



ISSN Cetak 2598-9022  
ISSN Online 2598-9618

# CAPITAL

JURNAL EKONOMI & MANAJEMEN

Volume 2, No 1 September 2018

PRODI MANAJEMEN IER  
UNIVERSITAS PADJADJARAN  
KAMPUS III LAMPUNG 2, JL. BUNDA NO. 16 PADJARAN  
TELEPON/FAX (0261) 442114 / (0261) 461400  
Email : [prodimono@emaslabillipmail.com](mailto:prodimono@emaslabillipmail.com)

## Editorial Team

### Editor In Chief

1. **Prima Utama Wardoyo Putro**, Universitas PGRI Madiun, Indonesia

associate editor

1. **Dian Citaningtyas Ari Kadi**, Universitas PGRI Madiun, Indonesia

### Editorial board

1. **apriyanti .**, UNIVERSITAS PGRI MADIUN, Indonesia
2. **Rizal Ula Ananta fauzi**, Universitas PGRI Madiun, Indonesia
3. **Premi Wahyu Widyaningrum**, Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Indonesia
4. **Sri Rahayu Tri Astuti**, Departemen Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang, Indonesia

<b>UPAYA PEDAGANG PELATARAN DI PASAR SETONO BETEK KEDIRI DALAM MENGAKSES MODAL UNTUK MENGEMBANGKAN USAHANYA</b>	1-12
<i>Dhiyan Septa Wihara (Universitas Nusantara PGRI Kediri)</i> <i>Poniran Yudho Leksono (Universitas Nusantara PGRI Kediri)</i>	
<b>PERAN DESAIN LAYOUT DAN PEMELIHARAAN FASILITAS PRODUKSI DALAM MENUNJANG KELANCARAN PROSES PRODUKSI PADA RAJA MIE COKRO KOTA PROBOLINGGO</b>	13-27
<i>Dedi Joko Hermawan (Universitas Panca Marga)</i>	
<b>MOTIVATION ANALYSIS ON CUSTOMER OF ISLAMIC MICROFINANCE INSTITUTION</b>	28-44
<i>Dhika Amalia Kurniawan (Universitas Darussalam Gontor Ponorogo)</i> <i>Muhammad Faris Irwanto (Universitas Darussalam Gontor Ponorogo)</i>	
<b>PENGARUH TAX KNOWLEDGE DAN GENDER TERHADAP TAX COMPLIANCE WAJIB PAJAK PRIBADI DI KANTOR PELAYANAN PAJAK PRATAMA KOTA TEGAL</b>	45-53
<i>Dewi Apriani (Universitas Pancasakti Tegal)</i> <i>Teguh Budi Raharjo (Universitas Pancasakti Tegal)</i> <i>Agnes Dwita Susilawati (Universitas Pancasakti Tegal)</i>	
<b>PENGARUH KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL TERHADAP ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR (OCB) DENGANKOMPETENSI KOMUNIKASI DAN MOTIVASI SEBAGAI PEMEDIASI</b>	54-62
<i>Vito Nugraha Soerosemito (Universitas Sebelas Maret)</i> <i>Muhammad Cholil (Universitas Sebelas Maret)</i>	
<b>ANALISIS ECONOMIC VALUE ADDED (EVA) SEBAGAI ALAT UKUR KINERJA KEUANGAN BANK SYARIAH</b>	63-73
<i>Yuricke Marshella (Universitas PGRI Madiun)</i> <i>Karuniawati Hasanah (Universitas PGRI Madiun)</i>	

# UPAYA PEDAGANG PELATARAN DI PASAR SETONO BETEK KEDIRI DALAM MENGAKSES MODAL UNTUK MENGEMBANGKAN USAHANYA

Dhian Septa Wihara<sup>1)</sup> Poniran Yudho Leksono<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup>Fakultas Ekonomi, Universitas Nusantara PGRI Kediri

Email : dhiyansept@unpkediri.ac.id

<sup>2)</sup> Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri

Email : yudho\_kediri@yahoo.co.id

## ABSTRACT

*This study aims to 1) Describe the characteristics of the merchants of the market in the setono betek kediri which includes age, education level, family burden and work experience dependent on the access of capital to develop their business, 2) to analyze the relationship between the characteristics of the merchant of the market in the setono betek kediri towards their capital access to develop their business. The population in this study were vegetables and food street vendors, amounting to 120 traders. The number of samples used was 55 respondents with sampling technique using Slovin formula. The analysis used is Chi Square is to see the relationship between traders characteristics with access to their capital in developing their business. The results showed that the age of traders has a relationship to access capital, this is evidenced by the value of perason chi square  $0.000 < 0.05$ . The level of education of traders is also associated with capital kases with pearson chi square value  $0.001 < 0.05$ . The number of dependents of family burden is related to access to capital with pearson chi square value  $0.001 < 0.05$ . The work experience of traders is related to their capital access in developing the business with pearson chi square value  $0.005 < 0.05$ .*

*Key words : Age, education level, family burden, work experience, street vendors*

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk 1) Mendeskripsikan karakteristik pedagang pelataran dipasar setono betek kediri yang meliputi umur, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan kerja terhadap akses modal untuk mengembangkkan usahanya, 2) Menganalisis hubungan antara karakteristik pedagang pelataran dipasar setono betek kediri terhadap akses modal mereka untuk mengembangkan usahanya. Populasi dalam penelitian ini adalah pedagang sayuran dan makanan yang berjumlah 120 pedagang. Jumlah sampel yang digunakan adalah 55 responden dengan teknik penentuan sampel menggunakan rumus *Slovin*. Analisis yang digunakan adalah Chi Square yaitu untuk melihat hubungan antara karakteristik pedagang dengan akses modal mereka dalam mengembangkan usahanya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa umur pedagang memiliki hubungan terhadap akses modal, hal ini dibuktikan dengan nilai perason chi square  $0,000 < 0,05$ . Tingkat pendidikan pedagang juga berhubungan dengan kases modal dengan nilai pearson chi square  $0,001 < 0,05$ . Jumlah tanggungan keluarga pedagang berhubungan dengan akses modal dengan nilai pearson chi square  $0,001 < 0,05$ . Pengalaman kerja pedagang berhubungan dengan akses modal mereka dalam mengembangkan usaha dengan nilai pearson chi square  $0,005 < 0,05$ .

Kata kunci : Umur, Tingkat Pendidikan, Jumlah tanggungan, pengalaman kerja, pedagang pelataran

## A. PENDAHULUAN

Revitalisasi pasar tradisional saat ini telah memberikan dampak positif dan negatif terutama dilihat dari sudut pandang pedagang. dampak

positif karena dengan adanya revitalisasi pasar tradisional kondisi pasar semakin bersih dan tertata rapi sehingga hal ini memiliki daya tarik tersendiri bagi konsumen yang ingin

## **Dhiyan, Upaya Pedagang Pelataran Di Pasar Setono**

berbelanja kepasar tradisional. Dampak negatif salah satunya dapat dilihat dari pedagang kaki lima yang ada dalam pasar tersebut, dimana umumnya pedagang ini tidak memiliki tempat permanen “*bedag*” didalam pasar tersebut sehingga mereka dikumpulkan jadi satu dalam lokasi pasar tersebut. dan biasanya lokasi mereka berada disudut pasar yang jika dilihat kurang strategis untuk aktivitas berdagang. Akibatnya persaingan antar pedagang pun tidak dapat di elakkan lagi, bagi pedagang yang memiliki skala usaha lebih besar tentu tidak menjadi masalah dalam menghadapi persaingan tersebut, karena pedagang jenis ini umumnya sudah memiliki *bedag* atau tempat permanen dipasar itu. Namun untuk pedagang kecil hal ini tentu menjadi tantangan berat karena mereka umumnya sangat bergantung dengan pedagang yang lebih besar. pedagang skala kecil umumnya mengambil barang dagangan dari pedagang besar yang nantinya dijual kembali ke konsumen akhir. Keuntungan yang diperoleh pedagang ini tentu sangat sedikit karena mereka harus berbagi keuntungan lagi dengan pedagang pengecer/keliling yang kadang mengambil barang dagangan dari pedagang kecil dipasar.

Setiap pedagang kecil yang ada dipasar selalu berupaya keras untuk menghindari kerugian terlebih jika barang yang mereka jual tidak bertahan lama seperti sayuran dan buah-buahan. Dan untuk menghindari kerugian ini juga tidak mudah, selama usaha sebagai pedagang masih memberikan keuntungan meskipun kecil, mereka akan tetap melakukan berbagai cara untuk tetap berjualan dipasar (Sutami, 2012).

Fenomena seperti yang telah dijelaskan diatas secara tidak langsung tentu mendorong bagi mereka dalam hal ini pedagang kecil didalam pasar tradisional untuk mengembangkan usahanya agar lebih besar. mereka juga punya keinginan untuk dapat membeli *bedag* atau tempat permanen didalam pasar. Dengan cara seperti itu otomatis jenis barang dagangan akan lebih banyak dan jumlah konsumen mereka juga meningkat karena pedagang kecil juga mengambil barang dagangan ke pedagang besar. Untuk mewujudkan keinginan ini tidaklah mudah karena modal yang dimiliki pedagang kecil ini juga sangat terbatas. Dengan modal yang kecil tentu pendapatan yang diperoleh pedagang kecil juga tidak mungkin maksimal, bisa dikatakan

## **Dhiyan, Upaya Pedagang Pelataran Di Pasar Setono**

bahwa modal merupakan faktor penentu utama dalam meningkatkan pendapatan pedagang kecil (Artaman dkk, 2015).

Harapan pedagang kecil saat ini adalah mengembangkan usahanya dengan cepat. Tentu ini akan mendorong mereka untuk terus berupaya mencari bantuan modal untuk usahanya. Hal ini menjadi peluang bagi lembaga keuangan baik bank maupun non bank dalam memperluas pangsa pasarnya yaitu dengan menawarkan pinjaman kepada pedagang kecil yang ada dipasar tradisional. Misalnya saja dipasar setono betek kediri dimana terdapat banyak sekali pedagang pelataran yang membutuhkan asupan modal untuk mengembangkan usahanya. Yang paling terlihat adalah pedagang pelataran sayuran dan buah-buahan dimana jumlahnya lebih dari 100 pedagang. jenis pedagang ini memiliki jam operasional yang terbatas umumnya mereka memulai usahanya dari jam 03.00 WIB dini hari sampai pagi hari jam 09.00 WIB pelanggan utama mereka adalah pedagang sayuran “etek” atau keliling yang mengambil sayuran kemudian dijual lagi ke konsumen akhir. Setiap pedagang tersebut memiliki karakteristik yang berbeda dari sisi permodalan usaha.

Untuk modal usaha berdagang mereka ada yang diperoleh modal sendiri yaitu modal yang diperoleh dari pemilik usaha itu sendiri. Modal sendiri terdiri dari tabungan, sumbangan, hibah, saudara, dan lain sebagainya (Mardiyatmo, 2008). Disisi lain peran dari bank dituntut disini untuk mampu memberikan pinjaman kepada pedagang kecil untuk mau mengembangkan usahanya.

Tidak semua pedagang mau meminjam kepada bank, karena mereka memiliki minat tersendiri yang bisa mempengaruhi mereka dalam mengambil keputusan untuk meminjam. Minat berperilaku adalah keinginan (minat) seseorang untuk melakukan perilaku diprediksi oleh sikapnya terhadap perilakunya dan bagaimana dia berfikir orang lain akan menilainya jika dia melakukan perilaku tersebut (Jogiyanto, 2007). Karakteristik dari pedagang sendiri biasanya mendominasi mereka dalam mengambil keputusan dan setiap pedagang tentu memiliki karakteristik yang berbeda satu dengan yang lainnya. Menurut Robins (2006) karakteristik individu meliputi Usia, jenis kelamin, status pernikahan, jumlah tanggungan dan pengalaman kerja. Beberapa karakteristik diatas tentu akan

## **Dhiyan, Upaya Pedagang Pelataran Di Pasar Setono**

menentukan pedagang dalam memilih tempat tujuan untuk meminjam disisi lain faktor seperti pendapatan, tingkat pendidikan dan lingkungan juga bisa mempengaruhinya. Pedagang palataran tersebut pada umumnya memiliki pendapatan yang relatif kecil sehingga mereka memiliki pilihan tersendiri dalam menentukan sumber dana untuk tambahan modal usaha, mereka dapat mengakses permodalan melalui Koperasi, Perbankan, BMT (Baitul Mal Wat Tamlil), modal sendiri dan bank "Plecit"/Renternir (Saputra, Multifiah dan Mazilati, 2012). Berdasarkan Fenomena diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti dengan tema Karakteristik pedagang pelataran dipasar setono betek kediri dalam mengakses modal untuk mengembangkan usahanya.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1) Bagaimanakah karakteristik pedagang pelataran dipasar setono betek Kediri, (2) Bagaimana Hubungan antara karakteristik pedagang pelataran dipasar setoino betek kediri dengan akses modal mereka untuk mengembangkan usahanya.

Adapun tujuan penelitian ini adalah (1) Mendeskripsikan krakteristik pedagang pelataran dipasar setono betek

kediri, (2) Menganalisis hubungan karakteristik pedagang dengan akses modal dalam mengembangkan usahanya.

## **B. METODOLOGI PENELITIAN**

### **Rancangan Penelitian**

Jenis Penelitian ini adalah bersifat analitik yaitu penelitian dengan tujuan untuk memberikan gambaran tentang kenyataan atau data objektif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei melalui wawancara dengan menggunakan kuisisioner dan pendekatan kuantitatif ditujukan untuk mengetahui hubbungan karakteristik pedagang dengan akses modal mereka untuk mengembangkan usahanya (Notoatmodjo, 2010)

Penelitian ini dilakukan di pasar setono betek Jln. Monginsidi No. 48 Pakelan Kec. Kota Kediri, Jawa Timur 64129. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang pelataran yang menjual sayuran, ikan dan makanan dipasar setono betek denga jumlah 120 pedagang. dari jumlah tersebut peneliti hanya mengambil sebagian untuk dijadikan sampel.

Menurut Juliansyah Noor (2012:158) Untuk mendapatkan sampel yang representatif dan lebih pasti peneliti

## Dhiyan, Upaya Pedagang Pelataran Di Pasar Setono

menggunakan formula slovin dengan perkiraan kesalahan sebesar 10%, yaitu sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+(N \times e^2)}$$

Dimana: n = Sampel

N = Populasi

e = error level (tingkat kesalahan) 10% atau 0,1

Perhitungannya adalah sebagai berikut.

$$n = \frac{120}{1 + (120 \times 0,1^2)}$$

$$n = \frac{120}{1 + (120 \times 0,01)}$$

$$n = \frac{120}{1 + (1,2)}$$

$$n = \frac{120}{2,2}$$

n = 54,54 dibulatkan menjadi 55 pedagang.

Karakteristik pedagang pelataran dilihat dari umur, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan keluarga dan pengalaman kerja. Kriteria pengukurannya adalah kategori tinggi diberikan skor 3, sedang/menengah diberikan skor 2 dan rendah diberikan skor 1. Sedangkan akses permodalan mereka dibagi menjadi 5 jenis yaitu Bank umum diberikan kode 5, Bank perkreditan rakyat (BPR) diberikan kode 4, Koperasi kode 3, Bank

Plecit/renternir kode 2 dan modal sendiri diberikan kode 1. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H<sub>1</sub> : Diduga ada hubungan antara umur pedagang dengan akses modal untuk mengembangkan usahanya.

H<sub>2</sub> : Diduga ada hubungan antara tingkat pendidikan pedagang dengan akses modal untuk mengembangkan usahanya.

H<sub>3</sub> : Diduga ada hubungan antara jumlah tanggungan keluarga pedagang dengan akses modal untuk mengembangkan usahanya

H<sub>4</sub> : Diduga ada hubungan antara pengalaman kerja pedagang dengan akses modal untuk mengembangkan usahanya.

### Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini digunakan analisis Bivariat. Analisis bivariat dilakukan terhadap dua variabel yang diduga atau berkorelasi (Notoatmodjo, 2010). Dalam penelitian ini analisis bivariat dilakukan untuk mengetahui hubungan antara karakteristik pedagang pelataran dengan akses modal untuk mengembangkan usahanya. Uji statistik yang digunakan adalah chi square, uji chi square digunakan untuk menguji



## Dhiyan, Upaya Pedagang Pelataran Di Pasar Setono

hipotesis bila dalam populasi terdiri atas dua atau lebih kelas dimana datanya berbentuk kategorik. Rumus dasar Chi Square seperti dibawah ini (Sugiyono, 2007).

1) Mencari Chi-square dengan rumus

$$X^2 = \frac{\sum(f_o - f_e)^2}{f_e}$$

Keterangan :

$x^2$  = nilai chi square

$f_o$  = frekuensi yang diobservasi

$f_e$  = frekuensi yang diharapkan

2) Mencari  $x^2$  tabel dengan rumus

$dk = (k-1)(b-1)$  , dimana

$k$  : banyaknya kolom

$b$  : banyaknya baris

Untuk mengetahui hubungan antara karakteristik pedagang pelataran dengan akses modal untuk pengembangan usahanya digunakan taraf signifikan yaitu  $\alpha$  (0,05) dengan ketentuan sebagai berikut :

- Apabila  $p \leq 0,05$   $H_o$  ditolak, berarti ada hubungan antara karakteristik pedagang pelataran dengan akses modal untuk pengembangan usahanya.
- Apabila  $p \geq 0,05$   $H_o$  diterima, berarti tidak ada hubungan antara karakteristik pedagang pelataran

dengan akses modal untuk mengembangkan usahanya.

### C. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Deskripsi umur pedagang terhadap akses modal

Pedagang dipasar memiliki karakteristik umur yang berbeda-beda. Faktor umur ini kadang membentuk mindset mereka dalam menentukan keputusan dalam mengembangkan usahanya. adapun deskripsi umur terhadap akses modal dapat dilihat dalam tabel dibawah ini

**Tabel 1. Deskripsi umur pedagang dengan akses modal**

Umur (thn)	Akses modal				
	1	2	3	4	5
20-35	4	5	1	0	0
36-50	10	9	9	0	1
>50	3	2	2	0	9
jumlah	17	16	12	0	10

Sumber: data primer, diolah 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar pedagang pelataran dipasar setono betek kediri menggunakan modal sendiri untuk berdagang ataupun mengembangkan usahanya. modal sendiri mereka peroleh dari tabungan maupun dengan menjual barang berharga mereka.

## Dhiyan, Upaya Pedagang Pelataran Di Pasar Setono

### Deskripsi tingkat pendidikan terhadap akses modal.

Tingkat pendidikan merupakan faktor yang penting bagi pembentukan karakter tidak terkecuali pedagang dipasar. Meskipun sebagian mereka berpendidikan rendah namun upaya belajar mereka dari banyak hal, pasar merupakan tempat belajar pedagang disamping mereka mengenyam pendidikan. Adapun deskripsi tingkat pendidikan terhadap akses modal dapat dilihat pada tabel berikut ini.

**Tabel 2. Deskripsi tingkat pendidikan pedagang dengan akses modal**

Tingkat Pendidikan	Akses modal				
	1	2	3	4	5
SD	9	8	4	0	2
SMP	8	7	6	0	1
SMA	0	1	2	0	7
jumlah	17	16	12	0	10

Sumber: data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa pedagang dengan tingkat pendidikan SD lebih memilih menggunakan modal sendiri dalam berdagang. Sedangkan pedagang dengan tingkat pendidikan SMA mulai memberanikan diri meminjam dibank untuk mengembangkan usahanya.

