2009) di dalam penelitian tesisnya untuk melakukan analisis model bisnis pada perusahaan *Online Social Shopping RunToShop Oy*.

Penelitian ini juga mencoba menggunakan model bisnis dengan menggunakan empat pilar utama model bisnis internet Osterwalder (2002) untuk menganalisis model bisnis perusahaan *GerobakOnline*.

### 2.1. *Product Innovation*

*Product Innovation* adalah pilar utama dari model bisnis Osterwalder dan Pigneur (2002) yang meliputi semua aspek terkait produk. Ada tiga elemen utama, yaitu 1) *value proposition*; 2) *target customer segments*; 3) *capabilities*.

*Value proposition* adalah mengenai *value* (nilai) apa yang dapat diberikan perusahaan kepada target segmen pasar yang dituju. Dengan perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi memberikan kesempatan baru kepada perusahaan untuk untuk menciptakan nilai (*value*), sehingga dapat memberikan diferensiasi produk kepada kompetitor. Ada tiga cara melakukan diferensiasi produk terhadap kompetitor. Pertama adalah produk inovasi. Kedua adalah memberikan tingkat harga yang lebih murah dibandingkan dengan pesaing. Ketiga adalah penyediaan jasa layanan premium kepada konsumen.

Ginsberg dan Bloch (1997) menguraikan lebih lanjut mengenai *value proposition* menjadi tiga elemen. Pertama adalah elemen biaya yang diurai lagi menjadi harga, usaha dan resiko. Kedua adalah peran konsumen yang dibagi menjadi pembeli, pengguna, rekan kerja bersama yang menciptakan nilai atau yang memindahkan nilai. Ketiga adalah kinerja dari *value proposition* (Osterwalder, Pigneur, 2002: 4).

*Target Customer segments*. Perusahaan biasanya menciptakan nilai kepada segmen pelanggan tertentu. Interaksi bisnis pada model bisnis berbasis internet biasa disebut *Business To Business* (B2B), *Business To Consumer* (B2C), atau *Customer To Customer* (C2C). Osterwalder dan Pigneur (2009: 21) menyebutkan ada beberapa jenis *customer segments*, yaitu : 1) *mass market*; 2) *niche market*; 3) *segmented*; 4)

*diversified*); dan 5) *multi-sided platforms (multi-sided market)*.

*Capabilities*. Untuk dapat memberikan *value proposition* kepada pelanggan maka diperlukan *capabilities* untuk melakukannya. Wallin (2000) memberikan definisi bahwa *Capabilities* adalah pola tindakan yang berulang dalam menggunakan aset untuk menciptakan, memproduksi, atau menawarkan produk dan jasa ke pasar (Osterwalder, Pigneur, 2002).

## 2.2. Infrastructure Management

Pilar kedua adalah elemen *infrastructure management*. Elemen ini terdiri dari *activity configuration*, *resource assets* dan *partner network*.

*Activity Configuration*. Tujuan utama dari perusahaan adalah bagaimana menciptakan *value* (nilai) agar pelanggan bersedia untuk membayar. *Value* (nilai) dari sebuah aktivitas atau proses adalah bagaimana perusahaan dapat menghubungkan dan memberikan jasa layanan transaksi antara pelanggan (penjual dan pembeli) dengan teknologi berbasis internet.

*Value* (nilai) tersebut adalah hasil dari konfigurasi aktivitas dan proses yang berasal dari luar dan dalam perusahaan. Osterwalder (2002) menyebutkan bahwa proses dan aktivitas tersebut dalam kerangka kerja model bisnis adalah sama dengan aktivitas dan proses *supply chain management*, yaitu bagaimana perancangan, desain, dan kontrol arus material dan informasi sepanjang rantai pasokan dengan tujuan kepuasan konsumen sekarang dan di masa depan.

*Partner Network*. Jaringan mitra menunjukkan elemen konfigurasi aktivitas yang didistribusikan di antara para mitra bisnis perusahaan. Literatur manajemen mendefinisikan jaringan

strategis sebagai hubungan antar-organisasi yang stabil yang secara strategis penting buat perusahaan yang ikut berpartisipasi. Kerja sama antara mitra bisnis bisa dalam bentuk aliansi strategis, *joint-venture*, bentuk kemitraan pembeli dan pemasok jangka panjang, dan bentuk ikatan kerja sama lainnya.

Dengan adanya bentuk kerja sama dengan mitra bisnis, perusahaan kemudian dapat fokus pada kompetensi inti mereka sebagai perusahaan *e-Commerce*. Disisi lain jaringan mitra bisnis dapat menyediakan jasa layanan yang memberikan nilai (*value*) kepada kegiatan utama perusahaan. Osterwalder (2002: 5) menyebutkan jaringan mitra strategis dalam proses penciptaan nilai sebagai *value network*.

*Resources and Assets*. Dalam rangka menciptakan nilai, perusahaan perlu sumber daya manusia, aset berwujud dan aset tidak berwujud. Sumber daya manusia adalah orang-orang yang diperlukan perusahaan untuk menciptakan nilai dengan sumber daya berwujud dan tidak berwujud (Osterwalder, Pigneur, 2002: 5)

## 2.3. Customers Relationship

Melalui penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi perusahaan dapat mendefinisikan kembali gagasan hubungan pelanggan. *Pertama*, mereka bisa merasakan dan memahami pelanggan dengan menguraikan apa yang disebut dengan *Information Strategy*. *Kedua*, perusahaan dapat memanfaatkan cara-cara baru untuk memberikan nilai dan memperluas jangkauan yang meliputi *Channels* (saluran-saluran) baru. *Ketiga*, perusahaan harus memahami bahwa *Trust Loyalty* telah menjadi salah satu yang paling penting terkait hubungan pelanggan

(Osterwalder dan Pigneur, 2002: 23).

*Information Strategy.* Ada tiga tujuan strategi informasi. *Pertama*, mendefinisikan strategi pengumpulan informasi pelanggan. *Kedua*, bagaimana menggunakan informasi ini untuk meningkatkan hubungan pelanggan (misalnya melalui personalisasi dan *profiling*). *Ketiga*, mengacu pada eksploitasi informasi pelanggan untuk menemukan peluang bisnis baru dan menguntungkan dan untuk memperbaiki kepuasan pelanggan. Strategi informasi harus berkontribusi untuk membangun hubungan personal dengan pelanggan perusahaan (Osterwalder dan Pigneur, 2002:6)

*Feel & Serve (Distribution Channels).* Elemen ini mengacu pada pengertian bagaimana cara sebuah perusahaan mendapatkan pelanggan dan pasar, maka perlu adanya *channel strategy*. Tujuan dari *channel strategy* adalah upaya membuat jumlah yang tepat dari produk yang tepat atau layanan yang tersedia di tempat yang tepat, pada waktu yang tepat kepada orang yang tepat. Internet, memiliki potensi besar baik sebagai *channel* utama, maupun sebagai *channel* pelengkap dan sebagai media penjualan serta promosi.

*Trust & Loyalty.* Hal ini penting ketika lingkungan bisnis menjadi semakin virtual dan pihak yang terlibat tidak selalu saling mengenal, sebelum melakukan bisnis adalah membangun kepercayaan antara mitra bisnis. Dengan munculnya internet dalam bisnis dan perdagangan, maka membangun kepercayaan di lingkungan e-bisnis menjadi suatu keharusan. Salah satu contoh yang disebutkan Osterwalder (2002) adalah otorisasi dan verifikasi kepada pihak ketiga. Otorisasi dan verifikasi dapat dibangun dengan sis-

tem keamanan e-bisnis terkait dengan transaksi keuangan.

Loyalitas pelanggan timbul sebagai hasil dari kepercayaan dan kepuasan pelanggan. Untuk membangun loyalitas maka perusahaan harus dapat menciptakan hubungan dinamis yang positif dengan mitra bisnis (Osterwalder, 2002: 7).

#### 2.4. *Financial Aspect*

Aspek keuangan adalah pilar terakhir dari kerangka kerja Osterwalder yang terdiri *Revenue Stream*, *Cost Structure* dan *Profit/Loss*.

*Revenue Model.* Kemampuan perusahaan untuk menerjemahkan *value* (nilai) yang ditawarkan kepada pelanggan menjadi uang yang merupakan aliran pendapatan. *Revenue model* sebuah perusahaan dapat terdiri dari aliran pendapatan yang berbeda dari beberapa model penetapan harga yang berbeda. Sebuah perusahaan berbasis web dapat menjual langsung produk dan jasa yang dimiliki, bisa juga sebagai mediasi penjualan antara penjual dan pembeli dengan variasi model harga yang berbeda. Aliran pendapatan didapatkan dari komisi atau pemotongan transaksi apabila transaksi penjualan dilakukan melalui *website* perusahaan. Menurut Klein (2000:3), internet telah memiliki kemampuan untuk menciptakan mekanisme perbedaan harga penjualan berdasarkan karakteristik pelanggan.

*Cost Structure* mengukur semua biaya perusahaan yang muncul untuk menciptakan pasar dan memberikan nilai kepada pelanggan. Pada perusahaan berbasis internet komponen biaya terbesar adalah pada investasi Teknologi Informasi dan Komunikasi. Investasi ini ditujukan agar perusahaan dapat melakukan kegiatan bisnis utamanya. Apabila perusahaan memer-

lukan jaringan mitra kerja, maka diperlukan biaya tambahan untuk membangun sistem *interface* antara sistem yang dimiliki perusahaan dengan sistem yang dimiliki mitra kerja.

*Profit Model.* Elemen ini hasil perbedaan antara aliran pendapatan dan struktur biaya. Oleh karena itu dapat dilihat sebagai titik puncak dan sebagai ungkapan seluruh model ontologi e-bisnis. Sementara *product innovation* dan *customer relationship* akan memaksimalkan pendapatan. *Infrastructure management* yang efektif akan meminimalkan biaya dan karena itu mengoptimalkan model keuntungan (Osterwalder, 2002).

## METODE PENELITIAN

Tujuan dari metode penelitian adalah melakukan analisis model bisnis dengan menggunakan kerangka 4 pilar model bisnis 4 pilar dari Osterwalder dan Pigneur (2002). Selain analisis model bisnis, dilakukan juga analisis strategi perusahaan sebagai perusahaan *start up e-Commerce*.

Pendekatan penelitian menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, dengan studi kasus pada perusahaan *e-Commerce GerobakOnline.com* dan metode pengumpulan data menggunakan metode wawancara.

### 1. Penelitian Kualitatif

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam mengenai situasi yang dihadapi (Cooper dan Schindler, 2008:162). Setiap penelitian selalu menggunakan teori. Pengertian teori menurut Kerlinger (1987) adalah seperangkat konstruk (konsep), definisi dan proporsi yang berfungsi untuk melihat fenomena secara sistematis, melalui spesifikasi hubungan antar variabel, sehingga dapat berguna untuk menjelaskan

dan meramalkan fenomena ((Basrowi dan Suwandi, 2008:37). Selanjutnya masih menurut Basrowi dan Suwandi (2008:20) bahwa penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dilakukan berdasarkan paradigma, strategi, dan implementasi model secara kualitatif.

