



Jurnal Ekonomi Balance
Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Makassar

Jurnal Ekonomi Balance

Penasihat :

Ir. H. Muh. Syaiful Saleh, M.Si.
(Ketua BPH Univ. Muhammadiyah Makassar)

Dr. H. Irwan Akib, M.Pd.
(Rektor Univ. Muhammadiyah Makassar).

Penanggung Jawab :

Hj. Lilly Ibrahim, SE, M.Si.
(Dekan Fak. Ekonomi Univ. Muhammadiyah Makassar)

Penyunting Ahli :

Prof. Dr. H. A. Karim Saleh (Universitas Hasanuddin)
Dr. H. Basri Rizak, MS. (Univ. Muhammadiyah Makassar)

Ketua :

H. Muh. Rusydi Rahman, SE, M.Si.

Sekretaris :

Ismail Rasulong, SE

Penyunting Pelaksana :

Abd. Rahman Rahim, SE, MM; Dra. Hj. Ruliaty, MM; H. Sultan Sarda, SE, MM;
Drs. Sanusi AM., M.Si.; Dra. Murni, M.Si; Andi Arman, SE, M.Si, Ak;

Editor : Ismail Rasulong, SE

Pelaksana Tata Usaha : Nurhaedah Hamdat, BA

Desain Grafis : Awal RZ

Sirkulasi : Harto Imayaduddin, S.Pd. & Sanusi.

Redaksi menerima tulisan ilmiah, penelitian dan pengembangan dan lain-lain. Naskah diketik spasi 1,5 pada kertas kuarto sebanyak 9 – 12 halaman dengan abstrak kurang lebih 1 halaman dan tulisan dalam bentuk MS. Word. Redaksi berhak menyunting/mengedit setiap tulisan tanpa merubah substansinya.

Alamat Redaktur : Jl. Sultan Alauddin No. 259 Makassar

Telp. (0411) 866972

Contact Person : 085 242 018 587 / 081 342 650 527

DAFTAR ISI

Perbandingan Kinerja Keuangan Perbankan Nasional Sebelum, Dan Sesudah Krisis Keuangan Global Syamsu Alam	1 – 10
Analisis Strategi Segmentasi Pasar Terhadap Tingkat Penjualan Rumah pada PT. Bumi Reskita Makassar H. Abd. Azis Sangkala	11 - 28
Perlakuan Akuntansi Murabahah Ditinjau Dari PSAK No.102 Pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang makassar Muhammad Rusydi & Sri Salasih Nasir	29 - 51
Studi Struktur Modal Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2005-2008 Sultan Sarda	52 - 68
Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Guru Di SMP Negeri 15 Kota Makassar Ruliaty	67 - 90
Pentingnya Konsep Dan Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Moh. Aris Pasigai	91 - 100
Manfaat Ekonomi Kelangsungan Ekonomi Ekosistem Terumbu Karang Di Perairan Indonesia Hasbiullah	101 - 115
Analisis Pemberian Kredit dalam Menunjang Perkembangan Industri Kecil di Kota Makassar Murni	115 - 130
Pengaruh Sistem Informasi Manajemen (SIM) Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Metro Batavia Air Distrik Makassar Naidah	131 - 151

PERBANDINGAN KINERJA KEUANGAN PERBANKAN NASIONAL SEBELUM, DAN SESUDAH KRISIS KEUANGAN GLOBAL

Oleh :
Syamsu Alam¹

Abstrack

The research aims to find out the comparison of national banking performance before and after the global financial crisis and its also to find out whether there is a significant difference between the performance before and after the crisis. The analysis of different test which was used was paired samples test.

The data used in the research were one year data obtained before the crisis (2007), and one year after the crisis (2009). The toolsof analysis used were probability ratio analysis i.e. ROA, ROE and the liquidity ratio i.e. LDR.

This results reveal that there is a significant difference in bank performance before and after the global financial crisis. Besides, the bank having highest performance in 2007 is PT BTPN. And in 2009, the bank having the highest performance based on ROA is PT BCA, the one based on ROE is PT BRI, and the one based on LDR is PT Bank Permata.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti perbandingan kinerja perbankan nasional sebelum dan sesudah krisis keuangan global juga untuk mengetahui bank yang memiliki kinerja paling tinggi masa sebelum, dan sesudah krisis keuangan global. Penelitian ini lebih lanjut mengenai ada tidaknya perbedaan yang signifikan pada masa sebelum dengan sesudah krisis keuangan global. Analisis uji beda yang digunakan adalah uji paired sampel test.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data satu tahun sebelum krisis (2007), dan satu tahun sesudah krisis (2009). Adapun alat analisis yang digunakan yaitu analisis rasio profitabilitas yaitu ROA, ROE dan rasio likuiditas yaitu LDR.

Dari penelitian ini ditemukan perbedaan signifikan kinerja bank sebelum dan sesudah krisis keuangan global. Juga ditemukan pada

¹ Dosen Fakultas Ekonomi Univ. Hasanuddin Makassar

tahun 2007 bank yang memiliki kinerja paling tinggi yaitu PT BTPN. Dan pada tahun 2009 berdasarkan ROA yaitu PT BCA, dilihat dari ROE yaitu PT BRI, dan LDR yaitu PT Bank Permata.

Kata Kunci: Kinerja keuangan, ROA, ROE, LDR, Perbankan Nasional dan Krisis keuangan global

Latar Belakang

Di penghujung tahun 2008, dunia dikejutkan oleh 'tsunami' ekonomi global. Bencana ini berawal dari krisis keuangan di Amerika akibat kredit macet sector property di negeri itu. Krisis keuangan global, selain dipicu bobroknnya system keuangan AS yang cenderung 'boros' dan mahal, seperti membiayai biaya perang Irak. Sejumlah perusahaan investasi di AS yang sebelumnya dikenal mendunia kolaps, termasuk Lehman Brothers yang telah beroperasi sangat lama di industri keuangan dunia, dan kemudian meluas menjadi krisis ekonomi secara global yang dirasakan sejak semester kedua tahun 2008. Fenomena krisis bermula pada 9 Agustus 2007 saat muncul berita buruk dari sebuah bank asal Perancis, *BNP Paribas* yang mengalami krisis sector keuangan. Kemudian di bulan September-November 2007 terjadi yang dinamakan *masa kelabu perbankan*. Hal ini terjadi karena kredit macet sector property bukan hanya di AS tapi juga berimbas di Negara Inggris, Swiss, Kanada, Jepang dan negara-negara lain. Ini disebut krisis '*subprime mortgage*' dalam buku *keluar dari krisis global* (Hermawan, Lili, 2008). Nanti pada Oktober 2008 barulah *bailout* tiba.

Dampak krisis itu pun mulai terlihat. Secara global, banyak pemerintahan mengucurkan dana miliaran dolar untuk menyelamatkan perekonomian negaranya terutama sector perbankan mereka. Bahkan berdasarkan data terkini, krisis juga telah menambah pengangguran baru sebanyak 20 juta orang, sehingga tingkat pengangguran dunia saat ini mencapai 220 juta orang.

International Monetary Fund (IMF) memperkirakan terjadinya perlambatan pertumbuhan ekonomi dunia dari 3,9% pada 2008 menjadi 2,2% pada tahun 2009. Dan dampak krisis keuangan Amerika Serikat saat itu, mulai merambah ke berbagai negara, termasuk Indonesia. Pada tanggal 8 Oktober 2008, kemarin, IHSG tertekan tajam turun 10 %, demikian pula Nikkei di Jepang jatuh lebih dari 9 %. Hampir semua pasar keuangan dunia terimbas krisis financial US tersebut. Karena itu para pengamat menyebut krisis ini sebagai krisis financial global. Krisis keuangan global yang terjadi belakangan ini, merupakan fenomena yang mengejutkan dunia, tidak saja bagi pemikir ekonomi mikro dan makro, tetapi juga bagi para elite politik dan para pengusaha.

Terkait dengan resiko resesi perekonomian AS juga berdampak pada perekonomian Indonesia. Pertama, melalui jalur perdagangan (*trade channel*). Jika perekonomian AS memburuk, daya serap terhadap produk-produk dari berbagai Negara akan menurun. Akibatnya, banyak Negara mitra dagang AS akan mengalami perlambatan ekspor dan kemudian perlambatan pertumbuhan ekonomi. Kedua, melalui jalur aliran modal (*capital channel*) yang umumnya berwujud modal jangka pendek. Karena prospek perekonomian AS menurun, maka kinerja perusahaan juga akan menurun. Akibatnya, harapan para investor terhadap emiten akan menurun pula, sehingga mereka memilih mengalihkan dananya ke pasar modal di kawasan lain yang tidak terkena dampak langsung krisis.

Tulisan ini meneliti kinerja keuangan bank-bank konvensional pada periode sebelum krisis, dan sesudah krisis keuangan global. Adapun bank yang diteliti sebanyak 15 bank, yang merupakan bank yang memiliki kantor cabang di Sulawesi Selatan dan terdaftar di Bursa Efek.

Rumusan Masalah

1. Apakah terdapat perbedaan kinerja bank sebelum dan sesudah krisis keuangan global.
2. Bank manakah yang memiliki kinerja yang paling tinggi sebelum, dan sesudah krisis keuangan global

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis kinerja keuangan bank sebelum dan sesudah krisis keuangan global
2. Untuk mengetahui bank mana yang memiliki kinerja paling tinggi sebelum, dan sesudah krisis keuangan global.

Kegunaan Penelitian

1. Diharapkan dapat mengetahui kinerja bank konvensional sebelum, dan sesudah krisis keuangan global.
2. Diharapkan dengan mengetahui tingkat kinerja keuangan perbankan, maka kita bisa memilih bank yang tepat dalam menyimpan asset kita.
3. Sebagai bahan referensi bagi yang ingin melakukan penelitian yang berhubungan dengan tesis ini.

Batasan Penelitian

1. Masa sebelum krisis global tahun 2007 dan masa sesudah krisis global kami gunakan tahun 2009.
2. Bank yang dijadikan sampel adalah bank – bank yang memiliki unit usaha konvensional yang terdaftar di Bursa Efek dan memiliki cabang di Sulawesi Selatan yaitu PT. Bank Negara Indonesia (BNI),

- PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI), PT. Bank Tabungan Negara (BTN), PT. Bank Mandiri, PT. Bank ArtaGraha, PT. Bank Bukopin, PT. Bank Central Asia, Tbk (BCA), PT. Bank CIMB Niaga, Tbk, PT. Bank Danamon Indonesia, Tbk, PT. Bank Internasional Indonesia, Tbk (BII), PT. Bank Mega, Tbk, PT. Bank Permata, Tbk, PT. Panin Indonesia Bank, Tbk, PT. Bank Tabungan Pensiun Nasional, Tbk (BTPN) dan PT. Bank NISP, Tbk.
3. Laporan Keuangan yang digunakan adalah laporan keuangan yang dipublikasikan lewat hasil download www.idx.co.id.
 4. Rasio keuangan yang digunakan adalah rasio keuangan bank yang dipublikasikan dengan menggunakan alat analisis ROA, ROE, dan LDR.

TINJAUAN PUSTAKA

Perhitungan Rasio Keuangan

1) Rasio Profitabilitas

❖ *Return On Equity (ROE)*

Adalah rasio profitabilitas yang menunjukkan perbandingan antara Laba bersih dengan total modal bank, rasio ini menunjukkan tingkat % (persentase) yang dapat dihasilkan.

$$\text{Rumus} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Modal}} \times 100\%$$

❖ *Return On Assets (ROA)*

Adalah rasio profitabilitas yang menunjukkan perbandingan antara laba bersih dengan Total asset bank. Rasio ini menunjukkan tingkat efisiensi pengelolaan asset yang dilakukan oleh bank yang bersangkutan. Semakin tinggi angka ROA menunjukkan pengelolaan asset semakin produktif.

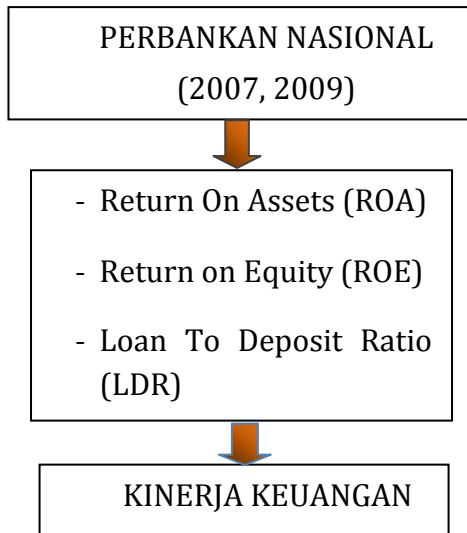
$$\text{Rumus} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Assets}} \times 100\%$$

2) Loan To Deposit Ratio (LDR)

Loan adalah perbandingan antara total kredit yang diberikan dengan total Dana Pihak Ketiga (DPK) yang dapat dihimpun oleh bank. LDR akan menunjukkan tingkat kemampuan bank dalam menyalurkan dana pihak ketiga yang dihimpun oleh bank yang bersangkutan.

$$\text{Rumus} = \frac{\text{Total Kredit yang diberikan}}{\text{Total DPK}} \times 100\%$$

Kerangka Konseptual



Hipotesis

1. Diduga terdapat perbedaan kinerja bank konvensional sebelum dan sesudah krisis keuangan global.
2. Diduga bank yang memiliki kinerja paling tinggi sebelum, pada saat dan sesudah krisis keuangan global adalah PT Bank Rakyat Indoneisa, Tbk.

METODE PENELITIAN

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah data sekunder dari bank konvensional, yang dijadikan sampel adalah laporan keuangan per triwulan periode tahun 2007 dan 2009 yang berupa neraca dan laporan laba rugi yang diperoleh dari bursa efek.

Metode analisis

Dalam penelitian ini metodologi yang digunakan adalah metode uji beda yaitu *Paired sample T-test* (pengujian dua sampel berpasangan/berhubungan) masing-masing untuk tahun 2007, 2008 dan 2009:

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2} - 2r \left(\frac{S_1}{\sqrt{n_1}}\right) \left(\frac{S_2}{\sqrt{n_2}}\right)}}$$

Kesimpulan yang mungkin di dapat adalah:

- Ho diterima jika $-t \text{ tabel} \leq t \text{ hitung} \leq t \text{ table}$
- Ho ditolak jika $-t \text{ hitung} < -t \text{ table}$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ table}$.

Atau berdasar probabilitas:

- Ho diterima jika $P \text{ value} > 0,05$
- Ho ditolak jika $P \text{ value} < 0,05$

Definisi Operasional

Kinerja keuangan, yaitu suatu prestasi atau hasil yang telah dicapai oleh manajemen perusahaan dalam menjalankan fungsinya. Indikator-indikator yang digunakan antara lain adalah:

- a. *Return on Assets* (ROA), yaitu indikator kemampuan perbankan untuk memperoleh laba atas sejumlah aset yang dimiliki oleh bank. ROA dapat diperoleh dengan cara menghitung rasio antara laba bersih dengan total aktiva (Net Income dibagi Total Assets).
- b. *Return on Equity* (ROE), yaitu indikator kemampuan perbankan dalam mengelola modal yang tersedia untuk mendapatkan laba bersih. ROE dapat diperoleh dengan cara menghitung rasio antara laba setelah pajak dengan total ekuitas (Net Income dibagi Total Equity).
- c. *Loan to Deposit Ratio* (LDR), yaitu indikator kemampuan perbankan dalam membayar semua dana masyarakat dan modal sendiri dengan mengandalkan kredit yang telah didistribusikan ke masyarakat. LDR dapat diperoleh dengan cara menghitung rasio antara total loan dengan total deposit (Total Loan dibagi Total Deposit).

PEMBAHASAN

A. Perhitungan Rentabilitas

a. Return on Asset (ROA)

Pada tahun 2007 bank mempunyai rata-rata (*mean*) rasio ROA triwulan I, II, III dan IV masing-masing sebesar 0.4362%, 0.8437%, 1.1984% dan 1.3823%. Dilihat dari ROA bank yang memiliki kinerja paling tinggi adalah PT Bank Tabungan Pensiun Nasional sebesar 3,28 % pada akhir tahun

2007 jauh diatas rasio idial yang diisyaratkan oleh Bank Indonesia yaitu sebesar 1.5%. Dan yang memiliki ROA yang paling ideal menurut Bank Indonesia adalah PT Bank Mega Tbk sebesar 1,49% pada akhir tahun 2007.

Pada tahun 2009 bank mempunyai rata-rata (*mean*) rasio ROA triwulan I, II, III dan IV masing-masing sebesar 0.3171%, 0.6432%, 1.0136% dan 1.2826%. Bank yang memiliki ROA paling tinggi yaitu PT Bank Central Asia, Tbk. Sebesar 2,41% pada akhir tahun 2009 dan yang paling ideal adalah PT Bank CIMB Niaga, Tbk dengan rasio 1,46% pada akhir tahun 2009.

Secara umum ROA bank untuk triwulan I mengalami penurunan dari tahun 2007 sampai 2009 masing-masing dari 0.4362, dan 0.3171. Triwulan II juga mengalami hal yang serupa tahun 2007 sebesar 0.8437, dan tahun 2009 sebesar 0.6432. Triwulan III juga demikian dari 1.1984 pada tahun 2007 menjadi 1.0136 pada tahun 2009. Demikian juga halnya pada triwulan IV pada tahun 2007 sebesar 1.3823 dan pada tahun 2009 triwulan IV ini terjadi kenaikan sedikit menjadi 1.2826.

b. Return on Equity (ROE)

Bank mempunyai rata-rata (*mean*) rasio ROE triwulan I, II, III dan IV masing-masing sebesar 4.4480%, 8.3952%, 11.6701% dan 14.9265%. Bank yang memiliki ROE tertinggi adalah PT Bank Tabungan Pensiun Nasional sebesar 28,05% pada akhir tahun 2007 dan yang paling ideal berdasarkan Bank Indonesia yaitu PT Panin Indonesia Bank, Tbk dengan rasio 11,36% juga PT Bank Permata, Tbk dengan rasio 12,79% pada akhir tahun 2007.

Bank mempunyai rata-rata (*mean*) rasio ROE triwulan I, II, III dan IV masing-masing sebesar 3.5225%, 6.8978%, 10.4961% dan 13.4697%. Namun jika diperhatikan rasio ROE bank mengalami penurunan dari tahun 2007 ke 2009 (masing-masing 14.9265%, 14.0336% dan 13.4697%).

B. Perhitungan Likuiditas

Bank mempunyai rata-rata (*mean*) rasio LDR triwulan I, II, III dan IV masing-masing sebesar 72.2033%, 78.9788%, 83.5030% dan 72.9049%. Bank yang memiliki LDR paling tinggi yaitu PT Bank Permata, Tbk dengan rasio 118,88% pada akhir tahun 2007.

Bank mempunyai rata-rata (*mean*) rasio LDR triwulan I, II, III dan IV masing-masing sebesar 80.6926%, 86.6323%, 88.2438% dan 80.5741%.

Bank mempunyai rata-rata (*mean*) rasio LDR triwulan I, II, III dan IV masing-masing sebesar 79.4296%, 79.4448%, 81.7535% dan 77.82253%. Bank yang memiliki LDR paling tinggi pada akhir tahun 2009 yaitu PT Bank Permata, Tbk dengan rasio 112,78%.

Dan jika diperhatikan rasio LDR bank mengalami kenaikan dari tahun 2007 ke 2009 (72.9049% - 77.82253%).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Terdapat perbedaan signifikan kinerja bank konvensional sebelum dan sesudah krisis keuangan global.
2. Bank yang memiliki kinerja paling baik adalah;
 - a. Dilihat dari rasio keuangan ROA, pada tahun 2007 bank yang memiliki kinerja paling tinggi yaitu PT. BTPN sebesar 3,28%, dan tahun 2009 PT. BCA sebesar 2,41%.
 - b. Dilihat dari rasio keuangan ROE, pada tahun 2007 bank yang memiliki kinerja yang paling tinggi adalah PT. Bank Tabungan Pensiun Nasional yaitu 28,05%, dan tahun 2009 PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk sebesar 26,81%.
 - c. Kemudian dilihat dari rasio keuangan LDR, pada tahun 2007 yaitu PT Bank Permata, Tbk dengan rasio 118,88%. Dan pada tahun 2009 (sesudah krisis) yaitu PT Bank Permata, Tbk dengan rasio 112,78%.

Saran

Berdasarkan hasil pembahasan diatas, maka disarankan:

1. Bagi bank agar tidak terlalu mudah dan longgar dalam memberikan kredit atau pinjaman yang bersipat konsumtif dan sector non rill seperti pembiayaan pada pasar modal dan surat-surat berharga lainnya termasuk pembiayaan investasi diluar negeri dalam bentuk mata uang asing.
2. Bagi bank sebaiknya lebih banyak memberikan pinjaman atau pembiayaan pada sector usaha rill seperti pertanian, perikanan, perkebunan, pertambangan, perdagangan barang dan lain-lain.
3. Bagi bank sebaiknya senantiasa menjaga Rasio keuangannya pada kondisi ideal berdasarkan bank Indonesia.
4. Bagi Nasabah dan calon nasabah bank agar berhati-hati dalam menitipkan dananya pada bank, sebaiknya menitipkan dana pada bank yang berada pada posisi aman dengan rasio keuangan yang

ideal menurut bank Indonesia serta sebaiknya memilih bank pemerintah dan bank yang dijamin oleh pemerintah.

DAFTAR PUSTAKA

- Bank Indonesia, 2008, Statistik Perbankan Indonesia 2007.
- Bank Indonesia, 2008, kajian Ekonomi Regional Triwulan III – 2008.
- Bank Indonesia, 2009, Statistik Perbankan Indonesia 2008.
- Bank Indonesia, 2008. Laporan Perekonomian Indonesia 2007.
- Bank Indonesia, 2009. Laporan Perekonomian Indonesia 2008.
- Bank Indonesia, 2009. Arsitektur Perbankan Indonesia.
- Bank Indonesia, 2010, Statistik Perbankan Indonesia 2009.
- Bank Indonesia, 2010. *Krisis global dan Penyelamatan Sistem Perbankan Indonesia*, Jakarta.
- Baridwan, Zaki, 2003. *Intermediate Accounting*. Penerbit BPFE. Yogyakarta.
- Bastian, Indra dan Suhardjono, 2006. *Akuntansi Perbankan*. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Febryani, Anita dan Zulfadin, Rahadian; 2003 *Kajian Ekonomi dan Keuangan*, Voume 7, No. 4 Analisis Kinerja Bank Devisa Dan Bank Non Devisa Di Indonesia
- Hermawan, Lili, 2008. *Keluar Dari Krisis Global*. Penerbit Grafindo Khazanah Ilmu. Jakarta Selatan
- IAI, 2010. *Standar Akuntansi Keuangan*. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Irmayanto, Juli, 2001, *Bank dan Lembaga keuangan Lainnya*. Jakarta: Media Ekonomi Publishing-Universitas Trisakti.
- Martono, 2002, *Bank & Lembaga Keuangan lain*. Penerbit Eonisia Fakultas Ekonomi UI Yogyakarta.
- Riyadi, Selamat 2004 *Banking Assets And Liability Management*. Penerbit Fakultas ekonomi UI. Jakarta.

Sekaran, Uma. 2006. *Research Methods For Business*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.

Tim Asistensi Sosialisasi Kebijakan Pencegahan dan Penanganan Krisis sistem Keuangan Departemen Keuangan RI, 2010. *Buku Putih Upaya pemerintah dalam Pencegahan dan Penanganan Krisis*, Jakarta.

Www.idx.co.id. Laporan Keuangan triwulan 2007, Bursa Efek, 2008.

Www.idx.co.id. Laporan Keuangan triwulan 2008, Bursa Efek, 2009,.

Www.idx.co.id. Laporan Keuangan triwulan 2009, Bursa Efek, 2010,.

Weston, Fred dan Copeland, 1995, Manajemen keuangan Edisi Kesembilan (Edisi Revisi). Penerbit Binarupa Aksara

Wikipedia, 2008. Financial crisis. Didownload dari http://en.wikipedia.org/wiki/Financial_crisis

Analisis Strategi Segmentasi Pasar Terhadap Tingkat Penjualan Rumah pada PT. Bumi Reskita Makassar

Oleh
Oleh : H. Abd. Azis Sangkala²

ABSTRAK

Tujuan penulisan ini adalah untuk mengetahui mengetahui kebijakan strategi segmentasi pasar terhadap tingkat penjualan rumah pada PT. Bumi Reskita Makassar.

PT. Bumi Reskita Makassar merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang pembangunan perumahan yang membangun dan memasarkan rumah dengan berbagai jenis type rumah tinggal maupun ruko baik yang kelas menengah maupun untuk kelas menengah ke atas. Dasar-dasar segmentasi pasar terbagi atas 3, yaitu : Dimensi Geografis (Kedaerahan), Dimensi Demografis (Kependudukan) dan Dimensi Psikografis (Gaya Hidup, Life Style).

Peningkatan volume penjualan rumah yang penulis peroleh dari tahun 2003 hingga tahun 2007, data tersebut bermaksud untuk menggambarkan secara nyata kepada yang berkepentingan untuk mengetahui kegiatan atau aktivitas dari PT. Bumi Reskita Makassar. Pengaruh segmentasi pasar yang efektif sangat berpengaruh terhadap peningkatan penjualan rumah.

PENDAHULUAN

Pembangunan dewasa ini meliputi pembangunan di segala bidang dalam rangka menuju suatu kehidupan masyarakat yang adil dan makmur. Sejalan dengan pembangunan ini, maka pertumbuhan berbagai perusahaan yang menghasilkan barang dan jasa yang telah turut berupaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Salah satu diantaranya adalah pemenuhan kebutuhan akan perumahan yang layak dan terjangkau oleh masyarakat. Hal ini sektor swasta merupakan unsur yang terlibat langsung dalam membantu pemerintah menanggulangi hal tersebut.

Nampaknya usaha ini cukup cerah yang ditandai semakin banyaknya perusahaan yang bergerak di bidang pembangunan

² Dosen Fakultas Ekonomi Univ. Muhammadiyah Makassar

perumahan, yang menawarkan jasa penyediaan rumah dari berbagai jenis dan type.

Sistem pemasaran merupakan salah satu diantara beberapa kegiatan manajemen yang mempunyai peranan penting, karena merupakan penunjang langsung terhadap volume penjualan agar memperoleh laba yang maksimal. Perusahaan harus mampu merebut *market share* yang lebih besar dan hanya mungkin terjadi bila pengusaha cukup jeli dalam melihat kebutuhan dan keinginan masyarakat. PT. Bumi Reskita dalam hal ini harus mampu mensegmentasikan pemasaran rumah melalui salah satu type segmentasi pasar, dalam hal ini perumahan Pesona Mutiara Pallangga yang merupakan salah satu pilihan segmentasi pasar yang dilaksanakan oleh perusahaan melalui segmentasi psikografis (*gaya hidup, life style*).