### Deskripsi jumlah tanggungan terhadap akses modal.

Jumlah tanggungan merupakan banyaknya orang atau anggota keluarga yang ditanggung oleh seorang karyawan. Semakin banyak jumlah

tanggungan seorang pedagang maka akan semakin besar tingkat ketergantungan terhadap usaha berdagang tersebut. adapun deskripsi jumlah tanggungan keluarga dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel 3. Deskripsi jumlah tanggungan pedagang dengan akses modal**

Jml. Tanggungan	Akses modal				
	1	2	3	4	5
< 3orang	10	6	1	0	1
3-5 orang	5	9	7	0	2
>5 orang	2	1	4	0	7
jumlah	17	16	12	0	10

Sumber : data primer diolah, 2018

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa jumlah tanggungan pedagang kurang dari 3 orang maka lebih banyak menggunakan modal sendiri dalam berdagang, sedangkan jumlah tanggungan 3-5 orang lebih merata tetapi mereka paling banyak meminjam direnternir sedangkan jumlah tanggungan lebih dari 5 orang lebih menyukai untuk meminjam di bank. Beberapa pedagang bahkan ada yang memiliki tabungan di bank umum aupun investasi lainnya untuk mempersiapkan kebutuhan keluarganya dimasa mendatang.

## Dhiyan, Upaya Pedagang Pelataran Di Pasar Setono

### Deskripsi pengalaman kerja terhadap akses modal.

Pengalaman sebagai pedagang dibentuk dari melakukan kegiatan yang sama setiap harinya, bertemu dengan berbagai jenis konsumen dengan latar belakang yang berbeda membuat pedagang haru mampu menyesuaikan dengan cepat dengan keadaan seperti itu. Hal ini tentu akan membentuk pengalaman kerja tersendiri bagi pedagang, semakin lama mereka berprofesi sebagai pedagang maka kemampuan mereka dalam menghadapi berbagai situasi yang membutuhkan pengambilan keputusan yang cepat pun bisa dilakukan dengan mudah. Adapun deskripsi pengalaman kerja pedagang dat dilihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel 4. Deskripsi pengalaman kerja pedagang dengan akses modal**

Pengalaman kerja	Akses modal				
	1	2	3	4	5
< 5 thn	2	5	1	0	0
5-10 thn	12	6	9	0	2
> 10 thn	3	5	2	0	8
jumlah	17	16	12	0	10

Sumber : data primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa pedagang yang memiliki pengalaman kerja kurang dari 5 tahun memilih meminjam ke renternir untuk berdagang. Sedangkan pedagang yang memiliki pengalaman 5-10 tahun

memilih menggunakan modal sendiri untuk berdagang. Dan pedagang memilih meminjam uang aatupun menabung dibank adalah jenis peadagang yang memiliki pengalaman kerja lebih dari 10 thn.

### Hubungan antara umur dengan akses modal pedagang.

Robbins (2006) menyatakan bahwa, semakin tua usia pegawai, makin tinggi komitmennya terhadap organisasi, hal ini disebabkan karena kesempatan individu untuk mendapatkan pekerjaan lain menjadi lebih terbatas sejalan dengan meningkatnya usia. Begitupula pedagang, mereka akan semakin fokus dan menekui pekerjaannya seiring dengan bertambahnya usia.

Berdasarkan hasil olah data dapat diketahui bahwa nilai perason *Chi Square* adalah  $0.00 < 0.05$ . hal ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yang berarti terdapat hubungan antara umur pedagang dengan akses modal untuk mengembangkan usahanya.

## Dhiyan, Upaya Pedagang Pelataran Di Pasar Setono

### **Hubungan antara Tingkat pendidikan dengan akses modal Pedagang.**

Setiap pedagang memiliki latar belakang yang berbeda-beda. Ada yang tinggi maupun rendah, yang jelas proses pembelajaran mereka tidak terbatas pada bangku sekolah namun aktivitas sehari-hari yang mereka lakukan memberikan pelajaran tersendiri yang tentu bermanfaat bagi profesi mereka sebagai pedagang.

Berdasarkan hasil olah data dapat diketahui bahwa nilai pearson *Chi Square* adalah  $0.001 < 0.05$ . Hal ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara tingkat pendidikan dengan akses modal pedagang. Tingkat pendidikan merupakan pembinaan, pelatihan, pengajaran dan semua hal yang merupakan bagian dari usaha manusia untuk meningkatkan kecerdasan dan ketrampilannya sehingga pengetahuan seseorang dapat bertambah seiring dengan pendidikan yang dia peroleh (Basri, 2009).

### **Hubungan antara jumlah tanggungan terhadap akses modal pedagang.**

Kiswanti dan Rahmawati (2015) menyatakan bahwa setiap tambahan tanggungan, seorang kepala keluarga akan meningkatkan belanja rumah tangga dengan semakin banyak jumlah tanggungan keluarga maka semakin meningkat beban hidup yang harus dipenuhi. Pedagang yang memiliki jumlah tanggungan keluarga lebih banyak tentu mereka akan bekerja semakin giat untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari dari keluarganya.

Berdasarkan hasil olah data dapat diketahui bahwa nilai pearson *chi-square* adalah  $0.001 < 0.05$ . hal ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara jumlah tanggungan keluarga dengan akses modal pedagang. tidak sedikit pedagang yang meminjam uang yang tidak hanya digunakan untuk usahanya saja tetapi juga untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari dari keluarganya. Penelitian yang dilakukan oleh Windariani dan Wirawati (2017) menyatakan bahwa jumlah tanggungan memperlemah pengaruh positif pendapatan UMKM pada kolektibilitas kredit. Hal ini berarti belum tentu pedagang yang memiliki pendapatan besar akan rajin membayar angsuran kredit dibank, karena jumlah

## **Dhiyan, Upaya Pedagang Pelataran Di Pasar Setono**

tanggung yang banyak membuat pedagang menggunakan uang yang seharusnya digunakan untuk mengangsur tetapi dia gunakan untuk mencukupi kebutuhan sehari hari dari keluarganya.

### **Hubungan antara pengalaman kerja dengan akses modal pedagang.**

Pengalaman bekerja banyak memberikan keahlian dan keterampilan kerja. Sebaliknya, terbatasnya pengalaman kerja mengakibatkan tingkat keahlian dan keterampilan yang dimiliki makin rendah. Pengalaman bekerja yang dimiliki seseorang, kadang-kadang lebih dihargai dari pada tingkat pendidikan yang menjulang tinggi. Semakin lama pedagang menjalani profesinya tentu akan lebih matang dalam mengembangkan usahanya karena mampu sudah terlatih dalam menghadapi berbagai situasi.

Berdasarkan hasil olah data dapat diketahui bahwa nilai pearson chi square sebesar  $0.005 < 0.05$ . Hal ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara pengalaman kerja dengan akses modal pedagang. ketekunan pedagang dalam menjalankan profesinya adalah untuk

mempertahankan usahanya yang memang mata pencaharian utamanya. Secara tidak langsung akan meningkatkan pendapatan mereka sehingga mereka kadang memilih tempat menabung mereka pada bank. penelitian Vijayanti dan Murjana Yasa (2016) menemukan bahwa lama usaha berpengaruh langsung terhadap pendapatan yang berarti semakin lama usaha yang telah berjalan dan setiap terjadi peningkatan modal akan meningkatkan pendapatan pedagang sembako di pasar Kumbasari.

### **D. SIMPULAN**

Adapun kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Terdapat hubungan antara umur pedagang dengan akses modal mereka dalam mengembangkan usahanya. rata-rata pedagang menggunakan modal sendiri dalam berdagang. Pedagang dengan umur dibawah 35 tahun mayoritas mereka meminjam dikoperasi dan pedagang dengan usia diatas 50 tahun mulai melakukan transaksi di bank baik menabung atau kredit.
2. Terdapat hubungan antara tingkat pendidikan dengan akses modal pedagang. pedagang dengan tingkat

## Dhiyan, Upaya Pedagang Pelataran Di Pasar Setono

pendidikan SD umumnya menggunakan modal sendiri dalam berdagang, sedangkan pedagang dengan tingkat pendidikan SMP ada yang menggunakan modal sendiri namun lebih banyak mereka meminjam kepada renternir. Untuk pedagang dengan tingkat pendidikan SMA mereka lebih memilih bank.

3. Terdapat hubungan antara jumlah tanggungan keluarga dengan akses modal pedagang. pedagang dengan jumlah tanggungan kurang dari 3 orang lebih memilih menggunakan modal sendiri dalam berdagang. Sedangkan pedagang dengan jumlah tanggungan 3-5 orang mereka lebih cenderung meminjam kepada renternir dan beberapa ada yang memilih koperasi. Pedagang dengan jumlah tanggungan lebih dari 5 orang memilih bertransaksi dengan bank baik dalam meminjam maupun menabung.
4. Terdapat hubungan antara pengalaman kerja dengan akses modal pedagang. pedagang dengan pengalaman kerja kurang dari 5 tahun cenderung meminjam kepada renternir. Pedagang dengan pengalaman kerja 5-10 tahun memilih menggunakan modal sendiri

untuk berdagang dan beberapa ada yang meminjam kepada koperasi. Sedangkan pedagang dengan pengalaman lebih dari 10 tahun sudah mulai tertarik dengan bank untuk bertransaksi baik meminjam maupun menabung.

Berdasarkan kesimpulan diatas maka saran yang dapat diajukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagi pedagang pelataran agar memperhatikan setiap aturan dan prosedur dalam melakukan pinjaman baik di bank maupun koperasi agar menghindari ketidakmampuan mereka dalam mengangsur.
2. Bagi Dinas Pasar setempat agar selalu memberikan informasi kepada pedagang terkait dengan aturan yang telah diterapkan untuk ketertiban pasar supaya pedagang bisa menjaga kebersihan dan juga bisa saling menguntungkan kedua belah pihak.
3. Bagi bank dan lembaga keuangan lainnya agar memperhatikan kondisi pedagang dalam memberikan pinjaman sehingga bisa mengurangi resiko yang muncul antara kedua belah pihak.
4. Bagi peneliti selanjutnya supaya bisa dijadikan referensi untuk menambah

wawasan jika melakukan penelitian yang terkait dengan penelitian ini.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Artaman dkk, (2015). *Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang pasar seni sukowati Gianyar*. Bali: Universitas Udayana.

Basri, H (2009). *Filsafat Pendidikan Islam*, Pustaka Setia, Bandung.

Juliansyah, Noor (2012). *Metodologi penelitian Skripsi, Thesis dan Disertasi Karya Ilmiah*. Cetakan Kedua. Jakarta: Kencana Prenada Media

Jogiyanto, 2007. *Sistem informasi keperilakuan*. Edisi revisi, Yogyakarta : Andi Offset

Mardiyatmo, (2008). *Kewirausahaan*. Penerbit: Yudisthira, Jakarta.

Notoatmodjo, (2010). *Metodologi penelitian kesehatan*. Jakarta: Rineka cipta

Kiswanti dan Anita Rahmawati 2015. *Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat pengembalian Mudharobah*. Jurnal Ekonomi Syariah Vol 3 No.1.

Windariani, Ayu,N.L dan Wirawati, Putu,N.G, (2017). *Jumlah tanggungan sebagai pemoderasi pengaruh pengalaman usaha dan pendapatan UMKM pada kolektibilitas KUR Mikro BRI*. E-Journal Akuntansi Universitas Udayana Vol 20 No.2 Agustus 2017.

Sutami, Dwi Wahyu. 2012. Strategi rasional pedagang pasar tradisional. Jurnal Bio-kultur Vol 1 No.2 Juli-Desember 2012.

Saputra, A. Aji, Multifiah, dan Asfi Manzilati. (2012). *Praktik Bank Tihtil dan implikasinya menurut pandangan masyarakat muslim wilayah perkampungan Bethek Kota Malang*. Tesis tidak diterbitkan. Malang : Program Pascasarjana Fakultas Ekonomi dan bisnis Universitas Brawijaya Malang.

Vijayanti, Made Dwi dan Murjana Yasa, Wayan I Gusti. *Pengaruh lama usaha dan modal terhadap pendapatan dan efisiensi usaha pedagang sembako dipasar kumbasari*. E-Journal Ekonomi pembangunan Universitas udayana Vol.5 No.12

Robins, Stephen P, 2006. Perilaku Organisasi. Edisi kesepuluh. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia.

---

# PERAN DESAIN *LAYOUT* DAN PEMELIHARAAN FASILITAS PRODUKSI DALAM MENUNJANG KELANCARAN PROSES PRODUKSI PADA RAJA MIE COKRO KOTA PROBOLINGGO

Dedi Joko Hermawan  
Fakultas Ekonomi, Universitas Panca Marga Probolinggo, Indonesia  
Email : dedijoko@upm.ac.id

## ABSTRACT

*The production process is a series of processes or steps involved in producing a good product in a manufacturing company. To achieve the level of efficiency and effectiveness in the production activity is necessary to note several factors that influence the course of the production process. Design layout and maintenance of production facilities being part of the factor. Where the design layout is a preparation of the layout of production facilities such as machinery and equipment or other equipment used in production activities. While maintenance is an activity to maintain or keep the production facilities to keep them in good condition. The purpose of this study was to determine whether the design layout and maintenance of production facilities have a role in supporting the smooth production process. By using 9 informants, the results of this study indicate that in Probolinggo Clark King Noodle production facility layout design applied adapted to the stages of the production process. While the maintenance of the machines is done routinely every month for oil changes and cleaning and once a year for a replacement battery and dynamo. And it has launched a noodle production process that took place during this time. Thus has proven that the design layout and maintenance of production facilities is instrumental in supporting a smooth production process that takes place within a manufacturing company.*

*Keywords : Layout Design, Production Facility Maintenance, Production Process*

## ABSTRAK

Proses produksi merupakan rangkaian proses atau langkah yang harus dilakukan dalam menghasilkan sebuah produk barang di dalam perusahaan manufaktur. Dalam mencapai tingkat efisiensi dan efektifitas dalam kegiatan produksi tersebut maka perlu diperhatikan beberapa faktor yang mempengaruhi jalannya proses produksi tersebut. Desain *layout* dan pemeliharaan fasilitas produksi menjadi bagian dari faktor tersebut. Dimana desain *layout* merupakan sebuah penyusunan tata letak fasilitas produksi seperti mesin dan peralatan atau perlengkapan lainnya yang digunakan dalam kegiatan produksi. Sedangkan pemeliharaan merupakan kegiatan memelihara atau menjaga fasilitas produksi agar senantiasa dalam kondisi yang baik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah desain *layout* dan pemeliharaan fasilitas produksi memiliki peran dalam menunjang kelancaran proses produksi. Dengan menggunakan 9 orang informan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa di dalam Raja Mie Cokro Probolinggo desain *layout* fasilitas produksi yang diterapkan disesuaikan dengan tahapan proses produksi. Sementara kegiatan pemeliharaan terhadap mesin-mesin dilakukan secara rutin setiap satu bulan sekali untuk penggantian oli dan pembersihan serta satu tahun sekali untuk penggantian aki dan dinamo. Dan hal tersebut telah melancarkan proses produksi mie yang berlangsung selama ini. Dengan demikian telah terbukti bahwa desain *layout* dan pemeliharaan fasilitas produksi ini berperan dalam menunjang kelancaran proses produksi yang berlangsung dalam perusahaan manufaktur.

Kata Kunci : Desain *Layout*, Pemeliharaan Fasilitas Produksi, Proses Produksi

## A. PENDAHULUAN

Produksi merupakan serangkaian proses mengubah bahan baku menjadi barang setengah jadi dan barang jadi.

Dimana kegiatan produksi merupakan hal yang penting dalam menjalankan aktivitas perusahaan terutama pada perusahaan manufaktur. Dalam kegiatan proses produksi yaitu untuk



## Dedi Joko, Peran Desain Layout dan Pemeliharaan Fasilitas Produksi

menciptakan suatu barang atau penambahan nilai guna sehingga dapat memberikan manfaat dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Proses transformasi perubahan bentuk nilai guna tersebutlah yang disebut dengan proses produksi. Dalam kaitannya dengan proses produksi, baik produksi barang maupun jasa, ada beberapa faktor produksi yang terlibat di dalamnya.

Faktor produksi tersebut diantaranya yaitu faktor alam, faktor tenaga kerja, faktor modal dan faktor teknologi (Reksohadiprodjo dan Gitosudarmo :2009). Teknologi menjadi faktor penting bagi perusahaan dalam mewujudkan hasil produksi yang baik dan sesuai dengan standart perusahaan. Teknologi merupakan sarana yang digunakan perusahaan saat proses produksi berlangsung. Teknologi mesin dapat merubah bahan baku menjadi sebuah produk dengan dioperasikan oleh tenaga kerja. Tahapan dalam proses produksi diharapkan mampu berjalan dengan lancar supaya perusahaan dapat mencapai target produksi yang telah ditetapkan. Untuk itu dalam menempatkan mesin serta fasilitas penunjang produksi lainnya harus diatur dengan sebaik-baiknya.

Disinilah peran desain *layout* sangat dibutuhkan.

*Layout* merupakan cara pengaturan fasilitas pabrik guna mempermudah dan menunjang kelancaran aktivitas produksi (Wignjosoebroto:2003). Kekeliruan dalam proses perencanaan tata letak (*layout*) dapat mengakibatkan hasil produksi yang tidak baik dan berdampak pada kerugian perusahaan karena menyebabkan beban biaya yang ditanggung perusahaan akan semakin besar.

Di dalam *layout* produk mesin-mesin dan perlengkapan-perengkapan yang akan digunakan dalam kegiatan produksi dikelompokkan, ditempatkan serta disusun dalam satu tempat dan ruangan tertentu berdasarkan urutan kebutuhan operasi yang dibutuhkan untuk membuat produk. *Layout* model seperti ini sering digunakan oleh perusahaan untuk memenuhi pesanan serta biasanya perusahaan memproduksi satu macam jenis produk secara terus-menerus dan berulang-ulang dalam jumlah yang cukup besar seperti yang dilakukan oleh perusahaan Raja Mie Cokro.

Raja Mie Cokro merupakan perusahaan manufaktur yang mempro-

produksi mie basah. Namun kelancaran proses produksi tidak cukup hanya dengan didukung oleh desain *layout*. Untuk mengurangi kerusakan-kerusakan yang mungkin terjadi pada produk jadi ataupun bahan baku, dipastikan kondisi mesin selalu baik. Untuk itu, dalam memicu kelancaran aktivitas produksi juga perlu dilakukan perawatan atau pemeliharaan terhadap mesin atau fasilitas pendukung produksi lainnya. Berkaitan dengan pemeliharaan, hasil yang baik tidak lepas dari perawatan yang teratur dan pengawasan proses produksi.

Berdasarkan pemikiran di atas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut yaitu Apakah desain *layout* dan pemeliharaan fasilitas produksi memiliki peran dalam menunjang dan memperlancar proses produksi pada Raja Mie Cokro Probolinggo?

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini ialah mengetahui peran desain *layout* dan pemeliharaan fasilitas produksi dalam menunjang dan memperlancar proses produksi pada Raja Mie Cokro Probolinggo.

## **B. LITERATUR**

### **Desain *Layout***

Definisi Desain *Layout* Menurut Reksohadiprodjo dan Gitosudarmo (2009:127), “*Layout* fasilitas produksi merupakan keseluruhan bentuk dan penataan tempat fasilitas yang dibutuhkan di dalam proses produksi”. Sedangkan menurut Assauri (1999:57), “*Layout* dapat diartikan sebagai penataan yang efektif dan efisien, pengaturan susunan fasilitas pabrik yang teratur dan karyawan/buruh (*personel*) yang berada dilingkungan pabrik. Fasilitas pabrik (*manufacturing*) tidak saja peralatan pabrik seperti mesin-mesin untuk produksi tetapi juga pengiriman dan penerimaan barang serta service area, termasuk gudang dan *maintenance* dan lain-lain.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Desain *Layout* Menurut Reksohadiprodjo dan Gitosudarmo (2009:129), jenis *layout* yang di pilih biasanya tergantung pada faktor-faktor sebagai berikut:

1. Jenis produk. Apakah jenis produk tersebut dalam bentuk barang atau jasa, desain produk dan bagaimana dengan kualitasnya, dan apakah pembuatan produk tersebut untuk pesanan atau persediaan.