### 2. Studi Kasus

Studi kasus adalah uraian dan penjelasan komprehensif mengenai berbagai aspek seorang individu, suatu kelompok, suatu organisasi (komunitas), suatu program, atau suatu situasi sosial. Dengan mempelajari semaksimal mungkin seorang individu, suatu kelompok, atau suatu kejadian, peneliti bertujuan memberikan pandangan yang lengkap dan mendalam mengenai subjek yang diteliti (Mulyana, 2008:201).

Menurut Cooper dan Schindler (2008:184) studi kasus merupakan metodologi penelitian yang *powerful* dengan menggunakan kombinasi wawancara secara sendiri maupun secara kelompok. Peneliti dapat menggali informasi dari brosur perusahaan, laporan tahunan, penerimaan penjualan, koran dan majalah dan melakukan wawancara langsung dengan responden. Tujuannya adalah untuk mendapatkan persepsi dari sumber yang berbeda terhadap sebuah organisasi, situasi, kejadian, atau proses pada satu titik waktu tertentu atau selama periode waktu tertentu.

### 3. Wawancara

Wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan, berdasarkan tujuan tertentu (Mulyana, 2008:180). Menurut Jogiyanto (2008:112-116) ada 3 cara melakukan wawancara yaitu 1) wawancara personal (*personal interview*); 2) wawancara intersep (*intersept interview*), dan 3) wawancara telepon.

Wawancara personal adalah wawancara

dengan melakukan tatap muka langsung dengan responden. Wawancara intersep sama dengan wawancara personal tetapi responden-responden dipilih di lokasi-lokasi umum. Wawancara telepon adalah wawancara yang dilakukan lewat telepon.

Cooper dan Schindler (2008) menyebutkan teknik wawancara terdiri dari teknik wawancara tidak terstruktur, semistruktur atau structured interview. Teknik wawancara tidak terstruktur adalah wawancara tidak dengan menggunakan pertanyaan-pertanyaan yang spesifik. Wawancara semistruktur adalah wawancara yang dimulai dengan beberapa pertanyaan yang sifatnya spesifik, kemudian dilanjutkan dengan diskusi sebagai pengembangan dari pertanyaan yang dilontarkan. Wawancara terstruktur adalah wawancara yang biasanya menggunakan daftar pertanyaan seperti *questionnaire*. Pada banyak penelitian kualitatif biasanya menggunakan wawancara tidak terstruktur, atau semistruktur.

Pada penelitian ini menggunakan metode wawancara personal (*personal interview*), yaitu melakukan tatap muka langsung dengan CEO *GerobakOnline.com* sebagai responden utama. Teknik wawancara menggunakan teknik wawancara tidak terstruktur.

## PEMBAHASAN

### 1. Profil *GerobakOnline.Com*

*GerobakOnline* adalah salah satu unit usaha *online marketplace* dari PT Cybertech Cahaya Mandiri yang didirikan pada bulan Juni 2016. Perusahaan ini didirikan oleh mantan pejabat Bank yang mempunyai pengalaman kuat di bidang *operation*, *marketing* dan teknologi informasi. Pendiri saat ini adalah sebagai CEO perusahaan dibantu dengan 1 orang *Chief Operations & IT Head*, 2 orang tim *Operations & IT*, dan 2 orang tim *Marketing*. *GerobakOnline* sebagai perusahaan *start up e-Commerce* mempunyai Visi “Menjadi perusahaan

*marketplace* terkemuka melayani UMKM”, dan Misi “Mengelola dan mengembangkan *marketplace* untuk memberi solusi dan nilai tambah bisnis UMKM”.

Berdasarkan tipologi model bisnis, atau klasifikasi model bisnis *GerobakOnline* bisa dimasukkan ke dalam jenis website *e-Commerce Online Marketplace*. Model bisnis dimana *website* yang bersangkutan tidak hanya membantu mempromosikan barang dagangan saja, tetapi juga memfasilitasi transaksi uang secara *online*. Seluruh transaksi *online* harus difasilitasi oleh *website* yang bersangkutan dengan interaksi bisnis C2C (*Consumer to Consumer*), aktivitas bisnis atau penjualan yang dilakukan oleh konsumen kepada konsumen lainnya (Pradana, 2015). Interaksi bisnis B2C (*Business to Consumer*) diterapkan juga oleh *GerobakOnline*, aktivitas bisnis atau penjualan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai penjual kepada konsumen.

### 2. Strategi *GerobakOnline*

Berdasarkan hasil wawancara dengan CEO *GerobakOnline.Com*, rencana bisnis (*business plan*) untuk membangun *GerobakOnline.com* dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT dan model bisnis Canvas.

Target utama segmen pasar adalah UMKM (Usaha Mikro Kecil & Menengah). Berdasarkan pemaparan data oleh CEO *GerobakOnline.Com* menyebutkan bahwa Jumlah UMKM hingga 2013 mencapai sekitar 57.9 juta sebagai sumber pendapatan masyarakat. UMKM sangat penting untuk memenuhi kebutuhan barang dan jasa domestik karena menyumbang 60.34% dari Pendapatan Domestik Bruto. UMKM dapat mengurangi angka kemiskinan dan menampung 97% tenaga kerja. Pada saat krisis moneter 1998, UMKM tetap bertahan dari goncangan krisis. UMKM menyumbang volume ekspor mencapai Rp166,63T, serta menghemat devisa karena memanfaatkan bahan baku dan sumber daya lokal.

Sesuai visi dan misi dari *GerobakOnline* untuk menjadi perusahaan *marketplace* yang terkemuka melayani UMKM, setidaknya ada 6 strategi pengembangan ke depan, yaitu sebagai berikut.

#### 2.1. Kolaborasi dengan Berbagai Mitra Strategis.

Untuk memberi layanan dan nilai tambah lebih baik kepada UMKM, sejumlah pengembangan sistem dan penambahan fitur terus dikembangkan. Kerja sama dengan mitra bisnis menuntut perlu dibangunnya sistem *interface* yang menghubungkan sistem *GerobakOnline* dengan sistem mitra strategis.

Untuk memudahkan pengiriman produk yang terjual, *GerobakOnline* sudah menjalin kerja sama dengan pihak JNE dan Kantor POS. Dengan demikian UMKM dapat mempromosikan dan menjual seluruh barangnya ke seluruh pelosok Indonesia dengan nyaman, mudah dan terpercaya melalui *GerobakOnline.com*. Dengan adanya Kantor POS saat ini sebagai mitra bisnis, jangkauan penjualan sudah dapat dilakukan hingga ke Luar Negeri.

Untuk sistem pembayaran, *GerobakOnline* sudah melakukan kerja sama dengan 3 Bank besar, yaitu BRI, Mandiri dan BCA.

#### 2.2. Pengembangan *Marketing Online*

Strategi kedua adalah pengembangan *marketing online* melalui berbagai sosial media seperti *Facebook*, *WhatsApp*, *Twitter* dan sistem SEO yang menempatkan pencarian *wording GerobakOnline* di halaman pertama pada mesin pencarian *Google*.

#### 2.3. Membangun Tim Marketing

Strategi ketiga adalah membangun tim marketing yang dapat bekerja sama dengan sentra-sentra UMKM. Tim marketing akan didukung oleh program

member get member dan perolehan *fee base* yang menarik.

#### 2.4. Melanjutkan Program Yang Sudah Ada

Strategi keempat adalah melanjutkan program yang sudah ada, yaitu melanjutkan kerja sama dengan sentra-sentra UMKM, merekrut karyawan sesuai kebutuhan, meningkatkan kualitas pelayanan dan pertumbuhan bisnis, mengembangkan prosedur operasional, mengelola keuangan dan operasional berjalan efektif dan efisien.

#### 2.5. Pengembangan Sistem, Fitur dan Layanan

Strategi kelima adalah mengembangkan sistem untuk mendukung program marketing 2017, mengembangkan fitur dan layanan yang dapat mengintegrasikan mitra-mitra strategis UMKM dan mengefisienkan jalur distribusi permintaan dan penawaran UMKM.

#### 2.6. Penambahan Modal

Strategi ke enam adalah menjajagi kemungkinan penambahan modal melalui kerja sama dengan investor strategis atau *ventura capital*.

### 3. Model Bisnis *Gerobak Online.Com*

#### 3.1. *Product Innovation*

*Product Innovation* adalah pilar utama yang meliputi semua aspek terkait produk. Elemen utamanya adalah *Target Customers*, *Value Proposition*, dan *Capabilities*. Sebagian besar produk yang ditawarkan oleh *GerobakOnline.com* adalah produk hasil dari UMKM (*niche market*).

Kategori produk meliputi alat tulis kantor, buku, *handphone*, *fashion*, kamera, kesehatan, makanan dan minuman, alat kebutuhan rumah tangga, dan lain-lain. UMKM sebagai segmen penjual retail merupakan hasil analisis dan strategi dari *GerobakOnline.com* dimana pangsa pasar produk UMKM

masih besar dan perlu dikembangkan.

*Target Customers* adalah UMKM sebagai target konsumen bisnis (mitra bisnis) dari sisi penjual, sedangkan dari sisi pembeli adalah semua konsumen sebagai pengguna produk dan jasa konsumen (*mass market*).

UMKM sebagai target konsumen dari sisi Penjual (*Seller*) memiliki potensial bisnis yang menjanjikan. Berdasarkan pemaparan data dari CEO *GerobakOnline.Com* yang berasal dari Data Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII, 2016), Total transaksi UMKM mencapai Rp18 T, sementara dari 57 juta UKM di Indonesia, baru 75-100 ribu saja yang menggunakan *website* untuk memasarkan produknya.

Sementara target konsumen pengguna akhir juga sangat menjanjikan. Dari sumber yang sama (APJII, 2016), pengguna internet sudah mencapai 132,7 juta atau setara 34 persen total populasi. Pengguna internet melalui *smartphone* Indonesia mencapai 92.8 juta orang pada 2016.

*Value Proposition* dari produk yang ditawarkan oleh *GerobakOnline* adalah kemudahan untuk melakukan penjualan bagi konsumen bisnis (mitra bisnis) dan kemudahan bagi konsumen untuk membeli barang sesuai kebutuhan.

Pasar yang luas yang dapat dijangkau baik domestik maupun luar negeri, pengiriman barang yang cepat dan mudah merupakan salah satu layanan yang diberikan *GerobakOnline*. Hal ini terwujud dengan adanya kerja sama *GerobakOnline* dengan pihak ekspedisi pengiriman barang JNE dan Kantor Pos.

Produk dan jasa UMKM menjadi lebih murah dan mampu bersaing. Dengan memanfaatkan *web-*

*site GerobakOnline*, UMKM dan perorangan dapat melakukan penjualan dan promosi dengan biaya yang relatif murah karena dapat melakukan efisiensi biaya.