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Pemasaran

Batasan pengertian mengenai pemasaran untuk lebih jelasnya, maka ada beberapa pendapat ahli mengenai pengertian pemasaran itu sendiri. seperti yang dikemukakan oleh Radiosunu. Manajemen Pemasaran (2001 : 2) yaitu Marketing adalah kegiatan manusia yang diarahkan pada usaha memuaskan keinginan dan kebutuhan melalui proses pertukaran.

Pengertian lain mengenai pemasaran secara sederhana dikemukakan oleh Manullang. Dasar-dasar Pemasaran (2000: 172) pemasaran merupakan salah satu bentuk kegiatan penting dalam suatu perusahaan disamping bentuk-bentuk lainnya seperti produksi dan pembelanjaan dalam rangka mewujudkan tujuan, yaitu memperoleh keuntungan dan meningkatkan kesejahteraan karyawannya.

Berdasarkan pengertian di atas, dapat dijelaskan bahwa pemasaran bertalian bukan dengan barang-barang berwujud semata. Ia juga memainkan peranan sama berkenan dengan distribusi jasa.

Menurut M. Mursid. Manajemen Pemasaran (2006 : 26), bahwa pemasaran adalah tidak lain daripada suatu proses perpindahan barang atau jasa dari tangan produsen ke tangan konsumen.

Dengan demikian bahwa ruang lingkup pemasaran merupakan proses perpindahan barang dan jasa dari tangan produsen ke tangan konsumen, tidaklah sesederhana namanya, karena jangkauannya sangatlah luas.

Hal yang penting yang harus diingat ialah bahwa marketing itu pertama-tama harus berhubungan dengan adanya pemindahan hak milik secara memuaskan.

B. Pengertian Segmentasi Pasar

Pengertian segmentasi pasar menurut Bilson Simamora, *Memenangkan Pasar* (2003: 127), segmen pasar (*market segment*) adalah sekelompok pembeli yang memiliki karakteristik yang sama dan memberikan respons yang sama terhadap aktivitas pemasaran tertentu.

Menurut Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Strategis* (2001:158), segmentasi pasar adalah merupakan usaha untuk mengelompok-kelompokkan pasar dari pasar yang selalu bersifat heterogen kedalam bagian-bagian pasar yang memiliki sifat yang homogen.

Berdasarkan kedua pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa segmentasi pasar dimulai dari pemikiran bahwa manusia itu berbeda-beda (heterogen) akan tetapi dapat digolongkan pada beberapa bagian (pangsa, segmen) yang memiliki sifat-sifat yang serupa (homogen).

C. Dasar-dasar Segmentasi Pasar

Menurut Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Strategis* (2001:159), dasar-dasar segmentasi pasar terbagi atas 3, yaitu :

1. Dimensi Geografis (Kedaerahan)

Dimensi geografis misalnya segmen pasar Jawa Tengah, segmen pasar Jawa timur, Jawa Barat, Sumatra, Kalimantan dan sebagainya. Disamping itu dengan dimensi geografis ini juga dapat diperoleh pula segmen pasar perkotaan, segmen pedesaan, pegunungan, pantai dan sebagainya.

2. Dimensi Demografis (Kependudukan)

Penggunaan dimensi demografis atau kependudukan meliputi berbagai bentuk yaitu; jenis kelamin, umur, pekerjaan, penghasilan dan sebagainya. Oleh karena itu dengan dasar segmentasi ini akan dapat dibedakan berbagai segmen misalnya segmen pria, segmen wanita, anak-anak, remaja dewasa, manula, pegawai negeri, pegawai swasta dan sebagainya.

3. Dimensi Psikografis (Gaya Hidup, *Life Style*)

Dimensi psikografis atau gaya hidup merupakan dimensi yang paling banyak variasinya. Dengan dasar segmentasi ini akan dihasilkan berbagai segmen pasar antara lain : segmen pasar tradisional, modern, supra moderen, hipra modern, kelas menengah, kelas bawah, kelas tinggi, segmen yang eksklusif, segmen eksekutif muda dan sebagainya.

Perusahaan harus menggunakan variabel yang relevan dalam segmentasi pasar. Menurut Bilson Simamora, *Memenangkan Pasar*

(2003: 129), mengemukakan bahwa agar suatu segmen bermanfaat, maka segmen yang dihasilkan harus memiliki karakteristik berikut :

1. Berbeda (*distinctive*). Segmen tersebut memiliki karakteristik dan perilaku pembelian yang berbeda dari segmen-segmen lain.
2. Dapat diukur (*measurable*). Ukuran, daya beli dan profil segmen yang dihasilkan harus dapat diukur.
3. Dapat dijangkau (*accessible*). Segmen pasar dapat dijangkau dan dilayani secara efektif.
4. Dapat digarap (*actionable*). Program yang efektif dapat didesain untuk menarik dan melayani segmen pasar.

D. Mengevaluasi Segmen Pasar

Menurut Bilson Simamora, Memenangkan Pasar (2003: 130), mengemukakan bahwa segmen-segmen yang perlu dievaluasi dalam hal : ukuran dan pertumbuhan segmen, daya tarik segmen dan sasaran, serta sumber daya yang dimiliki perusahaan.

1. Ukuran dan pertumbuhan segmen. Perusahaan perlu mengumpulkan data mengenai tingkat permintaan pasar, tingkat pertumbuhan pasar, serta tingkat keuntungan yang diharapkan dari setiap segmen. Setelah menemukan data-data tersebut, prosesnya belum berhenti sampai disitu. Artinya, perusahaan belum bisa langsung menentukan segmen mana yang akan dimasuki.
2. Daya tarik segmen. Setelah mengetahui ukuran dan pertumbuhan setiap segmen, perusahaan perlu mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi daya tarik jangka panjang setiap segmen. Suatu segmen menarik atau tidak tergantung dari kriteria yang ditetapkan oleh perusahaan, yang jelas sebuah segmen menarik atau tidak tergantung pada apakah segmen tersebut memungkinkan perusahaan memperoleh posisi yang nyaman (*comfortable*) sesuai dengan sasaran perusahaan.

E. Memilih Segmen Pasar

Setelah mengevaluasi segmen-segmen yang ada, tiba saatnya perusahaan menentukan pasar sasaran. Pasar sasaran adalah segmen yang dijadikan sebagai sasaran pemasaran produk. Menurut Bilson Simamora, Memenangkan Pasar (2003:133), mengemukakan bahwa jika dilihat dari jumlah segmen yang dilayani, ada tiga strategi dalam memilih segmen pasar, yaitu:

1. Pemasaran serba sama (*undifferentiated marketing*)

Dalam menggunakan strategi ini, perusahaan hanya membuat satu bauran pemasaran untuk seluruh pasar. Perusahaan mengabaikan perbedaan setiap segmen, sebaliknya perusahaan

memperlakukan seluruh segmen sebagai satu pasar. Keuntungan dari strategi ini adalah biaya yang lebih rendah, sebab dengan menerapkan sistem produksi massal, biaya produksi, inventori, dan transportasi lebih rendah. Dengan strategi ini, biaya iklan, manajemen produk dan riset pemasaran juga diperkecil, sebab hanya ada satu produk. Kekurangan dari strategi ini pertama, tidak mungkin satu produk memuaskan seluruh pasar, kedua dalam membuat bauran pemasaran, perusahaan membuat segmen yang paling besar sebagai patokan. Dalam segmen besar demikian, biasanya tingkat persaingan juga tinggi. Dalam jangka panjang, dimana persaingan meningkat terus, strategi ini tidak bisa dipertahankan lagi.

2. Pemasaran Serbaneka (*differentiated marketing*) Dengan strategi ini, perusahaan membuat beberapa bauran pemasaran yang ditujukan pada beberapa segmen. Dengan demikian, perusahaan akan memperoleh posisi yang lebih kuat pada segmen-segmen yang dipilihnya. Total penjualannya juga umumnya lebih besar dibanding strategi serbasama.
3. Pemasaran terpusat (*concentrated marketing*) strategi ini menarik kalau sumber daya perusahaan terbatas. Kalau tidak mampu memasuki banyak segmen, perusahaan dapat mengkonsentrasikan diri pada satu segmen saja. Karena hanya melayani satu segmen, posisi lebih kuat sebab perusahaan dapat menguasai perilaku pembelian segmen secara baik.

F. Pengertian Penjualan

Pada saat perusahaan menjual barang dagangannya, maka diperoleh pendapatan. Jumlah yang dibebankan kepada pembeli untuk barang dagangan yang diserahkan merupakan pendapatan perusahaan yang bersangkutan. Penjualan dapat dilakukan secara kredit maupun tunai pada umumnya kepada beberapa langganan.

Secara umum penjualan dapat didefinisikan sebagai salah satu fungsi pemasaran yang sangat penting bagi perusahaan yang merupakan kegiatan terakhir daripada kegiatan-kegiatan lainnya.

Menurut Soehardi Sigit. *Marketing Praktis* (2001:55), menyatakan bahwa penjualan (*selling*) adalah sasaran inti diantara kegiatan-kegiatan lainnya sebab disini dilakukan perundingan, persetujuan tentang harga dan serah terima barang serta pembayarannya.

Soehardi Sigit. *Marketing Praktis* (2001:56) menyatakan bahwa dalam garis besarnya metode penjualan digolongkan sebagai berikut :

1. Personal selling (penjualan secara pribadi)
2. Advertensi

3. Pesanan lewat pos (mail order)
4. Mesin penjualan otomatis
5. Korespondensi
6. Samples (monster, contoh)
7. Fairs (pasar malam), pertunjukan (shows)
8. Pasar dan lelang

Soemarso. Akuntansi Suatu Pengantar (2004:164), mendefinisikan penjualan barang dagangan oleh sebuah perusahaan dagang biasanya hanya disebut "penjualan". Jumlah transaksi penjualan yang terjadi biasanya cukup besar dibandingkan dengan jenis transaksi yang lain.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Kemampuan dan Bidang-Bidang Usaha Perusahaan

Dalam menerjemahkan proyek-proyek PT. Bumi Reskita Makassar, telah memiliki tenaga-tenaga yang handal di bidangnya yang melalui seleksi yang cukup ketat. Untuk lebih meningkatkan kemampuan para tenaga-tenaga tersebut PT. Bumi Reskita saat ini telah menyekolahkan 2 orang tenaga tehnik pada tingkat strata 2.

Adapun bidang-bidang usaha yang terdapat pada PT. Bumi Reskita antara lain sebagai berikut :

1. Menjalankan usaha dalam bidang realestate antara lain menjalankan pendirian gedung-gedung dan pembangunan perumahan.
2. Training berupa pemasangan jaringan listrik.
3. Melakukan pemasangan kabel telepon.
4. Melakukan usaha bidang perencanaan dan pelaksanaan.

B. Jenis dan Type Produk PT. Bumi Reskita Makassar

Perusahaan perumahan PT. Bumi Reskita Makassar, telah menyediakan jenis rumah elite dengan berbagai type yang diprioritaskan. Yaitu :

1. Untuk perumahan Pesona Mutiara Pallangga dengan type 36/105 dan type 45/120, yang berlokasi di Pallangga Kabupaten Gowa.
2. Untuk proyek Mutiara Mandai Indah terdiri dari :
 - a. Ruko Mutiara type 150/110
 - b. Pesona Berlian type 70/135.
 - c. Pesona Intan type 54/120.
 - d. Pesona Mutiara type 45/105 dan type 36/90.

Perumahan PT. Bumi Reskita Makassar dibuat dengan desain yang sedemikian rupa seperti pagar dari tanaman, penanaman pohon untuk menambah keasrian dan kesejukan.

Untuk lebih jelasnya lagi, maka penulis akan mengemukakan harga rumah dalam tabel daftar harga rumah pada PT. Bumi Reskita, sebagai berikut :

Tabel 1 Daftar Angsuran Perumahan PT. Bumi Reskita untuk Perumahan Mutiara Mandai Indah Tahun 2008

TYPE	HARGA JUAL	UANG MUKA 30%	JUMLAH KPR	ANGSURAN KREDIT		
				5 THN	10 THN	15 THN
Ruko Mutiara T. 150 / 110	355.000.000	106.500.000	248.500.000	5.977.171	4.085.589	3.563.490
Pesona Berlian T. 70 / 135	205.500.000	61.650.000	143.500.000	3.460.024	2.365.038	2.062.809
Pesona Intan T. 54 / 120	162.600.000	48.780.000	113.820.000	2.737.712	1.871.315	1.632.179
Pesona Mutiara T. 45 / 105	120.750.000	36.225.000	84.525.000	2.033.080	1.389.676	1.212.089
Pesona Mutiara T. 36 / 90	95.000.000	28.500.000	66.500.000	1.599.525	1.093.327	953.610

Sumber : PT. Bumi Reskita, Makassar 2008.

Catatan : Harga kelebihan tanah

1. Type 36 & 45 Rp. 400.000,-
2. Type 54, 70 & Ruko Rp.500.000,-

Tabel 2 Daftar Angsuran Perumahan PT. Bumi Reskita untuk Perumahan Pesona Mutiara Pallangga Tahun 2008

TYPE	HARGA JUAL	UANG MUKA 30%	JUMLAH KPR	ANGSURAN KREDIT		
				5 THN	10 THN	15 THN
36 / 105	52.500.000	15.750.000	36.750.000	826.802	537.947	452.944
45 / 120	63.000.000	18.900.000	44.100.000	992.162	645.536	543.533

Sumber : PT. Bumi Reskita, Makassar 2008.

Catatan :

Harga kelebihan tanah / meter Rp.150.000,-

Harga di atas sudah termasuk :

- Izin Mendirikan Bangunan (IMB).
- Biaya Penyambungan air bersih.
- Biaya penyambungan listrik 900 VA (T.70 & Ruko listrik 1300 VA).

Harga belum termasuk :

- PPN.
- Bea balik nama dan akte jual beli
- BPHTB (Biaya Perolehan Hak Tanah dan Bangunan)
- Biaya KPR dari Bank.

Keterangan :

- Tanda jadi Rp.5.000.000,-
- Uang muka minimal 20% dari harga jual

Persyaratan Umum :

- Foto copy KTP Suami + istri yang masih berlaku.
- Foto copy Kartu Keluarga
- Foto copy Akte Nikah
- Foto copy NPWP/PPH Psl. 21 Formulir 1721 A..1
- Foto copy buku tabungan / rekening Koran 3 bulan terakhir.

Persyaratan Khusus :

Khusus Karyawan :

- Slip gaji bulan terakhir.
- Akta pendirian perusahaan.

Produk yang dihasilkan di sini berupa rumah hunian dengan gaya/style yang sesuai. Type-type yang ada pada daftar harga rumah di atas bermacam-macam dengan harga yang berbeda pula. Perusahaan membuat produk yang sesuai dengan kebutuhan dan selera konsumen yang selalu berubah mengingat persaingan antara sesama produsen cukup kuat.

1. Perumahan Mutiara Mandai Indah
 - a. Ruko Mutiara dengan type 150/110 dengan luas tanah 5 x 22 meter, harga jual sebesar Rp.355.000.000,- dengan lama angsuran 5 tahun, 10 tahun, dan 15 tahun. Type ini diperuntukkan bagi mereka yang berpenghasilan sekitar Rp.5.000.000,- untuk mereka yang berpenghasilan di bawah Rp.1.000.000,- tidak akan dapat menjangkaunya.
 - b. Pesona Berlian dengan type 70/135 dengan luas tanah 9 x 15 meter, harga jual sebesar Rp.205.500.000,- dengan lama angsuran 5 tahun, 10 tahun, dan 15 tahun. Type ini diperuntukkan bagi mereka yang berpenghasilan sekitar

- Rp.4.000.000,-. Konsumen seperti ini seperti pengusaha-pengusaha menengah ke atas.
- c. Pesona Mutiara dengan type 45/105 dengan luas tanah 7 x 15 meter, harga jual sebesar Rp.162.600.000,- dengan lama angsuran 5 tahun, 10 tahun, dan 15 tahun. Type ini diperuntukkan bagi mereka yang berpenghasilan sekitar Rp. 3.000.000,-.
 - d. Pesona Mutiara dengan type 36/90 dengan luas tanah 6 x 15 meter, harga jual sebesar Rp.95.000.000,- dengan lama angsuran 5 tahun, 10 tahun, dan 15 tahun. Type ini diperuntukkan bagi mereka yang berpenghasilan sekitar Rp. 2.000.000,-.
2. Pesona Mutiara Pallangga
- a. Rumah sederhana dengan type 36/105 dengan luas tanah 7 x 15 meter, harga jual sebesar Rp.52.500.000,- dengan lama angsuran 5 tahun, 10 tahun, dan 15 tahun. Type ini diperuntukkan bagi mereka yang berpenghasilan sekitar Rp.2.000.000, seperti pegawai-pegawai dan pengusaha menengah ke bawah.
 - b. Rumah sederhana dengan type 45/120 dengan luas tanah 8 x 15 meter, harga jual sebesar Rp.63.000.000,- dengan lama angsuran 5 tahun, 10 tahun, dan 15 tahun. Type ini diperuntukkan juga bagi pegawai dan pengusaha menengah ke bawah.

Harga-harga di atas sewaktu-waktu dapat berubah. Untuk mereka yang ingin membeli rumah di perumahan Pesona Mutiara Pallangga dan Mutiara Mandai Indah harus memenuhi persyaratan umum seperti fotocopy KTP suami dan istri yang masih berlaku, foto copy kartu keluarga, foto copy akte nikah (jika sudah menikah), foto copy NPWP/PPH Pasal 21 Formulir 1721 A.1, foto copy tabungan / rekening Koran 3 bulan terakhir, pas foto ukuran 3 x 4 sebanyak 2 lembar. Selain persyaratan umum adapula persyaratan khusus yang harus dipenuhi yaitu jika user merupakan karyawan, maka harus melampirkan slip gaji bulan terakhir, SK pengangkatan terakhir/ surat keterangan bekerja asli. Khusus untuk wiraswasta / pengusaha : harus melampirkan foto copy surat-surat izin usaha (SITU, SIUP, TDP) dan foto copy akta pendirian perusahaan.

Bagian pemasaran disini seolah-olah bertugas sebagai mata-mata perusahaan yang harus selalu jeli dalam mengamati kebutuhan konsumen, dan perusahaan secara terus menerus memberikan saran

dan perbaikan atau, kalau perlu perubahan desain produk disesuaikan dengan keinginan user.

Sedangkan penggunaan bahan pada perumahan Pesona Mutiara Pallangga dan perumahan Mutiara Mandai Indah menggunakan bahan-bahan yang bagus dengan pondasi yang kokoh dari batu kali serta lantai keramik baik kamar maupun WC dan dilengkapi dengan garasi dan carpor, tentu saja untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan para konsumen.

C. Jenis Segmentasi dan Sasaran Pasar yang Ingin Dituju pada Penjualan Produk PT. Bumi Reskita Makassar

Seperti yang telah diketahui bahwa segmentasi pasar penting juga dalam dunia usaha, karena melalui segmentasi pasar perusahaan juga dapat memasarkan produknya. Apalagi saat sekarang di dalam situasi persaingan sekarang ini yang semakin tajam. Dikatakan bahwa berhasil tidaknya suatu pemasaran produk akan bisa ditentukan oleh berbagai segmentasi yang digunakan oleh suatu perusahaan yang dapat memberi kesan langsung kepada konsumen.

Jenis segmentasi pasar yang diterapkan oleh PT. Bumi Reskita Makassar adalah :

1. Konsumen Berpenghasilan Menengah

Seperti yang kita ketahui, bahwa pendapatan per kapita penduduk Kota Makassar sudah dapat dikatakan cukup baik, hal ini terlihat dari tingginya minat konsumen untuk menginvestasikan modalnya dalam bidang property. Hal ini dapat terlihat dimana dari tahun ke tahun peningkatan penjualan rumah cukup signifikan. Konsumen yang berpenghasilan menengah artinya, konsumen tersebut mampu memenuhi kebutuhan hidupnya walaupun dengan produk yang standar.

Dengan pendapatan konsumen menengah tersebut, maka mereka tentunya sudah mampu memenuhi kebutuhan rumah walaupun dengan dengan type RS (rumah sederhana). Harga produk rumah yang ditawarkan mencapai puluhan juta, untuk itu bagi mereka yang berpenghasilan Rp.2 juta ke atas perbulan merupakan sasaran bagi perusahaan dalam menjual produknya.

2. Konsumen Berpenghasilan Menengah ke atas

Bagi konsumen yang berpenghasilan di atas Rp. 4 juta, mereka digolongkan konsumen yang berpenghasilan menengah ke atas, artinya sasaran PT. Bumi Reskita Makassar adalah menawarkan produk rumah dengan harga di atas Rp. 100 juta dengan angsuran yang bervariasi tergantung dari uang muka

konsumen. Tetapi pada kenyataannya konsumen yang mempunyai daya beli mereka masih kurang untuk dapat membeli rumah di atas ratusan juta masih kurang, karena itu PT. Bumi Reskita Makassar lebih memfokuskan untuk membangun rumah type RS (rumah sederhana).

3. Keluarga yang mempunyai anak

PT. Bumi Reskita Makassar dalam menyediakan rumah yang siap huni dengan ukuran yang cukup dan suasana rumah yang nyaman dan sejuk bagi keluarga yang beranggotakan 5 orang tidak terlalu sempit untuk mereka tempat. Suasana akan lebih nyaman dan tidak sumpek.

4. Lokasi Perumahan yang Strategis

Perumahan PT. Bumi Reskita Makassar yang berlokasi di Pallangga (Kab. Gowa) dan Kab. Maros letaknya tidak jauh dari pusat kota cukup memakan waktu beberapa menit untuk mencapai pusat kota. Perumahan pada PT. Bumi Reskita juga dilengkapi dengan sarana ibadah, olahraga, sekolah dan sumur bor serta air PAM dan fasilitas-fasilitas lainnya. Selain itu pada lokasi ini juga dibangun taman supaya kelihatan lebih asri dan sejuk.

Lokasi perumahan Pesona Mutiara Pallangga yang mempunyai lokasi terletak pada Pallangga yang jaraknya hanya 4 km dari stadion kalegowa Sungguminasa. Lokasi ini mempunyai beberapa kelebihan sebagai berikut :

1. Memaksimalkan laba
2. Penguasaan pangsa pasar.
3. Mencapai leadership dalam kualitas produk.
4. Memelihara kapasitas.

Sedangkan untuk lokasi perumahan Mutiara Mandai Indah berlokasi di perbatasan antara kota Makassar dan Maros, adapun beberapa kelebihan lokasi ini adalah sebagai berikut :

1. Dekat dengan pusat kegiatan masyarakat seperti sekolah, pasar, dan masjid.
2. Transportasi dalam hal ini sudah lancar.
3. Lokasi tersebut terletak di pusat perdagangan.

Penempatan suatu perumahan pada lokasi yang strategis merupakan salah satu strategi perusahaan itu sendiri untuk menarik perhatian calon konsumen dalam memasarkan produknya. Penempatan perumahan pada lokasi yang susah dijangkau oleh masyarakat atau tersembunyi maupun penempatan yang tidak menguntungkan akan mengakibatkan kurangnya minat masyarakat untuk menjadi konsumennya.

Penentuan lokasi juga merupakan salah satu hal yang perlu diperhatikan dalam kemajuan suatu perusahaan, melihat keadaan di sekeliling lokasi dan juga dilihat dari segi keamanan, transportasi maupun lingkungan.

Setelah melihat segmen-segmen PT. Bumi Reskita Makassar, maka sasaran yang dituju oleh perusahaan adalah pada kelas menengah dan ini merupakan pasar tersendiri yang cukup potensial bagi perusahaan perumahan PT. Bumi Reskita Makassar. Perusahaan memilih sasaran ini dikarenakan tingginya daya beli masyarakat untuk memiliki rumah yang sederhana dan ideal.

D. Program Segmentasi Pasar pada PT. Bumi Reskita Makassar

Dalam rangka mencapai salah satu tujuan perusahaan yakni dengan menjalankan segmentasi tersebut, maka PT. Bumi Reskita Makassar melakukan program-program segmentasi sebagai berikut :

1. Program tahap awal

Seperti yang telah dijelaskan pada sasaran tadi. Untuk program tahap awal ini diprioritaskan pada konsumen menengah. Produk-produk rumah sederhana dengan berbagai type memang diperuntukkan bagi mereka yang mempunyai penghasilan per bulan rata-rata Rp.2.000.000,-.

Maka dari itu program tahap awal ini produknya memberi kesan mewah dan harga yang dijangkau mereka dengan berbagai type yang disediakan.

2. Program Tahap Kedua (berikutnya)

Program tahap kedua diprioritaskan pada konsumen yang menengah ke atas. Produk-produknya rumah hunian yang sengaja untuk mereka yang punya kelas sosial ke atas.

Maka dari itu program tahap awal ini produknya memberi kesan mewah dan harga yang dapat mereka jangkau sesuai dengan type yang diinginkan.

Setelah melihat semua kegiatan segmentasi yang dilakukan oleh PT. Bumi Reskita Makassar, maka tujuan perusahaan adalah melakukan kegiatan penjualan produknya secara tahap demi tahap dengan efektif dan efisien dengan memperoleh laba yang maksimal dan kepuasan konsumen akan produk perumahan dapat terpenuhi.

Dengan adanya segmentasi, orang dapat mengenal produk yang ditawarkan oleh calon pembeli perumahan lebih banyak lagi, maka penjualan secara otomatis dapat pula meningkat.

E. Perkembangan Penjualan Rumah pada PT. Bumi Reskita Makassar

Perkembangan usaha dewasa ini sedikit mengalami kelesuan akibat kondisi perekonomian yang tidak menentu, lain halnya dengan di bidang property konsumen malah tidak ragu-ragu untuk berinvestasi dengan membeli rumah.

Ada beberapa pertimbangan mengapa konsumen cenderung memilih berinvestasi melalui bidang property diantaranya adalah karena harga tanah dan rumah tidak pernah mengalami penurunan, setiap tahunnya pasti harganya akan mengalami peningkatan. Hal ini dapat dilihat dari perkembangan penjualan rumah pada PT. Bumi Reskita yang setiap tahunnya mengalami peningkatan, untuk itu penulis mengambil data selama kurun waktu 5 (lima) tahun terakhir yaitu dari tahun 2003-2007.

Tabel 3 Volume Penjualan Rumah pada PT. Bumi Reskita Makassar Tahun 2003-2007.

Tahun	Volume Penjualan Rumah (Unit)	Perubahan (unit)	Persentase
2003	112	-	-
2004	125	13	11,61%
2005	141	16	12,80%
2006	162	21	14,89%
2007	187	25	15,43%

Sumber : PT. Bumi Reskita Makassar, data diolah

Setelah tadi telah dilihat pada tabel 1 di atas mengenai perkembangan volume penjualan rumah pada PT. Bumi Reskita Makassar selama kurun waktu 5 (lima) tahun terakhir yaitu dari tahun 2003-2007 berikut ini penulis akan menampilkan nilai penjualan rumah pada tabel 4.