2. Jenis proses produksi. Hal ini berkaitan dengan peralatan / teknologi yang digunakan, bahan - bahan yang diangkut / dibawa, atau penggunaan penyedia layanan.
3. *Volume* produksi. *Volume* dapat mempengaruhi desain fasilitas saat ini dan pemanfaatan kapasitas produksi, serta penyediaan yang memungkinkan adanya perubahan.

Macam-macam Desain *Layout* Menurut Wignjosoebroto (2003: 148), ada empat macam/tipe tata letak secara umum digunakan dalam desain *layout* yaitu:

1. Tata letak fasilitas berdasarkan aliran produksi (*product layout* atau *production line product*)

Dalam *layout* berdasarkan aliran produksi, mesin dan fasilitas produksi yang lain akan diatur menggunakan prinsip “*machine after machine*” dimana tidak peduli macam-macam mesin yang digunakan. Dengan memakai tipe aliran produksi ini seluruh fasilitas-fasilitas untuk proses manufaktur akan disusun berdasarkan garis aliran (*flow line*) dari proses produksi tersebut.

2. Tata letak fasilitas berdasarkan lokasi material tetap (*fixed material*

*location layout* atau *fixed position layout*)

Untuk tata letak fasilitas pabrik yang berdasarkan proses tetap, komponen-komponen material produk yang utama tetap pada posisi/lokasi yang sama. Sedangkan pada fasilitas produksi lain seperti manusia, mesin, tool serta komponen-komponen kecil yang lain akan diproses menuju kearah lokasi komponen atau material produk utama tersebut.

3. Tata letak berdasarkan kelompok produk (*product family, product layout* atau *group technology layout*)

Pada tipe *product family* dan *group technology layout*, mesin-mesin atau fasilitas produksi juga akan ada pengelompokan dan penempatan pada sebuah “*manufacturing cell*”. Karena disini pada setiap kelompok-kelompok produk akan melewati urutan proses produksi yang sama, sehingga menghasilkan proses *manufacturing* dengan tingkat efisiensi yang tinggi.

4. Tata letak fasilitas berdasarkan fungsi atau macam proses (*functional* atau *process layout*)

Tata letak fasilitas berdasarkan fungsi atau macam proses sering

disebut dengan *functional layout* adalah metode penempatan dan pengaturan dari peralatan produksi dan seluruh mesin yang mempunyai tipe atau jenis yang sama dalam satu departemen.

### Pemeliharaan (*maintenance*)

#### 1. Definisi Pemeliharaan

Menurut Assauri (1999:95), “Pemeliharaan (*maintenance*) merupakan rangkaian kegiatan untuk memelihara/menjaga seluruh fasilitas / peralatan dan melakukan perbaikan atau penyesuaian / penggantian komponen - komponen yang dibutuhkan supaya mendapatkan hasil operasi produksi yang sesuai keinginan dan memuaskan seperti yang telah direncanakan”.

#### 2. Macam-macam Pemeliharaan (*maintenance*)

Ditinjau dari sisi tujuan pemeliharaan, maka pemeliharaan yang dilakukan dalam perusahaan masih ditinjau dari sisi kapan pemeliharaan tersebut harus dilaksanakan. Adapun maksud dari masing-masing pemeliharaan tersebut adalah sebagai berikut:

a) Pemeliharaan rutin Dimaksudkan dengan pemeliharaan rutin adalah

merupakan kegiatan pemeliharaan fasilitas yang harus dilakukan sehari-hari.

b) Pemeliharaan Berkala, Pemeliharaan berkala merupakan pemeliharaan yang tidak dilaksanakan setiap hari, namun harus dilakukan dalam setiap jangka waktu tertentu.

c) Pemeliharaan tak terjadwal, Di samping pemeliharaan rutin dan pemeliharaan berkala yang pada umumnya akan dapat direncanakan dengan baik oleh perusahaan, maka dari sisi waktu pemeliharaan ini terdapat satu jenis pemeliharaan lain yaitu pemeliharaan tak terjadwal. Pemeliharaan ini pada umumnya memang tidak dijadwalkan sebelumnya oleh manajemen perusahaan yang bersangkutan, namun harus dilaksanakan dalam perusahaan tersebut.

#### 3. Faktor-faktor dalam Pemeliharaan (*maintenance*)

Menurut Assauri (1999,101), faktor-faktor yang harus diperhatikan dalam kegiatan pemeliharaan adalah sebagai berikut:

a) Upaya pemeliharaan mesin yang digunakan dilakukan pada waktu

usia mesin tersebut sudah berumur, misalkan pada waktu satu tahun, dua, tiga tahun, dan seterusnya. Misalnya ukuran kapasitas mesin yang digunakan pada saat ini memiliki kapasitas 10 ton/jam, maka mesin jangan dibebani dengan 15 ton/jam. Hal yang perlu diperhatikan supaya pemeliharaan dan pemakaian mesin dapat dilakukan dengan cermat, sehingga mesin dapat dipergunakan dan dinikmati dalam jangka waktu panjang dan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan.

b) Penggunaan mesin itu harus sesuai dengan tujuan fungsi mesin atau kegunaan mesin tersebut.

c) Adapun kegiatan secara teknis yang perlu dilakukan dalam perbaikan dan pemeliharaan pada mesin yang digunakan, yaitu:

1) Bagaimana membuka dan memasang kembali komponen pada mesin atau onderdil mesin, dan hubungannya satu dengan yang lainnya.

2) Alat-alat apa yang harus dan tidak boleh digunakan.

3) Hal-hal tersebut harus rutin dilakukan, misalnya:

penambahan bahan bakar solar setiap 20 jam, penggantian oli setiap 3 bulan sekali, servis kecil/ringan perlu diadakan tiap bulan, dan *overhaul* harus diadakan setiap lima tahun sekali.

4) Sebelum mesin-mesin dinyalakan dan dijalankan, hendaknya perlu diteliti terlebih dahulu apakah ada gangguan-gangguan yang dapat menghambat jalannya mesin tersebut.

5) Mesin paling utama harus dinyalakan dan dipanaskan terlebih dahulu selama 15 menit, sebelum dibebani oleh komponen tenaga penggerak yang lain.

6) Mesin-mesin haruslah dijalankan sesuai dengan urutan-urutan yang sudah ditetapkan oleh pabrik pembuat mesin tersebut, dan tidak boleh dijalankan secara tidak beraturan atau semau /sekehendak kita sendiri.

d) Diperlukan operator dan tenaga pada bagian *maintenance* harus betul-betul tenaga ahli dan mengetahui/mengerti sifat-sifat

mesin tersebut.

### **Proses Produksi**

Definisi Proses Produksi Menurut Reksohadiprodjo dan Gitosudarmo (2009:1), “Proses produksi merupakan cara, metode, teknik pelaksanaan produksi dengan memanfaatkan faktor-faktor produksi”. Faktor-faktor produksi tersebut berupa input dalam aktivitas proses produksi diantaranya yaitu: alam, modal, tenaga kerja, dan teknologi.

Jenis-jenis Proses Produksi Menurut Ahyari (1990:284), mempunyai hubungan dengan pengendalian kualitas proses, maka proses produksi yang berada di dalam perusahaan-perusahaan pada umumnya akan dipisahkan menjadi lima macam, yang lazim biasa disebut sebagai proses produksi type A, proses produksi type B, proses produksi type C, proses produksi type D, dan proses produksi type E.

1. Proses produksi type A proses produksi type A merupakan proses produksi di mana setiap tahapan proses dapat diawasi dan diperiksa dengan mudah. Artinya di dalam proses produksi semacam ini, pemeriksaan dan pengawasan dapat dilakukan pada saat kapan saja dan

pada tahap apa saja dan saat menghendaki dilakukannya pelaksanaan pemeriksaan.

2. Proses produksi type B Proses produksi pada type B di dalam hubungan antara proses type B dengan pengendalian kualitas proses ini adalah proses produksi yang mana ciri utama dari proses ini adalah bahwa masing-masing tahap proses terdapat ketergantungan yang kuat.
3. Proses produksi type C Proses produksi yang dikategorikan menjadi proses produksi type C di dalam pengendalian kualitas proses ini adalah proses produksi *assembling*, atau lebih dikenal dengan nama proses perakitan.
4. Proses produksi type D Perusahaan yang tergabung di dalam proses produksi type D ini adalah perusahaan-perusahaan yang proses produksinya menggunakan peralatan produksi dan mesin yang mempunyai sifat otomatis. Adapaun yang dimaksud dengan otomatis adalah bahwa di dalam pelaksanaan proses produksi dari perusahaan tersebut akan dilakukan dengan menggunakan peralatan produksi dan mesin yang mempunyai sifat full

otomatis.

### **C. METODE PENELITIAN**

#### **Waktu dan Jenis Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Perusahaan Raja Mie Cokro Probolinggo yang merupakan pabrik mie basah yang berlokasi di Jl. Cokroaminoto No. 48 Kota Probolinggo. Berada di tengah-tengah masyarakat serta terletak di pinggir jalan dan tempatnya sangat mudah dijangkau.

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Metode kualitatif adalah metode yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, metode ini biasa digunakan untuk kondisi obyek penelitian yang alamiah, dimana peneliti yaitu sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data pada perusahaan mie cokro dilakukan secara gabungan (triangulasi), analisis data mempunyai sifat kualitatif, dan hasil penelitian lebih menekankan makna daripada generalisasi (Sugiyono, 2014:9). Sementara Penelitian studi kasus adalah mengeksplorasi keadaan suatu masalah dengan pengambilan data secara mendalam dan mempunyai

batasan yang terperinci, menyertakan berbagai sumber informasi. Batasan-batasan penelitian ini yaitu waktu dan tempat, peristiwa, individu, aktivitas, dan penelitian ini mempelajari kasus berupa program.

#### **Sumber Data**

Sumber data yang dipergunakan dalam penelitian ini terdiri dari 2 (sumber), yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari pengamatan langsung dan wawancara langsung ke Raja Mie Cokro Probolinggo mengenai desain *layout*, pemeliharaan mesin dan proses produksi. data sekunder diperoleh dari referensi berupa buku, jurnal serta data lain yang mendukung dalam penelitian. Dan teknik yang digunakan yaitu dengan menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka.

#### **Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan adalah triangulasi yaitu teknik pengumpulan data yang beranekaragam atau bermacam-macam dan dilakukan secara terus menerus (*continue*) hingga data mencapai titik jenuh (Sugiyono, 2011:333). Kemudian

kegiatan analisis selanjutnya adalah menarik kesimpulan.

#### **D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

##### **Hasil Penelitian**

###### **1. Desain *Layout***

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, maka diperoleh jawaban dari para informan bahwa desain *layout* atau tata letak fasilitas produksi seperti mesin-mesin dan perlengkapan produksi lainnya yang terdapat di dalam pabrik Raja Mie Cokro Probolinggo disusun berdasarkan aliran produksi.

Berkaitan dengan produk yang dihasilkan adalah mie, maka dalam penyusunan mesinnya dimulai dari mesin adonan yang merupakan mesin yang pertama kali digunakan dalam kegiatan proses produksi mie. Mesin *press* berada pada urutan kedua setelah mesin adonan, dimana mesin *press* ini merupakan mesin yang digunakan untuk memberikan tekanan pada adonan tepung yang telah dibuat agar adonan tersebut lebih padat sehingga lebih mudah untuk dibentuk pada proses pembuatan mie selanjutnya. Mesin yang berada pada urutan ketiga yaitu

mesin *roll* yang digunakan untuk menggulung adonan yang telah dipadatkan menjadi bentuk lipatan-lipatan tipis. Selanjutnya mesin *finishing* berada pada urutan terakhir. Mesin *finishing* ini digunakan untuk proses akhir dalam pembuatan mie dimana pada mesin ini mie lipatan-lipatan adonan tadi akan dicetak membentuk mie sesuai ukuran yang diinginkan yaitu mie dengan ukuran kecil dan mie dengan ukuran yang lebih besar.

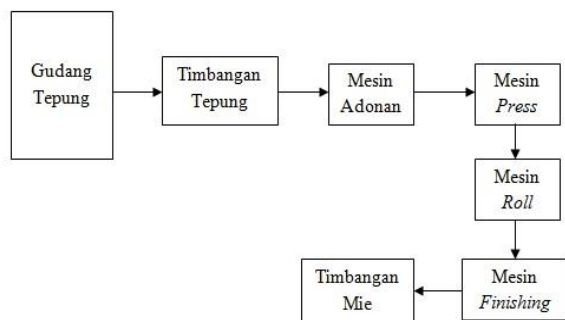
Selain mesin-mesin yang digunakan dalam proses pembuatan mie tersebut, Raja Mie Cokro juga memperhatikan dalam menata perlengkapan lainnya yang dibutuhkan dalam proses produksi seperti timbangan tepung dan timbangan mie. Dimana timbangan tepung ini digunakan untuk menimbang kuantitas tepung yang akan digunakan dalam memproduksi mie dan letaknya berada di sebelah mesin adonan. Timbangan mie ini berada di ujung yaitu tepat di sebelah mesin *finishing*.

Untuk dapat mengetahui secara terperinci desain *layout* fasilitas produksi yang ada di Perusahaan Raja Mie Cokro Probolinggo, maka



## Dedi Joko, Peran Desain Layout dan Pemeliharaan Fasilitas Produksi

desain *layout* atau tata letak fasilitas produksi tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



### 2. Pemeliharaan Fasilitas

Produksi Dari hasil wawancara serta observasi yang dilakukan dengan pemilik Raja Mie Cokro Probolinggo serta para karyawan, diperoleh temuan bahwa perusahaan melakukan pemeliharaan terhadap mesin-mesin setiap satu bulan sekali yaitu penggantian oli mesin serta pembersihan mesin. Kegiatan pemeliharaan tersebut dilakukan sendiri oleh karyawan bagian pemeliharaan. Dimana kegiatannya dilakukan pada siang hari dikarenakan jika pada pagi hari mesin-mesin tersebut masih digunakan untuk kegiatan produksi.

Pemeriksaan secara berkala tersebut tidak hanya dilakukan setiap bulan untuk hanya mengganti oli dan melakukan pembersihan mesin.

Namun untuk menjaga supaya mesin tetap dalam kondisi baik serta kualitas mie yang dihasilkan tidak berubah, maka perusahaan Raja Mie Cokro Probolinggo melakukan penggantian dinamo yang terbakar serta aki yang patah setiap satu tahun sekali. Dimana untuk hal ini perusahaan tidak hanya mengandalkan karyawan dalam melakukan penggantian dinamo dan aki yang patah namun juga menggunakan jasa reparasi sehingga dapat dicapai hasil pemeliharaan yang optimal. Dalam hal ini untuk menjaga dan memelihara mesin perusahaan juga memperhatikan *volume* bahan baku yang dibebankan terhadap mesin setiap harinya.

Kegiatan produksi yang dilakukan tidak semata-mata dilakukan secara terus menerus melainkan kuantitas bahan baku yang diproses tiap kali produksi juga harus disesuaikan dengan kemampuan mesin dalam menghasilkan mie pada setiap kali produksi. Di dalam proses produksi yang dilakukan Raja Mie Cokro Probolinggo, setiap jam mesin dibebankan sebanyak 50 kg/jam. Setelah dua kali produksi atau setiap

dua jam sekali mesin diistirahatkan selama 30 menit sampai dengan satu jam untuk menghindari mesin yang panas ataupun kerusakan.

### 3. Proses Produksi

Dari hasil wawancara, maka diperoleh data dari para informan tentang proses produksi di dalam Raja Mie Cokro Probolinggo, dimana para informan mengatakan bahwa proses produksi yang berlangsung di Raja Mie Cokro Probolinggo terbilang cepat. Dimana setiap satu jam perusahaan mampu menghasilkan 50 kg mie dengan melalui empat tahapan proses produksi dimana setiap tahapan hanya membutuhkan waktu selama 15 menit. Setiap tahapan produksi memiliki keterkaitan atau ketergantungan yang tidak bisa dipisahkan satu sama lain. dan tidak ada faktor alam yang mempengaruhi kelancaran proses produksi disebabkan bahan baku yang digunakan juga memesan langsung dari luar kota.

Dalam hal ini pemilik Raja Mie Cokro Probolinggo mengatakan bahwa selama ini perusahaan belum pernah mengalami masalah selama proses produksi berlangsung. Dan

alasan yang dikemukakan dari para informan terkait proses produksi yang selalu lancar adalah dikarenakan jadwal untuk pemeliharaan mesin selalu dijaga. Selain itu didukung pula oleh tata letak mesin yang diatur sesuai tahapan atau urutan proses produksi.

Hal tersebut diyakini oleh pihak perusahaan terutama karyawan bagian produksi dimana mereka pernah mengalami ketidaknyamanan dalam mengoperasikan mesin saat melakukan proses produksi. Hal itu disebabkan oleh adanya perubahan tata letak mesin yang pernah dilakukan oleh perusahaan karena pada saat itu terjadi pengurangan luas ruangan produksi.

Pada saat itu karyawan merasa proses produksi lebih lambat karena waktu yang dibutuhkan lebih banyak daripada sebelumnya. Penataan mesin saat itu tidak lagi sesuai dengan tahapan proses produksi, dimana mesin *press* yang seharusnya diletakkan sesudah mesin adonan, justru pada saat itu diletakkan berseberangan dengan mesin adonan dan mesin lainnya dengan alasan untuk menghemat tempat.

Menyadari hal tersebut pemilik perusahaan memutuskan untuk merubah kembali desain *layout* mesin pada keadaan semula yaitu disesuaikan dengan urutan proses produksi. Dan ternyata setelah mengalami perubahan kembali proses produksi menjadi lebih lancar seperti sebelumnya. Karena tidak perlu membutuhkan waktu lama untuk melakukan pemindahan bahan dari proses satu ke proses yang lainnya.

Dari data yang diperoleh dari para informan, peneliti menemukan bahwa proses produksi yang berlangsung dengan lancar dikarenakan adanya peran dari desain *layout* fasilitas produksi yang baik serta pemeliharaan yang rutin terhadap mesin-mesin.

### Pembahasan

#### 1. Desain *Layout*

Dalam penelitian yang dilakukan terkait desain *layout* fasilitas produksi di Perusahaan Raja Mie Cokro Probolinggo. Peneliti menemukan beberapa temuan yang berkaitan dengan teori jenis desain *layout* yang menjadi acuan peneliti. Dalam penelitian ini berdasarkan

hasil temuan peneliti di lapangan peneliti setuju bahwa tipe desain *layout* fasilitas produksi yang diterapkan sejalan dengan teori yang digunakan sebagai pijakan oleh peneliti.

Teori yang dikemukakan oleh Assauri mengemukakan bahwa: “*Layout* dapat diartikan sebagai penataan yang efektif dan efisien, pengaturan susunan fasilitas pabrik yang teratur dan karyawan/buruh (*personel*) yang berada dilingkungan pabrik Fasilitas pabrik (*manufacturing*) tidak saja peralatan pabrik seperti mesin-mesin untuk produksi tetapi juga pengiriman dan penerimaan barang serta service area, termasuk gudang dan *maintenance* dan lain-lain”. Dan,

Wignjosoebroto mengemukakan bahwa: “Salah satu macam/tipe tata letak fasilitas produksi yaitu tata letak fasilitas berdasarkan aliran produksi (*Production line product* atau *product-layout*) dimana segala fasilitas-fasilitas kebutuhan proses *manufacturing* akan diletakkan sesuai dengan garis aliran (*flow line*) dari proses produksi tersebut”.

#### 2. Pemeliharaan Fasilitas Produksi

Hasil wawancara yang

dilakukan peneliti dengan para informan, didapatkan temuan di lapangan bahwa pemeliharaan yang dilakukan raja Mie Cokro Probolinggo termasuk dalam bentuk pemeliharaan berkala yaitu pemeliharaan yang dilakukan setiap satu bulan sekali hanya untuk pergantian oli dan pembersihan serta setiap 1 tahun sekali untuk penggantian dinamo dan aki.