Dengan fitur yang disediakan *GerobakOnline* untuk membentuk komunitas-komunitas tertentu, memberikan kesempatan kepada komunitas tersebut untuk memberikan layanan premium baik dari sisi harga dan layanan kepada para anggota yang tergabung dalam komunitas tersebut.

Pelatihan juga diberikan kepada UMKM mengenai *entrepreneurship*, bagaimana menggunakan teknologi untuk penjualan, bagaimana melakukan e-marketing yang baik. Salah satu contoh adalah membuat deskripsi produk yang menarik yang mendorong konsumen untuk membeli produk.

Dari sisi keamanan bertransaksi, pembeli mendapatkan keamanan transaksi dengan adanya *escrow account*. Pembayaran ke pihak pembeli baru dilakukan setelah ada konfirmasi penerimaan barang oleh konsumen pengguna akhir.

*Capabilities* adalah kemampuan untuk memberikan *value*. *GerobakOnline* memiliki kapabilitas untuk merealisasikan *value proposition*. Beberapa *value proposition* yang diberikan adalah kemampuan untuk mengajak dan motivasi UMKM untuk bergabung dan berjualan melalui *GerobakOnline*, kemampuan untuk membangun komunitas UMKM dan memberikan pelatihan *entrepreneurship*.

### 3.2. Infrastructure Management

Pilar kedua adalah elemen *infrastructure management* yang terdiri dari *Activity Configuration*, *Resources/assets* dan *Partners Network*.

*Activity Configuration Gerobak-*

*Online* pada dasarnya semua aktivitas yang dilakukan untuk mencapai visi dan misi, yaitu sebagai perusahaan marketplace yang melayani, memberi solusi dan nilai tambah bisnis UMKM. Aktivitas utama adalah menghubungkan UMKM dan perorangan untuk menjual barang dan jasa (*consumer goods*) kepada konsumen pengguna akhir (*mass market*). Kegiatan yang dilakukan adalah melakukan kerja sama dengan UMKM sebagai *seller* untuk menjual produk-nya dengan memanfaatkan teknologi internet yang disediakan oleh *GerobakOnline*.

*Resources/assets GerobakOnline* saat ini dipimpin oleh seorang CEO yang walaupun baru masuk di industri *e-Commerce*, tetapi memiliki latar belakang pekerjaan yang menunjang baik dari sisi bisnis maupun kemampuan teknologi. Selain itu CEO dibantu oleh tim manajemen yang cukup berpengalaman dan tim teknis yang memang pakar dibidangnya. CEO *GerobakOnline* sangat paham bagaimana timnya dapat memberikan *value* yang terbaik di dalam menjalankan bisnis *e-Commerce* kepada konsumen, baik konsumen bisnis UMKM maupun konsumen sebagai pemakai produk.

*Partners Network GerobakOnline* selain dengan UMKM sebagai mitra bisnis, di dalam membantu proses operasional bisnis, *GerobakOnline* sudah melakukan kontrak kerja sama dengan perusahaan ekspedisi pengiriman JNE dan PT Kantor POS untuk sistem pengiriman barang. UMKM dan perorangan sebagai penjual dapat melakukan promosi dan penjualan yang menjangkau seluruh wilayah Indonesia, bahkan hingga ke luar negeri. Sementara konsumen dimudahkan untuk mendapatkan barang dan jasa hasil

produksi UMKM.

Untuk sistem pembayaran bekerja sama dilakukan dengan beberapa Bank besar, yaitu Bank Mandiri, BCA dan BRI. Dengan adanya kerja sama ini juga memudahkan dan memberikan rasa nyaman kepada konsumen untuk melakukan pembayaran karena bank-bank tersebut memiliki kantor cabang hampir di seluruh pelosok wilayah Indonesia dan memiliki cabang di luar negeri.

### 3.3. *Customers Relationship*

*Customers Relationship* adalah pilar ketiga yang meliputi aspek *Information Strategy, Distribution Channel, Trust & Loyalty*. Pilar ketiga membahas bagaimana menjaga hubungan pelanggan melalui aspek informasi pelanggan, saluran distribusi yang digunakan dan bagaimana membangun kepercayaan dan loyalitas.

*Information Strategy* yang dilakukan *GerobakOnline* adalah mengumpulkan data tentang UMKM berdasarkan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki yang kemudian menjadi satu database UMKM. Berdasarkan database UMKM, kemudian dilakukan *profiling* berdasarkan nama, alamat, jenis produk dan statistik transaksi. Analisis database UMKM dilakukan berdasarkan transaksi bisnis, produk unggulan dan statistik produk dan penjualan.

*Distribution Channel* adalah saluran distribusi apa saja yang digunakan *GerobakOnline* agar produk dan jasa yang ditawarkan dapat mencapai pasar atau target konsumen. Untuk menjadi anggota dan melakukan penjualan dapat dilakukan langsung melalui *Website GerobakOnline.Com*. Pembeli dapat membeli berbagai produk secara *online* melalui laptop, PC, atau

*smartphone* berbasis Android.

Promosi dan penjualan secara tidak langsung dilakukan oleh *GerobakOnline* dengan cara menjadi anggota pada beberapa komunitas *online*. Dengan menjadi anggota komunitas *online*, disediakan *link* yang menghubungkan dengan *GerobakOnline.Com* sehingga dapat memperluas jalur distribusi produk dan jasa UMKM dan perorangan melalui *website GerobakOnline*.

Promosi juga dilakukan melalui *social media* dengan memberikan *link* koneksi ke beberapa *social media* seperti *WhatsApp*, *Facebook* dan *Twitter*.

*Trust & Loyalty*. Untuk membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan, khususnya UMKM, dibangun komunikasi yang berkelanjutan dengan komunitas UMKM, memberikan konsultasi, bantuan dan pelatihan dibidang kewirausahaan/ *entrepreneurship* dan *training* teknis penggunaan *website GerobakOnline.Com*.

Dari sisi *security system*, *GerobakOnline* memberikan kenyamanan di dalam melakukan transaksi keuangan, yaitu dengan adanya *escrow account* dan sistem *double check confirmation* secara otomatis untuk barang yang sudah diterima. Konfirmasi dari perusahaan ekspedisi pengiriman dan juga dari pelanggan.

#### 3.4. Financial Aspect

*Revenue Stream*. Elemen ini adalah untuk melihat bagaimana perusahaan menghasilkan pendapatan dengan memberikan nilai (*value*) kepada pelanggan. Ada dua aliran pendapatan yang dihasilkan dari *GerobakOnline*. Pertama adalah dari *share fee* per transaksi yang dilakukan oleh UMKM sebagai penjual. Penentuan *share fee* biasanya didahului dengan perjanjian bersama antara *GerobakOnline* dengan

UMKM. Kedua adalah dari pendapatan iklan. *GerobakOnline* menyediakan ruang iklan yang dapat digunakan baik kepada individu perorangan, maupun perusahaan.

*Cost Structure*. Elemen ini mengukur semua komponen biaya perusahaan yang muncul untuk menciptakan, pasar dan memberikan nilai kepada pelanggan. Komponen biaya pada *GerobakOnline* adalah sebagai berikut :

- Biaya operasional (biaya SDM, penyusutan modal TI)
- Biaya pengembangan TI (pengembangan fitur transaksi, sistem *interface* ke sistem mitra bisnis, dll)
- Biaya Promosi dan Marketing

*Profit/Loss*. Elemen ini adalah perbedaan antara aliran pendapatan dan struktur biaya. Pendapatan *GerobakOnline* sebagai perusahaan *start-up* yang berjalan belum genap satu tahun masih belum mencapai titik impas (*break-even point*). Ini berarti biaya operasional *GerobakOnline* masih lebih besar dari pendapatan. Salah satu penyebabnya adalah adanya beban biaya penyusutan dari investasi TI dan pengeluaran biaya pengembangan TI untuk membangun *interface* agar bisa terkoneksi dengan sistem mitra bisnis yang masih besar.

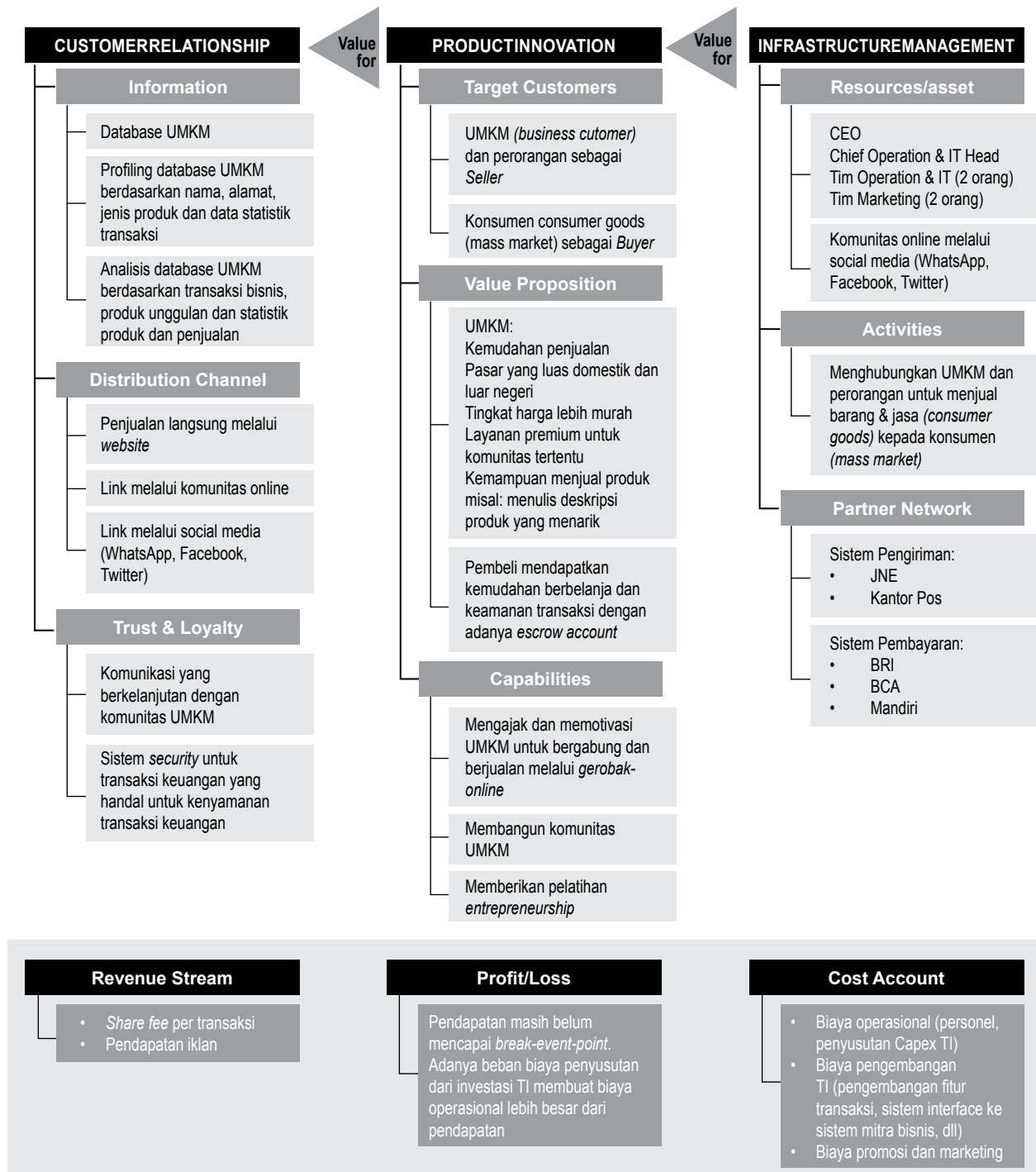
Analisis Model Bisnis *GerobakOnline.com* yang meliputi semua aspek dapat dilihat pada gambar-1.