Berdasarkan data pada tabel 4 di atas, dapat dilihat bahwa peningkatan penjualan rumah terus mengalami peningkatan. Hal ini terlihat dari tahun 2003 nilai penjualan rumah sebesar Rp.8.400.000.000,-. Pada tahun 2004 nilai penjualan rumah sebesar Rp. 9.375.000.000,- dengan perubahan sebesar Rp.975.000.000,- dengan persentase sebesar 11,61%.

Tabel 4 Nilai Penjualan Rumah pada PT. Bumi Reskita Makassar Tahun 2003-2007.

Tahun	Penjualan Rumah (Rp)	Perubahan (Rp)	Persentase
2003	8.400.000.000	-	-
2004	9.375.000.000	975.000.000	11,61%
2005	11.575.000.000	2.200.000.000	23,47%
2006	14.475.000.000	2.900.000.000	25,05%
2007	19.475.000.000	5.000.000.000	34,54%

Sumber : PT. Bumi Reskita Makassar, data diolah.

Pada tahun 2005 penjualan rumah sebesar Rp.11.575.000.000,- dengan perubahan sebesar Rp.2.200.000,- atau dengan persentase sebesar 23,47%. Pada tahun 2006 penjualan rumah sebesar Rp.14.175.000.000,- dengan perubahan sebesar Rp.2.900.000.000,- dengan persentase sebesar 25,05%, hingga pada tahun 2007 penjualan rumah terus mengalami peningkatan hingga mencapai Rp.19.475.000.000,- dengan perubahan sebesar Rp.5.000.000.000,- atau dengan persentase sebesar 34,54%.

F. Analisis Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Penjualan Rumah pada PT. Bumi Reskita Makassar

Pengaruh segmentasi pasar terhadap peningkatan penjualan rumah merupakan bagaimana upaya dari PT. Bumi Reskita Makassar dalam meningkatkan pelayanan terhadap konsumennya utamanya konsumen dengan penghasilan menengah ke atas, sehingga secara otomatis peningkatan penjualan rumah juga mengalami peningkatan dari tahun ke tahun.

Peningkatan volume penjualan rumah yang penulis peroleh dari tahun 2003 hingga tahun 2007, data tersebut bermaksud untuk menggambarkan secara nyata kepada yang berkepentingan untuk mengetahui kegiatan atau aktivitas dari PT. Bumi Reskita Makassar. Pengaruh segmentasi pasar yang efektif sangat berpengaruh terhadap peningkatan penjualan rumah.

Untuk mengetahui prospek volume penjualan rumah pada PT. Bumi Reskita Makassar akan digunakan analisis trend dengan model formulasi least square method sebagai berikut :

$$Y = a + b X$$

dimana :

Y = ramalan penjualan untuk periode berikutnya

X = periode tahunan

a dan b = parameter

Selanjutnya untuk menghitung nilai parameter a dan b dapat dihitung sebagai berikut :

I. $\Sigma Y = na + b\Sigma X$

II. $\Sigma XY = a\Sigma X + b\Sigma X^2$

Untuk mengetahui estimasi tingkat volume penjualan rumah pada PT. Bumi Reskita Makassar berikut dapat dilihat pada tabel 3 di bawah ini.

Tabel 5 Perhitungan Estimasi Peningkatan Volume Penjualan Rumah pada PT. Bumi Reskita Makassar Tahun 2003-2007.

Tahun	(Y)	(X)	XY	X ²
2003	112	-2	-224	4
2004	125	-1	-125	1
2005	141	0	0	0
2006	162	1	162	1
2007	187	2	374	4
Jumlah	727	0	187	10

Sumber : Data dilolah.

Sehingga :

I. $727 = 5.a + b(0)$

$727 = 5a$

$$a = \frac{727}{5}$$

a = 145

II. $187 = 10a + b(0)$

$187 = 10b$

$$b = \frac{187}{10}$$

b = 19

Dari hasil perhitungan di atas, didapat persamaan sebagai berikut :

$Y = 145 + 19X$

Dimana Nilai $a = 145$ dan nilai $b = 19$

Berdasarkan persamaan di atas dapat dihitung, estimasi peningkatan penjualan rumah untuk tahun-tahun berikutnya sebagai berikut :

$$\begin{aligned} Y (2008) &= 145 + 19 (3) \\ &= 145 + 56 \\ &= 202 \\ Y (2009) &= 145 + 19 (4) \\ &= 145 + 75 \\ &= 220 \\ Y (2010) &= 145 + 19 (5) \\ &= 145 + 94 \\ &= 239 \\ Y (2011) &= 145 + 19 (6) \\ &= 145 + 112 \\ &= 258 \\ Y (2012) &= 145 + 19 (7) \\ &= 145 + 131 \\ &= 276 \end{aligned}$$

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. PT. Bumi Reskita Makassar dalam meningkatkan volume penjualan rumahnya menggunakan jenis segmentasi yaitu : a). konsumen menengah, b). konsumen menengah ke atas, c). keluarga yang mempunyai anak dan d). lokasi yang strategis.
2. Berdasarkan data yang penulis peroleh, nampak bahwa setiap tahun volume penjualan rumah pada PT. Bumi Reskita Makassar terus mengalami peningkatan yang signifikan. Hal ini dapat dilihat pada tahun 2003 volume penjualan rumah sebanyak 112 unit, pada tahun 2004 volume penjualan rumah meningkat sebanyak 13 unit menjadi 125 unit dengan persentase 11,61%, pada tahun 2005 volume penjualan rumah sebesar 141 unit dengan perubahan sebesar 16 unit atau dengan persentase sebesar 12,80%, pada tahun 2006 volume penjualan rumah meningkat sebanyak 21 unit menjadi sebesar 141 unit dengan persentase 14,89%. Pada tahun 2006

peningkatan volume penjualan rumah menjadi sebesar 162 unit dengan perkembangan sebesar 21 unit atau dengan persentase sebesar 14,89%. Peningkatan penjualan rumah terus mengalami peningkatan hingga pada tahun 2007 volume penjualan rumah menjadi sebesar 187 unit atau dengan persentase sebesar 15,43%.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang dikemukakan, maka penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. Disarankan kepada pihak perusahaan PT. Bumi Reskita Makassar untuk terus dapat meningkatkan penjualannya, misalnya memperkenalkan perusahaan pada situs internet agar konsumen lebih mudah mendapatkan informasi mengenai produk rumah yang terbaru yang akan dipasarkan dan agar perusahaan dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas.
2. Disarankan pula untuk dapat meningkatkan pembangunan rumah sederhana yang dapat dijangkau oleh golongan pegawai atau pengusaha menengah ke bawah.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, 2005. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Cetakan Ketujuh, Alfabeta, Bandung.
- Asri, Marwan, 1998. *Marketing*, Cetakan Kedua, YPKN Yogyakarta.
- Gitosudarmo, Indriyo H, 2000. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Pertama, BPFE, Yogyakarta.
- _____, 2001. *Manajemen Strategis*, Cetakan Pertama, BPFE, Yogyakarta.
- Khotijah, Siti, 2004. *Smart Strategi of "Marketing" Persaingan Pasar Global*, Alfabeta, Cetakan Pertama, Bandung.
- Manullang, M. 2000, *Dasar-dasar Pemasaran*, Erlangga, Jakarta
- Mursid. M, 2006. *Manajemen Pemasaran*, Cetakan Keempat, Bumi Aksara, Jakarta.
- Radiosunu, 2001. *Manajemen Pemasaran : Suatu Pendekatan Analisis*, Edisi-2, Cetakan Ketiga, BPFE-Yogyakarta.

- Sigit, Soehardi, 2001, *Marketing Praktis*, Armulis, Yogyakarta.
- Simamora, Bilson, 2003, *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*, Cetakan Kedua, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sumarni, Murti, 2002. **Manajemen Pemasaran Bank**, Edisi Kelima Revisi, Liberty, Yogyakarta.
- Soemarso, 2004. **Akuntansi Suatu Pengantar**, Edisi Kelima, Cetakan ketiga, Salemba Empat, Jakarta.
- Suparno, 2004. **Marketing Profesional**, Restu Agung, Jakarta.
- Winardi, 1998. *Aspek-Aspek Bauran Pemasaran (Marketing Mix)*, Mandar Maju, Bandung.

PERLAKUAN AKUNTANSI MURABAHAH DITINJAU DARI PSAK NO.102 PADA PT BANK SYARIAH MANDIRI CABANG MAKASSAR

Oleh
**Muhammad Rusydi³
Sri Salasih Nasir⁴**

ABSTRAK

Penelitian dilakukan dengan metode analisis komparatif. Metode ini dilakukan dengan membandingkan antara Perlakuan PSAK No.102 mengenai Akuntansi Murabahah dengan yang diterapkan oleh PT Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar.

Data berupa Laporan Keuangan, Jurnal, dan Data yang diperoleh dalam bentuk tulisan yang berupa gambaran umum perusahaan, diperoleh melalui penelitian, yaitu pengumpulan data melalui Wawancara langsung di bagian Akuntansi, Marketing, dan SDM, yang berkaitan dengan masalah yang diteliti pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar.

Hasil penelitian disimpulkan, bahwa Perlakuan Akuntansi Murabahah belum diterapkan sesuai dengan PSAK No.102 oleh PT Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar.

Kata Kunci : PSAK No.102, Akuntansi Murabahah

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

PT Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar merupakan salah satu Lembaga perbankan syariah di Makassar yang dapat dikatakan cukup berkembang. Perkembangan Perbankan Syariah tersebut dapat dibuktikan dengan masa berdirinya yang baru berjalan 11 tahun, namun telah memiliki berbagai kantor cabang pembantu, kantor kas, kantor layanan syariah dan *payment point* yang tersebar di Wilayah Sulawesi Selatan. Keberhasilan sebuah perbankan syariah tidak dapat kita pungkiri akibat kerja keras pemikiran dan kreativitas dari karyawan

³ Dosen Fakultas Ekonomi Univ. Muhammadiyah Makassar

⁴ Praktisi Perbankan

Perbankan Syariah tersebut, baik dalam pengelolaan keuangannya maupun manajemennya.

PT Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar memiliki produk pembiayaan *Murabahah* yang berdasarkan prinsip jual beli dan memiliki kontribusi pendapatan paling besar. Hal ini, dapat dilihat di Laporan Keuangan dimana persentase keberhasilan yang dicapai pada produk pembiayaan *Murabahah* sekitar 60 %, selain itu, PT Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar juga melakukan pencatatan pada saat terjadinya transaksi pembiayaan *Murabahah*, adapun salah satu contoh model pencatatannya pada saat terjadi transaksi yaitu pada saat penjualan aktiva *murabahah* yang diakui dengan piutang *murabahah* di sebelah debit, dan margin *murabahah* ditanggihkan dan persediaan aktiva *murabahah* di sebelah kredit, serta memiliki penyajian dan pengungkapannya. Standar Akuntansi Keuangan yang pertama kali mengatur tentang akuntansi *Murabahah* adalah Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) yaitu PSAK No.59 paragraf 52 sampai dengan 68 tentang pengakuan dan pengukuran *Murabahah*, pada PSAK No.59 hanya mengatur ketentuan pengakuan dan pengukuran *Murabahah* dari perspektif bank sebagai penjual dirasakan belum cukup digunakan sebagai Standar Akuntansi Keuangan yang komprehensif dan PSAK No.102 mengenai Akuntansi *Murabahah*, sebagai bagian PSAK Syariah, merupakan penyempurnaan dari PSAK No.59.

B. Rumusan masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka yang menjadi rumusan masalah pokok dalam pembahasan ini adalah :

“Apakah Perlakuan Akuntansi *Murabahah* pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar telah diterapkan sesuai dengan PSAK No.102 ?”

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

“Untuk mengetahui Perlakuan PSAK No.102 mengenai Akuntansi *Murabahah* yang diterapkan oleh PT Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar”.

2. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui Perlakuan PSAK No.102 mengenai Akuntansi *Murabahah* yang diterapkan PT Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar.

2. Untuk menambah wawasan bagi semua pihak utamanya mereka yang hendak melakukan penelitian dan penulisan serupa dengan topik.
3. Sebagai salah satu persyaratan akademik dalam rangka menyelesaikan studi pada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Makassar.

TINJAUAN PUSTAKA

A. Prinsip Umum Akuntansi Syariah

Prinsip umum Akuntansi Syariah dapat dibagi menjadi tiga bagian menurut Muhammad (2005) sebagai berikut:

1. Prinsip Pertanggungjawaban

Prinsip pertanggungjawaban atau akuntabilitas merupakan konsep yang tidak asing lagi dikalangan masyarakat muslim. pertanggungjawaban selalu berkaitan dengan konsep amanah. Bagi kaum muslim, persoalan amanah merupakan hasil transaksi manusia dengan sang Khalik mulai dari alam kandungan. Manusia dibebani amanah oleh Allah untuk menjalankan fungsi-fungsi kekhalfahannya. Inti kekhalfahan adalah menjalankan atau menunaikan amanah.

2. Prinsip Keadilan

Prinsip keadilan ini tidak saja merupakan nilai yang sangat penting dalam etika kehidupan sosial dan bisnis, tetapi juga merupakan nilai yang secara *inheren* melekat dalam fitrah manusia. Hal ini berarti bahwa manusia itu pada dasarnya memiliki kapasitas dan energi untuk berbuat adil dalam setiap aspek kehidupannya.

3. Prinsip Kebenaran

Prinsip kebenaran ini sebenarnya tidak dapat dilepaskan dengan prinsip keadilan. Sebagai contoh misalnya, dalam akuntansi kita akan selalu dihadapkan pada masalah pengakuan, pengukuran, dan pelaporan. Aktivitas ini akan dapat dilakukan dengan baik apabila dilandaskan pada nilai kebenaran. Kebenaran ini akan dapat menciptakan keadilan dalam mengakui, mengukur, dan melaporkan transaksi-transaksi ekonomi.

B. Urgensi Bank Syariah

Bank Syariah merupakan salah satu instrument yang digunakan untuk menegakkan aturan-aturan ekonomi Islam. Sebagai bagian dari sistem ekonomi, lembaga tersebut merupakan bagian dari keseluruhan sistem sosial. Oleh karenanya, keberadaannya harus dipandang dalam

konteks keseluruhan keberadaan masyarakat, serta nilai-nilai yang berlaku dalam masyarakat yang bersangkutan.

Bisnis secara syariah adalah aktivitas bisnis yang sarat dan berorientasi pada nilai. Dengan demikian, pelaporan atas aktivitas dan hasilnya harus dilaporkan/ dilakukan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Untuk mencapai tegaknya sasaran pokok tersebut, maka perlu penyiapan sistem akuntansi untuk praktik bisnis berdasarkan syariah. Ini dilakukan dengan tujuan untuk menyiapkan para pelaku akuntansi bisnis berdasarkan syari'i, khususnya adalah berkaitan dengan bagaimana menghitung laba dan kerugian dari transaksi yang dilakukan. Adapun prinsip-prinsip yang dirujuk menurut Muhammad (2009) adalah:

1. Larangan menerapkan bunga pada semua bentuk dan jenis transaksi.
2. Menjalankan aktivitas bisnis dan perdagangan berdasarkan pada kewajaran dan keuntungan yang halal.
3. Mengeluarkan zakat dari hasil kegiatannya.
4. Larangan menjalankan monopoli, dan
5. Bekerjasama dalam membangun masyarakat, melalui aktivitas bisnis dan perdagangan yang tidak dilarang oleh islam.

C. Produk Pembiayaan *Murabahah*

Adapun definisi, rukun, dan jenis *murabahah* menurut Muhammad (2009: 57-58) adalah sebagai berikut:

a. Definisi

Murabahah adalah jual beli barang pada harga pokok perolehan barang dengan tambahan keuntungan yang disepakati antara pihak penjual dengan pihak pembeli barang. Perbedaan yang tampak pada jual beli *murabahah* adalah penjual harus mengungkapkan harga perolehan barang dan kemudian terjadi negosiasi keuntungan yang akhirnya disepakati kedua belah pihak. Pada prinsipnya, kerelaan kedua belah pihak merupakan unsur yang penting dalam proses *murabahah*.

b. Rukun *Murabahah*

1. Penjual (*Ba'i*)
2. Pembeli (*Musyteri*)
3. Objek jual beli (*Mabi'*)
4. Harga (*Tsaman*)
5. Ijab Qabul

c. Jenis *Murabahah*

1. *Murabahah* dapat dilakukan berdasarkan pesanan. Dalam *murabahah* berdasarkan pesanan, bank melakukan pembelian barang setelah ada pemesanan dari nasabah. *Murabahah*

berdasarkan pesanan dapat bersifat mengikat atau tidak mengikat nasabah untuk membeli barang yang dipesannya. Pembayaran *murabahah* dapat dilakukan secara tunai atau cicilan.

2. *Murabahah* tanpa pesanan.

D. Standar Akuntansi Keuangan *Murabahah*

Standar Akuntansi Keuangan yang pertama kali mengatur tentang akuntansi *murabahah* adalah PSAK 59 paragraf 52 sampai dengan 68 tentang pengakuan dan pengukuran *murabahah*. Beberapa hal yang diatur pada paragraf-paragraf tersebut antara lain:

- 1) Karakteristik *murabahah* sebagai transaksi dengan akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (*margin*) yang disepakati oleh penjual dan pembeli. *Murabahah* bisa dilakukan berdasarkan pesanan maupun tanpa pesanan, sedangkan pembayaran transaksi *murabahah* bisa dilakukan dengan cara tunai atau cicilan. Ketentuan lain juga mengatur kemungkinan bank memberikan potongan kepada nasabah yang melunasi pembayaran sebelum jatuh tempo atau mempercepat cicilan pembayaran. Bank diperbolehkan juga untuk meminta jaminan atas transaksi *murabahah* dan meminta nasabah membayar uang muka (*urbun*) sebagai langkah kehati-hatian. Karakteristik terakhir yang terdapat dalam ketentuan tersebut adalah diperbolehkannya mengambil denda dari nasabah yang sengaja tidak memenuhi kewajibannya dengan catatan bahwa denda tersebut harus dialokasikan sebagai dana sosial (*qardhul hasan*).
- 2) Pengakuan dan pengukuran transaksi *murabahah* dari perspektif bank sebagai penjual saja sehingga tidak ada ketentuan bagi pembeli untuk melakukan standarisasi pencatatan transaksi keuangan.

Oleh karena PSAK 59 hanya mengatur ketentuan pengakuan dan pengukuran *murabahah* dari perspektif bank sebagai penjual saja, maka dirasakan belum cukup digunakan sebagai standar akuntansi keuangan yang cukup komprehensif. PSAK 102: Akuntansi *murabahah*, sebagai bagian PSAK Syariah, merupakan penyempurnaan dari PSAK 59: akuntansi perbankan syariah yang mengatur mengenai *murabahah*. Adapun karakteristiknya akan diuraikan sebagai berikut :

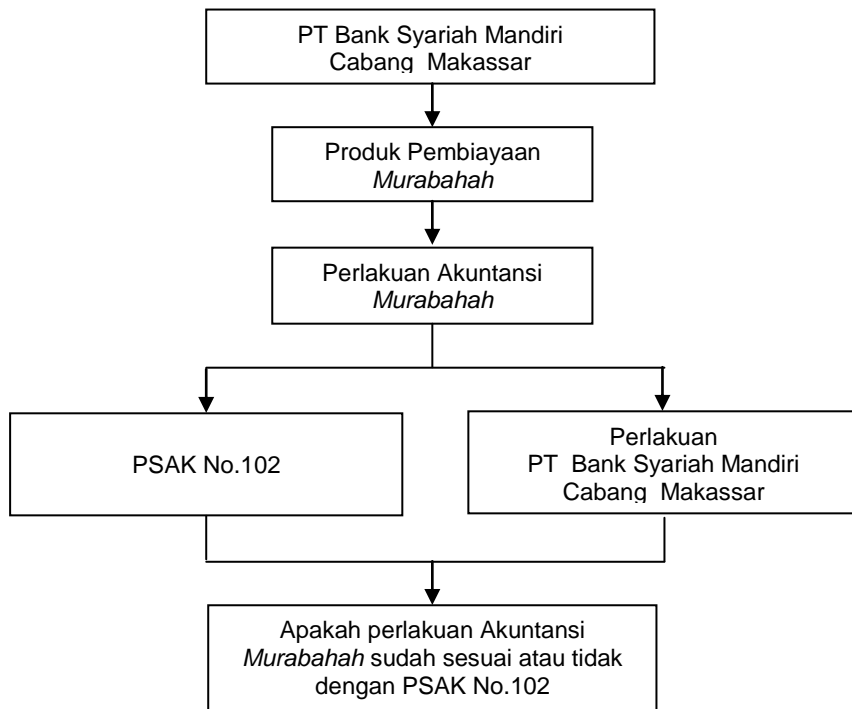
- a. *Murabahah* dapat dilakukan berdasarkan pesanan atau tanpa pesanan. Dalam *murabahah* berdasarkan pesanan, penjual melakukan pembelian barang setelah ada pemesanan dari pembeli.
- b. *Murabahah* berdasarkan pesanan dapat bersifat mengikat atau tidak mengikat pembeli untuk membeli barang yang dipesannya. Dalam

murabahah pesanan mengikat pembeli tidak dapat membatalkan pesannya. Jika asset *murabahah* yang telah dibeli oleh penjual mengalami penurunan nilai sebelum diserahkan kepada pembeli, maka penurunan nilai tersebut menjadi tanggungan penjual dan akan mengurangi nilai akad.

- c. Pembayaran *murabahah* dapat dilakukan secara tunai atau tangguh. Pembayaran tangguh adalah pembayaran yang dilakukan tidak pada saat barang diserahkan kepada pembeli, tetapi pembayaran dilakukan secara angsuran atau sekaligus pada waktu tertentu.
- d. Akad *murabahah* memperkenankan penawaran harga yang berbeda untuk cara pembayaran yang berbeda sebelum akad *murabahah* dilakukan. Namun jika akad tersebut telah disepakati, maka hanya ada satu harga (harga dalam akad) yang digunakan.
- e. Harga yang disepakati dalam *murabahah* adalah harga jual, sedangkan biaya perolehan harus diberitahukan. Jika penjual mendapat diskon sebelum akad *murabahah*, maka diskon itu merupakan hak pembeli.
- f. Diskon yang terkait dengan pembelian barang, antara lain:
 - 1) Diskon dalam bentuk apapun dari pemasok atas pembelian barang.
 - 2) Diskon biaya asuransi dari perusahaan asuransi dalam rangka pembelian barang.
 - 3) Komisi dalam bentuk apapun yang diterima terkait dengan pembelian barang.
- g. Diskon atas pembelian barang yang diterima setelah akad *murabahah* disepakati diperlakukan sesuai dengan kesepakatan dalam akad tersebut. Jika tidak diatur dalam akad, maka diskon tersebut menjadi hak penjual.
- h. Penjual dapat meminta pembeli menyediakan agunan atas piutang *murabahah*, antara lain, dalam bentuk barang yang telah dibeli dari penjual
- i. Penjual dapat meminta uang muka kepada pembeli sebagai bukti komitmen pembelian sebelum akad disepakati. Uang muka menjadi bagian pelunasan piutang *murabahah*, jika akad *murabahah* disepakati. Jika akad *murabahah* batal, maka uang muka dikembalikan kepada pembeli setelah dikurangi kerugian riil yang ditanggung oleh penjual. Jika uang muka itu lebih kecil dari kerugian, maka penjual dapat meminta tambahan dari pembeli.
- j. Jika pembeli tidak dapat menyelesaikan piutang *murabahah* sesuai dengan perjanjian, maka penjual dapat mengenakan denda kecuali jika dapat dibuktikan bahwa pembeli tidak atau belum mampu melunasi disebabkan oleh *force majeure*. Denda didasarkan *ta'zir* yaitu

- untuk membuat pembeli lebih disiplin terhadap kewajibannya. Besarnya denda sesuai dengan yang diperjanjikan dalam akad dan dana yang berasal dari denda diperuntukkan sebagai dana kebajikan.
- k. Penjual boleh memberikan potongan pada saat pelunasan piutang *murabahah* jika pembeli:
- 1) Melakukan pelunasan pembayaran tepat waktu
 - 2) Melakukan pelunasan pembayaran lebih cepat dari waktu yang telah disepakati.
- l. Penjual boleh memberikan potongan dari total piutang *murabahah* yang belum dilunasi jika pembeli:
- 1) Melakukan pembayaran cicilan tepat waktu
 - 2) Mengalami penurunan kemampuan pembayaran

E. Kerangka Pikir



F. Hipotesis

Dalam kaitannya dengan permasalahan yang telah dikemukakan sebelumnya maka berikut ini akan disajikan hipotesis sebagai berikut: "Diduga, Perlakuan Akuntansi *Murabahah* sudah diterapkan sesuai dengan PSAK No.102 oleh PT Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar".

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Lokasi yang dijadikan objek penelitian adalah PT Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar yang berlokasi di Jl.Dr. Ratulangi No.88 Makassar. Adapun waktu penelitian dilaksanakan selama 2 bulan.

B. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah penelitian Lapangan (*Field Research*) melalui wawancara (*interview*), yaitu cara pengumpulan data dengan jalan melakukan tanya jawab di bagian Akuntansi dan Marketing untuk mendapatkan data yang diperlukan pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar.

C. Jenis Dan Sumber Data

Adapun jenis data dan sumber data sebagai berikut:

1. Jenis Data

- a. Data Kuantitatif yaitu, data yang diperoleh seperti, Laporan Keuangan dan jurnal.
- b. Data Kualitatif yaitu, data yang diperoleh dalam bentuk tulisan yang berupa gambaran umum perusahaan maupun informasi langsung yang menyangkut kebijakan perusahaan.

2. Sumber Data

- a. Data Primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari perusahaan melalui wawancara langsung di bagian Akuntansi dan Marketing pada perusahaan sebagai objek penelitian.
- b. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh dari dokumen-dokumen perusahaan dan pencatatan yang erat kaitannya dengan masalah yang akan dibahas dari bagian Marketing dan SDM.