Temuan ini sejalan dengan teori yang digunakan oleh peneliti yang dijadikan sebagai pijakan dalam melakukan penelitian ini. teori yang sesuai dengan temuan di atas diantaranya yaitu teori pertama yang dikemukakan oleh Assauri, dimana Assauri mengemukakan bahwa: “merupakan rangkaian kegiatan untuk memelihara/menjaga seluruh fasilitas atau peralatan dan melakukan perbaikan atau penyesuaian /penggantian komponen-komponen yang dibutuhkan supaya mendapatkan hasil operasi produksi yang sesuai keinginan dan memuaskan seperti yang telah direncanakan” Dan teori yang dikemukakan oleh Ahyari, yang menyatakan bahwa: “Pemeliharaan berkala merupakan pemeliharaan

yang tidak dilakukan setiap hari, namun harus dilakukan dalam setiap jangka waktu tertentu”.

### 3. Proses Produksi

Berdasarkan temuan di atas terkait proses produksi yang berlangsung di dalam Raja Mie Cokro Probolinggo, maka teori yang sesuai adalah yang dikemukakan oleh Ahyari yang menyatakan bahwa: Di dalam hubungannya dengan pengendalian kualitas proses, maka proses produksi yang ada di dalam perusahaan-perusahaan pada umumnya dipisah menjadi lima macam dan salah satunya yaitu proses produksi type B.

Dimana proses produksi type B ini adalah aktivitas proses produksi dimana ciri utama dari proses produksi ini adalah bahwa masing-masing tahap proses terdapat ketergantungan yang kuat. Seperti proses produksi yang terjadi di dalam Raja Mie Cokro Probolinggo, dimana setiap tahapan proses produksi saling berkaitan satu sama lain dan tidak dapat dipisahkan.

Hal tersebut dikarenakan dalam memproduksi produk jadi berupa mie, maka harus melalui empat tahapan proses produksi yang perlu

dilakukan secara berurutan.

## **E. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka penelitian ini dapat ditarik kesimpulan diantaranya sebagai berikut:

1. Penyusunan desain *layout* yang diterapkan dalam perusahaan Raja Mie Cokro Probolinggo yaitu desain *layout* berdasarkan aliran produksi yaitu penataan fasilitas produksi diurutkan berdasarkan urutan proses produksi.
2. Pemeliharaan yang dilakukan oleh Raja Mie Cokro Probolinggo dilakukan secara berkala yaitu setiap satu bulan sekali untuk penggantian oli dan pembersihan mesin serta setiap tahun sekali untuk penggantian aki yang patah dan dinamo yang terbakar.

Proses produksi yang berlangsung di Raja Mie Cokro Probolinggo dikatakan lancar dengan didukung oleh penempatan atau *layout* fasilitas produksi yang tepat serta pengadaan pemeliharaan terhadap mesin yang dilakukan dengan rutin.

### **Saran**

Dari kesimpulan di atas, maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti kepada Raja Mie Cokro Probolinggo adalah sebagai berikut:

1. Disarankan kepada raja Mie Cokro Probolinggo untuk tidak merubah desain *layout* fasilitas produksi yang sudah diterapkan karena desain *layout* yang sudah diterapkan saat ini sudah sesuai dengan jenis proses produksi dan kalau bisa perusahaan melakukan perluasan ruangan produksi untuk lebih meningkatkan kelancaran dalam proses produksi.
2. Disarankan kepada Raja Mie Cokro Probolinggo supaya membuat jadwal terkait pemeliharaan mesin secara tertulis tidak hanya dikira-kira saja supaya waktu pelaksanaan pemeliharaan tersebut lebih jelas dan terjadwal.
3. Untuk selalu menjaga kelancaran proses produksi yang berlangsung di dalam perusahaan, maka disarankan kepada pemilik Raja Mie Cokro Probolinggo dan semua pihak yang terlibat dalam kegiatan produksi mie untuk bekerja sama dalam memperhatikan desain *layout* dan pemeliharaan terhadap fasilitas produksi tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahyari, Agus. (1990). *Manajemen Produksi Pengendalian Produksi buku 2 Edisi 4*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Assauri, Sofjan. (1999). *Manajemen Produksi dan Operasi Edisi Revisi*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Prawirosentono, Suyadi. (2001). *Manajemen Operasi Analisis dan Studi Kasus*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ratna, Nyoman Kutha. (2010). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Reksohadiprodjo, Sukanto dan Indriyo Gitosudarmo. (2009). *Manajemen Produksi Edisi 4*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2015). *Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press .
- Wignjosoebroto, Sritomo. (2003). *Tata Letak Pabrik dan Pемindahan Bahan Edisi Ketiga*. Surabaya: Guna Widya.

# MOTIVATION ANALYSIS ON CUSTOMER OF ISLAMIC MICROFINANCE INSTITUTION

(Case Study in BMT La-Tansa Gontor Ponorogo)

*Dhika Amalia Kurniawan<sup>(1)</sup>, Muhamad Faris Irwanto<sup>(2)</sup>*

*<sup>(1)</sup>Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Universitas Darussalam Gontor Ponorogo*

*[dhika.amalia@unida.gontor.ac.id](mailto:dhika.amalia@unida.gontor.ac.id)*

*<sup>(2)</sup>Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Universitas Darussalam Gontor Ponorogo*

*[farisirwanto@unida.gontor.ac.id](mailto:farisirwanto@unida.gontor.ac.id)*

## ABSTRACT

*In Ponorogo, one of microfinance institution developed by Pondok Modern Darussalam Gontor namely Baitul Mal Wat Tamwil La-Tansa Gontor. BMT La-Tansa Gontor has 2462 customers from various regions in Ponorogo. The high demand for financial services for the community, especially in Ponorogo makes the community more selective in choosing the financial institution that will be used, this is evidenced by the high motivation of customers to use the services of BMT La-Tansa Gontor Ponorogo. The purpose of this study is to analyze the customer motivation of using BMT La-Tansa Gontor services. This research used qualitative method with grounded theory. Data collection used observation techniques, interviews, and documentation. Determination of the sample used in this study using a purposive sampling, while data analysis method used is a method of miles and hubberman with internal and external motivation as an instrument. From this research, it can be concluded that the motivation on customer of BMT La-Tansa Gontor is caused by internal motivation; (1) Implement islamic principles; (2) Personal motivation; (3) Honest revenue sharing; and (4) Halal result. The factors from external motivation on BMT La Tansa Gontor customer (1) Service factor; (2) Influence of other; (3) Transparency factor, (4) Promotion factor; and (5) Transaction factor. From the results of this research, it is expected the service quality in BMT La-Tansa Gontor can be improved to build customer satisfaction, trust and loyalty. Researcher hopes to increase the socialization of BMT La-Tansa Gontor to the community to manage property according to Islamic principles.*

*Keywords: BMT La-Tansa Gontor, Customer, External, Internal, Motivation*

## A. BACKGROUND OF STUDY

Economic activities in Indonesia is supported by the role of financial institutions both bank and non-bank financial institutions. Law No.10 / 1998 defines that Bank is a business entity that collects funds from the public in the form of deposit and distributes it to the

community in the form of credit and or other forms in order to improve the standard of living of many people.

Financial institutions provide great influence in the economic activity of modern society. In Indonesia, there are growing and developing numbers of non-bank financial institutions that conduct

business activities with the aim to empower and help community businesses development, both established by government or community. These institutions are known as microfinance institutions. According to Law No. 1 of 2013 microfinance institutions are financial institutions specifically established to provide business development services and community empowerment, either through loans or financing in micro-scale enterprises to members and communities, the management of deposits, as well as the provision of business development consulting services that are not solely looking for profits.

Currently in Indonesia, microfinance institution are expanding rapidly, as stated by the Chief Executive Officer of the Non-Bank Financial Industry, Financial Services Authority (OJK) Firdaus Jaelani, who estimates that the current number of microfinance institution in Indonesia is about 567 thousand to 600 thousand units. This indicates that the microfinance institution is a financial institution that is needed by small communities, especially to support the community economic growth, especially the poor or low-income people

who are not covered by banking services. Microfinance institution that grow in Indonesia are divided into several types such as Balai Kredit Desa (BKD), Lembaga Dana Kredit Pedesaan (LDKP), Badan Kredit Kecamatan (BKK), Lembaga Perkreditan Kecamatan (LPK), Lumbung Pitih Nagari (LPN), Lembaga Perkreditan Desa (LPD), dan Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) which is a micro-finance institution based on Islamic principles and based on Islamic teachings.

In East Java, precisely in Ponorogo, there are 873 Cooperation and BMT developed by Department of Cooperation and Small Medium Enterprise East Java. BMT (Baitul Mal Wat Tamwil) La-Tansa Gontor is one of microfinance institution that was developed by Pondok Modern Darussalam Gontor. BMT is an Islamic microfinance institution which refers to productive business development and investment activity, in improving the quality of economic activities of small business by inviting to the community in deposit activity and supporting its economic activity. BMT La-Tansa Gontor was established since May 10, 2009 and located in Bajang, Mlarak, Ponorogo, East Java. BMT La-Tansa Gontor operates with



various services such as Funding Products consisting of *Barakah, Mahir, Mabror, and Amanah*; and Lending Products in the form of *Murabahah, Mudharabah, and Musyarakah*. Various types of BMT La-Tansa Gontor products attracting the prospective customers attention and interest, so that people around Ponorogo are motivated to use the services of BMT La-Tansa Gontor. Motivation is a factor that exists within a person who moves, directs his behavior to meet certain goals. The motivation of BMT La-Tansa Gontor customers is they come on their own desire or external factor affecting the motivation of customer. This affect to the increasing community interest in using BMT La-Tansa Gontor service.

From BMT La-Tansa Gontor annual report December 2017, BMT La-Tansa Gontor has 2462 customers with different economic and job backgrounds such as teachers, traders, farmers and other entrepreneurs. From the high of demand of financial services for the community, especially in BMT La-Tansa Gontor, researcher is interested to conduct research entitled "Motivation Analysis on Customer of Islamic Microfinance Institutions

Service" Case Study on BMT La Tansa Gontor Customer, Ponorogo.

## **B. THEORETICAL FRAMEWORK**

### **a. Customer Motivation Definition**

Motivation in Latin means "*movere*" which means a drive or move. Motivation is important because it is a thing that causes, channels and supports human behavior. Motivation is very important for customer to get the desired goal optimally. According to other experts or opinions quoted by Engel in the American Encyclopedia, motivation is a tendency (a trait that is the subject of conflict) in a person who generates support and action. Motivation is something that exists within a person and does not appear from the outside. Motivation will be visible or will be seen through the behavior of someone who can be seen or observed.

The motivation is a movement coming from within one's heart to do or achieve a goal. A person who has motivation means he has the power to gain success in his life. Motivation is an impetus generated by the pressures arising from an unmet need. Thus, motivation causes encouragement to meet

one's needs. Motivation is the driving force in individuals that encourage them to act. It is defined as any emotional stimulation or desire that operates upon the will of a person and encourages to act. Motivation is also the driving force by which we reach our goal.

Based on the theory that has been proposed researcher above, this research refer to motivation of customer that encourages the community to use the services of Islamic Bank is divided into two, namely internal motivation and external motivation. Internal motivation is determined by:

1. Personal Motivation or own desire.
2. Islamic Principles Implementation such as do not want to take riba, disagreeing riba, and spend money according to the Islamic vision, mission and the Qur'an principles.
3. Halal results such as a halal profit-sharing system according to Islamic principles.
4. Giving Help such as a desire to help small businesses, helping others, contribute to build the economy.
5. Honest Revenue Sharing such like desire to get a fair share of proceeds in accordance with the agreement.

## 6. Microfinance Institution

### a. Microfinance Institutions Definition

A microfinance institution is a form of translation of the word microfinance which is defined as a financial service provider institution for small communities and serves as a poverty eradication development. Microfinance institutions provide small loans to poor communities for private, family or group business capital.

According to UUNo.1 of 2013, it is defined that microfinance institutions are financial institutions specifically established to provide business development services and community empowerment, either through loans or financing in micro business to members and communities, deposits management, business development consultation that is not solely for profit.

Both definitions above illustrate that microfinance institution is an institution with profit and social motive, whose activity is in the form of community empowerment by not ruling out its main role as financial institution. As a financial channeling institution for the community, microfinance institution also carries out funding and lending activities, with

activities not only to provide lending service but are also required to provide funding awareness to communities, especially poor communities.

**b. Baitul Maal Wat Tamwil (BMT)**

**Definition**

Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) is part of Micro Finance Institution in Indonesia, operating based on Islamic principle. Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) is an Islamic Microfinance Institution operated on the profit sharing principle, developing small medium enterprise, lifting the standard of living and supplying the poor needs. Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) is developed on the initiative and initial capital of local community leaders with an economic system that upholds justice.

Conceptually, the function of BMT is divided into two: Baitut Tamwil (Bait = House, at Tamwil = Development of Treasure) is a house conducting the development of productive enterprises and investment in improving the economic quality of micro and small entrepreneurs, especially by encouraging deposits activities and supporting financing activities its economy. Baitul

Maal (Bait = House, Maal = Treasure) which means house receiving *Zakat, Infak, and Shadaqah* fund deposit and optimize its distribution according to the rules and its mandate.

Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) can be considered to have two main functions as a media channeling the use of funds such as *zakat, infak*, alms and *waqaf*, and can also function as an institution engaged in productive investment like a bank.

**C. Research Method**

**Type of Research**

This research is a descriptive research with qualitative approach. Qualitative approach is one of the descriptive research procedures. The data obtained in the form of speech or writing and the behavior of people who become the object of research. Qualitative research is a research that prioritizes on process and meaning or perception, which is expected to reveal various qualitative information with thorough and meaningful analysis. In qualitative research, the sampling is done purposively, using the selected respondent based on certain consideration. Respondents in this research are BMT La-Tansa Gontor

customers with different backgrounds of work.

The location of this research was in Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) La-Tansa Gontor, which is unit of Kopontren La-Tansa Pondok Modern Darussalam Gontor located in Gontor, Mlarak, Ponorogo, East Java.

### **Data Collection Technique**

In qualitative research, data collection is done under natural conditions. Sources of data derived from primary data obtained through four kinds of data collection techniques, namely observation, interviews, documentation.

#### **1. Observation**

Observation used in this research is passive participation observation. On passive observation the researcher came to the subject area of that observed, without participating in the activity. In this research, the researcher was present at the location of subject activity observed, and then the result of this observation was written on the observation sheet by observer/researcher.

#### **2. Interview**

Interview technique used in this research is semi-structured interview technique. It is interview which its implementation is freer compared to structured interview. Before conducting the interview, the researcher has prepared a number of written questions that will be submitted, and then record all the things put forward by the respondent. Researcher used this semi-structured interview technique to find problems more openly about the customer motivation using financial services in BMT La-Tansa Gontor Ponorogo.

#### **3. Documentation**

Document review is also done by observing data obtained from documents, records, files, and other things that have been documented by researcher. This method is used in research to obtain secondary data which will facilitate the field work in tracking data obtained from first informant to the other informant.

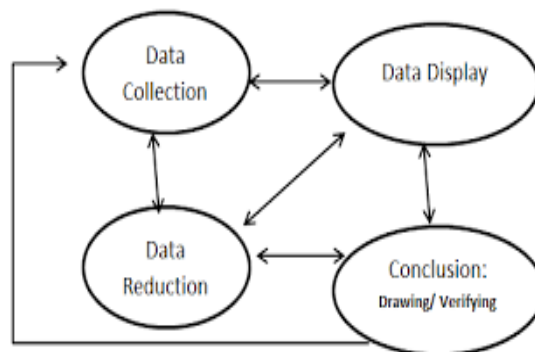
#### **4. Triangulation**

Triangulation used in the research is triangulation technique, source and time. Triangulation

technique is the process of collecting data using various ways on the same source. Then, triangulation technique was done by interview, observation, and documentation. Meanwhile triangulation of source and time was done by interviewing the informant that is customer of BMT La-Tansa Gontor in different time to obtaining data to be more extensive and deep.

### **Data Analysis Technique**

Data analysis technique in this study refers to the analysis of Miles and Huberman models. The process of analyzing qualitative data conducted interactively and lasted continuously until the data is considered saturated. The process of data analysis is through several stages including data reduction, data presentation and data verification. The form of data analysis method to be used can be described simply in the following chart:



**Picture 1. Components in data analysis**

*Source: Sugiyono (2015), Metode Penelitian Manajemen*

In qualitative research, data analysis is performed at the time of data collection, and after completion of data collection in certain period. At the time of conducting the interview, the researcher had prepared the written questions attached in appendix.

In the process of reduction, the data obtained from the informants were summarized, and taken important data only, then created categories or grouping based on employment background and customer motivation using financial services BMT La-Tansa Gontor. In this study, the data presented by way of describing the interview results set forth in the form of a

description with the chart in order to easily withdrawn a conclusion.

The fourth component of data analysis in qualitative research is data verification or conclusion. The conclusion is done by taking the essence of a series of categories of research results based on data collection through interviews, observation and documentation.

**Object and Subject of The Research**

Object of this research is the motivation on customer of Islamic Microfinance Institution services in BMT La-Tansa Gontor. The results of interviews and observations with informants namely BMT La-Tansa Gontor customers, found that there are various motivations that encourage customer to use services provided by BMT La-Tansa Gontor and Research subjects in this study are customers of BMT La-Tansa Gontor with different background occupations.

1. Job Background

**Table 1. Number of Informants Based on Job Background**

No.	Job	Quantity
1	Housewife	4
2	Teacher	8
3	Government Employee	2
4	Farmer	3
5	Entrepreneur	7
Total		24

*Source: The observation result on BMT La-Tansa Gontor customer*

2. Gender

**Table 2. Number of informants by gender**

No.	Gender	Quantity
1	Male	12
2	Female	12
Total		24

*Source: The observation result on BMT La-Tansa Gontor customer*

3. Service

**Table 3. Number of informants by type of services**

No.	Service	Quantity
1	Financing	13
2	Funding	9
3	Funding & Financing	2
Jumlah		24

*Source: The observation result on BMT La-Tansa Gontor customer*

## D. RESULT AND DISCUSSION

This research is a grounded research, which is finding the theory based on data obtained in the field or social situation. So, the researcher tries to express the data obtained in the field by presenting it into a chart that is divided into indicators of internal and external customer motivation.

The discussion in this research is divided into 2 stages. The first stage of the research discusses the internal motivation of customers using the services of BMT La-Tansa Gontor and in the second stage discusses the internal motivation of customers using BMT La-Tansa Gontor services. At each stage, researcher analyzed data obtained at location with internal and external motivation indicators.

### Internal Motivation

Internal motivation is a motivation that comes from within an individual person. Internal motivation is divided into 5 factors namely personal motivation, running Islamic principles, halal result, helping others, honest revenue sharing.

### 1. Personal Motivation

Based on the results of interviews conducted by researchers to BMT La-Tansa Gontor customer about the motivation to use the services of BMT La-Tansa Gontor, it idobtained various different answers from each respondent. For example is :

*"I save because of my own desire, it is also for my own needs as well ..."* (Ulul Fikriyah, 2018)

*"I come here because of my own decision, I continue to ask permission of my wife also ..."* (Ridho Afyudi, 2018)

*"Because of my own decisions, after compared with the other institution, here is cheaper one. If we take funding service in another place the interest will be higher... "*(Hazbullah, 2018)

*"No ... I'm here because of my own consciousness. InshaAllah here is safe, the first reason is because there is no addition of administrative costs here... "*(Soirah, 2018)

### 2. Islamic Principles Implementation

Implementation of Islamic principles is a motivation from within a person to not take riba, disagreeing riba, running the Islamic vision and mission and spend

the owned money according to the Qur'an principle.