#### KESIMPULAN

*GerobakOnline* sebagai perusahaan *start up e-Commerce* memiliki 6 strategi inti pengembangan bisnis untuk meraih visi dan misi yang berpihak kepada pasar UMKM. Produk dan jasa yang ditawarkan adalah barang-barang *consumer goods* yang kebanyakan merupakan hasil produksi UMKM.

Berdasarkan analisis model bisnis de-

Gambar-1 : Analisis Model Bisnis GerobakOnline



ngan pendekatan kerangka pemikiran dari Osterwalder dan Pigneur (2002) yang terdiri dari empat pilar model bisnis berbasis internet, ditemukan bahwa model bisnis GerobakOnline sejalan dengan 6 strategi inti GerobakOnline. Tiga pilar model bisnis, yaitu Infrastructure Management, Product Innovation, dan Customers

Relationship menunjukkan bagaimana perusahaan melalui semua aspek memberikan value sebesar-besarnya kepada UMKM sebagai target mitra bisnisnya.

Pilar ke empat dari e-model bisnis adalah Financial Aspect yang terdiri dari aspek aliran pendapatan, struktur biaya dan laba/rugi. Aspek

laba/rugi merupakan puncak dari seluruh aspek e-model bisnis, bagaimana model bisnis menghasilkan laba atau rugi. *GerobakOnline* sebagai perusahaan *start up e-Commerce* masih belum mencapai titik impas, hal ini dapat dimengerti karena beban biaya penyusutan dan masih mengeluarkan biaya yang besar untuk mengembangkan Teknologi Informasi.

## SARAN

Untuk mendapatkan aliran pendapatan yang lebih besar *GerobakOnline* perlu memiliki produk unggulan dari hasil produksi UMKM yang sedang *trend* dan diminati oleh konsumen. Produk unggulan yang sudah ditetapkan dikelola secara baik, seperti sistem *packaging*, promosi dan pelatihan khusus kepada UMKM. *GerobakOnline* dapat menentukan target segmen pelanggan dari sisi pembeli berdasarkan *profiling* data statistik yang dimiliki. Target segmen pelanggan tidak melulu berdasarkan jumlah data statistik yang akses ke internet, tetapi yang merupakan calon pelanggan yang potensial untuk memberi barang dan jasa yang ditawarkan oleh *GerobakOnline.Com*.

Untuk penelitian lebih lanjut dapat dilakukan penelitian perbandingan dengan pendekatan model bisnis yang sama untuk beberapa perusahaan *start up e-Commerce*. Selanjutnya dapat ditambahkan analisis *competitive strategy* dengan menggunakan analisis industri *5 forces Porter* dan analisis lingkungan makro dengan menggunakan analisis PEST (*Politic, Economy, Social, Technology*). Fuah & Tucci (2001) menyatakan bahwa untuk melihat kinerja perusahaan berbasis internet dapat ditentukan oleh model bisnis dan faktor lingkungan yang terdiri dari strategi bersaing (analisis industri) dan faktor lingkungan makro.

## DAFTAR PUSTAKA

Allan Afuah, Christopher L Tucci, *Internet Business Model and Strategies : Text and Cases*, Second Edition. Mc Graw Hill, New York.

- Basrowi dan Suwandi, 2008, *Memahami Penelitian Kualitatif*. Penerbit Rineka Cipta, Jakarta.
- Cooper, D.R., Schindler, P.S., 2008, *Business Research Methods*, International Edition, Mc Graw Hill, New York.
- Dwitya Aribawa, *E-Commerce Strategic Business Environment Analysis in Indonesia*, International Journal of Economics and Financial Issues, 2016.
- I Putu Agus Eka Pratama, 2015, *e-Commerce, e-Business dan Mobile Commerce*, Penerbit Informatika, Bandung.
- Jogiyanto HM., 2008, *Metodologi Penelitian Sistem Informasi*, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Journal Of Business Model, 2014, *Special Issue : The Business Model Eruption*, Aalborg University Press, Denmark.
- Kadek Ciptadi Sujana, Ni Wayan Sri Suprapti, *Peran Kepercayaan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Situs Terhadap Niat Konsumen Untuk Berbelanja Di Situs Zalora*, E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 5, No.1, 2016: 595-622.
- Kartika Wirjoatmojo, *Opportunity & Challenge of e-Commerce : Bank's Perspective*, Indonesia E-Commerce Summit & Expo (IESE), 27-29 April 2016.
- Klein, S., Loebbecke, C. (2000) *The transformation of pricing models on the web: examples from the airline industry*, 13th International Bled Electronic Commerce Conference, Bled, June 19-21.
- Liang Zhang, 2009, *Business Model Analysis For Social Shopping Company, Case Study : RunToShop Oy*, Thesis, Helsinki School of Economic.
- Mahir Pradana, 2015, *Klasifikasi Jenis-Jenis e-Commerce Di Indonesia*, Volume 9, No.2, Des 2015, Jurnal Neo-bis.
- Michael E Porter, 2001, *Strategy and the Internet*, Harvard Business Review.
- Mulyana, D., 2008, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Remaja Rosda Karya, Bandung.
- Osterwarder A, Pigneur Y, *An e-Business Model*

- Ontology for Modeling e-Business*, 15th Bled Electronic Commerce Conference, Bled, Slovenia, June 17 - 19, 2002.
- Osterwarder A, Pigneur Y, *Business Model Generation*, Self Published, 2009.
- Thompson Jr A.A., Strickland III, A.J, and Gambler, J.E, 2010, *Crafting & Executing Strategy, The Quest for Competitive Advantage*, 17th Edition, McGraw-Hill, New York.
- Trisno Siahaan, Kristina Sisilia, *Analisis Model Bisnis Dari Galeripos.Com Dengan Menggunakan Business Model Canvas*, eJournal, Universitas Pendidikan Indonesia.
- Yaqi Guo, Hu Jun, *Research on Business Model Innovation of E-Commerce Era*, International Journal of Business and Social Science, Vol. 5, No. 8; July 2014.
- Zott C, Amit R, Massa L, *The Business Model: Theoretical Root, Recent Development, And Future Research*, Working Paper September 2010, IESE Business School University of Navarra
- <http://www.presidentri.go.id/topik-aktual/membuka-dan-mengembangkan-potensi-e-Commerce-di-indonesia.html>, diakses tanggal 25 Januari 2017.



Jurnal  
**MANDIRI**<sup>OTM</sup>  
ILMU PENGETAHUAN, SENI, DAN TEKNOLOGI

[www.jurnalmandiri.com](http://www.jurnalmandiri.com)

ISSN : 2580-3220, E-ISSN : 2580-4588  
J. Mandiri., Vol. 1, No. 1, Juni 2017 (115 - 127)  
©2017 Lembaga Kajian Demokrasi  
dan Pemberdayaan Masyarakat (LKD-PM)

**Jurnal**  
**MANDIRI**<sup>TM</sup>  
ILMU PENGETAHUAN, SENI, DAN TEKNOLOGI

## ANALISIS STRATEGI DAN PROSPEK BISNIS HARIAN UMUM *SINAR PAGI*

**Syamruddin**

**Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi**

**Universitas Pamulang, Tangerang Selatan**

**e-mail : syamruddinbatubara@gmail.com, syam\_batubara@yahoo.com**

### ABSTRAK

Sejak tumbangnya rezim Orde Baru, kebebasan di berbagai aspek termasuk dalam mendapatkan informasi mengalir begitu deras, sehingga banyak muncul penerbitan-penerbitan baru. Bahkan bisnis pers di Indonesia terbuka luas sehingga memungkinkan bagi setiap orang untuk terjun menggelutinya. Namun ternyata hal itu tidak signifikan dengan antusiasme masyarakat untuk memperoleh informasi. Terbukti dengan menurunnya daya beli masyarakat. Akibatnya penawaran yang dilakukan tidak meningkat bahkan cenderung menurun karena kecilnya permintaan. Situasi seperti ini membuat perusahaan-perusahaan pers harus melakukan inovasi-inovasi yang dilaksanakan dengan prinsip-prinsip manajerial. Tanpa melakukan hal itu sulit bagi perusahaan untuk berkembang di tengah-tengah kuatnya persaingan bisnis informasi, khususnya pers. Analisis Strategi dan Prospek Bisnis Harian Umum *Sinar Pagi* merupakan suatu tema penelitian untuk mengetahui strategi yang harus dijalankan dan prospek bisnis perusahaan pada masa yang akan datang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran yang dijalankan perusahaan dan memperkirakan penjualan yang dicapai, dan mengaitkannya dengan variabel promosi dan harga. Sedangkan metode penelitian yang digunakan adalah dengan melakukan pengumpulan data dan analisis data. Dari sisi pemasaran, perusahaan melakukan strategi bauran pemasaran (4P-*product, place, price, dan promotion*) dan strategi STP (*Segmentasi, Targeting, dan Positioning*). Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor harga dan promosi sangat menentukan tingkat penjualan suatu produk. Terbukti dengan dinaikannya harga 10% dan biaya promosi 25%, secara perlahan-lahan manajemen perusahaan mampu mengangkat kembali jumlah penjualan. Selanjutnya berdasarkan analisis antara permintaan (QD) dan penawaran (QS), diketahui bahwa  $QD < QS$ . Oleh karena itu manajemen perlu menerapkan strategi-strategi pemasaran apabila perusahaan ingin meningkatkan penjualan. Kendati demikian, secara keseluruhan margin perusahaan masih cukup baik karena ditunjang oleh pendapatan iklan. Tentu, hal ini tidak bisa diteruskan untuk dipertahankan, sebab apabila penjualan terus menurun, maka akan berdampak pada penjualan iklan.

**Kata Kunci :** Strategi, Bauran Pemasaran (4P-*product, place, price, dan promotion*), STP (*Segmentasi, Targeting, dan Positioning*), dan Prospek Bisnis.

## PENDAHULUAN LATAR BELAKANG

Dunia pers juga tidak terlepas dari aktivitas bisnis atau hukum ekonomi. Dewasa ini, pers tidak lagi sekadar menyampaikan informasi kepada masyarakat, namun juga sudah masuk ke dalam tatanan industri yang harus juga mengedepankan prinsip-prinsip bisnis dan strategi yang dilakukan untuk memenangkan persaingan.