D. Metode Analisis

Berdasarkan data yang diperoleh maka penulis menggunakan metode analisis Komparatif, yaitu membandingkan antara Perlakuan

PSAK No.102 mengenai Akuntansi *Murabahah* dengan yang diterapkan oleh PT Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Implementasi PSAK No.102 Mengenai Akuntansi *Murabahah* Pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar

Pendahuluan

Sehubungan dengan telah diterbitkan PSAK baru No.102 mengenai Akuntansi *Murabahah* pada tanggal 27 Juni 2007 yang berlaku efektif sejak 1 Januari 2008, maka perlakuan akuntansi atas pembiayaan *murabahah* harus disesuaikan dengan PSAK baru yang dimaksud. Perubahan perlakuan akuntansi yang mendasar pada PSAK No.102 dibandingkan dengan perlakuan akuntansi pada PSAK No.59, yaitu pertama terkait dengan masalah pengakuan keuntungan *murabahah*, semula pada PSAK No.59 hanya diakui secara proporsional sesuai jangka waktu, maka pada PSAK No.102 pengakuan keuntungan *murabahah* menjadi berdasarkan beberapa metode yaitu pada saat penyerahan aset, diakui secara proporsional dari besaran kas yang berhasil ditagih dari piutang dan diakui saat seluruh piutang berhasil ditagih yang dikaitkan pula dengan cara pembayaran (secara tunai atau waktu tangguh) serta sejauh mana tingkat risiko piutang *murabahah* tersebut tak tertagih, apakah relatif kecil, relatif besar dan cukup besar; kedua terkait perlakuan akuntansi mengenai diskon dan potongan *murabahah* yang diatur lebih rinci pada PSAK No.102 dibandingkan dengan PSAK No.59.

Karakteristik

- a. *Murabahah* dapat dilakukan berdasarkan pesanan atau tanpa pesanan.
- b. *Murabahah* berdasarkan pesanan dapat mengikat pembeli untuk membeli barang yang dipesannya.
- c. Pembayaran *murabahah* dapat dilakukan secara tunai atau tangguh.
- d. Akad *murabahah* memperkenankan penawaran harga yang berbeda untuk cara pembayaran yang berbeda sebelum akad *murabahah* dilakukan.
- e. Harga yang disepakati dalam *murabahah* ialah harga jual, sedangkan biaya perolehan harus diberitahukan.

- f. Diskon yang terkait dengan pembelian barang antara lain, meliputi:
 - 1) Diskon dalam bentuk apapun dari pemasok atas pembelian barang;
 - 2) Diskon biaya asuransi dari perusahaan asuransi dalam rangka pembelian barang;
 - 3) Komisi dalam bentuk apapun yang diterima terkait dengan pembelian barang.
- g. Diskon atas pembelian barang yang diterima setelah akad *murabahah* disepakati diperlakukan sesuai dengan kesepakatan dalam akad tersebut.
- h. Penjual dapat meminta pembeli menyediakan agunan atas piutang *murabahah*, antara lain dalam bentuk barang yang telah dibeli dari penjual dan/atau aset lainnya.
- i. Penjual dapat meminta uang muka kepada pembeli sebagai bukti komitmen pembelian sebelum akad disepakati.
- j. Jika pembeli tidak dapat menyelesaikan piutang *murabahah* sesuai dengan yang diperjanjikan, maka penjual dapat mengenakan denda kecuali jika dapat dibuktikan bahwa pembeli tidak atau belum mampu melunasi disebabkan oleh *force majeure*.
- k. Penjual boleh memberikan potongan pada saat pelunasan piutang *murabahah* jika pembeli:
 - 1) Melakukan pelunasan pembayaran tepat waktu, atau
 - 2) Melakukan pelunasan pembayaran lebih cepat dari waktu yang telah disepakati.
- l. Penjual boleh memberikan potongan dari total piutang *murabahah* yang belum dilunasi jika pembeli:
 - 1) Melakukan pembayaran cicilan tepat waktu, dan atau
 - 2) Mengalami penurunan kemampuan pembayaran.

Perlakuan Akuntansi Yang Diterapkan PT Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar

- 1. Perolehan Aset *Murabahah*
 - a. Pada saat perolehan, aset *murabahah* diakui sebagai persediaan sebesar biaya perolehan.
 - b. Pengukuran aset *murabahah* setelah perolehan ialah sebagai berikut:
 - 1) Jika *murabahah* pesanan mengikat, maka:
 - a) Dinilai sebesar biaya perolehan, dan

- b) Jika terjadi penurunan nilai aset karena usang, rusak, atau kondisi lainnya sebelum diserahkan ke nasabah, penurunan nilai tersebut diakui sebagai beban dan mengurangi nilai aset.
 - 2) Kewajiban penjual kepada pembeli atas pengembalian diskon pembelian akan tereleminasi pada saat:
 - a) Dilakukan pembayaran kepada pembeli sebesar jumlah potongan setelah dikurangi dengan biaya pengembalian, atau
 - b) Dipindahkan sebagai dana kebajikan jika pembeli sudah tidak dapat dijangkau oleh penjual.
 - c. Pengakuan Nilai Piutang *Murabahah*
Pada saat akad *murabahah*, piutang *murabahah* diakui sebesar biaya perolehan aset *murabahah* ditambah keuntungan yang disepakati. Pada akhir periode laporan keuangan, piutang *murabahah* dinilai sebesar nilai bersih yang dapat direalisasi, yaitu saldo piutang dikurangi penyisihan kerugian piutang.
2. Keuntungan *Murabahah*
- a. Pada saat terjadinya penyerahan barang jika dilakukan secara tunai atau secara tangguh yang tidak melebihi satu tahun,
 - b. Selama periode akad sesuai dengan tingkat risiko dan upaya untuk merealisasikan keuntungan tersebut untuk transaksi tangguh lebih dari satu tahun. Metode-metode berikut ini digunakan, dan dipilih yang paling sesuai dengan karakteristik risiko dan upaya transaksi *murabahahnya*.

Penyajian

- a. Piutang *murabahah* disajikan sebesar nilai bersih yang dapat direalisasikan, yaitu saldo piutang *murabahah* dikurangi penyisihan kerugian piutang.
- b. Margin *murabahah* tangguhan disajikan sebagai pengurang (*contra account*) piutang *murabahah*.
- c. Beban *murabahah* tangguhan disajikan sebagai pengurang (*contra account*) utang *murabahah*.

Pengungkapan

Bank mengungkapkan hal-hal yang terkait dengan transaksi *murabahah*, tetapi tidak terbatas pada:

- a. Harga perolehan aset *murabahah*,
- b. Janji pemesanan dalam *murabahah* berdasarkan pesanan sebagai kewajiban atau bukan, dan

- c. Pengungkapan yang diperlukan yang diperlukan sesuai PSAK 101 Penyajian Laporan Keuangan Syariah.

Ketentuan Pelaksanaan

- a. Murabahah pada Praktek Perbankan Syariah
- 1) Bank hanya menerapkan murabahah berdasarkan pesanan.
 - 2) Dalam hal penerapan murabahah dengan pesanan, Bank mewakalahkan pembelian dan pengambilan aset murabahah dari penjual (*supplier*) kepada pembeli/nasabah pembiayaan.
- b. Ketentuan Kriteria Tingkat Risiko Secara Internal oleh Bank
- 1) Identifikasi Risiko
Sesuai dengan PSAK No.102 (lihat Karakteristik butir d) mengenai pengakuan keuntungan murabahah, dapat dijelaskan bahwa pengakuan keuntungan murabahah selain dikaitkan dengan masa tangguh (masa angsuran) juga dikaitkan dengan tingkat risiko dari piutang tidak tertagih dan/ atau beban pengelolaan dan penagihan piutang murabahah tersebut yaitu apakah piutang tersebut memiliki risiko relatif kecil, relatif besar dan cukup besar.
 - 2) Mitigasi Risiko
 - a) Penetapan kriteria tingkat risiko tersebut ditetapkan dan berlaku pada saat sebelum pembiayaan dicairkan, sehingga pada saat dicairkan sudah diketahui masuk dalam tingkat risiko yang mana, apakah tingkat risiko kecil, relatif besar atau cukup besar.
 - b) Sesuai Buku Pedoman Pembiayaan tingkat risiko pembiayaan murabahah dibedakan menurut 2 (dua) jenis pembiayaan yaitu yang bersifat produktif dan konsumtif.
 - c) Penetapan kriteria tingkat risiko tersebut pada butir 2) di atas dalam pelaksanaan di Bank harus dilakukan dengan menggunakan sistem penilaian pembiayaan atas dasar atau dengan menggunakan *tools yang dikenal dengan Financing Risk Rating dan Scoring Sheet* (dimana dalam kedua sistem tersebut telah memuat prinsip penilaian 5 C yang meliputi *Character, Capacity, Condition of economic, Capital, Collateral*) dan menggunakan tingkat *rating* perusahaan yang dibiayai dengan penjelasan sebagai berikut: *Financing Risk Rating dan Scoring Sheet* tersebut di atas ditentukan atas dasar ketentuan internal Bank Syariah Mandiri (BSM).
- c. Pengakuan Keuntungan Pembiayaan Murabahah di Bank Syariah Mandiri (BSM).
- 1) Dalam praktek di lapangan, pembiayaan murabahah diberikan dengan pembayaran angsuran atau tangguh dengan masa

pembiayaan kurang dan atau lebih dari satu tahun dan keuntungan diakui selama periode akad sesuai dengan angsuran yang diterima serta bagi hasil dilakukan dengan metode *cash basis* secara bulanan.

- 2) Untuk transaksi murabahah tangguh lebih dari 1 (satu) tahun dimana risiko penagihan kas dari piutang murabahah dan beban pengelolaan piutang serta penagihannya relatif kecil, maka sejalan dengan konsep dasar akuntansi konservatif dan keseimbangan antara biaya dan manfaat, ditetapkan kebijakan pengakuan keuntungan sebagai berikut:
- 3) Sesuai surat Bank Indonesia nomor:10/1260/DPbS tanggal 15 Oktober 2008 perihal Rencana Penerapan PSAK No.50 dan PSAK No.55 (Revisi 2006) antara lain dinyatakan bahwa dalam penerapan PSAK NO.102 tentang Akuntansi Murabahah berpedoman pada Surat Bank Indonesia No.9/634/DPbS tanggal 20 April 2007 mengenai Perlakuan Akuntansi atas Pengakuan Keuntungan Murabahah yaitu apabila transaksi murabahah pembayarannya dilakukan secara angsuran atau tangguh, maka pengakuan pokok dan pendapatan (keuntungan) dilakukan secara proporsional sesuai dengan praktek akuntansi perbankan yang berlaku umum”.
- 4) Berdasarkan kebijakan butir 1) s.d. 3) di atas dalam kaitannya dengan tingkat risiko piutang murabahah, bank menetapkan kebijakan atas pengakuan keuntungan murabahah sebagai berikut:
 - a) Untuk murabahah dengan pembayaran tangguh satu tahun atau kurang (tanpa dikaitkan dengan risiko penagihan kas dari piutang dan beban pengelolaan piutang serta penagihannya) keuntungan diakui dengan menggunakan metode efektif (anuitas) sesuai jangka waktu.
 - b) Untuk murabahah dengan pembayaran tangguh lebih dari satu tahun dimana risiko penagihan kas dari piutang (piutang tak tertagih) dan atau beban pengelolaan piutang tersebut relatif kecil, keuntungan diakui dengan menggunakan metode efektif (anuitas).
 - c) Untuk murabahah tangguh lebih dari satu tahun dimana risiko piutang tidak tertagih dan atau beban pengelolaan serta penagihan piutangnya relatif besar, keuntungan diakui secara proporsional atau dengan menggunakan metode proporsional sesuai periode akad.
 - d) Untuk murabahah tangguh lebih dari satu tahun dimana risiko penagihan kas dari piutang (piutang tak tertagih) dan atau

beban pengelolaan piutang serta penagihannya cukup besar, keuntungan diakui saat seluruh piutang berhasil ditagih.

- 5) Dalam pelaksanaan di Bank terhadap semua pembiayaan murabahah tangguh yang diberikan atau dicairkan adalah berarti tergolong pembiayaan murabahah yang memiliki risiko piutang tidak tertagih dan atau beban pengelolaan serta penagihan piutangnya relatif kecil, sehingga pengakuan keuntungan murabahah diakui dengan metode efektif (anuitas) sesuai ketentuan tersebut pada butir C.4.a. dan b. di atas.

Namun demikian dalam hal atau jika terdapat pembiayaan murabahah yang diberikan tergolong risiko piutang tidak tertagih dan atau beban pengelolaan serta penagihan piutangnya tidak relatif kecil, maka keuntungan diakui dengan menggunakan metode proporsional untuk yang risikonya relatif besar dan keuntungan diakui saat seluruh piutang berhasil ditagih untuk yang risikonya cukup besar sesuai ketentuan tersebut pada butir C.4).c). dan d). di atas.

Berdasarkan Implementasi PSAK No.102 mengenai Akuntansi *Murabahah* pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar diatas, maka untuk lebih memudahkan dalam memahaminya, berikut ini contoh transaksi pembiayaan murabahah yang telah dilakukan oleh PT Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar :

Nama Nasabah	: Muh Yusuf
Divisi/Cabang	: Cabang Makassar
Jenis Pembiayaan	: Alat Industri
Harga Perolehan	: RP 48.000.000,-
Margin	: RP 5.278.132,-
Harga Jual	: RP 53.278.132,-
Tingkat Margin Efektif (<i>equivalen</i>)	: 16%
Tanggal Pencairan	: 11 April 2008
Jumlah bulan masa angsuran	: 15
Tgl Awal Angsuran	: 11 Mei 2008
Tgl Akhir Angsuran	: 11Juli 2009

1. Pada Saat Pencairan Piutang *Murabahah*
 Tanggal 11 April 2008, Bank mencairkan piutang *murabahah*, berikut jurnal:

(Dr) Piutang <i>Murabahah</i>	Rp 53.278.132	
(Kr)Margin <i>Murabahah</i> Ditanggungkan		Rp 5.278.132
(Kr) Kas/ Rek Nasabah		Rp 48.000.000

2. Pada Saat Penerimaan Angsuran

a. Transaksi *murabahah* yang pembayarannya dilakukan secara tangguh lebih dari 1 (satu) tahun dimana risiko penagihan kas dari piutang murabahah dan bukan pengelolaan piutang serta penagihannya relatif kecil menggunakan tabel angsuran anuitas. Tanggal 11 Mei Bank menerima angsuran/ cicilan piutang *murabahah*:

b.

(Dr) Kas/ Rek Nasabah	Rp 3.551.875	
(Kr)Piutang <i>urabahah</i>		Rp 3.551.875
(Dr) Margin <i>Murabahah</i> Ditanggungkan	Rp 640.000	
(Kr)Margin <i>Murabahah</i>		Rp 640.000

Tabel 1
 Tabel Angsuran Anuitas tertanggal
 11 Mei 2008 – 11 July 2009

Angsuran Pokok	Angsuran Margin	Angsuran (P + M)	Ost.Pokok	Ost.Margin	Ost.P + M
(Rp/ Bln)	(Rp/ Bln)	(Rp/ Bln)	(Rp/ Bln)	(Rp/ Bln)	(Rp/ Bln)
			48.000.000	5.278.132	53.278.132
2.991.875	640.000	3.551.875	45.088.125	4.638.132	49.726.256
2.950.700	601.175	3.551.875	42.137.424	4.036.957	46.174.381
2.990.043	561.832	3.551.875	39.147.381	3.475.125	42.622.505
3.029.910	521.965	3.551.875	36.117.471	2.953.159	39.070.630
3.070.309	481.566	3.551.875	33.047.161	2.471.593	35.518.755
3.111.247	440.629	3.551.875	29.935.915	2.030.964	31.966.879
3.152.730	399.146	3.551.875	26.783.185	1.631.819	28.415.004
3.194.766	357.109	3.551.875	23.588.418	1.274.710	24.863.128
3.237.363	314.512	3.551.875	20.351.055	960.197	21.311.253
3.280.528	271.347	3.551.875	17.070.527	688.850	17.759.377
3.324.268	227.607	3.551.875	13.746.259	461.243	14.207.502
3.368.592	183.283	3.551.875	10.377.667	277.960	10.655.626
3.413.507	138.369	3.551.875	6.964.160	139.591	7.103.751
3.459.020	92.855	3.551.875	3.505.140	46.735	3.551.875
3.505.140	46.735	3.551.875	0	0	0
48.000.000	5.278.132	53.278.132			

Sumber Data : Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar, 2008-2009

- a. Transaksi murabahah yang pembayarannya dilakukan secara tangguh lebih dari 1 (satu) tahun dimana risiko penagihan kas dari piutang murabahah dan bukan pengelolaan piutang serta penagihannya relatif kecil menggunakan tabel angsuran proporsional. Tanggal 11 Mei Bank menerima angsuran/ cicilan piutang *murabahah*:

Kas/ Rek Nasabah	3.551.875	
(Kr) Piutang <i>Murabahah</i>		3.551.875
(Dr) Margin <i>Murabahah</i> Ditangguhkan	351.875	
(Kr) Margin <i>Murabahah</i>		351.875

Tabel 2
 Tabel Angsuran Proporsional Tertanggal
 11 Mei 08 – 11 July 09

Angsuran Pokok	Angsuran Margin	Angsuran (P + M)	Ost.Pokok	Ost.Margin	Ost.P + M
(Rp/ Bln)	(Rp/ Bln)	(Rp/ Bln)	(Rp/ Bln)	(Rp/ Bln)	(Rp/ Bln)
			48.000.000	5.278.132	53.278.132
3.200.000	351.875	3.551.875	44.800.000	4.926.256	49.726.256
3.200.000	351.875	3.551.875	41.600.000	4.574.381	46.174.381
3.200.000	351.875	3.551.875	38.400.000	4.222.505	42.622.505
3.200.000	351.875	3.551.875	35.200.000	3.870.630	39.070.630
3.200.000	351.875	3.551.875	32.000.000	3.518.755	35.518.755
3.200.000	351.875	3.551.875	28.800.000	3.166.879	31.966.879
3.200.000	351.875	3.551.875	25.600.000	2.815.004	28.415.004
3.200.000	351.875	3.551.875	22.400.000	2.463.128	24.863.128
3.200.000	351.875	3.551.875	19.200.000	2.111.253	21.311.253
3.200.000	351.875	3.551.875	16.000.000	1.759.377	17.759.377
3.200.000	351.875	3.551.875	12.800.000	1.407.502	14.207.502
3.200.000	351.875	3.551.875	9.600.000	1.055.626	10.655.626
3.200.000	351.875	3.551.875	6.400.000	703.751	7.103.751
3.200.000	351.875	3.551.875	3.200.000	351.875	3.551.875
3.200.000	351.875	3.551.875	0	0	0
48.000.000	5.278.132	53.278.132			

Sumber Data : Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar, 2008-2009

3. Pada Saat Pemberian Diskon

Bank menerima diskon asuransi atas pembelian barang sebesar Rp 2.000.000,-, berikut jurnalnya :

- a) Jika terjadi sebelum akad *murabahah*, diskon sebagai pengurang biaya perolehan:

(Dr) Kas/ Rek Nasabah	Rp 2.000.000	
(Kr) Biaya Perolehan Aset <i>Murabahah</i>		Rp 2.000.000

- b) Jika terjadi setelah akad *murabahah* dan sesuai akad yang disepakati menjadi hak pembeli, diskon sebagai kewajiban kepada pembeli:

(Dr) Kas/ Rek Nasabah	Rp 2.000.000	
(Kr) KRR-Pembiayaan		Rp 2.000.000

Atau jika pembeli tidak dapat dijangkau lagi oleh penjual:

(Dr) Kas/ Rek Nasabah	Rp 2.000.000	
(Kr) Kewajiban Dana Sosial		Rp 2.000.000

- c) Jika terjadi setelah akad *murabahah* dan sesuai akad menjadi hak penjual, diskon sebagai tambahan keuntungan *murabahah*:

(Dr) Kas/ Rekening	Rp 2.000.000	
(Kr) Margin <i>Murabahah</i>		Rp 2.000.000

- d) Jika terjadi setelah akad *murabahah* dan tidak diperjanjikan dalam akad, diskon sebagai pendapatan operasi lain:

(Dr) Kas/ Rekening	Rp 2.000.000	
(Kr)Pend Operasional Lain		Rp 2.000.000

4. Potongan Pelunasan Piutang *Murabahah*

Tanggal 11 November 2008, nasabah melunasi piutang *murabahah*nya, sesuai tabel angsuran anuitas, outstanding piutang nasabah adalah sebesar Rp 28.415.004,- yang termasuk didalamnya adalah margin *murabahah* yang belum diakui oleh Bank sebesar Rp1.631.819,- Karena nasabah selalu membayar tepat waktu, Bank memberikan diskon sebesar margin yang belum diakui, berikut perlakuan akuntansi:

- 2) Pada saat pelunasan bank mengurangi piutang *murabahah* dan keuntungan *murabahah*:

Nasabah melunasi sebesar setara sisa pokok pada tabel anuitas:

(Dr) Kas/ Rekening	Rp 26.783.185	
(Dr) Margin Murabahah Ditanggungkan	Rp 1.631.819	
(Kr) Piutang Murabahah		Rp 28.415.004

- 3) Apabila dilakukan setelah pelunasan, yaitu Bank menerima pelunasan piutang dari pembeli dan kemudian membayarkan pelunasannya kepada pembeli:

Pada saat menerima pelunasan piutang *murabahah* dari nasabah:

) Kas/ Rekening	Rp 28.415.004	
-----------------	---------------	--

Uji Komparatif

Berdasarkan dari metode analisis yang dilakukan yaitu analisis komparatif dimana analisis komparatif disini adalah membandingkan antara perlakuan PSAK No.102 mengenai Akuntansi *Murabahah* dengan yang diterapkan oleh PT Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar, maka berikut disajikan tabel perbandingan perlakuan akuntansi *murabahah* antara PSAK No.102 dengan yang diterapkan pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar :

Tabel 7 : Tabel Perbandingan Perlakuan Akuntansi Murabahah

No	PSAK No.102	PT Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar
1	<i>Murabahah</i> sebagai akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (margin) yang disepakati oleh penjual dan pembeli	<i>Murabahah</i> adalah akad penyediaan barang berdasarkan sistem jual beli, dimana bank sebagai penjual yang menyediakan kebutuhan nasabah dan menjual kepada nasabah dengan harga perolehan ditambah keuntungan (margin) yang disepakati
2	<i>urabahah</i> dapat dilakukan berdasarkan pesanan atau tanpa pesanan	Bank hanya menerapkan <i>murabahah</i> berdasarkan pesanan
3	Pembayaran <i>murabahah</i> dapat dilakukan secara tunai atau tangguh	Bank menerapkan pembayaran secara tunai atau tangguh
4	Harga yang disepakati dalam <i>murabahah</i> adalah harga jual, sedangkan biaya perolehan harus diberitahukan	Harga yang disepakati dalam <i>murabahah</i> adalah harga jual, sedangkan biaya perolehan harus diberitahukan
5	Diskon pembelian aset <i>murabahah</i> diakui sebagai : a. Jika terjadi sebelum akad maka	Diskon pembelian aset <i>murabahah</i> diakui sebagai : a. Jika terjadi sebelum akad maka mengurangi harga

	<p>mengurangi harga perolehan</p> <p>b. Jika terjadi setelah akad dan sesuai kesepakatan menjadi hak pembeli maka menimbulkan kewajiban penjual kepada pembeli atas pengembalian diskon</p> <p>c. Jika terjadi setelah akad dan sesuai kesepakatan menjadi hak penjual maka dianggap sebagai keuntungan <i>murabahah</i></p> <p>d. Jika terjadi setelah akad dan tidak diperjanjikan dalam akad menjadi hak penjual maka dianggap sebagai pendapatan operasional lain</p>	<p>perolehan</p> <p>b. Jika terjadi setelah akad dan sesuai kesepakatan menjadi hak nasabah maka menimbulkan kewajiban bank kepada nasabah atas pengembalian diskon</p> <p>c. Jika terjadi setelah akad dan sesuai kesepakatan menjadi hak bank maka dianggap sebagai keuntungan <i>murabahah</i></p> <p>d. Jika terjadi setelah akad dan tidak diperjanjikan dalam akad menjadi hak bank maka dianggap sebagai pendapatan operasional lain</p>
6	Pembeli dapat meminta uang muka sebagai bukti komitmen pembelian sebelum akad disepakati	Bank meminta urbun sebagai uang muka dari nasabah
7	<p>Keuntungan <i>murabahah</i> diakui :</p> <p>1. Jika akad <i>murabahah</i> tidak melebihi satu tahun maka keuntungan diakui pada saat penyerahan aset <i>murabahah</i></p> <p>2. Jika akad <i>murabahah</i> melebihi satu tahun maka keuntungan dikategorikan berdasarkan tingkat resikonya yaitu :</p> <p>1) <i>Murabahah</i> dengan resiko relatif kecil, keuntungan diakui sama dengan poin a</p> <p>2) <i>Murabahah</i> dengan resiko relatif besar, keuntungan diakui secara proporsional dengan besaran kas yang berhasil ditagih dari piutang <i>murabahah</i></p> <p>3) <i>Murabahah</i> dengan resiko cukup besar, keuntungan diakui saat seluruh piutang <i>murabahah</i> berhasil ditagih</p>	<p>Keuntungan <i>murabahah</i> diakui sesuai dengan kebijakan internal bank :</p> <p>a. Jika akad <i>murabahah</i> tidak melebihi satu tahun maka keuntungan diakui menggunakan metode efektif anuitas sesuai jangka waktu</p> <p>b. Jika akad <i>murabahah</i> melebihi satu tahun maka keuntungan dikategorikan berdasarkan tingkat resikonya yaitu :</p> <p>1) <i>Murabahah</i> dengan resiko relatif kecil, keuntungan diakui sama dengan poin a</p> <p>2) <i>murabahah</i> dengan resiko relatif besar, keuntungan diakui secara proporsional atau dengan menggunakan metode proporsional sesuai periode akad</p> <p>3) <i>murabahah</i> dengan resiko cukup besar,</p>

		keuntungan diakui saat seluruh piutang murabahah berhasil ditagih
8	<p>Potongan <i>murabahah</i> :</p> <p>a. Potongan pelunasan piutang <i>murabahah</i> yang diberikan kepada pembeli yang melunasi secara tepat waktu atau lebih cepat dari waktu yang disepakati diakui sebagai pengurang keuntungan <i>murabahah</i>.</p> <p>b. Pemberian potongan pelunasan piutang <i>murabahah</i> dapat dilakukan dengan menggunakan salah satu metode berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Diberikan pada saat pelunasan, yaitu penjual mengurangi piutang <i>murabahah</i> dan keuntungan <i>murabahah</i>. 2) Diberikan setelah pelunasan, yaitu penjual menerima pelunasan piutang dari pembeli dan kemudian membayarkan potongan pelunasannya kepada pembeli. <p>c. Potongan angsuran <i>murabahah</i> diakui sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Jika disebabkan oleh pembeli yang membayar secara tepat waktu, maka diakui sebagai pengurang keuntungan <i>murabahah</i>. 2) Jika disebabkan oleh penurunan kemampuan pembayaran pembeli, maka diakui sebagai beban. 	<p>Potongan <i>murabahah</i> :</p> <p>a. Potongan pelunasan piutang <i>murabahah</i> yang diberikan kepada nasabah yang melunasi secara tepat waktu atau lebih cepat dari waktu yang disepakati diakui sebagai pengurang keuntungan <i>murabahah</i>.</p> <p>b. Pemberian potongan pelunasan piutang <i>murabahah</i> dapat dilakukan dengan menggunakan salah satu metode berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Diberikan pada saat pelunasan, yaitu bank mengurangi piutang <i>murabahah</i> dan keuntungan <i>murabahah</i> 2) Diberikan setelah pelunasan, yaitu bank menerima pelunasan piutang dari nasabah dan kemudian membayarkan potongan pelunasannya kepada nasabah. <p>d. Potongan angsuran <i>murabahah</i> diakui sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Jika disebabkan oleh nasabah yang membayar secara tepat waktu, maka diakui sebagai pengurang keuntungan <i>murabahah</i>. 2) Jika disebabkan oleh penurunan kemampuan pembayaran nasabah, maka diakui sebagai beban.
9	Denda dikenakan jika pembeli lalai dalam melakukan kewajibannya sesuai dengan akad, dan denda yang diterima diakui sebagai bagian dana kebajikan.	Denda dikenakan jika nasabah lalai dalam melakukan kewajibannya sesuai dengan akad, dan denda yang diterima diakui sebagai bagian dana

		kebajikan.
10	<p>Penyajian :</p> <p>a. Pada pihak penjual: Piutang <i>murabahah</i> disajikan sebesar nilai bersih yang dapat direalisasikan, yaitu saldo piutang <i>murabahah</i> dikurangi penyisihan kerugian piutang. Margin <i>murabahah</i> tanggungan disajikan sebagai pengurang piutang <i>murabahah</i>.</p> <p>b. Pada pihak pembeli: Beban <i>murabahah</i> tanggungan disajikan sebagai pengurang hutang <i>murabahah</i>.</p>	<p>Penyajian pada pihak bank saja :</p> <p>a. Piutang <i>murabahah</i> disajikan sebesar nilai bersih yang dapat direalisasikan, yaitu saldo piutang <i>murabahah</i> dikurangi penyisihan kerugian piutang.</p> <p>b. Margin <i>murabahah</i> tanggungan disajikan sebagai pengurang (<i>contra account</i>) piutang <i>murabahah</i>.</p> <p>c. Beban <i>murabahah</i> tanggungan disajikan sebagai pengurang (<i>contra account</i>) utang <i>murabahah</i>.</p>
11	<p>Pengungkapan :</p> <p>a. Pada pihak penjual</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Harga perolehan aset <i>murabahah</i>. 2) Janji pemesanan dalam <i>murabahah</i> berdasarkan pesanan sebagai kewajiban atau tidak. 3) Pengungkapan yang diperlukan sesuai PSAK 101 tentang Penyajian Laporan Keuangan Syariah. <p>b. Pada pihak pembeli</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Nilai tunai aset yang diperoleh dari transaksi <i>murabahah</i> 2) Jangka waktu <i>murabahah</i> tangguh 3) Pengungkapan yang diperlukan sesuai PSAK 101 tentang Penyajian Laporan Keuangan Syariah. 	<p>Pengungkapan pada pihak bank saja :</p> <p>a. Harga perolehan aset <i>murabahah</i></p> <p>b. Janji pemesanan dalam <i>murabahah</i> berdasarkan pesanan sebagai kewajiban atau bukan.</p> <p>c. Pengungkapan yang diperlukan yang diperlukan sesuai PSAK 101 Penyajian Laporan Keuangan Syariah.</p>

Sumber : Data Olahan, 2009

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan yang ada pada BAB V, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut ;

1. PT Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar telah menerapkan PSAK No.102 bersama dengan PSAK No.59 mengenai Akuntansi

Murabahah, hal tersebut dapat kita buktikan dengan adanya surat Edaran Operasi No.10/036/OPS, tanggal 19 Desember 2008 Yang dikeluarkan langsung oleh Devisi Operasi dan Akuntansi Kantor Pusat PT Bank Syariah Mandiri sebagai pedoman pelaksanaan pembiayaan *Murabahah*.