Based on the results of interviews with BMT La-Tansa Gontor customers, researcher found some customers are motivated to use the services of BMT La-Tansa Gontor because of implementing Islamic principles factors. For example is *"... because BMT doesn't give riba too much and even no riba implemented ..."* (Ruhana, 2018)

*"... if the bank in general, there is the practice of interest and so forth, if here does not need ..."* (Tulus, 2018)

*"To be sure here is safe, nor is there any practice of usury like that ..."* (Masrur, 2018)

*"... in BMT, there is no doubt in its Islamic system. If in muamalah to another bank like bank BRI so it may be a little bit doubting, if here, there is no doubt in the Islamic system. That's it ..."* (Rida, 2018)

From all of the informants who became the subject of research, there are 12 informants who stated that their motivation to use the services of BMT La-Tansa Gontor is for implementing Islamic principles that is avoiding riba.

### 3. Halal results

Halal result factor of motivation is the decision of customer using financial services because the results in Islam principles in order to achieve the goal of deposit is by halal methods.

The results obtained in the data collection process found that there were customers who were motivated to use the BMT La-Tansa Gontor service because the profit-sharing system was implemented and also wanted to get a halal and blessing result. *"BMT is a Pondok business unit which has a lot of money that's all halal, no any extra money is all pure blessed. That's it ..."* (Ruliah, 2018)

*"... near distance, also no riba or load cost. There is a bonus for equal deposit and zakat ..."* (Dwi, 2018)

The results of interviews with BMT La-Tansa Gontor customers found that from the total number of informants in the study there were 4 customers who revealed that their motivation to use the services of BMT La-Tansa Gontor because the profit-sharing system is in accordance with the Islamic principles and want to get halal results.

### 4. Honest Revenue Sharing

Honest revenue sharing is one of the internal customer motivation factors to get



the results honestly and the right to take money according to the agreement, so that nothing is covered or hidden. Customer motivation found in research subjects stated that the motivation of customers using BMT La-Tansa Gontor service because there is no administration cost cut. For example is :

*"If we use Bank ATM, it is taken a bit. if here we hold it later, then the cost for cutting is so little, is it for the Zakat? O yea zakat"* (Ruhana, 2018)

*"If usually there is administration cost cutting in general bank, while BMT La-Tansa cost is for Gontor so I chose here, indeed need can be taken again. Actually it is more easier in BRI, because it can be found everywhere, but BMT is near from my house ..."* (Fikriyah, 2018)

*"...Yes there is no practice of cutting costs, we put aside we take this line is still the same ..."* (Daroini, 2018)

The result of interview with BMT La-Tansa Gontor customer about internal motivation of customers found that from all informants interviewed there were 8 informants who revealed that their decision to use BMT La-Tansa Gontor services because of the desire to get halal result.

### **External Motivation**

External motivation is a motivation from outside who influences a person on decisions making. External motivations that influence customers to use banking services or Islamic financial institutions is influence of others, promotion, service, transparency and transaction.

#### **1. Influence of others**

Influence of others can be created because of the influence of suggestions or invitations from friends, neighbors, children, family, husband or wife as well as near location factors. Based on interviews and observation about the motivation of BMT La-Tansa Gontor customers, it was found that customers were motivated to use BMT La-Tansa Gontor services because of the influence of friends, family, neighbors and nearby location factors. For example is :

*"The financing was the encouragement of the family ..."* (Hasanah, 2018)

*"It has been twice, twice already using financing services. The first try is advice from friends, until the first payment is completed I just used it again ..."* (Ruliah, 2018)

*"One of them because the BMT is still within the reach of the hut anyway, so it's easier*

*and nearer and there is interaction ..."*  
(Taufiqurrahman, 2018)

From the results of interviews with BMT La-Tansa Gontor customers, the researcher found that from the total number of informants in the study there were 19 informants who revealed that they are motivated to use the services of BMT La-Tansa Gontor because of the motivation of others. With details of 12 informants who declared their decision to use the services of BMT La-Tansa Gontor because of the suggestions from friends, family and neighbors and 7 other informants because of the location factors are near.

## 2. Promotion

The motivation of customers using banking services or financial institutions because the promotion can be seen through the dimensions of promotion such as billboards, banners, TV commercials, brochures or leaflets, direct offers from officials, variations of products owned and the name of the institution itself. From the results of interviews with customers who use the services BMT La-Tansa Gontor, researcher found some external motivation of customers using BMT services caused by promotion. For example is :

*"Yes first because the price is cheaper, the installment is also not too high ... The price according to the need, the choice there is a regular price according to the market, the price is also has many choices ..."* (Ruhana, 2018)

*"Because my own decisions, compared with other institutions BMT La-Tansa Gontor is cheaper. If we take in the dealer the interest is higher ..."* (Huda, 2018)

In various answers of the results of interviews with customers BMT La-Tansa Gontor as an informant, researchers found that there are 7 people informants who are motivated to use services BMT La-Tansa Gontor because of the influence of external motivation promotion.

## 3. Services

Service is a special attraction that motivates customer to decide using a product or service. Service dimensions that motivate customers to use the services of banks or financial institutions are the factors of service procedures, appointments, communication with employees, and employee safety. Researcher found many informants who revealed that their motivation to use services BMT La-Tansa Gontor is because the good services, friendly, responsive and provide

convenience to its customers. For example is:

*"Because here is good, the point here is good so ... the officer is also friendly ..."*  
(Sringah, 2018)

*"The staff is friendly, the place is clean. Yeah already ... Good service, but if I've rarely come here ..."* (Ruhana, 2018)

*" BMT has good service, sometimes the process in BRI is difficult, I know from my friends who deposit there, the process is difficult and takes a long time ... If in BMT I think is good, ustadz greet directly asked questions how to ask well, just so good. Not too hard too not too firm, yes firmly not too hard ..."* (Fikriyah, 2018)

All the above informant answers indicate that the service dimension is very motivating customer to use the services of BMT La-Tansa Gontor. From the total number of informants, there are 23 informants who stated the dimensions of service affect their external motivation to use services BMT La-Tansa Gontor with details 13 people stated the procedure of service in BMT La-Tansa Gontor easy, friendly and good and 10 others stated that the service in BMT La-Tansa Gontor is familial and easy on process.

#### 4. Transparency

Transparency is one factor that is highly considered by customer and is able to influence customer motivation in choosing financial institutions that will be used both the Bank and non-bank financial institutions. Transparency in the external motivation of customer can be seen from the customer's awareness of the financial information of the end of the period, transparent financial statements and security in transactions. Based on the results of interviews with BMT La-Tansa Gontor customers, it can be found a number of informants who stated the transparency factor as an external motivation that encourages them to use the services of BMT La-Tansa Gontor. For example is :

*"The service is familiar, and has transparency ..."* (Tulus, 2018)

*"What is clear here is safe, nor is there any practice of riba ..."* (Daroini, 2018)

*"Because near, trusted, has no doubt in the field of Islamic system ..."* (Rida, 2018)

*"One reason for the BMT is also trusted system. And also usually do not promise this and that but the result is not there ..."* (Taufiqurrahman, 2018)

*"... my own decision. InshaAllah here safe, yes firstly it does not cut the administrative costs..."* (Soirah, 2018)

Answers from the interview in BMT La-Tansa Gontor found from all the informants that there are 5 informants who use the services BMT La-Tansa Gontor because of the influence of external motivation of transparency.

#### 5. Transaction

Transaction is an affecting factor in the decisions of customers using the services of a bank or other financial institutions such as BMT, Cooperatives, BPR and others. Good transaction processing, fast, and easy, make customers are convenient and become external motivation to meet their needs. The external motivation of the transaction builds from the speed of process on transactions and the justice in service. The results of interviews with BMT La-Tansa Gontor customers found that the external motivation of transactions influenced customer decisions in using BMT La-Tansa Gontor services. For example is :

*"I do not want to take far distance, want to near, and the process is easy."*  
(Sringah, 2018)

*"... because here in BMT, it is complete and the price is known, easy too, also near ..."*  
(Ruliah, 2018)

*"Good, smooth, easy, fast, as you wish ..."*  
(Rosyidah, 2018)

*"... Because BMT is near, the process is easy ..."* (Fikriyah, 2018)

*"Everything is so flexible, not too complicated ..."* (Daroini, 2018)

*"Because we happen to be near, when we run out of money, it has faster process of taking money ..."* (Hasanah, 2018)

From the customer's answer above, the researcher found that from the total number of informants in this research, there were 13 informants stated that their decision to use BMT La-Tansa Gontor service was influenced by external motivation from BMT La-Tansa Gontor which was easy and fast transaction.

To facilitate researchers in the process of data verification, the percentage of internal and external motivation indicators that affect customers.

#### **E. CONCLUSION**

Based on research conducted on BMT La-Tansa Gontor customer about motivation that encourage costumer, researcher found that motivation at customer BMT La-Tansa Gontor is divided into two namely internal motivation and external motivation which can be taken conclusion as follows.

- a. Internal motivation of customers using the services of BMT La-Tansa Gontor is influenced by personal motivation, Islamic principles implementation, halal result and honest profit sharing. From the data obtained in the subject of research, it is known that the most influential indicator of internal motivation of BMT La-Tansa Gontor customers is (1) Islamic principles implementation; then (2) personal motivation; (3) honest revenue sharing; (4) halal result; while giving help is an indicator that does not affect the motivation of customers using BMT La-Tansa Gontor services.
- b. External motivation of customers to use the services of BMT La-Tansa Gontor is influenced by other influence factor, promotion, service, transaction and transparency. From the data obtained from the observation to customer BMT La-Tansa Gontor, it is found that the most influential indicator of external motivation of BMT La Tansa Gontor customer is (1) service factor; then (2) other influence factor; (3) transparency factor; (4) promotion factor; and (5) transaction factor.

### **Recommendation**

Based on the findings in the field and above conclusions, the researcher found some problems raised directly by the customer and the researcher recommends the following suggestions:

- a. Increasing socialization to the community regarding the Islamic financial system implemented in BMT La-Tansa Gontor, because only few communities are aware of the importance of the management in Islamic principles according to good property in the form of capital to the storage of the results obtained.
- b. Improving the quality of service to customers to increase customer satisfaction, trust and loyalty, thus arising the customer to recommend BMT La-Tansa Gontor to others.
- c. Adding facilities that facilitate customers in the transaction process such as queue number and transfer payments, because the process is fast, safe and easy to influence customer motivation.
- d. Optimizing operational hours BMT La-Tansa Gontor so that there are no customers who feel less satisfied or disappointed.

- e. Extending the reach of BMT La-Tansa Gontor by opening new branches in potential areas in Ponorogo, due to the near distance factors that influence the motivation of BMT La-Tansa Gontor customers.
- f. This research only study BMT La-Tansa Gontor in general, then further research should do special research on variable and dimension in BMT La-Tansa Gontor for policy and strategy applied according to customer request.

### **Bibliography**

- Adrianto, F. (2013, Agustus 4). *Jumlah Lembaga Keuangan Mikro Indonesia Diperkirakan 567.000-600.000 Unit*. Retrieved from Warta Ekonomi: <https://www.wartaekonomi.co.id/read14501/jumlah-lembaga-keuangan-mikro-indonesia-diperkirakan-567000600000-unit.html>
- Anggita Novita Gampu, L. K. (2015). Analisis Motivasi, Persepsi, Dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih PT. Bank Sulutgo Cabang Utama Manado. . *Jurnal EMBA Vol.3 No.3 September*, 1340.
- Baskara, I. G. (2013). LEMBAGA KEUANGAN MIKRO DI INDONESIA. . *Jurnal Buletin Studi Ekonomi, Vol. 18, No. 2, Agustus*, , 118.
- Gontor, B. L.-T. (2017). *Annual Report of BMT La-Tansa Gontor*. Ponorogo.
- Hasan, A. (2010). *Marketing Bank Syariah*. Bogor: Galia Indonesia.
- Indonesia, R. (1998). *Undang-Undang Nomor 10 tahun1998 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan*. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Indonesia, R. (2013). *Undang-Undang Nomor 1 tahun 2013 Tentang Lembaga Keuangan Mikro*. Jakarta: Sekretariat Negara.
- JATIM, D. U. (2011). *Tentang koperasi dan UMKM*. Retrieved from Data Koperasi: <https://www.diskopkum.jatimprov.go.id/view-media.php?pages=content&id=54&bidang=5>
- Mujiono, S. (2017). Eksistensi Lembaga Keuangan Mikro: Cikal Bakal Lahirnya Bmt Di Indonesia. *Al Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan-Volume 2, Nomor 2,*, 208.
- PKES, P. K. ( 2008 ). *Tata cara Pendirian BMT*. Jakarta: pkes Publishing.

**Dhika<sup>(1)</sup>, Muhamad<sup>(2)</sup>, Motivation Analysis On Customer Of Islamic**

Rizal, E. M. (2016). Analisis Motivasi Ekstrinsik Petani Dalam Menabung Di Bank Rakyat Indonesia (BRI) Unit Ukui Kecamatan Ukui Kabupaten Pelalawan. . *Jurnal Ilmiah Pertanian Vol.13 No. 1., Agustus*, 17.

Setiadi, N. J. (2003). *Prilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Sugiyono. (2015). *Metode penelitian Manajemen*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Usman, M. (2012). Tinjauan Masalah Terhadap Infak keterlambatan Sebagai Denda Di BMT La-Tansa Gontor. *Skripsi Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Ponorogo.*, 89.

Widiyana. (2016). Pengaruh Consumer Knowledge, Persepsi Dan Motivasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bprs Bangun Drajat Warga Yogyakarta. *Skripsi Jurusan Ekonomi Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga* , 5.

Yakup Durmaz, I. D. (2011). A Theoretical Approach to the Strength of Motivation in Customer Behavior. *Global Journal of HUMAN SOCIAL SCIENCE Volume 11 Issue 10 Version 1.0 December*, 41.

Zubair, M. K. (2016). Analisis Faktor-Faktor Sustainability Lembaga Keuangan Mikro Syariah. *Journal Iqtishadia, Vol. 9, No. 2*, 202.

# **PENGARUH TAX KNOWLEDGE DAN GENDER TERHADAP TAX COMPLIANCE WAJIB PAJAK PRIBADI DI KANTOR PELAYANAN PAJAK PRATAMA KOTA TEGAL**

Dewi Apriani Fr<sup>1)</sup>, Teguh Budi Raharjo<sup>2)</sup>, Agnes Dwita Susilawati<sup>3)</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Pancasakti Tegal (penulis 1)

email: dewi\_apriani2565@yahoo.co.id

<sup>2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pancasakti Tegal (penulis 2)

email: teguhbudir@yahoo.co.id

<sup>3</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pancasakti Tegal (penulis 3)

email: agnesdwita@gmail.com

## **ABSTRACT**

*Tax is a source of state revenue. Tax compliance is an important factor for increasing tax revenues. Gender aspects are also matters related to the behavior of taxpayers. The purpose of this research is: to determine the influence of tax knowledge and gender together on tax compliance, to determine the effect of tax knowledge on tax compliance, and to determine the effect of gender on tax. This study uses qualitative research methods with a form of survey conducted at the Primary Tax Service Office, totaling 17,232 taxpayers. Based on the results of partial testing using the t test results obtained for gender with a significance value of 0.007 at the 0.05 level, this means that the H3 hypothesis is accepted, meaning that gender has a significant effect on taxpayers' personal tax compliance and 3. the results of calculations using the F test obtained the results of a significance value of 0.000 < 0.05 which means that there is a significant influence between Tax Knowledge and gender on Tax Compliance of individual taxpayers. From the results of the determination coefficient analysis, it is known that the simultaneous contribution is 51.4%. It can be interpreted that Tax Knowledge between Women and men contributes Tax Compliance of 51.4% and the remaining 48.6% is determined by other factors that cannot be explained*

*Keyword : tax knowledge, gender, tax complianc, tax payer*

## **ABSTRAK**

*Pajak merupakan salah satu sumber penerimaan negara. Tax compliance atau kepatuhan wajib pajak merupakan faktor penting bagi peningkatan penerimaan pajak,. Aspek gender juga merupakan hal yang berhubungan dengan perilaku Wajib Pajak. Tujuan dilakukan penelitian ini adalah : untuk mengetahui pengaruh tax knowledge dan gender secara bersama-sama terhadap tax compliance, untuk mengetahui pengaruh tax knowledge terhadap tax compliance, dan untuk mengetahui pengaruh gender terhadap tax . Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan bentuk survei yang dilakukan di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Tegal yang berjumlah 17.232 wajib pajak. Berdasarkan hasil pengujian parsial dengan menggunakan uji t didapat hasil untuk gender dengan nilai signifikansi sebesar 0,007 pada level 0,05, hal ini berarti hipotesis H<sub>3</sub> di terima artinya gender berpengaruh secara signifikan terhadap tax compliance wajib pajak orang pribadi dan 3. hasil perhitungan menggunakan uji F diperoleh hasil nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Tax Knowledge dan gender terhadap Tax Compliance wajib pajak orang pribadi. Dari hasil analisis koefisien determinasi diketahui bahwa kontribusi secara simultan diperoleh hasil 51,4 %. Hal itu dapat diartikan bahwa Tax Knowledge antara Perempuan dan laki-laki memberikan kontribusi Tax Compliance sebesar 51,4 % dan sisanya 48,6 % ditentukan oleh faktor lain yang tidak dapat dijelaskan.*

*Kata Kunci : tax knowledge, gender, tax compliance, wajib pajak*



## A. PENDAHULUAN

Indonesia termasuk dalam Negara yang masih berkembang yang masih sangat membutuhkan dana untuk pembangunan. Untuk menyelenggarakan pemerintahan umum dan melaksanakan pembangunan diperlukan dana yang relative besar. Dana yang diperlukan tersebut semakin meningkat seiring dengan peningkatan kebutuhan pembangunan itu sendiri. Dalam upaya mengurangi ketergantungan sumber eksternal, pemerintah Indonesia secara terus menerus berusaha meningkatkan sumber pembiayaan pembangunan internal. Salah satu sumber penerimaan internal adalah dari pajak.

Peranan penerimaan pajak dari tahun ke tahun mengalami peningkatan terhadap keseluruhan pendapatan negara Peranan penerimaan pajak sangat penting bagi negara. Pajak yang merupakan instansi pemerintahan di bawah Departemen Keuangan yang bertindak sebagai pengelola sistem perpajakan di Indonesia berusaha meningkatkan penerimaan pajak dengan melakukan reformasi pajak yang bertujuan agar sistem perpajakan dapat mengalami penyederhanaan yang mencakup tarif pajak, penghasilan tidak kena pajak,

dan sistem pemungutan pajak. Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 yang merupakan perubahan keempat dari Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan. Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 disahkan pada tanggal 23 September 2008 dan mulai berlaku tanggal 1 Januari 2009. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 Tentang “Ketentuan Umum Dan Tata Cara Perpajakan”, menyebutkan bahwa wajib pajak merupakan orang pribadi atau badan, meliputi pembayar pajak, pemotong pajak, dan pemungut pajak yang mempunyai hak dan kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan.

Sejak terbitnya Undang-undang Nomor 6 Tahun 1983, yang kemudian diubah dengan UU No. 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (KUP) dikenal istilah *Self Assessment System* yang memberikan kepercayaan kepada wajib pajak untuk menghitung, membayar, dan melaporkan sendiri pajak terutang. Dengan diadopsinya sistem *Self Assessment System*, maka selain bergantung pada kesadaran dan kejujuran wajib pajak, pengetahuan

teknis perpajakan yang memadai juga memegang peran penting, agar wajib pajak dapat melaksanakan kewajiban perpajakannya dengan baik dan benar.

Zaman sekarang ini, *tax knowledge* atau pemahaman mengenai akuntansi dan ketentuan perpajakan tidak akan efektif terlaksana dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Kepatuhan dalam perpajakan berkaitan dengan mengisi, melapor dan membayarkan pajak terutang dengan benar dan tepat waktu.