Dalam menghadapi persaingan yang sedemikian rupa, maka perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang industri pers harus mempunyai strategi dan langkah yang dilakukan sesuai dengan kondisi perusahaan itu sendiri. Perusahaan harus mampu melakukan terobosan-terobosan bisnis dengan strategi pemasaran yang diharapkan dapat meningkatkan *revenue* perusahaan.

Untuk itu strategi yang dilakukan antara lain dengan menggunakan *Marketing Mix* atau Bauran Pemasaran (4P-*product, place, price, dan promotion*) dan STP (*Segmentasi, Targeting, dan Positioning*). Dengan strategi ini maka diharapkan prospek bisnis yang dijalankan akan semakin berkembang.

Mengingat bahwa Bauran Pemasaran dan STP merupakan strategi dan langkah penting dalam pemasaran, yang diharapkan dapat mendukung prospek bisnis pada Harian Umum *Sinar Pagi*, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam dengan judul: *Analisis Strategi dan Prospek Bisnis Harian Umum Sinar Pagi*.

## PEMBATASAN MASALAH

Dengan keterbatasan yang dimiliki peneliti, sehingga lebih mudah dipahami dan dimengerti maka dalam penelitian ini penulis akan memberikan batasan-batasan yang diteliti yaitu mengenai *Marketing Mix* atau Bauran Pemasaran (4-P) dan STP serta Prospek Bisnis Harian Umum *Sinar Pagi*.

## PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan identifikasi dan pembatasan masalah di atas, maka untuk mencegah terjadinya kerancuan dalam pembahasan, maka penulis perlu memberikan suatu perumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pemasaran yang dijalankan oleh perusahaan di mana selama ini orientasinya bukan berdasarkan pada bisnis semata, melainkan untuk kepentingan sosial yaitu ikut mencerdaskan bangsa?
2. Bagaimana prospek bisnis Harian Umum *Sinar Pagi*?

## TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Mengetahui strategi pemasaran yang harus dilakukan sehingga perusahaan mempunyai prospek bisnis yang baik.
2. Memperkirakan penjualan Harian Umum *Sinar Pagi* apabila dikaitkan dengan variabel dalam bauran pemasaran, khususnya promosi dan harga serta prospeknya dari sisi permintaan dan penawaran.

## TINJAUAN TEORITIK

### 1. Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran secara umum adalah kumpulan dari variabel-variabel pemasaran yang dapat dikendalikan dan digunakan oleh suatu badan usaha untuk mencapai tujuan pemasaran dalam pasar sasaran. Menurut Kotler (2009), bauran pemasaran adalah sejumlah alat-alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk meyakinkan obyek pemasaran atau target pasar yang dituju. Mc Carthy dalam Kotler dan Keller (2009) mengklasifikasikan *Marketing Mix* menjadi empat besar kelompok yang disebut dengan 4P tentang pemasaran yaitu *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat) dan *Promotion* (promosi).

Sedangkan menurut Stanton (2000), Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) adalah kombinasi dari empat variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran

perusahaan yaitu produk, harga, kegiatan promosi, dan sistem distribusi.

Adapun keempat bauran pemasaran tersebut secara singkat dijelaskan sebagai berikut:

1. *Product* (produk) adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepada masyarakat untuk dilihat, dipegang, dibeli atau dikonsumsi. Produk dapat terdiri dari *product variety, quality, design, feature, brand name, packaging, sizes, services, warranties, and returns*.
2. *Price* (harga), yaitu sejumlah uang yang konsumen bayar untuk membeli produk atau mengganti hal milik produk. Harga meliputi *last price, discount, allowance, payment period, credit terms, and retail price*.
3. *Place* (tempat), yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan/dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran. Tempat meliputi antara lain *channels, coverage, assortments, locations, inventory, and transport*.
4. *Promotion* (promosi), yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk mengkomunikasikan dan memperkenalkan produk pada pasar sasaran. Variabel promosi meliputi antara lain *sales promotion, advertising, sales force, public relation, and direct marketing*.

Dalam perkembangannya, bauran pemasaran yang terdiri dari 4P terus berkembang, yaitu menjadi 7P yang meliputi *product, price, place, promotion, process, people, dan physical evidence*. Selanjutnya berkembang menjadi 8P yakni *product, price, place, promotion, process, people, physical evidence, dan productivity*.

Menurut Morissan dalam Dewi (2011) menyatakan bahwa konsep *Marketing Mix* diperluas menjadi 8P, dengan penambahan *People, Packaging, Partnership, dan Programming*. Jadi *Marketing Mix* secara

keseluruhan terdiri dari 8P, yaitu :

1. *Product* (produk).

Menurut Kotler dan Keller (2009), produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Keputusan tentang produk ini mencakup penentuan bentuk penawaran secara fisik, merk-nya, pembungkus, garansi dan servis sesudah penjualan. Pengembangan produk dapat dilakukan setelah menganalisa kebutuhan dan keinginan pasarnya. Jika masalah ini telah diselesaikannya, maka keputusan-keputusan tentang harga, distribusi, dan promosi dapat diambil.

2. *Price* (Harga)

Menurut Kotler dan Keller (2009), harga adalah elemen dalam bauran pemasaran yang tidak saja menentukan profitabilitas tetapi juga sebagai sinyal untuk mengkomunikasikan proporsi nilai suatu produk. Pemasaran produk perlu memahami aspek psikologis dari informasi harga yang meliputi harga referensi (*reference price*), inferensi kualitas berdasarkan harga (*price-quality inferences*) dan petunjuk harga (*price clues*). Pada setiap produk atau jasa yang ditawarkan, bagian pemasaran berhak menentukan harga pokoknya. Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam penetapan harga tersebut antara lain biaya, keuntungan, praktik saingan, dan perubahan keinginan pasar. Kebijakan harga ini menyangkut pula penetapan jumlah potongan, *mark-up, mark-down, dan sebagainya*.

3. *Place* (Distribusi)

Ada tiga aspek pokok yang berkaitan dengan keputusan-keputusan tentang distribusi (tempat). Aspek-aspek tersebut adalah :

- Sistem transportasi perusahaan; termasuk dalam sistem ini antara

- lain keputusan tentang pemilihan alat transportasi (pesawat udara, kereta api, kapal, truk, dan pipa), penentuan jadwal pengiriman, penentuan rute yang harus ditempuh dan seterusnya.
- Sistem penyimpanan; dalam sistem ini bagian pemasaran harus menentukan letak gudang, jenis peralatan yang dipakai untuk menangani material maupun peralatan lainnya.
  - Pemilihan saluran distribusi; menyangkut keputusan-keputusan tentang penggunaan penyalur (pedagang besar, pengecer, agen, makelar), dan bagaimana menjalin kerja sama yang baik dengan para penyalur tersebut.
4. *Promotion* (Promosi)
- Menurut Kotler dan Keller (2009), promosi adalah berbagai cara untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang suatu produk atau *brand* yang dijual.
5. *People* (Orang-orang)
- Menurut Dewi (2011), *people* merupakan penyedia barang dan jasa yang melayani konsumen. *People* sedikitnya memiliki tiga hal yaitu *service personnel*, *the product themselves*, dan *local resident*. Dalam hal ini pelatihan, pengendalian kualitas, standardisasi kualifikasi, dan sertifikasi kompetensi menjadi bagian yang penting dalam menentukan keberhasilan suatu pemasaran.
6. *Packaging* (Kemasan)
- Menurut Morissan (2010), *packaging* berarti pengelompokan dua elemen atau lebih dari *product experience* ke dalam suatu produk. *Packaging* adalah kombinasi dari jasa dan daya tarik produk yang saling berkaitan dalam satu paket penawaran harga. Serangkaian produk yang dikemas dan dijual dengan menarik akan membentuk pengalaman yang menarik pula.
7. *Programming* (Program)
- Menurut Morissan (2010), *programming* adalah suatu teknik yang berkaitan dengan *packaging*, yaitu pengembangan aktivitas tertentu, acara, atau program untuk menarik dan meningkatkan pembelanjaan, atau memberikan nilai tambah pada paket atau produk. *Packaging* memiliki kaitan dengan *packaging* yang melibatkan *event special* aktivitas atau program suatu produk untuk membuatnya lebih beraneka ragam dan menarik.
8. *Partnership* (Kerja Sama)
- Suatu hubungan yang dijalin dengan usaha yang sejenis maupun usaha tidak sejenis yang menciptakan benefit dari pihak-pihak tersebut.
2. *Segmenting, Targeting, dan Positioning*
- Suatu organisasi yang beroperasi dalam suatu pasar, apakah itu pasar konsumsi, pasar penyalur atau pasar pemerintah selalu menyadari bahwa pada hakikatnya ia tidak dapat melayani seluruh pelanggan dalam pasar tersebut. Pelanggan terlalu banyak, sangat berpencar beraneka ragam dalam tuntutan penjualannya. Mungkin beberapa pesaing memiliki posisi yang lebih baik dan lebih kuat untuk melayani beberapa segmen pasar tertentu sedangkan perusahaan sendiri dari pada bersaing di mana saja, lebih baik menetapkan bagian mana yang paling menarik untuk dimasuki secara efektif.
- Jantung pemasaran strategis modern dapat dijelaskan sebagai pemasaran STP yang merupakan kependekan dari *Segmenting, Targeting, dan Positioning*. Ketiga langkah ini dapat dijelaskan sebagai berikut :
1. Segmentasi pasar (*Segmenting*), yaitu tindakan membagi suatu pasar menjadi kelompok-kelompok pembeli yang

berbeda-beda yang mungkin membutuhkan produk-produk dan atau kombinasi pemasaran yang terpisah.

2. Penentuan pasar sasaran (*Targeting*), yaitu suatu tindakan mengevaluasi keaktifan daya tarik setiap segmen pasar dan memilih salah satu atau lebih dari segmen pasar tersebut untuk dimasuki.
3. Penempatan produk (*Positioning*), yaitu tindakan untuk menempatkan posisi bersaing produk dan Bauran Pemasaran yang tepat pada setiap pasar sasaran.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008), Segmentasi Pasar (*Marketing Segmentation*) didefinisikan sebagai pembagian pasar menjadi kelompok-kelompok yang lebih kecil berdasarkan kebutuhan, karakteristik, atau sifat yang membutuhkan produk dan strategi pemasaran masing-masing secara berbeda satu sama lain.

Beberapa tipe segmentasi pasar menurut Kotler dan Armstrong (2008), yaitu :

- Geografi (*Geographic*), sebagai contoh : negara, kota, dan benua.
- Demografi (*Demographic*), sebagai contoh : umur, jenis kelamin, dan pendapatan.
- Psikografi (*Psychographic*), sebagai contoh : kelas sosial, dan gaya hidup.
- Sifat (*Behavioral*), sebagai contoh : skala penggunaan produk, keuntungan yang diinginkan dari produk, dan kesetiaan (*loyalty*) terhadap produk.