2. Dalam pengimplementasian PSAK No.102 mengenai Akuntansi *Murabahah* dan merujuk pada Hipotesis penulis, maka disimpulkan bahwa PT Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar belum menerapkan PSAK No.102 mengenai Akuntansi *Murabahah* dengan sepenuhnya, hal ini ditandai dimana surat edaran operasi yang dikeluarkan hanya mengatur bank sebagai penjual saja, sedangkan yang diketahui bahwa dalam PSAK No.102 tidak hanya mengatur ketentuan pengakuan dan pengukuran *murabahah* dari perspektif penjual saja melainkan juga dari perspektif pembeli.

Saran

Adapun saran-saran yang diajukan penulis, yang dapat menjadi salah satu bahan pertimbangan bagi perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Dalam pengimplementasian PSAK No.102 mengenai Akuntansi *Murabahah* khususnya dalam pengakuan dan pengukurannya tidak hanya dari perspektif penjual saja tetapi juga dari perspektif pembeli, sebagaimana yang telah diatur dalam PSAK No.102.
2. Dalam perkembangan PT Bank Syariah Mandiri Makassar semakin meningkatkan kualitas khususnya dalam pembiayaannya yang mana tidak hanya terpaku pada pembiayaan *Murabahah* Saja tapi juga dengan pembiayaan-pembiayaan lainnya demi pertumbuhan PT Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar Nantinya.
3. Lebih terbuka kepada para mahasiswa atau peneliti-peneiti lainnya yang ingin melakukan penelitian pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar, karena melalui penelitian ini justru dapat menjadi suatu bahan masukan bagi PT Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar untuk melihat kelemahan-kelemahan yang mana dapat dilakukan perbaikan, dan untuk kekuatannya sendiri semakin ditingkatkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Harahap, Sofyan Syafri. 2004. *Akuntansi Islam*. Bumi Aksara. Jakarta
- Ikatan Akuntan Indonesia (IAI). 2007. *Standar Akuntansi Keuangan*. Salemba Empat. Jakarta

- Muhammad. 2005. *Pengantar Akuntansi Syariah*. Edisi 2. Salemba Empat. Jakarta
- _____. 2005. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Akademi Manajemen Perusahaan YKPN. Yogyakarta
- _____. 2009. *Model-Model Akad Pembiayaan Syariah*. UII Press. Yogyakarta
- Muhammad, Rifqi. 2008. *Akuntansi Keuangan Syariah*. Edisi 1. P3EI Press. Yogyakarta
- Mulawarman, Aji Dedi. 2006. *Menyibak Akuntansi Syariah*. Kreasi Wacana. Yogyakarta
- _____, Aji Dedi. 2009. *Akuntansi Syariah Teori, Konsep, dan Laporan Keuangan*. E Publishing. Jakarta
- Triyuwono, Iwan. 2006. *Akuntansi Syariah Perspektif, Metodologi, dan Teori*. PT RajaGrafindo Persada. Jakarta
- Triyuwono, Iwan dan As'ud, Muhammad. 2001. *Akuntansi Syariah*. Salemba Empat. Jakarta
- Wasilah, Sri Nurhayati. 2009. *Akuntansi Syariah Di Indonesia*. Edisi 2. Salemba Empat. Jakarta.

STUDI STRUKTUR MODAL PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE TAHUN 2005-2008

**Oleh
Sultan Sarda⁵**

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengestimasi seberapa jauh pengaruh variabel Struktur aktiva (tangible assets), Ukuran perusahaan (size), Operating leverage, Profitabilitas, Likuiditas, dan Pertumbuhan penjualan (growth sales) terhadap struktur modal perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia.

Variabel yang digunakan adalah struktur aktiva, ukuran perusahaan, profitabilitas, likuiditas, operating leverage, dan pertumbuhan penjualan. Alat uji yang digunakan yaitu regresi berganda.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa 2. Hanya ada empat (4) variabel independen yang berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen yaitu variabel Tangible asset (FTA), Firm size (SIZE), Profitabilitas (NPM), Likuiditas (CR). Sedangkan untuk kedua (2) variabel lainnya yaitu Operating leverage (DOL) dan Growth Sales (GS) dan hasil regresi yang diperoleh bahwa kedua (2) variabel independen tersebut tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Struktur Modal (DTA).

Kata Kunci : struktur modal, likuiditas, ukuran perusahaan.

Latar Belakang

Pengembangan perusahaan dalam upaya untuk mengantisipasi persaingan yang semakin tajam dalam pasar yang semakin global seperti sekarang ini akan selalu dilakukan baik oleh perusahaan besar maupun perusahaan kecil. Upaya tersebut merupakan permasalahan tersendiri bagi perusahaan, karena menyangkut pemenuhan dananya yang diperlukan.

Apabila suatu perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dananya mengutamakan sumber dari dalam perusahaan, maka akan sangat mengurangi ketergantungannya kepada pihak luar. Apabila kebutuhan dana sudah sedemikian meningkatnya karena pertumbuhan perusahaan, dan dana dari sumber internal sudah digunakan semua, maka tidak ada

⁵ Dosen Fakultas Ekonomi Univ. Muhammadiyah Makassar

pilihan lain, selain menggunakan dana yang berasal dari luar perusahaan baik dari hutang (*debt financing*) maupun dengan mengeluarkan saham baru (*external equity financing*) dalam memenuhi kebutuhan dananya.

Oleh karena itu, pada prinsipnya setiap perusahaan membutuhkan dana untuk pengembangan bisnisnya. Pemenuhan dana tersebut berasal dari sumber internal ataupun sumber eksternal. Karena itu, para manajer keuangan dengan tetap memperhatikan *cost of capital* perlu menentukan struktur modal dalam upaya menetapkan apakah kebutuhan dana perusahaan dipenuhi dengan modal sendiri ataukah dipenuhi dengan modal asing. Dalam melakukan keputusan pendanaan, perusahaan juga perlu mempertimbangkan dan menganalisis kombinasi sumber-sumber dana ekonomis guna membelanjai kebutuhan-kebutuhan investasi serta kegiatan usahanya.

Sebagaimana disebutkan dalam **Weston dan Brigham (1990)** kebijakan mengenai struktur modal melibatkan *trade off* antara risiko dan tingkat pengembalian-penambahan utang dapat memperbesar risiko perusahaan tetapi sekaligus juga memperbesar tingkat pengembalian yang diharapkan. Risiko yang semakin tinggi akibat membesarnya utang cenderung menurunkan harga saham, tetapi meningkatnya tingkat pengembalian yang diharapkan akan menaikkan harga saham tersebut. Struktur modal yang optimal adalah struktur modal yang mengoptimalkan keseimbangan antara risiko dan pengembalian sehingga memaksimalkan harga saham. Untuk itu, dalam penetapan struktur modal suatu perusahaan perlu mempertimbangkan berbagai variabel yang mempengaruhinya.

Masalah struktur modal merupakan masalah penting bagi setiap perusahaan, karena baik buruknya struktur modal perusahaan akan mempunyai efek yang langsung terhadap posisi finansialnya. Suatu perusahaan yang mempunyai struktur modal yang tidak baik, dimana mempunyai hutang yang sangat besar akan memberikan beban yang berat kepada perusahaan tersebut.

Struktur modal merupakan cermin dari kebijaksanaan perusahaan dalam menentukan jenis sekuritas yang dikeluarkan, karena masalah struktur modal adalah erat hubungannya dengan masalah kapitalisasi, dimana disusun dari jenis-jenis *funds* yang membentuk kapitalisasi adalah struktur modalnya (**Riyanto,1992**).

Krisis moneter yang melanda Indonesia tahun 1997 menjadikan perekonomian Indonesia semakin memburuk. Tingkat suku bunga yang tinggi dengan menurunnya daya beli masyarakat menjadikan dunia bisnis ikut terpuruk. Banyak perusahaan mengalami kebangkrutan karena terilit hutang. Mereka tidak mampu membayar hutang yang telah jatuh tempo dikarenakan nilai tukar Rupiah yang sangat melemah terhadap Dollar

pada saat itu. Berdasarkan kondisi tersebut, perusahaan dalam menentukan struktur modalnya akan sangat memperhitungkan untung rugi yang akan didapatkan jika mereka menambah jumlah hutangnya.

Dengan mengetahui apa dan bagaimana faktor-faktor yang paling mempengaruhi struktur modal perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia, dapat membantu khususnya pihak manajemen perusahaan yang ada dalam perusahaan tersebut dalam menentukan bagaimana seharusnya pemenuhan kebutuhan dana untuk mencapai struktur modal yang optimal harus dilakukan dan juga para investor di pasar modal pada umumnya. Dengan demikian tujuan pihak manajemen perusahaan untuk memaksimalkan kemakmuran pemegang saham (pemilik) dapat tercapai.

Rumusan Masalah

1. Apakah *struktur modal* perusahaan manufaktur periode tahun 2000-2003 dipengaruhi oleh faktor-faktor antara lain: Struktur aktiva (*tangible assets*), Ukuran perusahaan (*size*), *Operating leverage*, Profitabilitas, Likuiditas, dan Pertumbuhan penjualan (*growth sales*) ?
2. Dari keseluruhan variabel diatas, variabel manakah yang paling berpengaruh terhadap struktur modal perusahaan manufaktur?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengestimasi seberapa jauh pengaruh variabel Struktur aktiva (*tangible assets*), Ukuran perusahaan (*size*), *Operating leverage*, Profitabilitas, Likuiditas, dan Pertumbuhan penjualan (*growth sales*) terhadap *struktur modal* perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia.
2. Dengan menggunakan alat uji statistik diharapkan dapat diketahui variabel manakah yang paling berpengaruh terhadap struktur modal perusahaan manufaktur.

Tinjauan Pustaka

Menurut Weston dan Brigham (1990), setiap perusahaan menganalisis sejumlah faktor, dan kemudian menetapkan struktur modal yang ditargetkan. Target ini selalu berubah sesuai dengan perubahan kondisi, tetapi pada setiap saat dibenak manajemen perusahaan terdapat bayangan dari struktur modal yang ditargetkan tersebut. Jika tingkat hutang yang sesungguhnya berada dibawah target, mungkin perlu dilakukan ekspansi dengan melakukan pinjaman, sementara jika rasio hutang sudah melampaui target, barangkali saham perlu dijual.

Kebijakan mengenai struktur modal melibatkan trade off antara

resiko dan tingkat pengembalian-penambahan hutang memperbesar tingkat pengembalian yang diharapkan. Resiko yang makin tinggi akibatnya membesarnya hutang cenderung menurunkan harga saham, tetapi meningkatkan tingkat pengembalian yang diharapkan akan menaikkan harga saham tersebut. Struktur modal yang optimal adalah struktur modal yang mengoptimalkan keseimbangan antara resiko dan pengembalian sehingga memaksimalkan harga saham.

Menurut Husnan (1996), teori struktur modal menjelaskan apakah ada pengaruh perubahan struktur modal terhadap nilai perusahaan, seandainya keputusan investasi dan kebijakan deviden dipegang konstan. Dengan kata lain jika perusahaan mengganti sebagian modal sendiri dengan hutang atau sebaliknya apakah harga saham akan berubah. Tetapi kalau dengan merubah struktur modalnya ternyata nilai perusahaan berubah, maka akan diperoleh struktur modal yang terbaik. Struktur modal yang dapat memaksimalkan nilai perusahaan atau harga saham adalah struktur modal yang terbaik. Setiap keputusan pendanaan mengharuskan manajer keuangan untuk dapat mempertimbangkan manfaat dan biaya dari sumber-sumber dana yang akan dipilih karena masing-masing sumber dana mempunyai konsekuensi finansial yang berbeda.

Sumber pendanaan didalam suatu perusahaan dibagi kedalam dua kategori yaitu pendanaan internal dan pendanaan eksternal. Pendanaan internal dapat diperoleh dari sumber laba ditahan sedangkan pendanaan eksternal dapat diperoleh para kreditor atau yang disebut dengan hutang dari pemilik, peserta atau pengambil bagian dalam perusahaan atau yang disebut sebagai modal. Proporsi atau bauran dari penggunaan modal sendiri dan hutang dalam memenuhi kebutuhan dana perusahaan disebut struktur modal perusahaan.

Teori struktur modal ini penting karena (1) setiap ada perubahan struktur modal akan mempengaruhi biaya modal secara keseluruhan, hal ini disebabkan masing-masing jenis modal mempunyai biaya modal sendiri-sendiri, (2) besarnya biaya modal secara keseluruhan ini, nantinya akan digunakan sebagai cut of rate pada pengambilan keputusan investasi. Oleh karena itu struktur modal akan mempengaruhi keputusan investasi (Sutrisno,2000).

Menurut **Maness (1988)**, ada beberapa faktor yang mempengaruhi penentuan struktur modal yang optimal, yaitu :

1. Stabilitas Penjualan

Perusahaan dengan penjualan yang relatif stabil dapat lebih aman memperoleh lebih banyak pinjaman dan menanggung beban tetap yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang penjualannya tidak stabil.

2. *Operating Leverage*

Perusahaan yang mengurangi leverage operasinya lebih mampu untuk menaikkan penggunaan leverage keuangan (hutang).

3. *Corporate Taxes*

Karena bunga *tax-deductable*, ada sebuah keuntungan jika menggunakan hutang. *Marginal tax rate* perusahaan yang lebih tinggi, maka keuntungan menggunakan hutang akan lebih tinggi, semua yang lainnya dianggap sama.

4. Kadar resiko dari aktiva

Tingkat atau kadar resiko dari setiap aktiva didalam perusahaan adalah tidak sama. Makin panjang jangka waktu penggunaan suatu aktiva didalam perusahaan, makin besar derajat resikonya. Dan perkembangan dan kemajuan teknologi serta ilmu pengetahuan yang tiada henti, dalam artian ekonomis dapat mempercepat tidak digunakannya suatu aktiva, meskipun dalam artian teknis masih dapat digunakan.

5. *Lenders* dan *rating agencies*

Jika perusahaan menggunakan hutang semakin berlebih, maka pihak *lenders* akan mulai meminta tingkat bunga yang lebih tinggi dan *rating agencies* akan mulai menurunkan rating pada tingkat hutang perusahaan.

6. *Internal cash flow*

Tingkat *internal cash flow* yang lebih tinggi dan lebih stabil dapat menjustifikasi sebuah tingkat *leverage* lebih stabil.

7. Pengendalian

Banyak perusahaan sekarang meningkatkan tingkat hutangnya dan memulai dengan menerbitkan hutang baru hingga *repurchase outstanding commonstock*. Tujuan dari peningkatan hutang tersebut adalah untuk mendapatkan *return* yang lebih tinggi., sedangkan pembelian kembali saham bertujuan untuk lebih meningkatkan tingkat pengendalian.

8. Kondisi ekonomi

Kondisi ekonomi seperti sekarang ini dan juga kondisi pada pasar keuangan dapat mempengaruhi keputusan struktur modal. Ketika tingkat suku bunga tinggi, mungkin keputusan pendanaan lebih mengarah pada *short-term debt*, dan akan dilakukan *refinance* dengan *long-term debt* atau *equity* jika kondisi pasar memungkinkan.

9. Preferensi pihak manajemen

Preferensi manajemen terhadap resiko dan gaya manajemen mempunyai peran dalam hubungannya dengan kombinasi *debt-equity* perusahaan pada struktur modalnya.

10. *Debt covenant*

Uang yang dipinjam dari sebuah bank dan juga penerbitan surat hutang dan terwujud melalui serangkaian kesepakatan (*debt covenant*).

11. *Agency cost*

Agency cost adalah sebuah biaya yang diturunkan guna memonitor kegiatan pihak manajemen untuk menjamin bahwa kegiatan mereka selaras dengan persetujuan antara manajer, kreditur dan juga para shareholders.

12. Profitabilitas

Perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi, dan penggunaan *internal financing* yang lebih besar dapat menurunkan penggunaan hutang (rasio hutang).

Sedangkan menurut **Riyanto (1992)**, struktur modal suatu perusahaan dipengaruhi oleh banyak faktor, dimana faktor-faktor yang utama adalah :

1. Tingkat bunga

Pada waktu perusahaan merencanakan pemenuhan kebutuhan modal adalah sangat dipengaruhi oleh tingkat suku bunga yang berlaku pada waktu itu. Tingkat bunga akan mempengaruhi pemilihan jenis modal apa yang akan ditarik, apakah perusahaan akan mengeluarkan saham ataukah obligasi.

2. Stabilitas dari *earnings*

Suatu perusahaan yang mempunyai *earnings* yang stabil akan selalu dapat memenuhi kewajiban finansialnya sebagai akibat dari penggunaan modal asing. Sebaliknya perusahaan yang mempunyai *earnings* yang tidak stabil dan *unpredictable* akan menanggung resiko tidak dapat membayar beban bunga pada tahun atau keadaan yang buruk.

3. Susunan dari aktiva

Kebanyakan perusahaan manufaktur dimana sebagian besar dari modalnya tertanam dalam aktiva tetap, akan mengutamakan pemenuhan kebutuhan modalnya dari modal yang permanen, yaitu modal sendiri, sedangkan modal asing sifatnya adalah sebagai pelengkap. Sementara itu, perusahaan yang sebagian besar dari aktivitya adalah aktiva lancar akan mengutamakan pemenuhan kebutuhan dananya dengan hutang jangka pendek.

4. Kadar resiko dari aktiva

Tingkat atau kadar resiko dari setiap aktiva didalam perusahaan adalah tidak sama. Makin panjang jangka waktu penggunaan suatu aktiva didalam perusahaan, makin besar derajat resikonya. Dengan perkembangan dan kemajuan teknologi serta ilmu pengetahuan yang tiada henti, dalam artian ekonomis dapat mempercepat tidak digunakannya suatu aktiva, meskipun dalam artian teknis masih dapat digunakan.

5. Besarnya jumlah modal yang dibutuhkan
Apabila jumlah modal yang dibutuhkan sangat besar, maka dirasakan perlu bagi perusahaan tersebut untuk mengeluarkan beberapa golongan sekuritas secara bersama-sama, sedangkan bagi perusahaan yang membutuhkan modal yang tidak begitu besar cukup hanya mengeluarkan satu golongan sekuritas saja.
6. Keadaan pasar modal
Keadaan pasar modal sering mengalami perubahan disebabkan karena adanya gelombang konjungtur. Pada umumnya apabila gelombang meninggi (up-saving) para investor lebih tertarik untuk menanamkan modalnya dalam saham. Oleh karena itu, dalam rangka mengeluarkan atau menjual sekuritas-nya, perusahaan harus menyesuaikan dengan keadaan pasar modal tersebut.
7. Sifat manajemen
Sifat manajemen akan mempunyai pengaruh langsung dalam pengambilan keputusan mengenai cara pemenuhan kebutuhan dana.
8. Besarnya suatu perusahaan
Perusahaan yang lebih besar dimana sahamnya tersebar sangat luas akan lebih berani mengeluarkan saham baru dalam memenuhi kebutuhannya untuk membiayai pertumbuhan penjualannya dibandingkan perusahaan yang lebih kecil.

Selain itu, menurut **Awat dan Mulyadi (1990)**, dalam penentuan struktur modal, perlu diperhatikan beberapa faktor yang dianggap dominan. Faktor-faktor tersebut antara lain :

1. Tujuan perusahaan
Tujuan manajer adalah memakmurkan para pemegang saham, maka struktur modal yang optimal adalah yang dapat memaksimumkan nilai perusahaan. Sedangkan jika tujuan para manajer itu hanya memaksimumkan keamanan pekerjaannya maka struktur modal yang digunakan cukup terletak pada leverage rata-rata perusahaan lain yang sejenis.
2. Tingkat leverage untuk perusahaan yang sama dengan perusahaan manufaktur.
3. Kemampuan dana intern

Penentu bagi dana internal adalah tingkat pertumbuhan pendapatan. Jika tingkat pertumbuhan pendapatan tinggi, memungkinkan bagi manajemen memperoleh dana yang lebih besar dari laba ditahan sehingga akan mengurangi dana pinjaman. Selain itu, kebijakan deviden juga berpengaruh terhadap kemampuan dana internal.

4. Perumusan kepemilikan dan pengendalian
Apabila saham yang ada dalam suatu perusahaan hanya dimiliki oleh sejumlah kecil pemegang saham, maka pihak manajemen akan segan untuk mengeluarkan saham baru.
5. Batas Kredit
Batasan kredit juga dipengaruhi oleh persepsi pihak kreditur tentang perusahaan.
6. Besarnya perusahaan
Suatu perusahaan yang berukuran besar akan lebih mudah memperoleh pinjaman dibandingkan dengan perusahaan kecil.
7. Pertumbuhan aktiva perusahaan
Pertumbuhan aktiva dapat dijadikan indikator bagi kesempatan pengembangan perusahaan pada waktu yang akan datang. Jadi pertumbuhan aktiva dapat memberikan gambaran bagi kebutuhan dana total dalam suatu perusahaan.
8. Stabilitas pendapatan atau *earnings*
Seperti diketahui bahwa variabilitas pendapatan dapat dijadikan ukuran bagi resiko bisnis. Kreditur cenderung bersedia memberikan pinjaman kepada perusahaan yang memiliki pendapatan yang stabil.
9. Biaya Hutang
Jika biaya hutang lebih besar dari rentabilitas aktiva, maka penambahan hutang akan memberikan efek yang kurang mendukung bagi rentabilitas modal sendiri.
10. Biaya Modal Sendiri
Biaya modal sendiri (*cost of equity*) direfleksikan melalui harga saham. Naik turunnya harga saham menunjukkan harapan bagi pembelanjaan modal sendiri yang murah ataupun mahal, sehingga dapat membuat penarikan hutang yang kurang maupun lebih menarik.
11. Tarif Pajak
Berhubung pembayaran bunga merupakan *tax deductible* bagi perusahaan, maka pembelanjaan dengan menggunakan hutang akan menjadi lebih menarik.
12. Perkiraan Tingkat Inflasi

Tingkat inflasi akan mempengaruhi permintaan dan penawaran dana. Dalam keadaan inflasi yang tinggi perusahaan menyenangi pembelanjaan melalui hutang.

13. Kemampuan sumber dana pinjaman

Penawaran bagi dana pinjaman dipengaruhi oleh kebijaksanaan pemerintah. Berkurangnya ketersediaan dana ekstern akan mengakibatkan pembelanjaan hutang menjadi mahal.

14. Kebiasaan Umum di Pasar Modal.

Kecenderungan investor yang lebih menyenangi surat-surat berharga dari bank, perusahaan asuransi dan *public utility* akan menyulitkan perusahaan untuk segera mengubah struktur modalnya.

15. Struktur Aktiva

Jika komposisi aktiva suatu perusahaan bersifat *capital intensive* berarti perusahaan mengutamakan pembelanjaan modal sendiri, artinya modal pinjaman hanya merupakan pelengkap, terutama bagi pembiayaan modal kerja.

Selain teori diatas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi struktur modal, masih banyak lagi yang mengemukakan pendapatnya tentang hal tersebut. Dari beberapa faktor yang dipilih oleh mereka, pada umumnya mempunyai kesamaan dengan latar belakang alasan yang hampir sama pula.