Jenis kelamin atau *gender* adalah suatu konsep analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi perbedaan laki-laki dan perempuan dilihat dari sudut non-biologis, yaitu dari aspek sosial, budaya, maupun psikologis. *Gender* merupakan salah satu faktor yang menarik untuk diteliti terkait kepatuhan pajak. Beberapa penelitian menunjukkan hasil bahwa Wajib Pajak wanita akan patuh membayar pajak dengan alasan hati nurani atau memiliki perasaan bersalah jika tidak membayar pajak sesuai dengan jumlah yang seharusnya, sedangkan Wajib Pajak pria lebih menekankan pada ketakutan pada sanksi yang diberlakukan.

*Tax compliance* atau kepatuhan wajib pajak merupakan faktor penting

bagi peningkatan penerimaan pajak, maka perlu secara intensif dikaji tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak. Dengan demikian, *tax knowledge* merupakan hal yang perlu menjadi bahan perhatian di dalam *Self Assessment System* yaitu dalam upaya membantu Wajib Pajak melaksanakan kewajiban perpajakannya dengan benar. Aspek *gender* juga merupakan hal yang menarik untuk diperhatikan sehubungan dengan perilaku Wajib Pajak, khususnya Wajib Pajak Orang Pribadi

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Tax Knowledge* dan *Gender* Terhadap *Tax Compliance* Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Kota Tegal”.

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian yang telah dikemukakan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh *tax knowledge* dan *gender* secara bersama-sama terhadap *tax compliance* wajib pajak orang pribadi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Kota Tegal ?

2. Apakah terdapat pengaruh *tax knowledge* terhadap *tax compliance* wajib pajak orang pribadi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Kota Tegal ?
3. Apakah terdapat pengaruh *gender* terhadap *tax compliance* wajib pajak orang pribadi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Kota Tegal ?

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh *tax knowledge* dan *gender* secara bersama-sama terhadap *tax compliance* wajib pajak orang pribadi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Kota Tegal
2. Untuk mengetahui pengaruh *tax knowledge* terhadap *tax compliance* wajib pajak orang pribadi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Kota Tegal.
3. Untuk mengetahui pengaruh *gender* terhadap *tax compliance* wajib pajak orang pribadi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Kota Tegal.

## B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan bentuk penelitian survei. Penelitian dilakukan di Kantor Pelayanan Pajak Pratama

Tegal yang beralamat di Jl. Kolonel Sugiono Kota Tegal.

Teknik pengambilan sampel adalah cara untuk menentukan sampel yang jumlahnya sesuai dengan ukuran sampel yang akan dijadikan sumber data sebenarnya, dengan memperhatikan sifat-sifat dan penyebaran populasi agar diperoleh sampel yang representative. Populasi dari penelitian ini adalah wajib pajak badan yang berada di Wilayah KPP Pratama Tegal. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh wajib pajak orang pribadi yang berada di Wilayah KPP Pratama Tegal yang berjumlah 17.232 wajib pajak. Pengambilan sampel dilakukan dengan pertimbangan bahwa populasi yang ada sangat besar jumlahnya, sehingga tidak memungkinkan untuk meneliti seluruh populasi yang ada, sehingga dibentuk sebuah perwakilan populasi. Sampel dalam penelitian ini merupakan sebagian dari keseluruhan pajak badan di wilayah KPP Pratama Tegal. Definisi konseptual dari variabel dari penelitian ini adalah :

*Tax Compliance* adalah kesediaan wajib pajak untuk memenuhi kewajiban pajaknya sesuai dengan aturan yang berlaku. *Tax Knowledge* adalah informasi pajak yang dapat digunakan wajib pajak sebagai dasar untuk

bertindak, mengambil keputusan, dan untuk menempuh arah atau strategi tertentu sehubungan dengan pelaksanaan hak dan kewajibannya dibidang perpajakan. *Gender* adalah suatu konsep kultural, berupaya membuat perbedaan (*distinction*) dalam hal peran, perilaku, mentalitas, dan karakteristik emosional antara laki-laki dan perempuan yang berkembang dalam masyarakat

### C. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 1. Sejarah Kantor Pelayanan Pajak Pratama Kota Tegal

Pada tahun 1964 tepatnya pada bulan Juni didirikan Kantor Inspeksi Keuangan Pekalongan yang diresmikan oleh DJP Drs. Soejono Brotodiharjo. Dengan wilayah kerja dari Kantor Inspeksi Keuangan Pekalongan meliputi wilayah Karisidenan Pekalongan termasuk Kabupaten Tegal dan Brebes, sementara Kotamadya Tegal pada saat itu belum terbentuk. Nama Kantor Inspeksi Pajak Tegal kemudian dirubah menjadi Kantor Pelayanan Pajak (KPP) pada tahun 1989 sesuai dengan kebijakan yang ditetapkan oleh Dirjen Pajak, dalam Keputusan Menteri Keuangan RI Nomor 276/KMK/01/1989 tanggal 25 Maret

1989 tentang Organisasi dan Tata Kerja Dirjen Pajak, diatur tentang perubahan penamaan dari Kantor Inspeksi Pajak menjadi Kantor Pelayanan Pajak, dengan didasari bahwa dewasa ini tugas Dirjen Pajak tidak hanya melakukan inspeksi atau pemeriksaan semata tetapi juga mengutamakan pelayanan administrasi pajak kepada masyarakat luas terutama bagi Wajib Pajak. KPP Tegal sejak masih berstatus sebagai Kantor Dinas Luar Tingkat I dan Kantor Inspeksi Pajak Tegal telah mengalami perpindahan lokasi. Dimulai sejak masih menempati gedung milik Negara di Jalan Dr. Soetomo, hingga saat ini berlokasi di Jalan Kolonel Sugiono No. 5 Kotamadya Tegal.

#### 2. Pengujian Validitas Instrumen Penelitian

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kesahihan suatu instrumen penelitian. Instrumen yang sah atau valid, berarti memiliki validitas tinggi, demikian pula sebaliknya. Sebuah instrumen dikatakan sah, apabila mengukur apa yang diinginkan atau mengungkap data variabel yang diteliti secara tepat.

Butir soal uji coba variabel *Tax Knowledge* dan *Tax Compliance* masing masing variabel berjumlah 8

butir pertanyaan setelah dilakukan uji coba instrumen kepada 30 responden dengan taraf signifikan 0,05 dan ( $n = 30$ ) maka dapat  $r_{tabel} = 0,361$ , dari hasil analisis tersebut kemudian dihitung dengan menggunakan rumus korelasi *product moment* dan instrument penelitian dinyatakan valid.

#### 1. Pengujian Reliabilitas Instrumen Penelitian

Uji Reliabilitas adalah uji tingkat ketepatan, ketelitian atau keakuratan instrumen. Jadi, reliabilitas menunjukkan apakah instrumen penelitian tersebut secara konsisten memberikan hasil ukuran yang sama tentang sesuatu yang diukur pada waktu yang berlainan.

Dari hasil perhitungan reliabilitas variabel *Tax Knowledge* ( $X_1$ ) dan *Tax Compliance* ( $Y$ ) diperoleh nilai reliabilitas lebih besar bila dibandingkan 0,60 artinya instrument variabel *Tax Knowledge* ( $X_1$ ) dan *Tax Compliance* ( $Y$ ) dinyatakan reliabel.

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai data deskriptif responden. Data deskriptif responden ini menggambarkan berbagai kondisi responden yang ditampilkan secara statistik dan memberikan informasi

secara sederhana tentang keadaan responden yang dijadikan obyek penelitian. Pada penelitian ini responden digambarkan berdasarkan jenis kelamin dan usia.

Berdasarkan hasil pengamatan diketahui bahwa responden pria sebanyak 50 responden atau 50 % dan wanita sebanyak 50 responden atau 50%.

Berdasarkan hasil pengamatan bahwa responden dalam penelitian ini sebagian besar berusia antara 41 - 50 tahun yaitu sebanyak 57 responden atau 57 %. Yang berusia 31 – 40 sebanyak 28 responden atau 28 %. Yang berusia lebih dari 51 tahun sebanyak 13 responden atau 13 %. Dan yang berusia 21 – 30 sebanyak 2 responden atau 2 %.

#### 1. Pengaruh *Tax Knowledge* terhadap *Tax Compliance*

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *tax knowledge* berpengaruh terhadap *tax compliance* wajib pajak orang pribadi. Hal tersebut dapat dibuktikan dari hasil perhitungan uji signifikansi parameter Individual dengan menggunakan SPSS diperoleh nilai  $\text{sig} = 0,000 < 0,05$  dengan demikian hipotesis kedua yaitu “Diduga terdapat pengaruh *tax knowledge* terhadap *tax compliance*

wajib pajak orang pribadi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Kota Tegal” dapat diterima

## 2. Pengaruh *Gender* terhadap *Tax Compliance*

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *gender* berpengaruh terhadap *tax compliance* wajib pajak orang pribadi. Hal tersebut dapat dibuktikan dari hasil perhitungan uji signifikansi parameter Individual dengan menggunakan SPSS diperoleh nilai  $\text{sig} = 0,007 < 0,05$  dengan demikian hipotesis ketiga yaitu “Diduga terdapat pengaruh *gender* terhadap *tax compliance* wajib pajak orang pribadi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Kota Tegal” dapat diterima.

## C. SIMPULAN

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan di atas, penulis menyimpulkan beberapa hal, diantaranya adalah :

1. Berdasarkan hasil pengujian parsial dengan menggunakan uji t didapat hasil untuk *tax knowledge* dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 pada level 0,05, hal ini berarti hipotesis  $H_2$  di terima artinya *tax*

*knowledge* berpengaruh secara signifikan terhadap *tax compliance* wajib pajak orang pribadi.

2. Berdasarkan hasil pengujian parsial dengan menggunakan uji t didapat hasil untuk gender dengan nilai signifikansi sebesar 0,007 pada level 0,05, hal ini berarti hipotesis  $H_3$  di terima artinya *gender* berpengaruh secara signifikan terhadap *tax compliance* wajib pajak orang pribadi.
3. Dari hasil perhitungan menggunakan uji F diperoleh hasil nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *Tax Knowledge* dan gender terhadap *Tax Compliance* wajib pajak orang pribadi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Kota Tegal.
4. Dari hasil analisis koefisien determinasi diketahui bahwa kontribusi secara simultan diperoleh hasil 51,4 %. Hal itu dapat diartikan bahwa *Tax Knowledge* antara Perempuan dan laki-laki memberikan kontribusi *Tax Compliance* sebesar 51,4 % dan sisanya 48,6 % ditentukan oleh faktor lain yang tidak dapat dijelaskan.

**B. Saran**

Setelah melakukan penelitian, analisis data dan merumuskan kesimpulan dari hasil penelitian, maka penulis memberikan beberapa saran yang berkaitan dengan penelitian yang telah dilakukan untuk dijadikan masukan dan pertimbangan, adapun saran-saran yang dapat diberikan melalui hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Dirjen Pajak menjalin kerjasama dengan institusi pendidikan terkait dengan penyebaran pengetahuan dan pemahaman tentang perpajakan. Kerja sama berupa pendirian *tax*

*center* di universitas-universitas di Indonesia dapat membantu DJP dalam upaya sosialisasi peraturan dan kebijakan perpajakan.

2. Untuk penelitian mendatang yang mengambil tema yang sama dengan penelitian ini sebaiknya menambah jumlah sampel serta menambah jumlah variabel yang diteliti.

**DAFTAR RUJUKAN**

- Abuyamin, Oyok. 2010. *Perpajakan Pusat Dan Daerah*. Bandung: Humaniora.
- Arum, Harjanti Puspa dan Zulaika. 2012. "Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pelayanan Fiskus, Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Yang Melakukan Kegiatan Usaha Dan Pekerjaan Bebas (Studi di Wilayah KPP Pratama Cilacap)". *Diponegoro Journal Of Accounting*. Vol. 1, Nomor 1, Tahun 2012, Halaman 1-8. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>.
- Azwar, Saifudin. 2012. *Metode Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Debianita dan Verani Carolina, 2013. Analisis Pengaruh Tingkat *Tax Knowledge* dan Gender terhadap *Tax Compliance* : Studi Kasus Pada Wajib Pajak Orang Pribadi Di Bandung.
- Devano, Sony dan Rahayu Kurnia. 2006. *Perpajakan Konsep, Teori dan Isu*. Jakarta: PT. Kencana
- Fuadi, Arabella Oentari Fuadi dan Yenni Mangoting, 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan Petugas Pajak, Sanksi Perpajakan dan Biaya Kepatuhan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM.

**Dewi<sup>(1)</sup>, Teguh<sup>(2)</sup>, Agnes<sup>(3)</sup>, Pengaruh *Tax Knowledge* dan Gender**

- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbitan Universitas Diponegoro.
- Hariwijaya dan Triton. 2011. *Pedoman Penulisan Ilmiah Skripsi dan Tesis*. Cetakan pertama. Jakarta: PT Suku Buku.
- Jatmiko, Agus N. 2006. Pengaruh Sikap Wajib Pajak Pada Pelaksanaan Sanksi Denda, Pelayanan Fiskus dan Kesadaran Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Empiris Terhadap Wajib Pajak Orang Pribadi di Semarang). Online. [www.eprints.undip.ac.id](http://www.eprints.undip.ac.id) (6 April 2015)
- Kasipillai and H. A. Jabbar, 2006. *Gender and Ethnicity Differences InTax Compliance*. *Asian Academy of Management Journal*11 (2): 73-88
- Keraf, Sony. 2001. *Ilmu Pengetahuan Sebuah Tinjauan Filosofis*. Jakarta : Kanisius.
- Lexy J., Moleong. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Mardiasmo. 2011. *Perpajakan. Edisi Revisi 2011*. Yogyakarta: Andi.
- Nasution, 2003. *Metode Research*, Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- PS, Djarwanto dan Pangestu Subagyo. 2000. *Statistik Induktif*. Yogyakarta : BPFE.
- Rahayu, Sri, 2005. *SPSS versi 12.00: dalam Riset Pemasaran*. Bandung: Alfabeta
- Republik Indonesia, Undang-undang Nomor 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan. ([www.pajak.go.id](http://www.pajak.go.id).)
- Resmi, Siti, 2011. *Perpajakan Teori dan Kasus*. Jakarta : Salemba Empat.
- Sekaran, Uma. 2011. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Edisi 4, Buku 1. Jakarta : Pustaka Sinar Harapan.
- Soemarso, S.R, 2007. *Perpajakan Pendekatan Komprehensif*, Salemba Empat, Jakarta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Umar, Husein. 2011. *Metode Penelitian untuk skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Waluyo dan Wirawan B Ilyas. 2012. *Perpajakan Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.



**PENGARUH KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL TERHADAP  
ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR (OCB)  
DENGAN KOMPETENSI KOMUNIKASI DAN MOTIVASI SEBAGAI  
PEMEDIASI**

Oleh:  
**Vito Nugraha Soerosemito<sup>1)</sup>, Muhammad Cholil<sup>2)</sup>**

<sup>1</sup> Mahasiswa Magister Manajemen Universitas Sebelas Maret Surakarta

<sup>2</sup> Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sebelas Maret Surakarta

**ABSTRACT**

*This study aimed to analyze the influence and leadership relations, communication competence, motivation on organizational citizenship behavior (OCB) employee PDAM Surakarta. The sample in this study amounted to 80 respondents and they are employees of the production, accounting and transmission. Collecting data using direct survey method with questionnaire instrument. Test hypotheses using regression analysis with a significance level of 0.05. Test mediating variables using Baron and Kenny. The results of this research showed that the relationship between transformational leadership and OCB showed that communication competence and motivation mediate its full effect between the leadership of the OCB employee.*

*Keywords: Leadership, Communication, communicative competence, motivation, organizational citizenship behavior, OCB*

**ABSTRAK**

*Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dan hubungan kepemimpinan, kompetensi komunikasi, motivasi pada organizational citizenship behavior (OCB) karyawan PDAM Surakarta. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 80 responden dan mereka adalah karyawan bagian produksi, akuntansi dan transmisi. Pengumpulan data menggunakan metode survei langsung dengan instrumen kuisioner. Uji hipotesis menggunakan analisis regresi dengan taraf signifikansi 0,05. Uji variabel mediasi menggunakan metode Baron and Kenny. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa adanya hubungan antara kepemimpinan transformasional dengan OCB dan menunjukkan bahwa komunikasi kompetensi dan motivasi memberikan mediasi penuh terhadap pengaruh antara kepemimpinan dengan OCB.*

*Kata Kunci: Kepemimpinan, Komunikasi, kompetensi komunikasi, motivasi, organizational citizenship behavior, OCB*

**A. PENDAHULUAN**

Memasuki era globalisasi, perubahan terjadi begitu cepat. Begitu juyang terjadi pada dunia usaha, khususnya perusahaan. Perubahan kondisiekonomi, serta perkembangan

teknologi menyebabkan banyak perusahaan melakukan langkah restrukturisasi.

Salah satu unsur penting dalam perubahan tersebut ialah peran manusia. Sumber daya manusia

## Vito, Pengaruh Kepemimpinan Transformasional Terhadap Organizational

merupakan aset paling penting dalam suatu organisasi, karena merupakan sumber yang mengendalikan organisasi serta mempertahankan dan mengembangkan organisasi dalam menghadapi berbagai tuntutan zaman. Oleh karena itu sumber daya manusia harus diperhatikan, dijaga dan dikembangkan. Sumber daya manusia perlu dikembangkan secara terus menerus agar diperoleh sumber daya manusia yang bermutu dalam artian sebenarnya yaitu pekerjaan yang dilaksanakan akan menghasilkan sesuatu yang dikehendaki. Oleh karena itu ada deskripsi formal tentang perilaku yang harus dikerjakan (*intra-role*), dan yang tidak terdeskripsi secara formal yang dilakukan oleh pegawai (*extra-role*). Hal ini biasa dikenal dengan sebutan *Organizational Citizenship Behaviour (OCB)*.

*Organizational Citizenship Behavior (OCB)* saat ini menjadi subjek yang sangat menarik dalam literatur manajemen karena dapat mempengaruhi efektifitas dan kinerja organisasi (Robbin & Judge, 2008). Menurut Podsakof, *et al.* (2000) tingkat OCB karyawan yang tinggi akan menurunkan tingkat *turn over* dan ketidakhadiran karyawan. Peranan penting OCB dalam

organisasi diperkuat oleh pendapat Robbin dan Judge (2008) yang mengemukakan bahwa organisasi dengan karyawan yang memiliki tingkat OCB tinggi akan memiliki kinerja yang lebih efektif dari organisasi lain.

Dalam dunia kerja yang dinamis seperti saat ini, dimana tugas semakin sering dikerjakan dalam tim dan fleksibilitas sangatlah penting, organisasi membutuhkan anggota yang memperlihatkan perilaku OCB. Perilaku OCB yang dimaksud seperti membantu individu lain dalam tim, mengajukan diri untuk melakukan pekerjaan ekstra, menghindari konflik yang tidak perlu, menghormati semangat dan isi peraturan, serta dengan besar hati mentoleransi kerugian dan gangguan terkait pekerjaan yang kadang terjadi (Robbins, 2008).

OCB berkontribusi kepada pemeliharaan dan peningkatan konteks sosial dan psikologis dalam tugas dukungan kinerja. Menurut Nielsen (2012), OCB melibatkan beberapa perilaku meliputi perilaku suka menolong orang lain, menjadi *volunteer* untuk tugas-tugas ekstra, dan patuh terhadap aturan-aturan dan prosedur-prosedur di tempat kerja.