Selanjutnya, definisi *Targeting* menurut Keegan dan Green (2008), adalah proses pengevaluasian segmentasi dan pemfokusan strategi pemasaran pada sebuah negara, provinsi atau sekelompok orang yang memiliki potensi untuk memberikan respon. Sedangkan definisi target pasar (*market target*) menurut Kotler dan Armstrong (2008) adalah sekelompok pembeli (*buyers*) yang memiliki kebutuhan atau karakteristik yang sama yang menjadi tujuan dari promosi perusahaan.

Dari kedua definisi tersebut di atas, *Targeting* merupakan sebuah proses yang sangat penting karena akan menentukan siapa yang akan membeli produk dari perusahaan. Segmentasi dari target pasar dapat dibagi menjadi empat macam, di mana menurut Kotler dan Armstrong (2008), sebagai berikut :

- *Undifferentiated (Mass) Marketing*
- *Differentiated (Segmented) Marketing*
- *Concentrated (Niche) Marketing*
- *Micromarketing (Local atau Individual) Marketing*

Sementara itu definisi *Positioning* menurut Kotler & Keller (2009) adalah suatu usaha perusahaan untuk memberikan gambaran (*image*) di dalam pikiran konsumen ketika melihat atau mendengar tentang produk atau *brand* dari perusahaan tersebut. Tujuan akhir dari *Positioning* adalah terbentuknya suatu proporsi nilai (*value*) sebuah produk pada seorang konsumen yang menciptakan suatu alasan meyakinkan mengapa mereka harus membeli produk tersebut.

### 3. Prospek Bisnis

Prospek bisnis adalah kondisi yang akan dihadapi oleh perusahaan pelaku usaha di masa yang akan datang dilihat dari potensi dan berbagai faktor pendorong dan penghambatnya sehingga terlihat seberapa besar peluang keuntungan yang mungkin terjadi atau bisa juga sebaliknya seberapa besar kerugian yang mungkin terjadi. Prospek bisnis suatu usaha akan menunjukkan kecenderungan untuk meningkat atau menutup. Kondisi ini dipengaruhi oleh berbagai peluang dan ancaman yang dihadapi. Kelemahan dan kekuatan yang dimiliki pelaku usaha/*entrepreneur* perusahaan sehingga diperlukan perencanaan dan perumusan strategis perusahaan secara baik.

## HIPOTESIS PENELITIAN

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap perumusan masalah. Karena masih bersifat sementara, maka perlu dibuktikan kebenarannya melalui data-data empirik yang dikumpulkan.

Adapun hipotesis yang penulis ajukan adalah sebagai berikut :

1. Terdapat hubungan positif dan signifikan antara penjualan dengan variabel-variabel Bauran Pemasaran (4-P).
2. Penerapan strategi pemasaran yang tepat akan dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan penjualan.
3. Apabila permintaan lebih besar daripada penawaran, maka prospek bisnis perusahaan akan lebih baik.

## METODOLOGI PENELITIAN

### POPULASI DAN SAMPEL

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah para agen, sub agen, dan pengecer Harian Umum Sinar Pagi yang berada di wilayah Jabodetabek. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 107 agen/sub agen/pengecer.

### VARIABEL PENELITIAN

Dalam penelitian ini ada dua variabel yaitu independen dan dependen, sebagai berikut :

1. Variabel independen (bebas) yang dalam hubungannya dengan variabel lain bertindak sebagai penyebab atau yang mempengaruhi variabel dependen. Dalam penelitian ini variabel independen adalah strategi pemasaran dan prospek bisnis.
2. Variabel dependen (terikat) yaitu variabel yang tergantung dengan variabel lain atau variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel lain. Dalam penelitian ini variabel dependen adalah hasil yang dicapai oleh Harian Umum *Sinar Pagi*.

### DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL

Pengertian operasional variabel ini diuraikan menjadi indikator empiris yang meliputi :

1. Strategi Pemasaran (X1)  
Variabel ini diukur melalui indikator Bauran Pemasaran (4-P) dan STP.
2. Prospek Bisnis (X2)  
Variabel ini diukur melalui permintaan, penawaran, dan penjualan.
3. Hasil yang dicapai  
Variabel ini diukur melalui indikator hasil pencapaian yang diperoleh apabila dalam bisnisnya menggunakan Strategi Pemasaran dan melakukan penilaian terhadap permintaan, penawaran, dan penjualan.

### METODE PENGUMPULAN DATA

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Tujuannya agar dapat diperoleh fakta yang melukiskan gambaran sebenarnya sehingga dapat dianalisa. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara melakukan wawancara, observasi, dan riset kepustakaan.

### METODE ANALISIS DATA

Sedangkan metode analisis data adalah dengan menggunakan indikasi variabel dan model.

1. Indikasi Variabel  
Penilaian faktor-faktor internal didasarkan pada kekuatan relatif faktor-faktor tersebut terhadap pesaing dekatnya. Sedangkan penilaian terhadap faktor-faktor eksternal diukur dari daya tarik industri atau pasar di mana perusahaan tersebut beroperasi.
2. Model  
Model yang dipakai dalam studi ini adalah persamaan fungsional yaitu :  
$$Y = f(X_1, X_2, X_3, \dots, X_n)$$
  
Di mana Y mempunyai hubungan linear dengan  $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$ , sehingga model persamaan tersebut menjadi :  
$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + b_nX_n$$

Supranto (2012) menyatakan bahwa korelasi pada dasarnya adalah hubungan. Dua

kejadian yang berhubungan, apabila ingin diukur kuat tidaknya hubungan tersebut, maka kejadian tersebut harus dinyatakan dalam nilai variabel. Misalnya : hubungan antara variabel X dengan Y. Oleh karena itu perubahan X akan mempengaruhi Y.

Aplikasi dari persamaan di atas pada penelitian ini adalah :

Model yang dipakai untuk mengukur volume penjualan jika dikaitkan dengan promosi dan harga adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Di mana :

Y = jumlah/volume surat kabar yang terjual

a = konstanta

b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub> = koefisien dari variabel terkait

X<sub>1</sub> = harga Harian Umum Sinar Pagi

X<sub>2</sub> = biaya promosi

Model yang digunakan untuk memprediksi jumlah permintaan dan penawaran terhadap suatu produk barang pada masa yang akan datang.

Fungsi permintaan dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Q_d = f ( P_{HEN} , I )$$

Sedang bentuk persamaan regresi linearnya adalah :

$$Q_d = a + b_1 p_{HEN} + b_2 I$$

Di mana :

Q<sub>d</sub> = konsumsi Harian Umum Sinar Pagi per eksemplar

a = konstanta

b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub> = koefisien dari variabel terkait

p<sub>HEN</sub> = harga Harian Umum Sinar Pagi di tingkat produsen (Rp/eksemplar)

I = pendapatan penduduk per jiwa (Rp)

Fungsi penawaran dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Q_s = f ( P_{EN} , p_K )$$

Sedangkan untuk bentuk persamaan regresi linearnya adalah :

$$Q_s = a + b_1 p_{HEN} + b_2 p_K$$

Di mana :

Q<sub>s</sub> = jumlah produksi Harian Umum Sinar Pagi per eksemplar

a = konstanta

b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub> = koefisien dari variabel terkait

p<sub>HEN</sub> = harga Harian Umum Sinar Pagi di tingkat produsen (Rp/eksemplar)

p<sub>K</sub> = harga kertas di tingkat pedagang (Rp/eksemplar)

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Secara umum perkembangan penawaran, permintaan, dan penjualan Harian Umum Sinar Pagi mengalami fluktuasi. Dari hasil studi yang dilakukan rata-rata per hari selama periode Januari-April 2000 sebagaimana tergambar dalam tabel berikut :

Bulan	Penawaran (Eksemplar)	Permintaan (Eksemplar)	Penjualan (Eksemplar)
Januari	50.000	35.000	31.500
Februari	52.500	36.000	32.400
Maret	52.000	37.000	33.300
April	54.000	35.000	31.300

Sumber : Hasil Studi

Selanjutnya dalam penelitian tentang Bauran Pemasaran (Marketing Mix) kepada Agen, Sub Agen, dan Pengecer diperoleh hasil sebagaimana tertera dalam tabel-tabel di bawah ini :

No.	Aspek	Input/Saran Terhadap HU Sinar Pagi	Agen (%)
1	Produk	Berita dipertajam, berani dan aktual	100
		Judul berita yang menggigit	86,67
		Berita HL jangan monoton	6,67
		Kurs valuta asing di muat di halaman I	3,33
		Halaman diperlebar menjadi 9 kolom	23,33
		Penambahan halaman	13,33
2	Distribusi/Sirkulasi	Pembinaan agen terus ditingkatkan agar mencapai target	6,67
		Pengiriman jangan terlambat	3,33
		Kebijakan pengangkatan agen dikembalikan seperti semula	3,33
3	Promosi	Adakan promosi untuk tahun 2000	10

Sumber : Hasil Studi

**Tabel 3**  
**Penelitian Bauran Pemasaran Pada 35 Agen Periode Maret 2000**

No.	Aspek	Input/Saran Terhadap HU Sinar Pagi	Agen (%)
1	Produk	Berita dipertajam dan berani	17,10
		Berita lebih aktual agar dapat bersaing dengan Berita Kota dan Pos Metro	11,40
		Berita utamanya lebih menarik	2,90
		Buat sisipan, misalnya : olahraga serta info tempat belanja murah dan barang bekas	2,90
		Berita sepakbola lebih banyak lagi	2,90
		Judul dibuat lebih menarik lagi	2,90
		Ukurannya disamakan dengan media lain	11,40
		Jumlah kolomnya agar ke 9 kolom	5,70
		2	Distribusi/Sirkulasi
Adakan pertemuan dengan agen secara rutin	2,90		
3	Promosi	Promosi diadakan kembali (topi, kaos atau rompi)	14,30
		Promosi di suatu daerah diimbangi dengan berita di daerah tersebut	2,90
		Memberikan souvenir bagi pengecer	2,90
4	Harga	Harga dari penerbit ke agen disamaratakan	2,90

Sumber : Hasil Studi

**Tabel 4**  
**Penelitian Bauran Pemasaran Pada 34 Sub Agen Periode Maret 2000**

No.	Aspek	Input/Saran Terhadap HU Sinar Pagi	Agen (%)
1	Produk	Berita dan judul dipertajam	29,40
		Berita disesuaikan dengan selera pasar	5,90
		Teka-teki silang diperbesar	2,90
		Buat angket berhadiah	2,90
		Berita dibuat seperti Pos Metro	2,90
		Berita politik dan pemerintah jangan terlalu banyak dan dibuat yang ringan saja	2,90
		Ukuran koran diperbesar	20,60
		Kembali ke 9 kolom	11,80
2	Distribusi/Sirkulasi	Jangan sampai terlambat	2,90
3	Promosi	Adakan promosi (kaos, topi dan rompi)	23,50
		Adakan promosi antara tanggal 15 s/d 30 setiap bulannya	5,90
4	Harga	Adakan penurunan harga	2,90
5	Iklan	Iklan nomor diperbesar	32,40