Populasi dan Pemilihan Sampel

Populasi merupakan keseluruhan dari obyek yang diteliti. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur jenis makanan dan minuman (foods and beverages) yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEJ) dari tahun 2005 sampai dengan tahun 2008 yang memiliki laporan keuangan yang lengkap dan dipublikasikan dalam *Indonesian Capital Market Directory (ICMD)*. Pemilihan sampel dilakukan berdasarkan metode *Purposive Sampling*, yaitu pemilihan sampel saham perusahaan selama periode penelitian berdasarkan kriteria tertentu. Adapun tujuan dari metode ini untuk mendapatkan sampel yang representatif sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan.

Sumber Data dan Pengambilan Data

Data dalam penelitian ini bersumber dari data sekunder dimana data tersebut adalah data yang berasal dari Laporan Keuangan Perusahaan Manufaktur yang dipublikasikan di Bursa Efek Indonesia khususnya dari *Indonesian Capital Market Directory* tahun 2005-2008. Berdasarkan sumber data tersebut maka diperoleh data meliputi data *Total Asset (TA)*, *Current Asset (CA)*, *Fixed Asset (FA)*, *Total Liabilities*

(TL), Current Liabilities (CL), Capital, Sales, Earning Before Interest and Taxes (EBIT), dan Net Profit Margin (NPM).

Pengumpulan data dilakukan dengan cara *Cross Section Pooling Data* dari perusahaan manufaktur. *Cross Section Pooling data* dilakukan dengan cara menjumlahkan perusahaan-perusahaan manufaktur jenis makanan dan minuman (foods and beverages) yang mampu memenuhi kriteria sampel yang telah ditentukan selama periode penelitian yaitu dari tahun 2005 sampai dengan tahun 2008.

Teknik Analisis

Analisis data dapat digunakan software *SPPS version 13* sebagai alat untuk regresi model formulasi. Untuk menghasilkan suatu model yang baik, hasil analisis regresi memerlukan pengujian *asumsi Klasik*.

Pengujian hipotesis yang dilakukan dengan uji F digunakan untuk menguji significant koefisien regresi secara bersama-sama. Uji F menunjukkan pengaruh semua variabel independen secara serempak atau bersama-sama terhadap variabel dependen. Uji F dilakukan dengan cara menggunakan tingkat signifikansi dan analisa hipotesa, yaitu :

Tingkat signifikansi atau α yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5%. Dan untuk membuktikan apakah H_0 diterima atau tidak dalam penelitian ini digunakan dengan melihat nilai P-value nya. Bila nilai P value dari $F \geq \alpha = 5\%$ maka $H_0 =$ diterima dan $H_a =$ ditolak, artinya secara serempak semua variabel independen X_i tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya jika nilai P value dari $F < \alpha = 5\%$ maka $H_0 =$ ditolak dan $H_a =$ diterima, artinya secara serempak semua variabel independen X_i berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Untuk melakukan pengujian tersebut diatas apakah semua variabel yaitu tangible assets (FTA), firm size (SIZE), operating leverage (DOL), profitabilitas (NPM), likuiditas (CR), dan growth sales (GS) secara individual terhadap struktur modal (DT) maka pengujian yang dilakukan adalah uji t. Uji t digunakan untuk menguji significant koefisien regresi secara parsial atau pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Pengaruh variabel independen secara individual dan signifikan terhadap variabel dependen. Uji t dilakukan dengan cara melihat tingkat signifikansi atau α , dimana dalam penelitian ini α yang digunakan adalah 5%. Untuk melakukan Uji t digunakan dengan cara membandingkan nilai P-value dari t dari masing-masing variabel independen terhadap α yaitu 5%.

Hasil Penelitian

Analisa yang selanjutnya dilakukan adalah analisa terhadap hipotesa yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya. Dalam hal ini analisa terhadap hipotesa dilakukan dengan Uji F dan Uji t. Setelah pengujian 3 asumsi klasik dilakukan maka semua variable- variable independen yaitu Tangible assets (FTA), Firm size (SIZE), Operating leverage (DOL), Profitabilitas (NPM), Likuiditas (CR), dan Growth sales (GS) dapat disimpulkan semua variable tersebut bebas dari 3 asumsi klasik sehingga tidak perlu dikeluarkan dari model regresi berganda.

1. Pengaruh secara Simultan

Uji F dilakukan untuk menguji hubungan regresi antar *variable dependen* dengan seperangkat *variable independent*. Hipotesa untuk uji F adalah sebagai berikut:

Ho1: Tidak ada pengaruh antara variabel-variabel *tangible assets (FTA)*, *firm size (SIZE)*, *operating leverage (DOL)*, *profitabilitas (NPM)*, *likuiditas (CR)*, dan *growth sales (GS)* secara bersama terhadap *struktur modal (DTA)*.

Ha1: Ada pengaruh antara variabel-variabel *tangible assets (FTA)*, *Firm size (SIZE)*, *operating leverage (DOL)*, *profitabilitas (NPM)*, *likuiditas (CR)*, dan *growth sales (GS)* secara bersama terhadap *struktur modal (DTA)*.

Berdasarkan **Uji F** maka dapat diambil kesimpulan:

- Bila nilai P-value dari $F \geq \alpha = 5\%$ maka $H_0 = \text{diterima}$ dan $H_a = \text{ditolak}$, artinya secara serempak semua variabel independen X_i tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- Jika nilai P-value dari $F < \alpha = 5\%$ maka $H_0 = \text{ditolak}$ dan $H_a = \text{diterima}$, artinya secara serempak semua variabel independen X_i berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Hasil Regresi Berganda Untuk Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.467	6	.578	11.323	.000 ^a
	Residual	2.501	49	.051		
	Total	5.968	55			

a. Predictors: (Constant), GS, CR, SIZE, FTA, DOL, NPM

b. Dependent Variable: DTA

Dari pengujian tersebut secara keseluruhan diperoleh hasil seperti yang terlihat pada Tabel 4.2, bahwa nilai P-value dari F atau tingkat signifikansi adalah sebesar $0.000 < \alpha = 5\%$. Berdasarkan hasil tersebut ini dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak (H_a diterima). Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara variable dependen dengan seperangkat variable independent. Dengan demikian ada pengaruh yang signifikan antara variable-variabel tangible assets (FTA), firm size (SIZE), operating leverage (DOL), profitabilitas (NPM), likuiditas (CR), dan growth sales (GS) secara bersama terhadap struktur modal (DTA).

Keenam variabel independen tersebut memberikan nilai adjusted R2 sebesar 0.530. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hanya 53 % dari variasi Struktur Modal (DTA) yang dapat dijelaskan oleh tangible assets (FTA), firm size (SIZE), operating leverage (DOL), profitabilitas (NPM), likuiditas (CR), dan growth sales (GS). Sedangkan sisanya 47 % dijelaskan oleh variable lainnya. Semakin besar adjusted R2 akan semakin baik bagi model regresi, karena variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen secara lebih baik. Semakin besar adjusted R2 (mendekati 1) berarti semakin besar tingkat hubungan linier statistic dalam observasi (Neter et al., 1993).

2. Pengaruh Secara Parsial

Analisa yang selanjutnya dilakukan adalah **Uji t**, hal ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji signifikansi nilai parameter hasil regresi serta melihat kecocokan tanda (hubungan positif atau negative) antara hipotesis alternative dan hasil pengujian. Hipotesa untuk uji t adalah sebagai berikut:

Ho2: *Tangible assets (FTA)* tidak berpengaruh secara positif terhadap *struktur modal (DTA)*.

Ha2: *Tangible assets (FTA)* berpengaruh secara positif terhadap *struktur modal (DTA)*.

Ho3: *Firm size (SIZE)* tidak berpengaruh secara positif terhadap *struktur modal (DTA)*.

Ha3: *Firm size (SIZE)* berpengaruh secara positif terhadap *struktur modal (DTA)*.

Ho4: *Operating leverage (DOL)* tidak berpengaruh secara negatif terhadap *struktur modal (DTA)*.

Ha4: *Operating leverage (DOL)* berpengaruh secara negatif terhadap *struktur modal (DTA)*.

Ho5: *Profitabilitas (NPM)* tidak berpengaruh secara negatif terhadap *struktur modal (DTA)*.

Ha5: *Profitabilitas (NPM)* berpengaruh secara negatif terhadap *struktur modal (DTA)*.

- Ho6: Likuiditas (CR) tidak berpengaruh secara negatif terhadap struktur modal (DTA).
 Ha6: Likuiditas (CR) berpengaruh secara negatif terhadap struktur modal (DTA).
 Ho7: Growth sales (GS) tidak berpengaruh secara positif terhadap struktur modal (DTA).
 Ha7: Growth sales (GS) berpengaruh secara positif terhadap struktur modal (DTA).

Hasil Regresi Berganda Untuk Uji t
Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.563	.210		2.679	.010
	FTA	-.794	.212	-.349	-3.742	.000
	SIZE	.087	.026	.309	3.307	.002
	DOL	.000	.000	-.054	-.577	.566
	NPM	-1.732	.528	-.350	-3.278	.002
	CR	-.057	.016	-.360	-3.509	.001
	GS	.104	.146	.069	.712	.480

a Dependent Variable: DTA

Dari model regresi berganda yang diperoleh dari hasil pengujian akan dijelaskan pengaruh variabel independen secara parsial (satu per satu) terhadap variabel dependen yaitu *Struktur Modal (DTA)*.

a. Variabel *Tangible Asset (FTA)*

Pengujian yang pertama dilakukan terhadap variabel *Tangible Asset (FTA)*, pengaruhnya terhadap *Struktur Modal (DTA)* dapat dilihat pada Tabel diatas. Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa *FTA* memiliki nilai koefisien regresi sebesar -0.794 dengan nilai P-value atau tingkat signifikan sebesar 0.000, hasil ini membuktikan bahwa pengaruh variabel *Tangible asset (FTA)* secara negatif mempengaruhi *Struktur modal (DTA)*. Dan hasil tersebut membuktikan bahwa tidak ada bukti *FTA* berpengaruh secara positif terhadap *DTA* (Ho diterima dan Ha ditolak). Walaupun Ho tidak dapat ditolak, tetapi penelitian ini membuktikan bahwa *FTA* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *DTA*.

Berdasarkan pembahasan tersebut dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian ini tidak mendukung hipotesa yang telah ditetapkan dalam bab

dua (2) bahwa *Tangible Asset (FTA)* berpengaruh secara positif terhadap *Struktur Modal (DTA)*. Secara statistik dapat dikatakan bahwa hubungan antara *Tangible asset (FTA)* dengan *Struktur Modal (DTA)* adalah saling berkebalikan, yaitu jika terjadi kenaikan 1 unit FTA maka akan mengakibatkan penurunan DTA sebesar 0.794. Maka di dalam perusahaan jika *Tangible asset (FTA)* meningkat maka akan menurunkan jumlah *Struktur Modal (DTA)*, begitupun sebaliknya. *Struktur modal* dalam hal ini mencerminkan hutang perusahaan tersebut.

b. Variabel Firm Size (SIZE)

Tabel di atas menunjukkan hasil regresi dari pengujian berikutnya terhadap *Firm Size (SIZE)*. Hasil yang diperoleh dari pengujian regresi tersebut didapatkan nilai koefisien regresi sebesar 0.087 dengan nilai P-value atau tingkat signifikan sebesar 0.002, hasil ini membuktikan bahwa pengaruh variabel *Firm Size (SIZE)* secara positif mempengaruhi *Struktur modal (DTA)* (H_0 ditolak dan H_a diterima). Hasil ini sesuai dengan penelitian-penelitian sebelumnya.

Dengan mendasarkan pada pembahasan tersebut dapat disimpulkan bahwa penelitian ini mendukung hipotesa yang telah ditetapkan pada bab dua (2) bahwa *firm size (SIZE)* mempunyai pengaruh yang positif terhadap *struktur modal (DTA)*. Hal ini berarti semakin besar *ukuran perusahaan* yang direfleksikan dari total aktiva, maka semakin besar jumlah struktur modal (dalam hal ini utang) perusahaan tersebut.

c. Variabel Operating Leverage (DOL)

Pengujian berikutnya terhadap variabel *Operating Leverage (DOL)* diperoleh dari pengujian regresi tersebut didapatkan nilai koefisien regresi sebesar 0.000 dengan nilai P-value atau tingkat signifikan sebesar 0.556, hasil ini membuktikan bahwa pengaruh variabel *Operating Leverage (DOL)* secara positif mempengaruhi *Struktur modal (DTA)*. Dan hasil tersebut membuktikan bahwa tidak ada bukti *DOL* berpengaruh secara negatif terhadap *DTA* (H_0 diterima dan H_a ditolak).

Dengan mendasarkan pada pembahasan tersebut dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak mendukung hipotesa yang telah ditetapkan pada bab dua (2) bahwa *operating leverage (DOL)* mempunyai pengaruh yang negatif terhadap *struktur modal (DTA)*. Hal ini berarti bahwa semakin besar *operating leverage* (dalam hal ini berarti EBIT) maka struktur modal perusahaan tersebut juga semakin meningkat.

d. Variabel Profitabilitas (NPM)

Hasil regresi dari pengujian terhadap *Profitabilitas (NPM)*. Hasil yang diperoleh dari pengujian regresi tersebut didapatkan nilai koefisien regresi sebesar -1.732 dengan nilai P-value atau tingkat signifikan sebesar 0.002, hasil ini membuktikan bahwa pengaruh variabel *Profitabilitas (NPM)* secara negatif mempengaruhi *Struktur modal (DTA)* (Ho ditolak dan Ha diterima). Hasil ini tidak sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh **Rio (2002)** bahwa *Profitabilitas* tidak terbukti mempunyai hubungan negatif terhadap *Struktur Modal (DTA)*.

Dengan mendasarkan pada pembahasan tersebut dapat disimpulkan bahwa penelitian ini mendukung hipotesa yang telah ditetapkan pada bab dua (2) bahwa *Profitabilitas (NPM)* mempunyai pengaruh yang negatif terhadap *struktur modal (DTA)*. Hal ini berarti bahwa semakin besar *Profitabilitas* (dalam hal ini berarti Net Profit) maka struktur modal perusahaan tersebut juga semakin menurun.

e. Variabel Likuiditas (CR)

Pengujian terhadap variabel *Likuiditas (CR)* didapatkan nilai koefisien regresi sebesar -0.057 dengan nilai P-value atau tingkat signifikan sebesar 0.001, hasil ini membuktikan bahwa pengaruh variabel *Likuiditas (CR)* secara negatif mempengaruhi *Struktur modal (DTA)*. Hal ini menunjukkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima.

Dengan mendasarkan pada pembahasan tersebut dapat disimpulkan bahwa penelitian ini mendukung hipotesa yang telah ditetapkan pada bab dua (2) bahwa *Likuiditas (CR)* mempunyai pengaruh yang negatif terhadap *struktur modal (DTA)*. Secara teoritis hal ini berarti bahwa semakin besar *likuiditas (asset)* perusahaan maka *struktur modalnya* (dalam hal ini *utang*) akan semakin berkurang, karena perusahaan yang mempunyai total aktiva yang besar kemampuan untuk membayar utangnya pun lebih besar.

f. Variabel Growth Sales (GS)

Pengujian yang terakhir dilakukan terhadap variabel *Growth Sales (GS)*, didapatkan nilai koefisien regresi sebesar 0.104 dengan nilai P-value atau tingkat signifikan sebesar 0.408, hasil ini membuktikan bahwa pengaruh variabel *Growth sales (GS)* secara positif mempengaruhi *Struktur modal (DTA)*. Dan hasil tersebut membuktikan bahwa terbukti *GS* berpengaruh secara positif terhadap *DTA* (Ho ditolak dan Ha diterima), tetapi penelitian ini membuktikan bahwa *GS* mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap *DTA*. Hal ini juga tidak sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh **Rio (2002)** bahwa tidak terbukti bahwa *GS* mempunyai hubungan positif terhadap *DTA*.

Dengan mendasarkan pada pembahasan tersebut dapat disimpulkan bahwa penelitian ini mendukung hipotesa yang telah ditetapkan pada bab dua (2) bahwa *Growth sales (GS)* mempunyai pengaruh yang positif terhadap *struktur modal (DTA)*.

Kesimpulan

1. Terdapat hubungan antara *variabel dependen* dan *variabel independen* atau dengan kata lain, terdapat hubungan antara variabel *Struktur Modal (DTA)* dengan *Tangible asset (FTA)*, *Firm size (SIZE)*, *Operating leverage (DOL)*, *Profitabilitas (NPM)*, *Likuiditas (CR)*, dan *Growth sales (GS)*.
2. Hanya ada empat (4) *variabel independen* yang berpengaruh signifikan secara parsial terhadap *variabel dependen* yaitu variabel *Tangible asset (FTA)*, *Firm size (SIZE)*, *Profitabilitas (NPM)*, *Likuiditas (CR)*. Sedangkan untuk kedua (2) variabel lainnya yaitu *Operating leverage (DOL)* dan *Growth Sales (GS)* dan hasil regresi yang diperoleh bahwa kedua (2) variabel independen tersebut tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap *Struktur Modal (DTA)*.
3. Variabel *Tangible asset (FTA)* mempunyai pengaruh secara negatif terhadap *Struktur modal (DTA)*. Walaupun arahnya tidak sesuai dengan hipotesa tetapi *Tangible asset (FTA)* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *struktur modal (DTA)*. Hal ini berarti jika didalam perusahaan *Tangible asset (FTA)* meningkat maka akan menurunkan jumlah *Struktur Modal (DTA)*, begitupun sebaliknya. *Struktur modal* dalam hal ini mencerminkan hutang perusahaan tersebut.
4. Variabel *Firm size (SIZE)* mempunyai pengaruh terhadap *struktur modal (DTA)* dan arahnya pun sesuai dengan hipotesa yaitu positif.
5. Variabel *Operating Leverage (DOL)* tidak mempunyai pengaruh terhadap *struktur modal (DTA)* dan arahnya pun tidak sesuai dengan hipotesa yaitu positif.
6. Variabel *Profitabilitas (NPM)* mempunyai pengaruh terhadap *struktur modal (DTA)* dan arahnya pun sesuai dengan hipotesa yaitu negatif.
7. Variabel *Likuiditas (CR)* mempunyai pengaruh secara negatif terhadap *struktur modal (DTA)*. Hal ini sesuai dengan hipotesa yang ditetapkan.
8. Variabel *Growth Sales (GS)* tidak mempunyai pengaruh terhadap *struktur modal (DTA)* dan arahnya sesuai dengan hipotesa yang ditetapkan yaitu positif.

DAFTAR PUSTAKA

- Atmaja, Setia L, (1999), *Manajemen Keuangan*, Edisi Kedua. Andi Offset Yogyakarta.
- Brigham, F. Eugene, Gapenski C.Louis, Philip R.Daves, (1999), *Intermediate Financial Management*, Sixth Edition, The Dryden Press.
- Gosh Arvin, Cai Francis dan Li Wenhui, (2005), "The Determinants of Capital Structure", *American Business Review*, June :129-132.
- Gujarati, D (1995), *Basic Econometrics*, Third Edition, Mc-Graw Hil, Inc.New York.
- Hariyanto, Farid, Siswanto Sudomo, (1998), *Perangkat dan Teknik Analisis Investasi di Pasar Modal Indonesia*, PT.Bursa Efek Indonesia.
- Harris, Milton and Artur Raviv, (1991),"The Theory of Capital Stucture", *American Bussines Review*, June : 129-132.
- Husnan Suad, (1996), *Manajemen Keuangan Teori dan Penerapan*, Edisi Keempat, BPF, Yogyakarta.
- Kuncoro, Mudrajad, (2001), *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Edisi Pertama, Percetakan AMP YKPN, Yogyakarta.
- Ozkan Aydin, (2001), "Determinants of Capital Structure and Adjustment to Long Run Target : Evidence from UK Company Panel Data," *Journal Business Finance & Acc*, March 175-198.
- Riyanto Bambang, (1990), *Dasar-dasar Pembelanjaan*, Yayasan Badan Penerbit Gajah Mada.
- Sartono Agus, Ragil sriharto, (1999), "Faktor-faktor Penentu Struktur Modal Perusahaan Manufaktur diIndonesia", *Sinergi Vol 2 No.2*.
- Sartono, R.Agus, (1990), *Manajemen Keuangan*, Edisi Ketiga, BPF, Yogyakarta.
- Sutrisno, (2005), *Manajemen Keuangan (Teori, Konsep dan Aplikasi)*, Ekonisia, Yogayakarta.

PENGARUH MOTIVASI KERJA TERHADAP KINERJA GURU DI SMP NEGERI 15 KOTA MAKASSAR

Oleh
Ruliaty⁶

ABSTRACT

The intention of research this is knowing and analyse motivation work teacher marked with motivation to succeed, striving, responsibility, and the initiative and also to know and analyse motivation influence to succeed, striving, responsibility, and initiative of either through parsial and together to performance learn in Yunior High School 15 Makassar Town.

This research use enquette or kuesioner and becoming responder is teacher in Yunior High School Makassar Town Amounting to 36 people. Analyse data conducted by using statistical and descriptive statistic of inferensial.

Result of analysis of statististik inferensial that is with test t and test F obtained by value t counteach equal to 3,126 for the first hypothesis, 4,580 for the second hypothesis, 3,547 for the third hypothesis, 5,507 for the fourth hypothesis. Values test the t bigger than t tables of belief degree 5 % that is equal to 1,70. Matter this indicate that in parsial of each;every independent variable have an effect on to variable dependen. F value count equal to 20,160 which bigger also than f value of tables of equal to 4,15. So that in independent simultan variable have an effect on to variable dependen. Coefisien Determination of equal to 0,722 which mean that the level of motivation contribution to succeed, striving, responsibility, and the initiative together to performance learn is 72,2.

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Motivasi kerja guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar yang ditandai oleh kurangnya dorongan untuk berhasil tampak pada upaya guru dalam proses pembelajaran baik di dalam kelas maupun di luar

⁶ Dosen Fakultas Ekonomi Univ. Muhammadiyah Makassar

kelas di mana guru tidak berupaya untuk menyajikan materi pelajaran dengan berbagai variasi metode yang digunakan. Mereka hanya mengandalkan pembelajaran yang konvensional. Hal ini terlihat pada metode mengajar yang digunakan yaitu hanya ceramah yang bersifat penuangan satu arah kepada peserta didik, sehingga berdampak pada kualitas pembelajaran yang kurang optimal.

Pada sisi lain, tampak pula bahwa beberapa guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar tidak mempunyai dorongan untuk bertanggung jawab terhadap pekerjaannya yaitu sebagai tenaga pengajar. Hal ini tampak pada tingkat kepedulian guru yang kurang terhadap upaya membuat perencanaan pembelajaran. Guru hanya mengajar sesuai dengan buku paket yang ada, tidak berupaya membuat bahan ajar sendiri dengan merangkum materi pelajaran dari berbagai buku referensi. Akibatnya, materi yang disajikan hanya sesuai dengan apa yang tertulis pada buku paket, tidak luas dan sangat miskin dengan konsep-konsep yang seharusnya dipahami oleh peserta didik.

Konsepsi motivasi mempunyai peranan penting bagi seseorang penanggung jawab dalam satu-satuan organisasi untuk menggerakkan, mengerahkan dan mengarahkan segala daya dan potensi yang ada ke arah pemanfaatan yang paling optimal sesuai dengan dan dalam batas-batas kemampuan manusia dengan bantuan sarana-sarana dan fasilitas lainnya seperti alat-alat, uang, material dan metode. Motivasi merupakan daya pendorong yang mengakibatkan seseorang anggota organisasi mau dan rela untuk mengerahkan kemampuan dalam bentuk keahlian atau ketrampilan, tenaga dan waktunya untuk menyelenggarakan berbagai kegiatan yang menjadi tanggung jawabnya dan menunaikan kewajibannya, dalam rangka pencapaian tujuan organisasi.

Motivasi dapat bersumber dari dalam diri seseorang. Jenis motivasi ini sering dikenal dengan istilah motivasi internal atau motivasi intrinsik. Motivasi yang bersumber dari luar diri orang yang bersangkutan dikenal dengan istilah motivasi eksternal atau motivasi ekstrinsik. Faktor-faktor motivasi baik yang bersifat intrinsik maupun yang bersifat ekstrinsik, dapat positif, akan tetapi dapat pula negatif. Kunci keberhasilan seorang manajer dalam menggerakkan para bawahannya terletak pada kemampuannya untuk memahami faktor-faktor motivasi sedemikian rupa sehingga menjadi daya pendorong yang efektif.

Bertolak dari uraian di atas, maka kemampuan dan motivasi kerja guru perlu mendapat perhatian yang sungguh-sungguh. Kemampuan dan motivasi tersebut dapat melahirkan produktivitas kerja atau kinerja. Kinerja merupakan faktor yang sangat penting dalam menentukan produktivitas seorang guru. Karena itu faktor-faktor yang memengaruhinya perlu diselidiki dan dianalisis agar dapat memberikan

arah bagi pengembangan karier guru sebagai peyelenggara tugas-tugas pembangunan baik di tingkat nasional maupun pada tingkat daerah kabupaten atau kota, termasuk di SMP Negeri 15 Kota Makassar.

B. Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana pengaruh motivasi berhasil terhadap kinerja guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar?
2. Bagaimana pengaruh motivasi kerja terhadap kinerja guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar?
3. Bagaimana pengaruh motivasi tanggung jawab terhadap kinerja guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar?
4. Bagaimana pengaruh motivasi inisiatif terhadap kinerja guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar?
5. Bagaimana pengaruh motivasi berhasil, motivasi kerja, motivasi tanggung jawab dan motivasi inisiatif secara bersama-sama terhadap kinerja guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas, maka dapat dikemukakan tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis motivasi berhasil bagi guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar?
2. Untuk mengetahui dan menganalisis motivasi kerja bagi guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar?
3. Untuk mengetahui dan menganalisis motivasi tanggung jawab bagi guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar?
4. Untuk mengetahui dan menganalisis motivasi inisiatif bagi guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh motivasi berhasil, motivasi kerja keras, motivasi tanggung jawab dan motivasi inisiatif baik secara parsial maupun secara simultan terhadap kinerja guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar.

TINJAUAN PUSTAKA

A. Motivasi Kerja

Perkataan motivasi berasal dari bahasa latin *movere* yang berarti dorongan atau daya penggerak (Hasibuan, 2005: 45). Di dalam motivasi menghasilkan motif yang membawa pada penyelesaian tujuan baik kebutuhan jasmani maupun kebutuhan rohani, sehingga motif adalah rangsangan yang membawa kegiatan yang ingin dipenuhi (Terry, 1999: 39). Motif juga diartikan sebagai suatu tenaga dalam diri manusia yang

menyebabkan seseorang untuk merebut suatu tingkat kesejahteraan. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa motif sebagai suatu penyebab yang mendorong seseorang untuk berbuat sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.