## Vito, Pengaruh Kepemimpinan Transformasional Terhadap Organizational

Robbins (2008) menyatakan bahwa kepemimpinan merupakan kemampuan untuk mempengaruhi suatu kelompok ke arah tercapainya suatu tujuan. Bass (1999) membagi kepemimpinan dalam dua gaya yaitu gaya kepemimpinan transformasional dan gaya kepemimpinan transaksional. Gaya kepemimpinan transformasional adalah suatu gaya kepemimpinan yang memperlakukan bawahan sebagai partner kerja dan menganggap mereka sudah dewasa dalam melaksanakan pekerjaan atau perintah. Sedangkan kepemimpinan transaksional adalah gaya kepemimpinan yang memperlakukan bawahan untuk mendapat sanksi/hukuman atau hadiah dalam pelaksanaan tugas/perintah.

Kepemimpinan merupakan kunci utama dalam manajemen yang memainkan peran penting dan strategis dalam kelangsungan hidup suatu perusahaan. Pemimpin merupakan pencetus tujuan, merencanakan, mengorganisasikan, menggerakkan dan mengendalikan seluruh sumber daya yang dimiliki sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai secara efektif dan efisien. Oleh sebab itu pemimpin suatu organisasi/perusahaan dituntut untuk

selalu mampu menciptakan kondisi yang memuaskan karyawan dalam bekerja sehingga diperoleh karyawan yang tidak hanya mampu bekerja akan tetapi juga bersedia bekerja ke arah pencapaian tujuan perusahaan.

Menurut Duncan dan Moriarty (1998), komunikasi adalah aktivitas manusia yang menghubungkan orang bersama-sama dan menciptakan hubungan. Dengan kata lain, setiap individu berhubungan dengan individu lain dengan cara komunikasi (Sanford, Hunt, & Bracey, 1976). Cooren (1999) dan Schwartzman (1989) mengemukakan bahwa komunikasi merupakan tindakan dari suatu organisasi dan karya-karya pengorganisasian, koordinasi, menginformasikan, mengatur, mensubordinasi dan sebagainya dilakukan oleh tindakan komunikatif. komunikasi yang signifikan lebih dari sekedar pemberian informasi (Zhu, Mei, & Rosenfeld, 2004). Bahkan komunikasi memiliki peran penting dalam kegagalan, atau prestasi dari setiap organisasi (Orpen, 1997).

Berdasarkan penjelasan di atas, secara umum dapat diketahui bahwa kepemimpinan berpengaruh pada kompetensi komunikasi dan motivasi,

## Vito, Pengaruh Kepemimpinan Transformasional Terhadap Organizational

dan kompetensi komunikasi dan motivasi berpengaruh pada OCB.

Hal ini didukung oleh penelitian beberapa hasil penelitian sebelumnya. Shani dan Somech (2011) melakukan penelitian tentang kepemimpinan transformasional dan OCB. Hasil penelitian menyatakan bahwa transformasional dan transaksional perilaku pemimpin masing-masing positif atau negatif terkait dengan OCB, tergantung pada tingkat pengikut 'dari idiocentrism dan allocentrism. Dalam penelitian Osman YILDIRIM (2014) melakukan penelitian tentang kompetensi komunikasi dan OCB, Hasil penelitian menyatakan bahwa ada korelasi antara komunikasi organisasi dan *organization citizenship behavior* karyawan. George dan Jones (2005) melakukan penelitian tentang Motivasi dan OCB. Hasil penelitian menyatakan bahwa motivasi kerja yang tinggi sangat mempengaruhi timbulnya perilaku OCB di perusahaan. Menurut Abubakar (2010) melakukan penelitian tentang kepemimpinan dan kompetensi komunikasi. Hasil penelitian menyatakan bahwa pemimpin dapat berhubungan dengan komunikasi. Menurut Olyvia Yancomala (2014) bahwa terdapat

hubungan yang berarti antara gaya kepemimpinan dengan motivasi

### B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilaksanakan di PDAM Surakarta. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah gaya kepemimpinan transformasional (X), kompetensi komunikasi (M1), motivasi (M2) dan organizational citizenship behavior (Y).

Berdasarkan kajian teori dan penelitian terdahulu, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

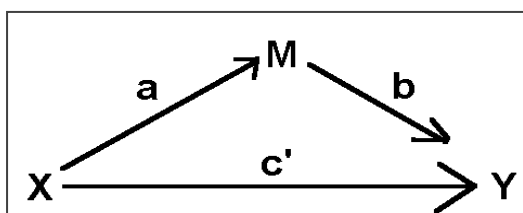
1. H1 : Kepemimpinan memiliki pengaruh positif terhadap OCB
2. H2 : Komunikasi memiliki pengaruh positif terhadap OCB
3. H3 : Motivasi memiliki pengaruh positif terhadap OCB
4. H4 : Kepemimpinan memiliki pengaruh positif terhadap kompetensi komunikasi
5. H5: Kepemimpinan memiliki pengaruh positif terhadap motivasi
6. H6: Kompetensi Komunikasi memediasi pengaruh antara kepemimpinan terhadap OCB

## Vito, Pengaruh Kepemimpinan Transformasional Terhadap Organizational

7. H7: Motivasi memediasi pengaruh antara kepemimpinan terhadap OCB

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan PDAM Surakarta dari semua divisi perusahaan. Populasi ini berjumlah 400 karyawan antara lain menempati bagian produksi, transmisi, dan keuangan.

Sampel penelitian dalam penelitian ini adalah karyawan PDAM Surakarta dengan jumlah 80 orang. Instrumen penelitian untuk pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi dengan taraf signifikansi 0.05. Uji pengaruh mediasi dalam penelitian ini menggunakan metode Barond and Keny



Sumber: David A. Kenny, 2015  
Gambar 2 Model Mediasi Baron and Kenny

Keterangan:

Variabel bebas = X

Variabel Mediasi = M

Variabel terikat = Y

Metode ini menunjukkan serangkaian langkah yang harus

dipenuhi untuk model mediasi yaitu: (1) Regresikan X ke Y yang disimbolkan dengan jalur c, (2) Regresikan X ke M yang disimbolkan dengan jalur a, (3) Regresikan M ke Y yang disimbolkan dengan jalur b, (4) Regresikan X dan M ke Y, sehingga akan diperoleh korelasi M ke Y (jalur b), dan X ke Y (jalur c'). Baron and Kenny menyatakan bahwa suatu variabel dapat dikatakan berfungsi sebagai variabel pemediasi apabila memenuhi kondisi-kondisi seperti dijelaskan berikut ini:

1. Pengaruh mediasi penuh akan terjadi apabila variabel gaya kepemimpinan yang semula berpengaruh signifikan menjadi tidak berpengaruh signifikan pada OCB saat variabel kepuasan kerja dikontrol
2. Apabila signifikansi variabel gaya kepemimpinan meningkat atau menurun pada variabel OCB dikontrol, maka yang terjadi adalah mediasi parsial.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Hasil Uji regresi

Variabel	Beta	Signifikan	Keterangan
X1→Y	0,284	0,000	Hipotesis 1 diterima
M1→Y	0,502	0,000	Hipotesis 2 diterima
M2→Y	0,377	0,002	Hipotesis 3 diterima
X→M1	0,384	0,000	Hipotesis 4 diterima
X→M2	0,488	0,000	Hipotesis 5 diterima
X→M1→Y	0,101	0,388	Hipotesis 6 diterima
X→M2→Y	0,091	0,374	Hipotesis 7 diterima

Sumber: data primer diolah

Keterangan :

X:kepemimpinan transformasional

M1: kompetensi komunikasi

M2: Motivasi

Y: OCB

Dalam analisis regresi, uji hipotesis diterima nilai signifikansi kurang dari taraf signifikansi yang ditetapkan (Imam Ghozali,2013). Dalam penelitian ini taraf signifikansi yang ditetapkan adalah 0.05. Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa semua hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima.

D. SIMPULAN

Simpulan penelitian dimaksudkan untuk mempermudah

memahami hasil penelitian yang telah dilakukn. Simpulan yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Kepemimpinan berpengaruh signifikan untuk meningkatkan *Organizational Citizenship Behavior* karyawan Perusahaan Daerah Air Minum Kota Surakarta, berdasarkan nilai probabilitas < 0,05. Maka hipotesis pertama terbukti (didukung) dalam penelitian ini.
2. Kompetensi Komunikasi dari atasan berpengaruh signifikan untuk meningkatkan *Organizational Citizenship Behavior* karyawan Perusahaan Daerah Air Minum Kota Surakarta, berdasarkan nilai probabilitas < 0,05. Maka hipotesis kedua terbukti (didukung) dalam penelitian ini.
3. Motivasi dari pimpinan berpengaruh signifikan meningkatkan *Organizational Citizenship Behavior* pada karyawan Perusahaan Daerah Air Minum Kota Surakarta, berdasarkan nilai probabilitas < 0,05. Maka hipotesis ketiga dalam penelitian ini terbukti.
4. Kepemimpinan berpengaruh signifikan meningkatkan kompetensi komunikasi pada pimpinan

## Vito, Pengaruh Kepemimpinan Transformasional Terhadap Organizational

- Perusahaan Daerah Air Minum Kota Surakarta, berdasarkan nilai probabilitas  $< 0,05$ . Maka hipotesis keempat dalam penelitian ini terbukti.
5. Kepemimpinan atasan berpengaruh signifikan meningkatkan motivasi kerja pada karyawan Perusahaan Daerah Air Minum Kota Surakarta, berdasarkan nilai probabilitas  $< 0,05$ . Maka hipotesis kelima dalam penelitian ini terbukti.
6. Kompetensi komunikasi memediasi secara penuh pengaruh kepemimpinan terhadap *Organizational Citizenship Behavior* pada karyawan Perusahaan Daerah Air Minum Kota Surakarta, berdasarkan hasil persamaan jalur *a* diperoleh  $p < 0,05$  dan jalur *b* dengan  $p < 0,05$  dan pada jalur *c*  $p > 0,05$ .
7. Motivasi pimpinan memediasi secara penuh pengaruh kepemimpinan terhadap *Organizational Citizenship Behavior* pada karyawan Perusahaan Daerah Air Minum Kota Surakarta, berdasarkan hasil persamaan jalur *a* diperoleh  $p < 0,05$  dan jalur *b* dengan  $p < 0,05$  dan pada jalur *c*  $p > 0,05$ .

## DAFTAR PUSTAKA

- Akmal I. M., & Aslinda (2014). The effect of motivation on organizational citizenship behavior (OCB) at telkom indonesia in makassar. *International Journal of Administrative Science & Organization* 2014. Vol.21. no.2
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, No. 6, pp 173-182
- Erick A.N., dan Eddy M. S. (2014). Pengaruh motivasi dan kepuasan kerja karyawan terhadap organizational citizenship behavior. *Jurnal Manajemen*, Vol. 2, Nomor 1, 2014
- Flauto, Frank, J. (1999). Walking The Talk: The Relationship Between Leadership and Communication Competence, *The Journal of Leadership Studies*, 6(1/2), 86-97.

## Vito, Pengaruh Kepemimpinan Transformasional Terhadap Organizational

- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program, Edisi Ketujuh*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Herfina., Abdullah, T., & Rubini, B. (2015). The Relationship among Transformational Leadership, Work Satisfaction, and Interpersonal Communication to Teachers' Organizational Citizenship Behavior, *International Journal of Managerial Studies and Research (IJMSR)* Volume 3, Issue 4, April 2015, PP 11-16
- Hilmi. (2011). Kepemimpinan Transformasional dan Perilaku Kewargaan Organisasional di Politeknik Negeri Lhoksumawe,. — *Jurnal Perspektif Manajemen dan Perbankan* 2, No.1, 2011, pp. 192-198.
- J. Kevin Barge., & RANDY Y. HIROKAWA (1989), Toward a communication competency model of group leadership. *Small Group Behavior*. Vol 20 No 2, May 1989 167-189
- Jubaedah, Edah (2009). Analisis hubungan gaya kepemimpinan dan kompetensi komunikasi dalam organisasi. *Jurnal Ilmu Administrasi* Volume VI No. 4 Desember 2009
- Madlock, Paul, E. (2008). The Link Between Leadership Style, Communicator Competence, and Employee Satisfaction, *Journal of Business Communication*, 45(1), 61-78
- Saeed H. Maryam., & Irshad R., (2014). How transformational leadership is related to organizational citizenship behavior? The mediating role of emotional intelligence. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences* 2014, Vol. 8 (2), 413 - 425
- Simcic B. P. (2013). How others see us: leaders' perceptions of communication and communication managers. *Journal of Communication Management*. Vol. 18 No. 1, 2014. pp. 58-79
- Susanty Aries, & Wahyu B. S., (2012). Pengaruh motivasi kerja dan gaya kepemimpinan terhadap disiplin kerja serta dampaknya pada kinerja karyawan (studi kasus pada pt. PIn (persero) apd semarang). *J@TI Undip*, Vol VII, No 2, Mei 2012
- YILDIRIM Osman (2014). The impact of organizational communication on Organizational citizenship behavior: research findings. *Social and Behavioral Sciences* 150 ( 2014 ).pp.1095 – 1100
- Zabihi, M., & Hashemzahi, R. (2012). The relationship between leadership styles and organizational citizenship behavior. *African Journal of Business Management*.



## **Vito, Pengaruh Kepemimpinan Transformasional Terhadap Organizational**

Vol. 6 (9), pp. 3310-3319

Zulbadi., Umi A. H., & Dahniar (2014). Pengaruh Kepemimpinan transformasional dan komitmen organisasi terhadap organizational *citizenship behavior* (ocb) terhadap karyawan pdam bandarmasih kota banjarmasin. *Jurnal Wawasan Manajemen*, Vol. 2, Nomor 1, Februari 2014

# ANALISIS *ECONOMIC VALUE ADDED* (EVA) SEBAGAI ALAT UKUR KINERJA KEUANGAN BANK SYARIAH

Yuricke Marshella<sup>1)</sup>, Karuniawati Hasanah<sup>2)</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UNIVERSITAS PGRI MADIUN  
email: [yurickemarshella@gmail.com](mailto:yurickemarshella@gmail.com)

<sup>2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UNIVERSITAS PGRI MADIUN  
email: [karuniawatihasanah@gmail.com](mailto:karuniawatihasanah@gmail.com)

## **Abstract**

*This study uses descriptive studies with the aim to provide an overview of the aspects that are relevant in this case to help managers make decisions for the company. The subject of this research is a Sharia Commercial Bank registered with the Financial Services Authority. The instruments in this study are quarterly financial reports from Sharia Commercial Bank. The analysis technique used in this research is descriptive analysis. The results showed that Bank Muamalat pioneered the sharia banks in creating EVA but in 2016 and 2017 experienced a decline in economic value to not add value. This can happen because the muamalat decreases earnings to increase the amount of debt in the company. While the BJB bank does not create much added value even EVA is obtained is always negative this can be influenced by the amount of profit less than the amount of debt high enough, this can trigger kurannya interest shareholeder to invest in the bank.*

*Keywords: Sharia Commercial Bank, Economic Value Added*

## **Abstrak**

*Penelitian ini menggunakan studi deskriptif dengan tujuan untuk memberikan gambaran aspek – aspek yang relevan dalam kasus ini untuk membantu manajer mengambil keputusan untuk perusahaan. Subyek penelitian ini adalah Bnk Umum Syariah yang terdaftar pada Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Instrumen pada penelitian ini instrumen yang digunakan adalah laporan keuangan triwulan dari Bank Umum Syariah. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bank Muamalat menjadi pionir para bank syariah dalam menciptakan EVA tetapi pada tahun 2016 dan 2017 mengalami penurunan nilai ekonomi hingga tidak dapat memberi nilai tambah. Ini dapat terjadi dikarenakan muamalat mengalami penurunan laba hingga peningkatan jumlah hutang yang ada di perusahaan. Sedangkan pada bank BJB tidak banyak menciptakan nilai tambah bahkan EVA yang diperoleh selalu negatif ini dapat dipengaruhi oleh jumlah laba yang kurang dari jumlah hutang yang cukup tinggi, hal ini dapat memicu kurannya minat shareholeder untuk menanamkan modalnya pada bank tersebut.*

*Kata Kunci: Bank Syariah, Nilai Tambah Ekonomi*

## **A.PENDAHULUAN**

Perbankan di Indonesia telah mengalami perubahan dari waktu ke waktu, perubahan ini disebabkan oleh perkembangan internal dan eksternal dunia perbankan, pengaruh luar dunia perbankan misalnya seperti sektor riil

dalam perekonomian, politik, hukum, dan sosial. Di Indonesia, perbankan memiliki peranan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dengan kegiatan investasi. Perbankan sebagai lembaga *intermediary* memiliki fungsi mengumpulkan tabungan masyarakat

dan menyalurkannya kembali salah satunya berupa kredit investasi sejak dilaksanakannya deregulasi pertama di Indonesia di tahun 1983 tepatnya pada tanggal 1 Juni 1983, setiap bank memiliki keleluasaan untuk menentukan suku bunga sehingga industri perbankan semakin kompetitif. (Bank Indonesia, 2013).

Di dalam dunia perbankan terdapat 2 jenis bank antara lain Bank Konvensional dan Bank Syariah. Menurut Undang-Undang No 10 tahun 1998 Bank konvensional merupakan bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran, sedangkan Bank syariah adalah bank yang melaksanakan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

Perkembangan sistem pada perbankan syariah di Indonesia dilakukan dengan *dual-banking system* dalam kerangka Arsitektur Perbankan Indonesia (API), dengan maksud menghadirkan perbankan yang semakin lengkap untuk masyarakat Indonesia. Dengan berlakunya Undang – undang No.20 Tahun 2008 tentang Perbankan

Syariah pada tanggal 16 Juli 2008, membuat Perbankan Syariah memiliki landasan hukum yang memadai dan secara cepat mendorong pertumbuhannya. Perbankan Syariah juga diharapkan untuk mendukung pertumbuhan ekonomi nasional secara signifikan. (Bank Indonesia, 2013).

*Economic Value Added* (EVA) pertama kali dicetuskan oleh Stewart & Company memiliki definisi sebagai laba operasi setelah pajak dikurangi biaya modal (*cost of capital*) dari total modal yang digunakan untuk menghasilkan laba.(Stewart, 1991). Konsep EVA dalam penggunaannya mengakibatkan perusahaan untuk menitikberatkan pada struktur modal. Pada dasarnya perhitungan EVA itu pada *economic profit* yang mana pengukurannya pada periode waktu tertentu, disini peningkatan saham perusahaan dapat tercipta apabila kinerja manajemen efektif dari nilai tambah yang dihasilkan. Hal ini dapat membantu manajer untuk memaksimalkan nilai pemegang saham karena konsep EVA dapat membuat manajer mengerti pola pikir investor, yaitu memilih investasi yang memiliki tingkat pengembalian tinggi sedangkan tingkat modal yang

rendah sehingga nilai perusahaan bisa maksimal.(Brigham, 1996).

## B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan studi deskriptif dengan tujuan untuk memberikan gambaran aspek – aspek yang relevan dalam kasus ini untuk membantu manajer mengambil keputusan untuk perusahaan kedepannya juga untuk menjelaskan EVA dapat menjadi alat ukur kinerja keuangan pada Bank Syariah. Studi waktu yang di gunakan adalah studi *cross-sectional* yang mana menurut Uma Sekaran (2013) merupakan studi dengan data yang dikumpulkan hanya sekali seperti periode harian, mingguan, atau bulanan untuk menjawab pertanyaan dari penelitian. Dengan menggunakan studi *cross-sectional* peneliti mengambil periode triwulan pada lima tahun laporan keuangan bank syariah dari tahun 2013 hingga 2017 ini dimaksudkan untuk mempermudah peneliti untuk menggambarkan kondisi kinerja keuangan menggunakan analisis *Economic Value Added* di setiap tiga bulan sekali pertahunnya.

Metode pengumpulan dengan dokumen digunakan untuk memperoleh

data sekunder yang telah didokumentasikan dan relevan dengan masalah dalam penelitian.

Jenis data yang digunakan merupakan data kuantitatif , yaitu laporan keuangan tahunan Bank Umum Syariah yang tercatat pada OJK. Sumber data penelitian yang merupakan data sekunder didapatkan dari laporan keuangan yang telah diaudit. Data tersebut diperoleh dari website resmi Bank Syariah yang menjadi Obyek penelitian.