Sumber : Hasil Studi

**Tabel 5**  
**Penelitian Bauran Pemasaran Pada 42 Pengecer Periode Maret 2000**

No.	Aspek	Input/Saran Terhadap HU Sinar Pagi	Agen (%)
1	Produk	Berita dipertajam agar lebih menarik	14,30
		Jangan dominan berita politik tetapi berita kriminal	4,80
		Dibuat berita esex-esex	4,80
		Head Line diutamakan kriminal	2,40
		Berita kriminal diperbanyak	2,40
		Berita monoton dan tak dibahas tuntas	2,40
		Pewarnaan dibuat lebih menarik	2,40
		Koran diperbesar	14,30
		Logo Sinar Pagi diganti warnanya	2,40
		2	Promosi
Adakan promosi	2,40		
Buat foto pengecer	2,40		
3	Iklan	Iklan nomor diperbesar	33,30
		Iklan baris jual beli kendaraan diperbanyak	1,80

Sumber : Hasil Studi

## PEMBAHASAN

### 1. Strategi Bauran Pemasaran

Dalam Strategi Bauran Pemasaran, analisis yang dilakukan adalah melalui pendekatan teori general electric matriks, di mana kekuatan internal (*business strength*) dan kekuatan eksternal (*industry attractiveness*). Bobot yang digunakan dalam metode ini adalah sebagai berikut :

High (H)	3
Medium (M)	2
Low (L)	1

Berdasarkan hasil pembahasan menunjukkan bahwa penilaian terhadap Bauran Pemasaran sebagai berikut :

**Tabel 1.1**  
**Penilaian Terhadap Bauran Produk Harian Umum Sinar Pagi**

No.	Variabel-variabel	Bobot
1	Kualitas Kertas	2
2	Kualitas Cetakan	2
3	Desain/Lay Out	2
4	Ciri Produk/Berita	1
5	Merek Dagang	3
6	Pelayanan	1
7	Ukuran	2
<b>Nilai Rata-rata</b>		<b>1,86 ± 2</b>

Sumber : Hasil Studi

**Tabel 1.2**

**Penilaian Terhadap Bauran Harga Harian Umum Sinar Pagi**

No.	Variabel-variabel	Bobot
1	Kebijakan Harga	2
2	Harga Per Eksemplar	2
3	Potongan Harga	1
4	Jangka Pembayaran	2
<b>Nilai Rata-rata</b>		<b>1,75 ± 2</b>

Sumber : Hasil Studi

**Tabel 1.3**

**Penilaian Terhadap Bauran Tempat/Distribusi Harian Umum Sinar Pagi**

No.	Variabel-variabel	Bobot
1	Saluran Distribusi	2
2	Daya Jangkau	2
3	Jumlah Produk	2
4	Lokasi	2
5	Transportasi	3
<b>Nilai Rata-rata</b>		<b>2,2</b>

Sumber : Hasil Studi

**Tabel 1.4**

**Penilaian Terhadap Bauran Promosi Harian Umum Sinar Pagi**

No.	Variabel-variabel	Bobot
1	Penjualan Promosi	1
2	Iklan/Spanduk/Umbul-umbul	2
3	Organisasi Penjualan	1
4	Pemasaran Langsung	1
<b>Nilai Rata-rata</b>		<b>1,25</b>

Sumber : Hasil Studi

**Tabel 1.5**

**Penilaian Terhadap Bauran Pemasaran Harian Umum Sinar Pagi**

No.	Variabel-variabel	Bobot
1	Produk	2
2	Harga	2
3	Tempat/Distribusi	2,20
4	Promosi	1,25
<b>Nilai Rata-rata</b>		<b>1,86</b>

Sumber : Hasil Studi

2. Faktor-faktor Internal dan Eksternal Perusahaan

Penilaian terhadap faktor-faktor internal dan eksternal perusahaan sangat penting untuk melihat sampai sejauh mana kekuatan dan kelemahan perusahaan serta peluang dan ancaman yang akan muncul. Faktor-faktor internal maupun eksternal bisa menjadi peluang sekaligus ancaman bagi perusahaan. Ancaman eksternal yaitu berupa kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan pemerintah bisa membuat perusahaan tutup. Kenaikan harga kertas secara langsung dapat menjadi ancaman internal bagi perusahaan.

Penilaian terhadap faktor-faktor internal dan eksternal seperti terlihat pada tabel di bawah ini:

Dari hasil penilaian faktor-faktor internal maupun eksternal diperoleh nilai rata-rata untuk faktor internal yaitu 2 dan faktor eksternal yaitu 2,2. Hal ini menunjukkan bahwa kekuatan bisnis yang diperoleh dari faktor internal adalah netral. Sedangkan daya tarik industri yang diperoleh dari faktor eksternal menunjukkan netral cenderung kuat.

Dengan mengacu pada pendekatan teori *general electric matriks*, maka dapat diketahui kekuatan internal dan eksternal Harian Umum Sinar Pagi sebagai berikut :

		<b>Industry Attractiveness</b>		
		H	M	L
<b>Business Strength</b>	H	HH	HM	HL
	M	MH	MM	ML
	L	LH	LM	LL

**Tabel 2.1**

**Faktor-faktor Internal dan Eksternal Harian Umum Sinar Pagi**

No.	Faktor-faktor Internal	Bobot	No.	Faktor-faktor Eksternal	Bobot
1.	Pemasaran dan Distribusi	2	1.	Sosial Ekonomi	2
2.	R & D/Rekayasa	2	2.	Teknologi	2
3.	Manajemen Produksi dan Operasi	2	3.	Pesaing	3
4.	Sumberdaya Manusia (SDM)	2	4.	Pemasok	2
5.	Keuangan & Accounting	2	5.	Pemerintah	2
<b>Nilai Rata-rata</b>		<b>2</b>	<b>Nilai Rata-rata</b>		<b>2,2</b>

Sumber : Hasil Studi

Dari gambar di atas terlihat bahwa Harian Umum *Sinar Pagi* berada pada kondisi *business strength medium* dan *industry attractiveness medium* (MM). Untuk itu strategi yang digunakan sebagaimana dikemukakan oleh Alexander Hiam (1994) dalam bukunya, "The Vest Pocket CEO", adalah *invest slow (selectively), identify growth*, dan *specialize*.

3. Analisis Terhadap Kelima Faktor Persaingan

Dalam mengukur kemampuan suatu perusahaan, analisis terhadap kelima faktor persaingan tidak dapat diabaikan. Hal itu sebagaimana terlihat pada tabel di bawah ini :

No.	Faktor-faktor Persaingan	Bobot
1	Pendatang Baru	3
2	Produk Substitusi	2
3	Pembeli	3
4	Pemasok	2
5	Pesaing Industri	3
<b>Nilai Rata-rata</b>		<b>2,6</b>

Sumber : Hasil Studi

Berdasarkan hasil penilaian terhadap kelima kekuatan dan persaingan diperoleh nilai rata-rata 2,6. Hal ini menunjukkan bahwa faktor persaingan sangat kuat dan menentukan kemampuan perusahaan.

4. Analisis Terhadap Strategi Generik

Michael Porter (2007) mengembangkan tiga strategi generik yang terkenal untuk mencapai keunggulan bersaing yang berkesinambungan bagi perusahaan yaitu :

- a. Keunggulan biaya menyeluruh
- b. Diferensiasi
- c. Fokus

Ketiga strategi di atas dipergunakan untuk mengantisipasi terhadap kelima kekuatan dalam persaingan. Melalui strategi diferensiasi, manajemen dapat melihat kembali berbagai peluang yang ada untuk mengembangkan produk-produk baru bagi pasar-pasar baru. Beberapa pilihan stra-

tegi untuk melakukan ekspansi pasar sebagaimana tampak pada tabel berikut :

Pilihan Strategi	Kegiatan Yang Dilakukan
Penetrasi Pasar	*)
Pengembangan Pasar	Meningkatkan Promosi dan Saluran Distribusi
Pengembangan Produk	Meningkatkan Promosi, Teknologi, Mutu Produk, dan Berita **)
Diversifikasi	Membuat jenis produk baru yang menunjang produk yang ada. Misalnya : Seminar dan Lokakarya

Sumber : Hasil Studi

\*) Penetrasi pasar untuk produk surat kabar agak sulit dilakukan. Sebab konsumen atau pelanggan hanya membutuhkan satu koran dalam sehari untuk koran yang sejenis. Tidak mungkin pelanggan yang sama membeli lebih dari satu produk koran yang sama.  
\*\*) Ciri baru dalam strategi pengembangan produk dapat dilakukan dengan menambah jumlah koran atau menyajikan berita yang tidak memiliki pesaing. Harian Umum *Sinar Pagi* telah melakukannya dengan penyajian berita yang dikemas secara lebih mendalam.

5. Analisis Keunggulan Bersaing Dengan Menggunakan Rantai Nilai (*Value Chain*)

Rantai nilai menggambarkan nilai total yang terdiri atas aktivitas nilai (*value activity*) dari *margin*. Suatu perusahaan dapat dikatakan memiliki kemampuan apabila nilai yang diperolehnya melebihi biaya yang dikeluarkan dalam membuat suatu produk. Tabel berikut menunjukkan tentang penilaian terhadap faktor-faktor rantai nilai generik Harian Umum *Sinar Pagi* yang sangat berpengaruh terhadap margin perusahaan.

Aktivitas Nilai	Bobot
<b>Aktivitas Pendukung</b>	
Infrastruktur	2
Manajemen Sumberdaya Manusia	2
Pengembangan Teknologi	2
Pembelian/Pengadaan	3
<b>Aktivitas Primer</b>	
Logistik ke dalam	2
Operasi/Proses Produksi	2
Logistik ke luar	2
Pemasaran dan Penjualan	2
Pelayanan	2
<b>Nilai Rata-rata</b>	<b>2,1</b>

Sumber : Hasil Studi

Hasil studi di atas menunjukkan bahwa nilai rata-rata aktivitas yaitu 2,1, yang berarti bahwa faktor-faktor pendukung dan primer dalam aktivitas tersebut adalah sedang. Dengan demikian akan berpengaruh pada marjin perusahaan.

6. Prospek Bisnis Harian Umum Sinar Pagi

Adapun prospek bisnis Harian Umum *Sinar Pagi* pada masa yang akan datang berdasarkan prakiraan penjualan, permintaan, dan penawaran dapat diketahui pada tabel-tabel di bawah ini.

<b>Tabel 6.1</b>	
<b>Prakiraan Penjualan Harian Umum <i>Sinar Pagi</i> Rata-rata per Hari Tahun 2000 - 2002</b>	
Tahun	Jumlah Penjualan (Eksemplar)
2000	56.895
2001	57.016
2002	57.130

Sumber : Hasil olahan dari persamaan regresi dengan asumsi kenaikan biaya promosi 25% per tahun.

Apabila biaya promosi dinaikkan, maka penjualan akan meningkat. Dengan demikian bauran promosi perlu lebih dilakukan peningkatan.