Koonts dan Jones (Siagian, 2004: 60) mengemukakan bahwa motivasi mengacu pada dorongan dan usaha untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan atau untuk mencapai suatu tujuan. Menurut Widjaya (2000: 38) bahwa motivasi merupakan proses untuk mencoba mempengaruhi seseorang agar melakukan sesuatu yang diinginkan atau dengan kata lain motivasi adalah keadaan yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai tujuan.

Selanjutnya Gie (dalam Hasibuan, 1999: 72) menyatakan bahwa motivasi merupakan kegiatan yang dilakukan oleh pimpinan dalam pemberian inspirasi, semangat dan dorongan kepada karyawan untuk bertindak dengan tujuan agar karyawan tersebut lebih giat dan bersemangat dalam bekerja sehingga mencapai hasil sebagaimana yang telah ditetapkan. Karenanya motivasi merupakan kesediaan untuk mengeluarkan tingkat upaya yang tinggi ke arah tujuan-tujuan organisasi yang dikondisikan oleh kemampuan. Upaya itu untuk memenuhi suatu kebutuhan individu. Menurut Moekijat (1999: 67), motivasi adalah dorongan seseorang untuk mengambil tindakan karena orang tersebut ingin melakukan demikian. Apabila orang-orang didorong maka mereka hanya mengadakan reaksi terhadap tekanan. Mereka bertindak karena merasa bahwa mereka harus melakukan demikian. Akan tetapi, apabila mereka dimotivasi, maka mereka mengadakan pilihan yang positif untuk melakukan sesuatu, karena mereka mengetahui tindakan ini mempunyai arti bagi mereka.

Uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa motivasi adalah suatu dorongan yang dapat menggerakkan seseorang untuk melakukan kegiatan dan menimbulkan semangat dan gairah kerja yang mengarah pada tercapainya suatu tujuan tertentu.

Moekijat (1999:47) mengemukakan beberapa langkah untuk mengembangkan motivasi prestasi adalah sebagai berikut:

- 1) Tujuan atau hasil akhir kegiatan harus bersifat khusus dan ditentukan dengan tegas.
- 2) Tujuan atau hasil yang diinginkan untuk dicapai harus menunjukkan suatu tingkat resiko yang sedang untuk individu-individu yang terlibat. Ini berarti bahwa tujuan harus mengandung unsur resiko, tetapi bukan tingkat resiko yang tinggi, sehingga akan menjejalkan atau menghalang-halangi individu yang terlibat.

- 3) Tujuan harus mempunyai sifat sedemikian rupa, sehingga tujuan sewaktu-waktu dapat disesuaikan sebagai jaminan situasi, terutama apabila tujuan tersebut berbeda banyak.
- 4) Individu-individu harus diberi umpan balik yang saksama dan jujur mengenai prestasi mereka.
- 5) Individu-individu diberi tanggung jawab untuk suksesnya hasil kegiatan mereka. Tanggung jawab terhadap hasil ini harus merupakan tanggung jawab yang sungguh-sungguh.
- 6) Penghargaan dan hukuman yang diberikan karena hasil kerja yang sukses atau yang gagal harus dihubungkan dengan selayaknya dengan tujuan hasil kerja. Artinya harus ada penghargaan yang besar untuk hasil kerja yang besar dan sebaliknya hanya ada hukuman yang ringan bagi mereka yang keagalannya sedikit

B. Konsep Kinerja

Kinerja merupakan istilah yang berasal dari kata *job performance* atau *actual performance* (prestasi kerja atau prestasi sesungguhnya yang dicapai seseorang). Definisi kinerja karyawan yang dikemukakan Kusriyanto (Mangkunegara, 2000:58) adalah perbandingan hasil yang dicapai (produktivitas) dengan peran serta tenaga kerja persatuan waktu (lazimnya per jam). Sementara itu, kinerja adalah hasil atau tingkat keberhasilan seseorang secara keseluruhan selama periode tertentu di dalam melaksanakan tugas dibandingkan dengan berbagai kemungkinan, seperti standar hasil kerja, target atau sasaran atau kriteria yang telah ditentukan terlebih dahulu dan telah disepakati bersama. Kinerja adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing, dalam rangka upaya mencapai tujuan organisasi bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral maupun etika (Prawirosentono, 1999: 102). Beberapa faktor yang perlu diketahui sehubungan dengan kinerja karyawan antara lain pengetahuan tentang pekerjaan, kemampuan membuat perencanaan dan jadwal pekerjaan, pengetahuan tentang standar untuk pekerjaan yang disyaratkan, produktivitas karyawan yang berkaitan dengan jumlah hasil pekerjaan yang dapat diselesaikan, dan kemampuan berkomunikasi baik dengan sesama karyawan maupun dengan atasan.

Menurut Gordon (1993: 171) bahwa "*performance is a function of employe's ability acceptance of goal. Level goals and the interaction of goal with their ability*". Dengan demikian, kinerja ditentukan oleh faktor-faktor kemampuan, motivasi dan kesempatan. Kesempatan kinerja adalah tingkat-tingkat kinerja yang tinggi yang sebagian merupakan

fungsi dari tidak adanya rintangan-rintangan yang mengendalakan karyawan itu. Meskipun seorang individu mungkin bersedia dan mampu, bisa saja ada rintangan yang menjadi penghambat.

Kinerja dalam menjalankan fungsinya tidak berdiri sendiri, tapi berhubungan dengan kepuasan kerja dan tingkat imbalan, dipengaruhi oleh ketrampilan, kemampuan dan sifat-sifat individu. Oleh karena itu menurut Gibson (dalam Rivai, 2002), kinerja individu pada dasarnya dipengaruhi oleh faktor-faktor: (a) harapan mengenai imbalan, (b) dorongan, (c) kemampuan, kebutuhan dan sifat, (d) persepsi terhadap tugas, (e) Imbalan internal dan eksternal, (f) persepsi terhadap tingkat imbalan dan kepuasan kerja. Dengan demikian, kinerja pada dasarnya ditentukan oleh tiga hal, yaitu (1) kemampuan, (2) keinginan dan (3) lingkungan. Oleh karena itu, agar mempunyai kinerja yang baik, seseorang harus mempunyai keinginan yang tinggi untuk mengerjakan serta mengetahui pekerjaannya. Tanpa mengetahui ketiga faktor ini kinerja yang baik tidak akan tercapai. Jadi dapat dipahami bahwa kinerja individu dapat ditingkatkan jika ada kesesuaian antara pekerjaan dan kemampuan.

Kinerja individu juga dipengaruhi oleh kepuasan kerja. Kepuasan kerja itu sendiri adalah perasaan individu terhadap pekerjaannya. Perasaan ini berupa suatu hasil penilaian mengenai seberapa jauh pekerjaannya secara keseluruhan mampu memuaskan kebutuhannya. Kepuasan tersebut berhubungan dengan faktor-faktor individu, yaitu: (a) kepribadian seperti aktualisasi diri, kemampuan menghadapi tantangan, kemampuan menghadapi tekanan, (b) status dan senioritas, makin tinggi hierarkis di dalam perusahaan lebih mudah individu tersebut untuk puas, (c) kecocokan dengan minat, semakin cocok minat individu semakin tinggi kepuasan kerjanya, (d) kepuasan individu dalam hidupnya, yaitu individu yang mempunyai kepuasan yang tinggi terhadap elemen-elemen kehidupannya yang tidak berhubungan dengan kerja, biasanya akan mempunyai kepuasan kerja yang tinggi (Rivai, 2002: 60)

C. Tugas dan Fungsi Guru

Pekerjaan sebagai guru dikenal sebagai suatu pekerjaan profesional, artinya bahwa sebagai seorang guru maka memerlukan suatu keahlian khusus. Sebagaimana orang menilai bahwa dokter, insinyur, ahli hukum, dan sebagainya sebagai profesi tersendiri maka guru pun adalah suatu profesi tersendiri. Guru yang profesional harus menguasai betul tentang seluk-beluk pendidikan dan pengajaran serta ilmu-ilmu lainnya. Guru bertugas membentuk atau mendidik anak

menjadi manusia yang baik. Menurut Hamalik (2008: 119) guru adalah “contoh yang paling tepat yang selalu digugu dan ditiru oleh anak”.

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2005 dijelaskan tentang pengertian guru bahwa: Guru adalah pendidik profesional dengan tugas utama mendidik, mengajar, membimbing, mengarahkan, melatih, menilai dan mengevaluasi peserta didik.

Lebih lanjut, dalam Permendiknas Nomor 39 Tahun 2009 tentang Beban Kerja Guru dijelaskan bahwa tugas dan fungsi guru adalah membuat perencanaan pembelajaran, menyajikan pembelajaran, memberikan penilaian, mengadakan tindak lanjut baik dalam bentuk remedial maupun pengayaan.

Profesionalisme guru dituntut agar terus berkembang sesuai dengan perkembangan zaman, ilmu pengetahuan dan teknologi, serta kebutuhan masyarakat termasuk kebutuhan sumber daya manusia yang berkualitas dan memiliki kapabilitas untuk mampu bersaing baik forum lokal, regional, nasional maupun internasional.

Berbagai masalah yang berkaitan dengan kondisi guru, antara lain: adanya keberagaman kemampuan guru dalam proses pembelajaran dan penguasaan pengetahuan, belum adanya alat ukur yang akurat untuk mengetahui kemampuan guru, pembinaan yang dilakukan belum mencerminkan kebutuhan, termasuk kesejahteraan guru yang belum memadai. Jika hal tersebut tidak segera diatasi, maka akan berdampak pada rendahnya kualitas pendidikan. Rendahnya kualitas pendidikan yang dimaksudkan adalah: kemampuan anak dalam menyerap pelajaran yang diajarkan oleh guru tidak maksimal, kurang sempurnanya pembentukan karakter yang tercermin dalam sikap dan kecakapan hidup yang dimiliki oleh setiap peserta didik.

Uraian di atas menunjukkan betapa pentingnya guru ditingkatkan kompetensinya. Kompetensi diartikan sebagai pengetahuan, keterampilan, dan nilai-nilai dasar yang direfleksikan dalam kebiasaan berpikir dan bertindak. Antara lain dari kompetensi adalah spesifikasi dari pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang dimiliki seorang guru serta penerapannya dalam melakoni pekerjaan atau dalam pembelajaran di kelas.

D. Hubungan Fungsional antara Motivasi, Produktivitas dan Kinerja

Organisasi harus menjadi alat atau sarana untuk memenuhi kebutuhan individu. Meskipun demikian, organisasi didirikan tidak hanya memenuhi kebutuhan perseorangan, tetapi juga berhubungan dengan kelangsungan hidup organisasi tersebut melalui produktivitas. Pencapaian produktivitas digabungkan dengan pemenuhan kebutuhan pegawai hendaknya menjadi perhatian semua organisasi atau suatu unit

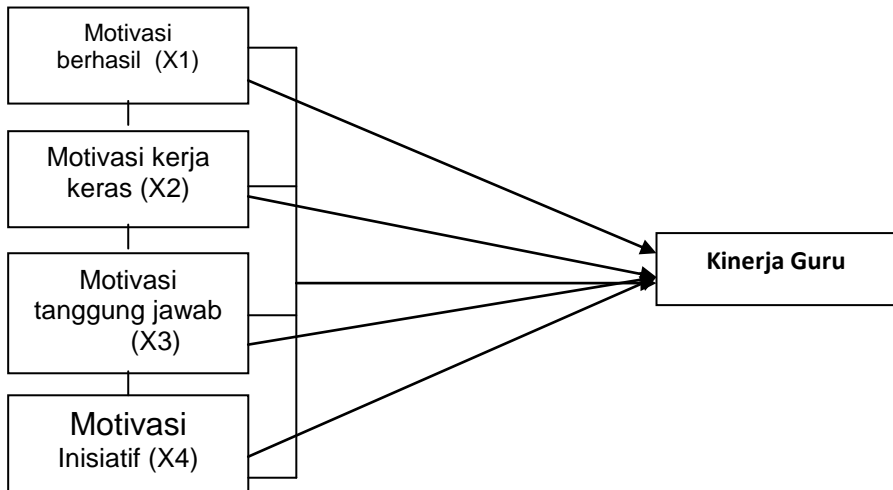
kerja. Produktivitas adalah perbandingan jumlah keluaran (*output*) dengan jumlah masukan (*input*) tertentu untuk suatu jangka waktu tertentu pula. Makin tinggi perbandingannya, maka makin tinggi pulalah produktivitasnya (Moekijat, 1999: 61). Sedangkan Hasibuan (2005: 91) mengemukakan produktivitas adalah perbandingan antara *output* (hasil) dengan *input* (masukan). Jika produktivitas naik ini hanya dimungkinkan oleh adanya peningkatan efisiensi (waktu, bahan, tenaga) dan sistem kerja, teknik produksi dan adanya peningkatan ketrampilan dari tenaga kerjanya.

Secara sederhana maksud dari produktivitas adalah perbandingan secara ilmu hitung antara jumlah yang dihasilkan dan jumlah setiap sumber yang dipergunakan selama kegiatan produksi berlangsung. Sumber-sumber itu dapat berupa: tanah, bahan baku dan bahan pembantu, pabrik, mesin-mesin dan alat-alat, serta tenaga kerja manusia (Hasibuan, 2005:92).

Tingkat motivasi yang terlalu tinggi mempersempit bidang kesadaran. Pada motivasi yang terlalu tinggi ada konsentrasi yang lebih tinggi terhadap tujuan dengan mengenyampingkan segi-segi lain yang mungkin penting untuk pemecahan masalah. Ini mengakibatkan tingkat frustrasi yang lebih tinggi apabila tanggapan yang diberikan ternyata kurang. Selain itu tingkat motivasi yang terlalu tinggi juga berhubungan dengan kegelisahan. Oleh karena itu perbuatan mungkin lebih banyak ditujukan kepada pengurangan kegelisahan daripada kepada pencapaian suatu tingkat efisiensi tertentu.

Ungkapan seperti *output*, efisiensi serta efektivitas yang sering dihubungkan dengan produktivitas, oleh Gomes (Mangkunegara, 2000: 39) menyebutnya sebagai kinerja karyawan. Selanjutnya definisi kinerja karyawan (prestasi kerja) menurut Mangkunegara (2005: 52) adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seseorang karyawan dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Dalam tulisan ini yang dimaksud kinerja guru adalah prestasi kerja atau hasil kerja (*output*) baik kualitas maupun kuantitas yang dicapai guru persatuan periode waktu dalam melaksanakan tugas kerjanya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Tugas dan tanggung jawab guru adalah membuat program pembelajaran, melaksanakan pembelajaran, melaksanakan penilaian, dan melaksanakan remedial atau pengayaan.

E. Kerangka Pikir



F. Hipotesis Penelitian

Dari rumusan masalah, kajian teori, dan kerangka pikir yang telah diuraikan di atas maka dibuat hipotesis kerja sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh motivasi berhasil terhadap kinerja guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar.
2. Terdapat pengaruh motivasi kerja keras terhadap kinerja guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar.
3. Terdapat pengaruh motivasi tanggung jawab terhadap kinerja guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar.
4. Terdapat pengaruh motivasi inisiatif terhadap kinerja guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar.
5. Terdapat pengaruh motivasi berhasil, kerja keras, tanggung jawab dan inisiatif secara bersama-sama terhadap kinerja guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar.

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Rancangan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif karena berusaha menganalisis pengaruh antara variabel-variabel yang diteliti, dan dari aspek pendekatan yang digunakan maka penelitian ini termasuk jenis penelitian survei. Variabel yang dikaji dalam penelitian ini adalah variabel independen yaitu motivasi berhasil (X1), motivasi kerja keras (X2), motivasi tanggung jawab (X3), dan motivasi inisiatif (X4). Sedangkan variabel dependennya adalah kinerja guru (Y).

B. Definisi Operasional Variabel dan Indikator-indikatornya

1. Motivasi kerja adalah dorongan kerja guru agar mampu menghasilkan pekerjaan yang baik. Motivasi tersebut adalah: (1) motivasi berhasil, (2) motivasi kerja keras, (3) motivasi tanggung jawab, dan (4) motivasi inisiatif.
2. Motivasi berhasil adalah dorongan kerja guru agar mampu menghasilkan pekerjaan yang baik dengan indikator-indikator: guru mempersiapkan segala sesuatu yang menunjang keberhasilan, tepat waktu, mengidentifikasi tingkat kesukaran, menginginkan hasil pekerjaan lebih baik, memanfaatkan peluang, tidak terpengaruh pada kebiasaan kerja santai, selalu mencari informasi baru, dan menghargai waktu.
3. Motivasi kerja keras adalah dorongan kerja dalam melakukan pekerjaan sebagai guru untuk menghasilkan hasil yang optimal dengan indikator-indikator: memperhitungkan waktu penyelesaian pekerjaan, pekerjaan dilakukan dengan kesungguhan, mengatur prioritas pekerjaan, dan disiplin.
4. Motivasi tanggung jawab adalah dorongan dalam melakukan pekerjaan sebagai suatu amanah dengan indikator-indikator: menyadari setiap manusia sebagai makhluk yang bermoral, sadar untuk berperilaku yang baik, tidak pilih kasih, patuh terhadap aturan, dan membuat laporan pertanggungjawaban.
5. Motivasi inisiatif adalah dorongan untuk mencari solusi atau memecahkan masalah yang dihadapi atau alternatif lain untuk mendapatkan hasil yang lebih baik. Indikator-indikatornya: berusaha untuk menyelesaikan pekerjaan dengan baik, tidak menunda pekerjaan, selalu merasa bersalah kalau tidak bekerja, menyalahkan

diri sendiri jika berbuat suatu kesalahan, tidak bisa rileks (santai), dan mencari alternatif lain.

6. Kinerja adalah usaha-usaha yang dilakukan oleh guru tersebut dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya. Indikator kinerja guru dalam tulisan ini adalah (1) membuat perencanaan pembelajaran, (2) melaksanakan pembelajaran, (3) Melaksanakan penilaian dan (4) melaksanakan remedial atau pengayaan.

C. Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh guru yang bekerja di SMP Negeri 15 Kota Makassar yang berjumlah 37 orang.

Sampel

Menurut Arikunto (1999: 117) jika jumlah populasi penelitian kurang dari 100 maka yang menjadi subjek penelitian lebih baik diambil semua. Berdasarkan pendapat tersebut maka penelitian ini termasuk penelitian populasi, dengan demikian besarnya anggota sampel sama dengan besarnya populasi atau sampel jenuh.

D. Teknik Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini data primer dan data sekunder. Data primer tersebut dikumpulkan dengan menggunakan angket untuk mendapatkan data motivasi kerja dan kinerja guru yang menjadi subjek penelitian. Data sekunder dikumpulkan dengan teknik dokumentasi untuk menjangkau data karakteristik guru seperti usia, masa kerja, jenis kelamin, golongan kepangkatan dan bidang ilmu pendidikan terakhir. Pengumpulan data dilakukan di SMP Negeri 15 Kota Makassar dengan tidak mengganggu aktivitas kerja guru karena data diambil pada saat guru istirahat.

E. Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dari hasil penelitian dianalisis dengan menggunakan statistik deskriptif. Hal ini dilakukan untuk mendeskripsikan semua data dari variabel motivasi kerja dan kinerja. Untuk melihat signifikansi hubungan antara variabel dalam penelitian ini, maka dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan analisis regresi ganda dengan rumus :

$$Y = \beta_0 + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \varepsilon. \text{ (Sugiono, 2003 : 158).}$$

Keterangan :

Y = Kinerja guru

X₁= Motivasi berhasil

X₂= Motivasi kerja keras

X₃= Motivasi tanggung jawab

X₄= Motivasi inisiatif

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Deskripsi Data tentang Motivasi Berhasil

Untuk memperoleh gambaran yang jelas tentang motivasi untuk berhasil bagi guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar dideskripsikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Distribusi skor tentang motivasi berhasil menurut persepsi responden

Interval nilai	Kualifikasi	Frekuensi	Persentase
29 – 32	Tidak Baik	3	8,33
33 - 36	Kurang Baik	2	5,56
37 - 40	Cukup Baik	11	30,56
41 - 44	Baik	7	19,44
45 - 48	Sangat Baik	13	36,11
Jumlah		36	100

Sumber: Data hasil penelitian, Mei 2008

Tampak pada Tabel 6 di atas bahwa persepsi responden yang terendah adalah pada interval nilai 33-36 atau sekitar 5,56 persen dari 36 responden yang berada pada kualifikasi kurang baik. Selanjutnya yang paling dominan adalah pada interval nilai 45-48 atau sekitar 36,11 persen dari 36 responden yang berada pada kualifikasi sangat baik. Artinya bahwa ada 36, 11 persen guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar yang mempunyai motivasi berhasil dalam kategori sangat baik. Hal ini berarti bahwa guru – guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar pada umumnya secara psikologis ingin berhasil.

Deskripsi Data tentang Motivasi Kerja Keras

Untuk memperoleh gambaran yang jelas tentang motivasi kerja keras bagi guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar dideskripsikan pada Tabel 7.

Tabel 7. Distribusi skor tentang motivasi kerja keras menurut persepsi responden

Interval nilai	Kualifikasi	Frekuensi	Persentase
30 – 33	Tidak Baik	3	8,33
34 - 37	Kurang Baik	6	16,67
38 - 41	Cukup Baik	10	27,78
42 - 45	Baik	10	27,78
46 - 49	Sangat Baik	7	19,44
Jumlah		36	100,00

Sumber: Data hasil penelitian, Mei 2008

Tampak pada Tabel 7 di atas bahwa persepsi responden yang mempunyai skor paling sedikit adalah pada interval nilai 30-33 atau sekitar 8,33 persen dari 36 responden yang berada pada kualifikasi tidak baik. Selanjutnya yang paling dominan adalah pada interval nilai 38 - 41 dan 42 – 45 masing-masing sekitar 27,78 persen dari 36 responden yang berada pada kualifikasi cukup baik dan baik. Sementara itu ada sekitar 19,44 persen responden yang mempunyai skor 46 – 49 yang berada dalam kualifikasi sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar masih ada yang mempunyai motivasi kerja keras yang tidak baik. Mereka ini adalah guru yang sudah berusia 59 tahun. Rendahnya motivasi bekerja keras lebih disebabkan karena faktor usia yang tinggal satu tahun lagi sudah memasuki masa pensiun, sehingga semangatnya dalam bekerja sudah berkurang. Tetapi keadaan ini tidak memengaruhi kondisi kerja guru-guru yang lain. Hal ini dapat dilihat dari adanya sebesar 27,78 persen yang masih berada dalam kualifikasi baik dan 19,44 persen yang berada dalam kualifikasi sangat baik. Kualifikasi sangat baik menunjukkan bahwa kebanyakan guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar sudah memperhitungkan waktu dalam penyelesaian pekerjaan, pekerjaannya sebagai guru dilakukannya dengan penuh kesungguhan, mengatur prioritas pekerjaan, dan mereka disiplin dalam melaksanakan tugas-tugasnya sebagai guru.

Deskripsi Data tentang Motivasi Tanggung Jawab

Untuk memperoleh gambaran yang jelas tentang motivasi bertanggung jawab bagi guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar dideskripsikan pada Tabel 8.

Tabel 8. Distribusi skor tentang motivasi tanggung jawab menurut persepsi responden

Interval nilai	Kualifikasi	Frekuensi	Persentase
32 – 34	Tidak Baik	6	16,67
35 - 37	Kurang Baik	6	16,67
38 - 40	Cukup Baik	8	22,22
41 - 43	Baik	7	19,44
44 - 46	Sangat Baik	9	25,00
Jumlah		36	100,00

Sumber: Data hasil penelitian, Mei 2008

Tampak pada Tabel 8 di atas bahwa persepsi responden yang mempunyai skor paling sedikit adalah pada interval nilai 32-34 dan 35-37 atau sekitar 16,67 persen dari 36 responden yang berada pada kualifikasi tidak baik dan kurang baik. Selanjutnya yang paling dominan adalah pada interval nilai 44 – 46 atau sekitar 25 persen dari 36 responden yang berada pada kualifikasi sangat baik. Hal ini menandakan bahwa secara umum guru-guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar mempunyai tanggung jawab yang sangat tinggi. Mereka pada umumnya sudah menyadari bahwa melakukan pekerjaan dengan sebaik-baiknya adalah suatu amanah yang harus dijalankan dengan baik. Artinya bahwa pekerjaan sekecil apapun manfaatnya, maka harus dipertanggungjawabkan. Salah satu bentuk pertanggungjawaban adalah membuat laporan hasil pekerjaan.

Deskripsi Data tentang Motivasi Inisiatif

Untuk memperoleh gambaran yang jelas tentang motivasi inisiatif bagi guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar dideskripsikan pada Tabel 9.

Tabel 9. Distribusi skor tentang motivasi inisiatif menurut persepsi responden

Interval nilai	Kualifikasi	Frekuensi	Persentase
30 – 33	Tidak Baik	5	13,88
34 - 37	Kurang Baik	6	16,67
38 - 41	Cukup Baik	6	16,67
42 - 45	Baik	8	22,22
46 - 49	Sangat Baik	11	30,56
Jumlah		36	100,00

Sumber: Data hasil penelitian, Mei 2008

Tampak pada Tabel 9 di atas bahwa persepsi responden yang mempunyai skor paling sedikit adalah pada interval nilai 30-33 atau sekitar 13,88 persen dari 36 responden yang berada pada kualifikasi tidak baik. Selanjutnya yang paling dominan adalah pada interval nilai 46 – 49 atau sekitar 30,56 persen dari 36 responden yang berada pada kualifikasi sangat baik.

Hal ini menunjukkan bahwa guru-guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar pada umumnya memiliki dorongan inisiatif untuk memecahkan permasalahan yang dihadapi dalam melakukan pekerjaannya sebagai guru. Permasalahan yang sering dijumpai dalam kelas adalah banyaknya peserta didik yang susah memahami materi pelajaran yang dihadapinya. Salah satu solusinya adalah guru berupaya menyajikan materi pelajaran dengan sebaik mungkin. Dalam upaya menyajikan materi pelajaran sebaik mungkin ini, maka mereka selalu mencari informasi yang berkaitan dengan model-model pembelajaran.

Deskripsi Data tentang Kinerja Guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar

Kuesioner yang dibuat untuk menjangkau data tentang kinerja guru ada sebanyak 18 item pernyataan. Untuk menggambarkan skor perolehan tentang kinerja guru disajikan sebagaimana pada Tabel 10.