Dengan data yang telah dikumpulkan peneliti menggunakan analisis kinerja keuangan menggunakan metode *Economic Value Added* (EVA) dengan rumus sebagai berikut :

EVA = NOPAT – Biaya modal setelah pajak

NOPAT merupakan Laba bersih setelah pajak yang memiliki perhitungan rumus  $NOPAT = EBIT \times (1 - \text{tarif pajak})$ , dan biaya modal setelah pajak dihitung dengan perkalian dari *operating capital* dan biaya modal perusahaan setelah pajak. Maka rumus dasarnya menjadi,

$EVA = EBIT (1 - \text{tarif pajak}) - (Operating\ capital)(\text{biaya modal perusahaan setelah pajak})$

Total biaya modal menunjukkan besarnya kompensasi atau pengembalian yang diminta investor atas modal yang diinvestasikan di perusahaan. Besarnya kompensasi tergantung pada tingkat risiko perusahaan yang bersangkutan, dengan asumsi bahwa investor bersifat penghindar resiko, semakin tinggi tingkat resiko semakin tinggi tingkat pengembalian yang diminta investor.

Modal terdiri dari modal sendiri (ekuitas) berasal dari para pemegang saham, dan utang dari para kreditor atau pemegang obligasi perusahaan. Besarnya tingkat biaya modal ditentukan berdasarkan rata-rata tertimbang (*weighted average cost of capital*) dari biaya modal sendiri (*cost of equity*) dan biaya utang setelah pajak sesuai dengan proporsi modal sendiri dan utang dalam struktur modal perusahaan.

Kriteria untuk menentukan nilai tambah perusahaan sebagai berikut:

- Jika  $EVA > 0$

Maka perusahaan dapat menciptakan nilai tambah, hal ini berarti

kinerja keuangan perusahaan baik sehingga dapat memberikan nilai tambah bagi pemegang saham.

- Jika  $EVA = 0$

Maka perusahaan terjadi titik impas, hal ini berarti laba perusahaan impas untuk membayar semua kewajiban pada kreditor dan investor.

- Jika  $EVA < 0$

Maka perusahaan tidak dapat menciptakan nilai tambah, hal ini berarti kinerja keuangan perusahaan tidak baik sehingga perusahaan tidak mampu memberikan pengembalian yang setimpal pada kreditor dan investor.

### C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada grafik yang tersaji terlihat bahwa Bank Muamalat menjadi pionir para bank syariah dalam menciptakan EVA tetapi pada tahun 2016 dan 2017 mengalami penurunan nilai ekonomi hingga tidak dapat memberi nilai tambah. Ini dapat terjadi dikarenakan muamalat mengalami penurunan laba hingga peningkatan jumlah hutang yang ada di perusahaan. Sedangkan pada bank BJB tidak banyak menciptakan nilai tambah bahkan EVA yang diperoleh selalu negatif ini dapat dipengaruhi oleh jumlah laba yang

kurang dari jumlah hutang yang cukup tinggi, hal ini dapat memicu kurangnya minat calon investor untuk berinvestasi pada bank tersebut.

Jadi seperti yang sudah dijelaskan bahwa EVA berupa penambahan nilai tambah ekonomi pada suatu perusahaan yang dinyatakan dalam rupiah pada jangka waktu tertentu dan bukan sebagai rasio persentase pengembalian. EVA digunakan sebagai tolak ukur kinerja keuangan dari mengukur perbedaan pengembalian atas modal

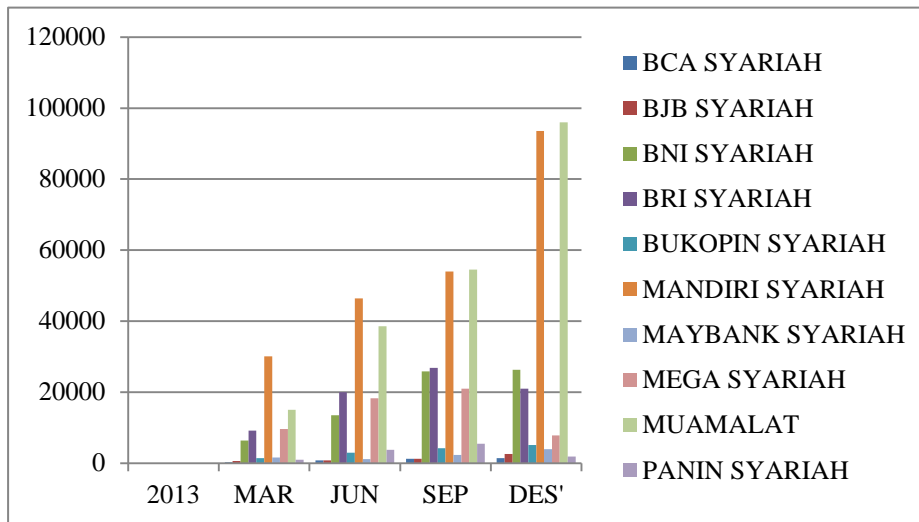
perusahaan dengan biaya modal yang mana indikator dari penambahan nilai dari investasi dan nilai ekonomis yang diciptakan perusahaan dari kegiatan selama periode tertentu dan merupakan salah satu penilaian dari kinerja keuangan. Hasil yang didapat dari perhitungan nilai tambah ekonomi yang diberikan kepada pemegang saham sebagai akibat dari aktivitas perusahaan ini berarti pemegang saham mendapat nilai tambah dari pada nilai yang tercipta perusahaan terkait

**Tabel 1. Tabel hasil perhitungan EVA dari setiap Bank**

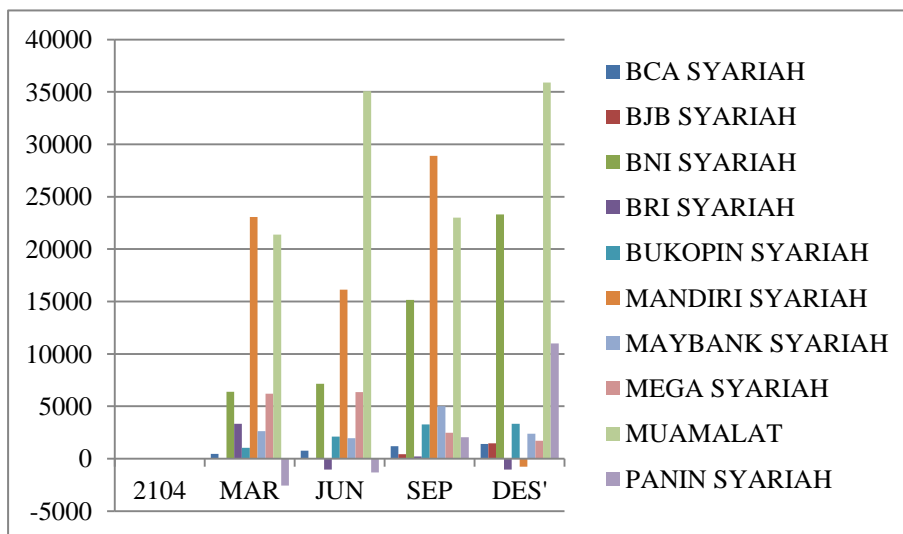
EVA	BCA SYARIAH	BJB SYARIAH	BNI SYARIAH	BRI SYARIAH	BUKOPIN SYARIAH
<b>2013</b>					
MAR	241	648	6,341	9,162	1,409
JUN	756	792	13,523	20,038	2,988
SEP	1,258	1,256	25,841	26,829	4,256
DES'	1,458	2,610	26,337	21,024	5,089
<b>2104</b>					
MAR	458	(36)	6,395	3,337	1,039
JUN	769	7	7,161	(1,046)	2,104
SEP	1,185	422	15,152	212	3,280
DES'	1,400	1,468	23,308	(1,056)	3,326
<b>2015</b>					
MAR	392	29	7,287	2,639	1,151
JUN	1,255	751	1,480	8,580	2,816
SEP	1,675	498	(19,506)	8,748	5,219
DES'	2,187	1,654	(2,781)	16,225	5,956
<b>2016</b>					
MAR	680	305	10,266	11,702	1,752
JUN	1,399	(2,074)	21,994	23,778	3,919
SEP	2,519	(9,568)	33,593	28,606	5,657

**Yuricke<sup>(1)</sup>, Karuniawati<sup>(2)</sup>, Analisis *Economic Value Added***

DES'	2,975	(290,004)	33,860	33,001	6,914
<b>2017</b>					
MAR	564	75	13,068	6,028	1,268
JUN	1,495	390,057	29,793	15,187	1,645
SEP	4,341	10,419	29,875	22,300	2,031
DES'	6,028	(100,910)	61,613	13,216	4,643
<b>EVA</b>					
	MANDIRI SYARIAH	MAYBANK SYARIAH	MEGA SYARIAH	MUAMALAT	PANIN SYARIAH
<b>2013</b>					
MAR	30,086	1,569	9,623	15,031	1,004
JUN	46,431	1,125	18,252	38,583	3,764
SEP	53,978	2,297	20,942	54,492	5,505
DES'	93,541	3,938	7,808	95,987	1,912
<b>2104</b>					
MAR	23,052	2,620	6,204	21,374	(2,567)
JUN	16,132	1,960	6,359	35,072	(1,329)
SEP	28,903	5,005	2,479	23,006	2,043
DES'	(771)	2,385	1,718	35,893	10,990
<b>2015</b>					
MAR	9,009	(748)	(4,019)	13,738	2,140
JUN	14,047	(19,619)	(6,648)	20,803	3,949
SEP	14,888	(15,344)	(8,852)	30,306	6,753
DES'	22,475	(38,301)	(6,283)	7,367	(42,096)
<b>2016</b>					
MAR	6,460	(1,346)	3,027	7,367	393
JUN	23,833	(13,415)	1,269	(18,712)	809
SEP	27,428	(21,490)	26,243	2,237	2,657
DES'	36,884	(34,784)	(2,821)	(13,309)	1,767
<b>2017</b>					
MAR	13,100	1,585	(1,949)	5,986	1,386
JUN	30,063	12,794	(46)	17,063	1,275
SEP	40,906	6,206	(1,194)	14,508	967
DES'	26,292	(2,109)	(11)	(4,582)	(50,275)

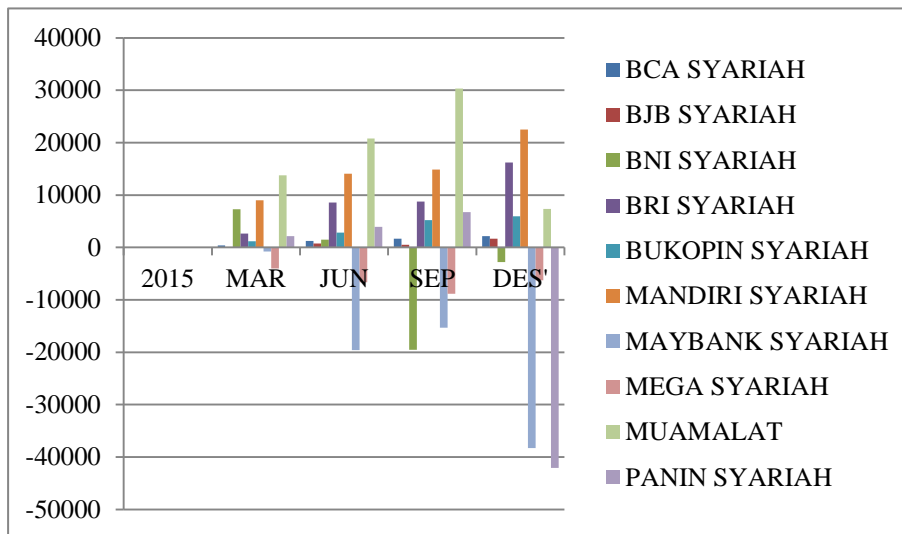


Gambar 1 Grafik hasil perhitungan EVA dari setiap Bank tahun 2013

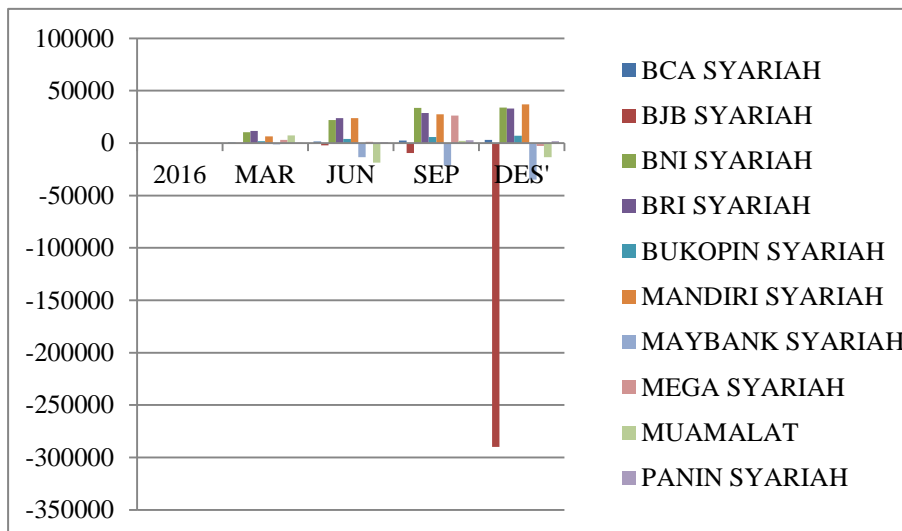


Gambar 2 Grafik hasil perhitungan EVA dari setiap Bank tahun 2014

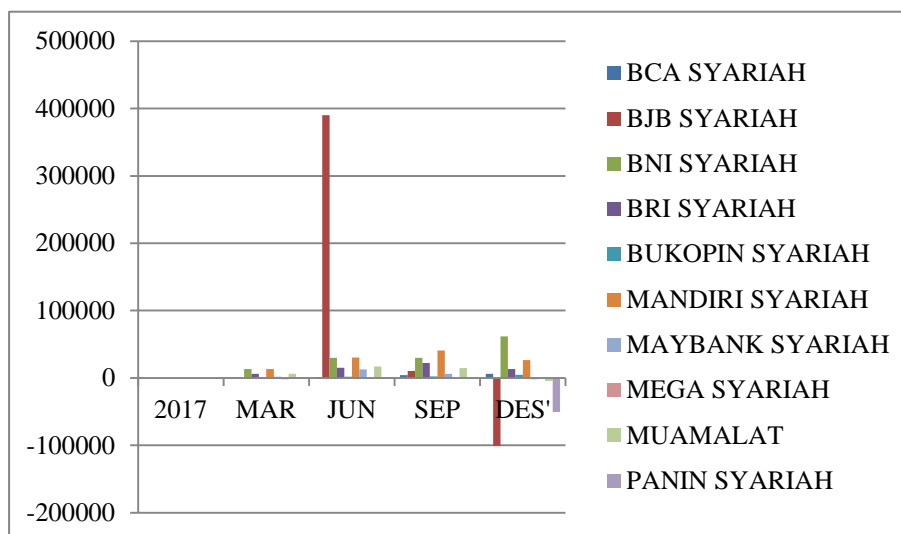




Gambar 3 Grafik hasil perhitungan EVA dari setiap Bank tahun 2015



Gambar 4 Grafik hasil perhitungan EVA dari setiap Bank tahun 2016



Gambar 5 Grafik hasil perhitungan EVA dari setiap Bank tahun 2017

#### D. SIMPULAN

Berdasarkan dari hasil analisis dari *Economic Value Added* Sebagai alat ukur bank Syariah pada tahun 2013 – 2017, maka *Economic Value Added* dapat mengukur kinerja keuangan perusahaan, ini ditandai dengan dapat dilihat kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai tambah, ini juga berpengaruh pada calon investor yang ingin menanamkan investasi pada perusahaan.

Perolehan nilai tambah setiap bank berbeda – beda dimulai dari BCA Syariah yang memiliki tingkat nilai tambah yang cukup stabil, lalu bank Muamalat yang merupakan pelopor bank syariah di Indonesia yang memiliki tingkat EVA yang tinggi dari bank lain tetapi mengalami penurunan pada tahun 2017. Pada dasarnya semua bank mampu menciptakan nilai ekonomi hanya saja nilai yang didapat terkadang positif terkadang negatif, ini mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam membayar semua kewajibannya.

#### DAFTAR RUJUKAN

Aisyah, Nurul. 2013. Pengukuran Kinerja Keuangan Perusahaan Menggunakan Metode rasio Keuangan dan Metode EVA. *Jurnal Administrasi Bisnis* . vol 2, no 1

- Brealy, Myers, Marcus. 2008. Dasara – dasar manajemen Keuangan Perusahaan. Edisi Kelima. Badan penerbit : Erlangga
- Brigham, Houston. 2015. Dasar – Dasara Manajemen keuangan. Edisi 11 Buku 1. Badan Penerbit : Salemba Empat
- Husnan, Suad. 2015. Dasar – Dasar manajemen Keuangan. Edisi Ketujuh. Badan Penerbit :UPP STIM YKPNSugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan kombinasi (Mix Methods). Badan Penerbit: Alvabeta Cv.
- Ismani, Setiawan, Istiningrum. 2011. Analisis Profitabilitas untuk Mengukur Kinerja Keuangan manajemen Hotel. Jurnal Akuntansi Indonesia. Vol 9. No 2. Halaman 72-78
- Jilly, Karamoy. 2016. Analisis *Economic Value Added* (EVA) pada PT. Bank Negara IndonesiaTbk. Jurnal Administrasi Bisnis
- Keown, Martin, Petty, Scott. 2010. Manajemen keuangan. Edisi kesepuluh Jilid 2. Badan penerbit : Indeks
- Mubarok, Dewi. 2010. Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan dengan metode *Economic Value Added*. Jurnal Manajemen dan organisasi. Vol 1. No 2
- Nugrahini, Kusumawati. 2017. *Economic Value Added (EVA) Sebagai Alat Ukur Kinerja Keuangan Perusahaan*. Jurnal Akademika. Volume 1. No. 1
- Pradhono. 2004 . Pengaruh Economin Value Added, Residual Income, Earnings, Dan Arus Kas Operasi Terhadap Return Yang Diterima Oleh Pemegang Saham. Jurnal Akuntansi dan keuangan. Vol 6. No 2. Halaman 140-166
- Riseth, Patel. 2002 *Impact Of Economic Value Added (EVA) On Shared Price*. International Jurnal Of Contemporary Business Studies. Vol 3. No 1.
- Rudianto. 2013. Akuntansi Menejemen. Badan Penerbit : Erlangga
- Sekaran, Uma. 2006, Research Methods for Business. Buku 2 Edisi 4. Badan penerbit : Salemba Empat
- Sekaran, Uma. 2014, Research Methods for Business. Buku 1 Edisi 4. Badan penerbit : Salemba Empat
- Supryanto. 2009. Metodologi Riset Bisnis. Badan Penerbit : Indeks
- Triwahyuningtyas, Ismail. 2014. Analisis Kinerja Keuangan bank Umum Syariah Dan faktor faktor yang Mempengaruhinya. E-Jurnal Manajemen Keuangan
- Yuli, Andriansyah. 2009. Kinerja Keuangan Perbankan Syariah di Indonesia dan Kontribusinya bagi pembangunan Nasional. Jurnal Ekonomi Islam. Vol 3. No 2
- Yumanita, Diana. 2005. Gambaran umum: Bank Syariah. Seri Kebanksentrakan. No 14

**Yuricke<sup>(1)</sup>, Karuniawati<sup>(2)</sup>, Analisis *Economic Value Added***

Zahara, Haryanti. 2011. Pengukuran Kinerja Keuangan dengan Menggunakan Metode *Economic Value Added* pada PT Telekomunikasi Indonesia. Proseeding PESAT. Vol 4