<b>Tabel 6.2</b>	
<b>Prakiraan Permintaan Harian Umum <i>Sinar Pagi</i> Rata-rata per Hari Tahun 2000 - 2002</b>	
Tahun	Jumlah Penjualan (Eksemplar)
2000	74.425
2001	71.746
2002	67.121

Sumber : Hasil olahan dari persamaan regresi dengan asumsi kenaikan harga 10% per tahun.

Terjadinya penurunan terhadap permintaan apabila harga dinaikkan setiap tahun perlu dikendalikan dengan sebaik-baiknya sehingga permintaan terhadap Harian Umum *Sinar Pagi* dapat mengalami kenaikan.

<b>Tabel 6.3</b>	
<b>Prakiraan Penawaran Harian Umum <i>Sinar Pagi</i> Rata-rata per Hari Tahun 2000 - 2002</b>	
Tahun	Jumlah Penjualan (Eksemplar)
2000	87.187
2001	84.768
2002	81.138

Sumber : Hasil olahan dari persamaan regresi dengan asumsi kenaikan harga 10% per tahun.

Prakiraan penawaran mengalami penurunan, apabila harga dinaikkan setiap tahunnya. Dengan kondisi seperti ini, sebaiknya perusahaan mulai berhati-hati dan mencari strategi baru agar tetap dapat bertahan. Karena tidak mungkin bisa dielakkan adanya kenaikan harga surat kabar sejalan dengan kenaikan biaya produksi terutama harga kertas.

Dari tabel-tabel di atas, maka dapat diketahui prakiraan bisnis Harian Umum *Sinar Pagi* sebagai berikut :

<b>Tabel 6.4</b>			
<b>Prakiraan Bisnis Harian Umum <i>Sinar Pagi</i> Rata-rata per Hari Tahun 2000 - 2002</b>			
Tahun	Jumlah Permintaan (Eksemplar)	Jumlah Penawaran (Eksemplar)	Hasil
2000	74.425	87.187	D < S
2001	71.746	84.768	D < S
2002	67.121	81.138	D < S

Sumber : Hasil olahan persamaan regresi

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa untuk meningkatkan volume penjualannya manajemen harus melakukan strategi baru. Strategi diferensiasi dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas, citra, distribusi, dan inovasi. Agar dapat bersaing dan mencapai keunggulan, suatu perusahaan harus memiliki produk yang berkualitas. Perusahaan harus membuat dirinya berbeda atau lebih baik dari para pesaingnya melalui rancangan produk, iklan, dan sebagainya.

**KESIMPULAN DAN SARAN**

**KESIMPULAN**

Dari berbagai uraian di atas dapat disimpulkan beberapa hal penting yang bisa dilakukan oleh perusahaan sebagai berikut :

1. Strategi pemasaran yang dapat dilakukan perusahaan meliputi :
  - a. Memperkuat Bauran Pemasaran karena dari hasil penelitian menunjukkan bahwa kondisi perusahaan berada di bawah netral yaitu dengan bobot nilai 1,86.
  - b. Keempat Bauran Pemasaran harus dija-

barkan kepada inti pemasaran strategis modern yaitu Segmentasi, Targeting, dan Positioning (STP).

2. Prospek bisnis perusahaan meliputi :
  - a. Permintaan yang tidak jauh dari jumlah penawaran, menunjukkan bahwa perusahaan masih cukup representatif untuk mengelola bisnisnya. Namun demikian harus ada strategi yang baik karena persaingan bisnis surat kabar yang semakin kompetitif.
  - b. Secara keseluruhan margin perusahaan masih cukup baik karena ditunjang oleh pendapatan iklan. Namun manajemen tidak boleh lengah karena menurunnya jumlah penjualan koran akan berdampak pada image konsumen untuk memasang iklan di Harian Umum *Sinar Pagi*.

#### SARAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang diperoleh serta kesimpulan, penulis mengajukan saran-saran sebagai berikut :

1. Dengan melihat pada kelemahan-kelemahan yang terjadi di dalam perusahaan, sebaiknya pengelola mulai mengadakan perbaikan-perbaikan di segala bidang, baik internal maupun eksternal.
2. Mempertahankan harga, peninjauan kembali kebijakan harga yang diterapkan kepada agen dan memperbaiki mutu berita dan kualitas cetak adalah cara yang dapat digunakan agar memperoleh keunggulan bersaing dalam industri yang semakin kompetitif. Promosi perlu lebih ditingkatkan agar produk Harian Umum *Sinar Pagi* lebih mengena di benak pembaca sehingga dapat memperoleh pelanggan baru.
3. Untuk mengantisipasi ancaman yang timbul dari pendatang baru, maka perusahaan hendaknya melakukan strategi diferensiasi (pengambilan pembaca tetap sebagai titik perhatiannya). Manajemen harus menitik-beratkan pada usaha meningkatkan per-

sepsi pembeli akan keunggulan produk. Misalnya : unggul kualitas, desain, teknologi, pelayanan, dan mempunyai kesan positif. Ciri khas Harian Umum *Sinar Pagi* dibanding surat kabar lain adalah penyajian berita yang dikupas lebih mendalam. Selain itu strategi keunggulan biaya menyeluruh dan fokus perlu pula dicoba untuk mencari peluang baru.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, Ike Janita, *Pemasaran Pariwisata Yang Bertanggung Jawab*. Penerbit Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata Republik Indonesia, Jakarta, 2011.
- Hiam, Alexander, *The Vest-Pocket CEO*. Penerbit Elex Media Komputindo, Jakarta, 1994.
- Jauch, Lawrence R., dan William F. Glueck, *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan*. Penerbit Erlangga, Jakarta, 2000.
- Keegan, Warren J., dan Mark C. Green, *Global Marketing*. Penerbit Pearson Education, London, 2008.
- Kertajaya, Hermawan, *Marketing Plus 2000: Siasat Memenangkan Persaingan Global*. Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2003.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketigabelas, Penerbit Erlangga, Jakarta, 2009.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi Ketigabelas, Jilid 1, Penerbit Erlangga, Jakarta, 2012.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi Ketigabelas, Jilid 2, Penerbit Erlangga, Jakarta, 2012.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Penerbit Erlangga, Jakarta, 2008.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 2, Penerbit Erlangga, Jakarta, 2008.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketigabelas, Jilid 1, Penerbit Erlangga, Jakarta, 2009.

- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketigabelas, Jilid 2, Penerbit Erlangga, Jakarta, 2009.
- Kuncoro, Mudrajad, *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*, Edisi 4, Penerbit Erlangga, Jakarta, 2014.
- Martono, Nanang, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, Edisi Revisi 2, Penerbit RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2010.
- Morissan, *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Penerbit Kencana Prenadamedia Group, Jakarta, 2010.
- Pearce II, John A dan Richard B. Robinson, JR., *Manajemen Strategik: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*, Jilid 1, Penerbit Binarupa Aksara, Jakarta, 1997.
- Pearce II, John A dan Richard B. Robinson, JR., *Manajemen Strategik: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*, Jilid 2, Penerbit Binarupa Aksara, Jakarta, 1997.
- Porter, Michael E., *Strategi Bersaing (Competitive Strategy)*. Penerbit Kharisma Publishing Group, Tangerang, 2007.
- Raco, J. R., *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya*. Penerbit Grasindo, Jakarta, 2010.
- Sri Wahyudi, Agustinus, *Manajemen Strategik: Pengantar Proses Berpikir Strategik*. Penerbit Binarupa Aksara, Jakarta, 2013.
- Stanton, William J, *Prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Penerbit Erlangga, Jakarta, 2000.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*. Penerbit Alfabeta, Bandung, 2012.
- Supranto, J., *Metode Riset*, Cetakan 2, Penerbit Rineka Cipta, Jakarta, 2012.
- Swasta, Basu dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*. Penerbit Liberty, Yogyakarta, 2003.
- Tjiptono, Fandy, *Strategi Pemasaran*, Edisi Ketiga, Penerbit CV Andi Offset, Yogyakarta, 2008.
- Tjiptono, Fandy, Gregorius dan Dadi Adriana, *Pemasaran Strategik*. Penerbit CV Andi Offset, Yogyakarta, 2008.



Jurnal  
**MANDIRI**<sup>OTM</sup>  
ILMU PENGETAHUAN, SENI, DAN TEKNOLOGI

[www.jurnalmandiri.com](http://www.jurnalmandiri.com)



# CALL FOR PAPERS

**JURNAL MANDIRI:** Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi, adalah jurnal independen yang berisi hasil penelitian, kajian, dan karya ilmiah serta pengabdian kepada masyarakat dalam berbagai bidang Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi. Kami mengundang sekenap akademisi, penulis, dan peneliti untuk mengirimkan tulisan atau karya ilmiahnya guna dimuat di **JURNAL MANDIRI**. Rencananya untuk Edisi No. 2, Vol. 1, akan terbit pada Desember 2017.

## ADAPUN SYARAT DAN KETENTUAN PENULISAN :

1. Artikel merupakan karya ilmiah orisinal yang belum pernah dipublikasikan.
2. Artikel ditulis dalam Bahasa Indonesia.
3. Artikel meliputi : Judul, Nama lengkap penulis, Instansi penulis, Email, Abstrak, Kata-kata kunci, Pendahuluan, Landasan Teori/Metodologi, Pembahasan, Penutup/Kesimpulan, dan Daftar Pustaka.
4. Artikel dikirim dalam bentuk microsoft word ke Email: [redaksi@jurnalmandiri.com](mailto:redaksi@jurnalmandiri.com) atau [jurnalmandiri@gmail.com](mailto:jurnalmandiri@gmail.com).
5. Konfirmasi pengiriman naskah tulisan ke Sekretaris Redaksi **JURNAL MANDIRI** (Kusworo/081367371529).
6. Sebelum dilakukan pencetakan para calon penulis harus mengikuti seleksi terlebih dahulu, di antaranya presentasi naskah tulisan, paling lambat 90 hari (hari kerja) sebelum penerbitan.
7. Untuk Pedoman Penulisan silahkan *download* Pedoman Penulisan Jurnal Hasil Penelitian (pdf) pada : [www.jurnalmandiri.com](http://www.jurnalmandiri.com).

## KEPUTUSAN DEWAN REDAKSI :

Penyunting berhak menyeleksi dan mengedit naskah yang masuk. Untuk informasi kepastian proses selanjutnya akan diberitahukan kepada penulis. Substansi tulisan atau artikel sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis. Naskah yang tidak dimuat tidak akan dikembalikan, kecuali atas permintaan penulis.



Alamat Redaksi **JURNAL MANDIRI** :

LKD-PM, Jalan Dr. Setiabudi No. 8. Pamulang, Tangerang Selatan, 15417, Telp. 29050024, Fax. 29204534,  
E-mail : [redaksi@jurnalmandiri.com](mailto:redaksi@jurnalmandiri.com), [jurnalmandiri@gmail.com](mailto:jurnalmandiri@gmail.com).

Kontak Person :

Nazir (083 891 690 615), Kusworo (081 367 371 529)