Tabel 10. Distribusi skor tentang kinerja guru

Interval nilai	Kualifikasi	Frekuensi	Persentase
70 – 74	Tidak Baik	4	11,10
75 - 79	Kurang Baik	6	16,67
80 - 84	Cukup Baik	6	16,67
85 - 89	Baik	10	27,78
90 - 94	Sangat Baik	10	27,78
Jumlah		36	100,00

Sumber: Data hasil penelitian, Mei 2008

Tabel 10 di atas memperlihatkan bahwa pada interval nilai 70 – 74 ada sekitar 11, 10 persen dari 36 responden yang mempunyai kinerja berada dalam kualifikasi tidak baik. Sementara pada interval nilai 85 – 89 dan 90-94 ada sebesar 27, 78 persen berada pada kategori baik dan sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa guru-guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar dalam menjalankan tugas-tugasnya sebagai guru sudah baik. Tugas-tugas tersebut adalah membuat perangkat pembelajaran seperti program tahunan, program semester, rencana pelaksanaan

pembelajaran, menyajikan materi pelajaran, memberikan penilaian, dan melakukan tindak lanjut berupa remedial dan pengayaan. Hanya saja dari tugas-tugas tersebut masih ada guru yang belum mampu membuat program tahunan dengan alokasi waktu efektif pembelajaran dalam satu tahun. Hal ini terutama terjadi pada guru-guru yang mempunyai masa kerja kurang dari lima tahun.

Pengujian Hipotesis Penelitian

Hipotesis yang akan diuji pada bagian ini dirumuskan atas 5 macam yaitu:

1. Terdapat pengaruh motivasi berhasil terhadap kinerja guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar.
2. Terdapat pengaruh motivasi kerja keras terhadap kinerja guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar.
3. Terdapat pengaruh motivasi tanggung jawab terhadap kinerja guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar.
4. Terdapat pengaruh motivasi inisiatif terhadap kinerja guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar.
5. Terdapat pengaruh motivasi berhasil, kerja keras, tanggung jawab, dan inisiatif secara bersama-sama terhadap kinerja guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar.

Untuk menguji hipotesis tersebut secara simultan, maka digunakan uji F. Hasil perhitungan uji F dengan menggunakan komputer program SPSS for windows version 16 diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 20,160 (lihat lampiran) yang lebih besar dari nilai F_{tabel} pada derajat kebebasan yang diberikan dan pada taraf signifikansi 5 persen yaitu sebesar 4,15. Karena nilai F_{hitung} lebih besar daripada nilai F_{tabel} , maka tidak ada alasan untuk menerima H_0 , sehingga H_a yang diterima. Hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh dorongan untuk berhasil, bekerja keras, tanggung jawab, dan inisiatif secara bersama-sama terhadap kinerja guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar.

Besarnya pengaruh masing-masing variabel bebas dapat dilihat dari persamaan regresi yang dapat dibuat dari hasil olah data Program SPSS versi 16 yaitu $Y = 42,05 + 1,33 X_1 + 1,15 X_2 + 0,08 X_3 + 1,14 X_4$. Persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa dari keempat variabel bebas yang diteliti, maka yang paling kuat pengaruhnya adalah motivasi berhasil. Hal dapat dilihat dari nilai koefisien regresinya sebesar 1,33 yang lebih besar dari koefisien variabel bebas yang lain.

Besarnya pengaruh secara bersama-sama (simultan) dari keempat variabel *independent* terhadap variabel *dependent* juga dapat dilihat dari nilai *R Square* sama dengan 0,722. Nilai ini menunjukkan bahwa ada sebesar 72,2 persen kinerja guru di SMP Negeri 15 Kota

Makassar ditentukan oleh variabel *independentnya* yaitu motivasi untuk berhasil, motivasi bekerja keras, motivasi untuk tanggung jawab, dan motivasi untuk inisiatif.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

Motivasi Berhasil Guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar

Kebanyakan guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar, selalu mempersiapkan segala sesuatu yang menunjang keberhasilan tugas sebagai guru. Guru yang menjadi subjek penelitian tersebut selalu berusaha untuk memahami materi pelajaran yang akan disampaikan dengan baik. Selain itu, pada pagi hari, mereka datang ke sekolah tepat waktu. Setiap materi pelajaran diidentifikasinya sesuai dengan tingkat kesukarannya. Hal ini mereka lakukan, karena memudahkan dalam proses pembelajaran di kelas, supaya materi pelajaran disampaikan mulai dari hal-hal yang sederhana menuju ke materi yang lebih kompleks. Hal ini sejalan dengan pendapat Rivai (2002: 61) bahwa "seseorang hanya bisa bekerja dengan baik, jika memiliki kemampuan untuk mengerjakan pekerjaan yang menjadi bidang tugasnya".

Motivasi untuk berhasil bagi guru-guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar, juga tampak pada usaha mereka untuk tidak menunda pekerjaan. Kalaupun ada pekerjaan yang belum selesai di sekolah, guru tetap berusaha menyelesaikannya di rumah. Hal ini sejalan dengan pendapat Gie bahwa "dengan motivasi yang dimiliki seseorang maka ia akan giat dan bersemangat dalam bekerja".

Motivasi Kerja Keras Guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar

Deskripsi motivasi kerja keras bagi guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar tampak pada Tabel 7 sebagaimana diuraikan sebelumnya. Pada Tabel 7 tersebut, tampak bahwa ada 27,78 persen responden yang mempunyai motivasi kerja keras berada pada kategori baik dan juga sebesar 19, 44 persen yang berada pada kualifikasi sangat baik, walaupun ada juga sekitar 8,33 persen yang berada pada kualifikasi tidak baik. Setelah ditelusuri mereka yang tidak mampu lagi kerja keras adalah guru yang sudah berusia 59 tahun. Tinggal menunggu 1 tahun lagi sudah pensiun.

Persentase yang paling tinggi adalah mereka yang masih mempunyai motivasi untuk bekerja keras. Mereka dalam bekerja memperhitungkan waktu untuk menyelesaikan suatu pekerjaan. Memeriksa dan meneliti jawaban peserta didik adalah salah satu bagian dari pekerjaannya sebagai guru yang perlu memperhitungkan waktu

penyelesaian karena akan berdampak pada pemberian materi pelajaran selanjutnya. Guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar beranggapan bahwa dengan kerja keras, maka seseorang bisa mencapai kesuksesan. Hal ini sejalan dengan pendapat Gregor (dalam Terry, 1999:76) bahwa "dengan bekerja keras, seseorang dapat berhasil dari usahanya".

Motivasi Bertanggung Jawab Guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar

Motivasi bertanggung jawab bagi guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar sebagaimana disajikan pada Tabel 8 di atas menunjukkan bahwa ada 25 persen responden yang mempunyai kualifikasi sangat baik dan kualifikasi baik ada 19,44 persen. Selain itu yang cukup baik ada 22,22 persen. Untuk kualifikasi kurang baik, dan tidak baik masing-masing 16,67 persen. Hal ini terjadi karena masih ada beberapa guru hanya memperhatikan peserta didik yang cerdas, sementara peserta didik yang kurang cerdas tidak mendapat perhatian khusus. Ini menandakan bahwa sebagian guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar kurang memiliki tanggung jawab mengajar yang tinggi. Demikian juga, dalam mengajar hanya menggunakan metode, dan media mengajar yang seadanya saja.

Pada umumnya guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar menyadari bahwa setiap diri adalah makhluk moral yaitu insan yang berbudi luhur dan bermartabat tinggi sehingga dengan sendirinya harus berperilaku sesuai dengan budi dan martabat itu sendiri. Selain itu, juga menyadari bahwa dalam bekerja, misalnya mengajar adalah suatu tata relasi yang di dalamnya terjadi kegiatan saling memberi dan menerima, sehingga apapun yang diperbuatnya perlu dipertanggungjawabkan.

Motivasi Inisiatif Guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar

Untuk motivasi inisiatif bagi guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar, sebagaimana tampak pada Tabel 9 di atas menunjukkan bahwa ada 30,56 persen responden yang mempunyai dorongan untuk inisiatif yang sangat baik. Demikian juga ada 22,22 persen yang mempunyai kualifikasi baik. Sementara itu, ada sekitar 8,33 persen yang mempunyai motivasi inisiatif yang tidak baik. Hal ini disebabkan oleh masih adanya sebagian guru yang selalu mendelegasikan pekerjaannya kepada guru lain kalau menghadapi masalah.

Tingginya persentase yang mempunyai kualifikasi motivasi inisiatif yang sangat baik, menunjukkan bahwa pada umumnya guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar sudah mempunyai motivasi inisiatif yang

tinggi. Mereka merasa bersalah jika tidak bekerja dan tidak senang, jika di tengah kesibukannya diajak untuk ngobrol.

Kinerja Guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar

Hasil temuan penelitian menunjukkan bahwa kinerja guru SMP Negeri 15 Kota Makassar dalam menjalankan tugasnya adalah berada dalam kualifikasi sangat baik. Hasil ini menunjukkan bahwa setiap tugas yang dibebankan kepada guru sudah dapat diselesaikan dengan cukup baik, dan dapat bermanfaat bagi pengembangan pembelajaran pada SMP Negeri 15 Kota Makassar pada khususnya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa setiap pekerjaan yang dikerjakan, harus dicintai, dijiwai dan dijalankan dengan sepenuh hati. Rasa senang dan tanggung jawab yang tinggi terhadap pekerjaan yang dibebankan akan membuat seseorang memberikan hasil terbaik bagi dirinya dan peserta didik. Kinerja yang baik banyak ditentukan oleh kesungguhan, ketekunan, dan keterampilan serta keprofesionalan dari guru tersebut. Hasil penelitian ini mendukung pendapat Rivai (2002 : 63) bahwa "kinerja seseorang akan meningkat apabila disertai dengan kesungguhan dan ketekunan".

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa walaupun setiap tugas yang dibebankan kepada guru sudah dapat dilaksanakan dengan baik terutama yang berhubungan dengan perencanaan pembelajaran, namun dalam hal kualitas pembelajaran di kelas masih perlu ditingkatkan. Masih terdapatnya peserta didik yang mempunyai motivasi belajar yang rendah, begitu juga masih terbatasnya prestasi peserta didik kegiatan-kegiatan sains dan olahraga mengindikasikan bahwa kualitas pembelajaran belum optimal. Temuan ini mendukung pendapat Prawirosentono, (1999 : 105) bahwa "perencanaan pembelajaran sedapat mungkin disesuaikan dengan karakteristik belajar anak, karena setiap anak berbeda tingkat pemahamannya terhadap suatu materi pelajaran".

Pengaruh motivasi berhasil, bekerja keras, tanggung jawab, dan inisiatif terhadap kinerja guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa baik secara parsial maupun secara simultan variabel *independent* yaitu motivasi berhasil, kerja keras, tanggung jawab, dan inisiatif mempengaruhi kinerja guru sebagai variabel *dependent*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi motivasi berhasil, bekerja keras, tanggung jawab, dan inisiatif dari seseorang maka semakin tinggi pula kinerja dari orang tersebut. Begitu

juga sebaliknya semakin rendah motivasi baik untuk berhasil, bekerja keras, tanggung jawab, dan inisiatif, maka semakin rendah pula kinerja dari seseorang. Hal ini sejalan dengan pendapat Zainun (1999: 82) bahwa motivasi merupakan keinginan seseorang yang mempengaruhi kegairahan manusia dalam memanfaatkan kemampuan yang mereka miliki untuk menyelesaikan suatu pekerjaan.

Besarnya pengaruh antara motivasi untuk berhasil, motivasi untuk bekerja keras, motivasi untuk tanggung jawab, dan dorongan untuk inisiatif secara bersama-sama terhadap kinerja guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar adalah sebesar 72,2 persen, sedangkan sisanya 27,8 persen ditentukan oleh variabel lain di luar penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya motivasi dari dalam diri seseorang berdampak pada peningkatan kinerja dari orang tersebut. Hal ini sesuai dengan pendapat Mathis dan Jackson (2001:24) bahwa "faktor motivasi merupakan salah satu komponen yang berpengaruh terhadap produktivitas individu".

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian sebagaimana dikemukakan pada bagian sebelumnya maka dapat diberikan beberapa simpulan sebagai berikut:

1. Motivasi berhasil bagi guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar berada pada kualifikasi sangat baik. Hal ini berarti bahwa guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar sudah mempunyai motivasi untuk berhasil yang tinggi dalam melakukan tugas-tugasnya sehari-hari.
2. Motivasi kerja keras bagi guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar berada pada kualifikasi baik. Hal ini menunjukkan bahwa guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar sudah mempunyai motivasi kerja keras dalam melaksanakan pembelajaran.
3. Motivasi tanggung jawab bagi guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar berada pada kualifikasi sangat baik. Hal ini berarti bahwa guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar selalu berusaha untuk bertanggung jawab terhadap pekerjaannya.
4. Motivasi inisiatif bagi guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar berada pada kualifikasi sangat baik. Jadi, guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar selalu berusaha untuk mencari pemecahan masalah yang dihadapinya.
5. Kinerja guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar berada pada kualifikasi baik. Jadi, guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar sudah membuat perangkat pembelajaran, melaksanakan pembelajaran,

melakukan penilaian, dan melaksanakan remedia/pengayaan dengan baik.

6. Motivasi berhasil, kerja keras, tanggung jawab, dan inisiatif berpengaruh positif baik secara parsial dan simultan terhadap kinerja guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar. Hal ini dapat dilihat pada nilai F hitung sebesar 20,160 yang lebih besar dari nilai F tabel sebesar 4,15. Besarnya kontribusi motivasi berhasil, kerja keras, tanggung jawab dan inisiatif secara bersama-sama terhadap kinerja guru sebesar 72,2 persen.

B. Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian sebagaimana dikemukakan di atas, maka disarankan hal-hal sebagai berikut :

1. Guru-guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar senantiasa berupaya meningkatkan motivasi berhasilnya atau paling tidak mempertahankan dari apa yang dicapai sekarang.
2. Guru-guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar senantiasa berupaya meningkatkan motivasi kerja kerasnya atau paling tidak mempertahankan dari apa yang dicapai sekarang.
3. Guru-guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar senantiasa berupaya meningkatkan motivasi tanggung jawab atau paling tidak mempertahankan dari apa yang dicapai sekarang.
4. Guru-guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar senantiasa berupaya meningkatkan motivasi inisiatifnya atau paling tidak mempertahankan dari apa yang dicapai sekarang.
5. Guru-guru di SMP Negeri 15 Kota Makassar senantiasa berupaya meningkatkan kinerjanya atau paling tidak mempertahankan apa yang dicapai sekarang seperti membuat program tahunan, program semester, rencana pelaksanaan pembelajaran, melaksanakan penilaian, dan melaksanakan remedial/pengayaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, Panji. 2005. *Psikologi Kerja*. Jakarta, Renika Cipta.
- Davis, Keith. 1999, *Human Behavior at Work: Organization Behavior*. New York. McGraw Hill International.
- Fattah, Nanang, 2001. *Landasan Manajemen Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Gibson, Donnelly L. 2000, *Organisasi, Perilaku, Struktur, dan Proses*. Jakarta, Erlangga.

- Gordon, Judith. 1993, *Diagnostic Approach to Organizational Behavior*, Boston, Allyn and Bacon.
- Hamalik, Oemar, 2008. *Proses Belajar Mengajar*. Jakarta, Bumi Aksara.
- Handoko, T. Hani. 1999, *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*, Jakarta, Badan Penerbitan Fakultas Ekonomi UI.
- Hasibuan, Melayu SP. 2005. *Organisasi dan Motivasi*. Jakarta. cet. kelima, Bumi Aksara.
- Katerberg, Ralf. 2000. *An Examination of Level and Direction of Effort an Job Performance*, New York University: Holt Reinhart and Winston, Inc.
- Mangkunegara, A.A. 2005, *Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia*. Bandung, PT Refika Aditama.
- Mathis, Robert L dan Jackson, Jonh H. 2001. *Human Resource Management*. Jakarta. Salemba Empat.
- Moekijat, 1999, *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*, Bandung, Mandar Maju.
- Prawirosentono, 1999, *Manajemen Sumber Daya Manusia Kebijakan Kinerja Karyawan*. Yogyakarta, BP Fakultas Ekonomi UGM.
- Rivai, Veithzal. 2002, *Performance Appraisal*, Jakarta, LP3ES.
- Siagian, Sondang P. 2004, *Teori Motivasi dan Aflikasinya*, Jakarta.,Renika Cipta.
- Simanjuntak, Hutabarat. 1995. *Ekonomi Sumber Daya Manusia*, Jakarta, PFE UI.
- Sinamo, Jansen H, 2008. *Delapan Etos Kerja Profesional*. Jakarta, I.D. Mahardika.
- Sugiyono, 2003, *Statistika untuk Penelitian*, Bandung, CV Alfabeta.
- Widjaja, A.W. 2000. *Peranan Motivasi dalam Kepemimpinan*, Jakarta. Akademika Presindo.
- Zainun, Buchari. 1999. *Manajemen dan Motivasi*, Jakarta, Balai Aksara.

PENTINGNYA KONSEP DAN STRATEGI PEMASARAN DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS

Moh. Aris Pasigai⁷

ABSTRAK

Dalam era globalisasi, dimana tingkat persaingan bisnis yang sangat tajam, maka setiap perusahaan harus memperhatikan salah satu aspek yang sangat vital dalam manajemen perusahaan yaitu bidang pemasaran. Dengan menggunakan konsep dan strategi pemasaran dalam menjalankan kegiatan bisnis, diharapkan perusahaan dapat menghadapi persaingan sekaligus dapat meraih keberhasilan bisnis bagi perusahaan bersangkutan.

Kata Kunci : Konsep, strategi pemasaran, persaingan bisnis

Latar Belakang

Dalam kehidupan dunia usaha yang sekarang ini telah dilanda proses globalisasi mengharuskan perusahaan untuk selalu mengikutinya dengan penuh kesadaran untuk lebih memantapkan pelaksanaan manajemen profesional pada masing-masing perusahaan yang berkecimpung dalam pasar terbuka agar perusahaan tersebut tetap dapat mempertahankan eksistensi dan pengembangan usahanya dimasa-masa mendatang.

Oleh karena itu, dalam era globalisasi ini, persaingan dikalangan pelaku ekonomi tentunya akan semakin tajam, sedangkan arena pemasaran juga akan semakin ketat persaingannya. Dengan persaingan yang amat tajam dan ketat inilah yang mengharuskan setiap perusahaan agar lebih memperhatikan salah satu aspek yang amat vital dalam manajemen perusahaan yaitu bidang "Pemasaran" atau "*Marketing*".

Namun sayangnya, berdasarkan hasil pengamatan empiris selama ini, dapat dikatakan bahwa salah satu kelemahan pada perusahaan yang bergerak dalam kegiatan bisnis dewasa ini, justru terletak pada bidang pemasaran tersebut.

⁷ Dosen Fakultas Ekonomi Univ. Muhammadiyah Makassar

Padahal disadari bahwa berhasil tidaknya suatu perusahaan salah satunya sangat ditentukan oleh berhasil tidaknya diimplementasikan manajemen strategik dan manajemen pemasaran secara profesional dalam perusahaan, sehingga perusahaan dapat hidup dan berkembang ditengah persaingan usaha yang semakin kompetitif sekarang ini.

Pembahasan

1. Pengertian dan Konsep Pemasaran

Dari berbagai fungsi yang ada dalam suatu perusahaan yang bergerak dalam dunia bisnis, fungsi pemasaran atau *marketing function* merupakan salah satu fungsi yang amat vital dan strategis bagi perusahaan yang bersangkutan.

Pesatnya perkembangan dunia bisnis yang disertai dengan semakin ketatnya persaingan usaha, justru semakin memantapkan kedudukan aspek pemasaran pada kedudukan yang vital dan strategis tersebut. Namun demikian, tidak jarang ditemui dalam praktek, bahwa pengertian pemasaran (*marketing*) masih kurang dimengerti dan kadang kala didudukkan pada interpretasi yang keliru. Salah satu kekeliruan yang dimaksud adalah dimana pengertian pemasaran (*marketing*) sering dicampur adukkan dengan pengertian penjualan (*selling*). Padahal dua istilah ini bukan saja berbeda dalam arti semantiknya, melainkan berbeda pula dalam pengertian yang sesungguhnya.

Pengertian penjualan (*Selling*) memusatkan perhatian pada kebutuhan penjual untuk menjual produk perusahaan yang sudah ada dan melakukan usaha keras untuk dalam penjualan dan promosi agar tercapai penjualan yang menghasilkan laba. Sementara pemasaran diartikan sebagai suatu sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial (Basu Swastha, 1984:10).

Dari pernyataan di atas, jelas bahwa orientasi kedua istilah tersebut amat berbeda. Penjualan (*selling*) berorientasi pada kebutuhan si penjual untuk menjual produk-produknya agar mendapatkan laba, sehingga tujuan utamanya adalah bagaimana mengkonversikan produk-produknya menjadi uang tunai. Sedangkan pemasaran (*marketing*) justru perhatiannya tertuju pada bagaimana dapat memenuhi atau memuaskan kebutuhan dari para konsumen melalui berbagai saluran distribusi

tertentu dengan produk-produk yang dapat ditawarkan kepada mereka, sehingga pemasaran lebih ditekankan pada orientasi konsumen (*Consumers Oriented*). Dengan demikian maka pemasaran selalu berorientasi pada bagaimana menciptakan barang-barang dan jasa-jasa yang dapat memberikan nilai kepuasan supaya konsumen mau membeli produk yang ditawarkan di pasar.

Dari pengertian yang telah dijelaskan tersebut di atas nampak bahwa penjualan (*selling*) merupakan bagian dari pemasaran (*marketing*) secara keseluruhan, karena proses pemasaran itu dimulai jauh sejak sebelum barang-barang diproduksi, tidak dimulai pada saat produksi selesai, dan juga tidak berakhir setelah penjualan. Memang pengertian tentang pemasaran (*marketing*) berbagai definisi yang kelihatannya berbeda-beda, namun makna yang dimaksud dalam setiap definisi yang dikemukakan itu mempunyai orientasi yang hampir sama, tergantung pada sisi mana pengertian itu lebih ditekankan.

Untuk memberikan suatu gambaran tentang pengertian pemasaran yang dinilai lebih luas, maka akan dikemukakan pendapat Philip Kotler tentang konsep-konsep pokok pemasaran yang melandasi suatu definisi yang dikemukakan sebagai berikut : "Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk dan nilai dengan individu dan kelompok lainnya"(Philip Kotler, 1997:8).

Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa yang menjadi inti dari pada konsep *marketing* pada dasarnya berkisar pada : kebutuhan, keinginan dan permintaan; produk; nilai, biaya dan kepuasan; pertukaran, transaksi dan hubungan; pasar; pemasaran dan pemasar. Konsep inti pemasaran di atas dapat diuraikan sebagai berikut :

a. Kebutuhan, Keinginan dan Permintaan

Kebutuhan manusia adalah keadaan merasa tidak memiliki kepuasan dasar, atau kebutuhan adalah suatu keadaan akan sebagaimana dari pemuasan dasar yang dirasakan atau disadari. Sedangkan keinginan adalah hasrat akan pemuas tertentu dari adanya kebutuhan tersebut. Jadi kebutuhan manusia tidak diciptakan oleh masyarakat atau pemasar, namun sudah ada dalam hayati serta kondisi manusia dan permintaan adalah keinginan akan sesuatu produk yang didukung oleh kemampuan serta kesediaan membelinya, keinginan akan menjadi permintaan apabila didukung oleh daya beli.

b. Produk

Untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia diperlukan ketersediaan produk (barang dan jasa). Sehingga dengan demikian produk dapat didefinisikan sebagai sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Pentingnya suatu produk bukan terletak pada kepemilikannya secara fisik, akan tetapi pada jasa yang diberikan kepada pembeli. Dengan demikian tugas pemasar adalah menjual keuntungan atau jasa dalam suatu produk fisik dan bukan hanya menjelaskan ciri produk tersebut.

c. Nilai, Biaya, dan Kepuasan

Nilai suatu produk adalah perkiraan konsumen tentang kemampuan total suatu produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen tersebut. Nilai suatu produk sebenarnya tergantung dari seberapa jauh produk tersebut mendekati produk ideal yang diinginkannya.

Sedangkan biaya adalah berupa harga dan pengeluaran lain untuk mendapatkan suatu produk yang diinginkan. Sementara perbandingan antara nilai yang dapat diterima dari suatu produk dan biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh produk tersebut akan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen terhadap produk tersebut.

d. Pertukaran, Transaksi dan Hubungan

Pemasaran timbul saat orang memutuskan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui pertukaran. Jadi pertukaran adalah cara mendapatkan sesuatu produk yang diinginkan dari seseorang dengan menawarkan sesuatu sebagai gantinya.

Transaksi merupakan pertukaran nilai didua belah pihak melalui suatu persetujuan yang tercapai dalam proses pertukaran tersebut.

Pemasar yang baik tidak hanya melakukan pertukaran dan transaksi, akan tetapi harus membangun pemasaran hubungan dengan mambangun hubungan jangka panjang, saling percaya, sama-sama menang dengan para pelanggan, distributor, penyalur dan pemasok dengan menjanjikan dan menyerahkan mutu dan pelayanan yang baik dengan harga yang wajar kepada mitranya secara berkesinambungan.

e. Pasar

Dengan terjadinya pertukaran maka pada saat itu pula terjadi pasar. Jadi pasar dapat diartikan sebagai semua pelanggan potensial yang memiliki kebutuhan atau keinginan tertentu serta mau dan mampu turut dalam pertukaran untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

f. Pemasaran dan Pemasar

Pemasaran adalah kegiatan manusia dalam hubungannya dengan pasar. Maksudnya adalah bekerja dengan pasar untuk mewujudkan transaksi yang mungkin terjadi dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia. Sedangkan pemasar adalah orang yang mencari sumber daya dari orang lain dan mau menawarkan sesuatu yang bernilai untuk itu.

Dari penjelasan konsep inti pemasaran di atas, maka konsep pemasaran harus dilihat sebagai suatu proses pendekatan yang berorientasi pada konsumen (*customer centered*) yang harus didukung oleh aktivitas pemasaran yang terencana dan terkoordinir secara baik yang tujuannya berusaha untuk menciptakan kepuasan konsumen sehingga pada akhirnya dapat digunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan perusahaan itu sendiri.

2. Fungsi Pemasaran

Dalam rangka untuk mencapai tujuan pemasaran yakni agar produk (barang dan jasa) dapat sampai ke tangan konsumen sesuai dengan tujuan *target market* yang ditentukan, jelas memerlukan berbagai aktivitas yang merupakan suatu rangkaian proses yang diperlukan.

Berbagai kegiatan atau aktivitas yang merupakan suatu proses, yang diperlukan karena kekhususannya di dalam konsep pemasaran yang biasa disebut sebagai “fungsi-fungsi pemasaran”.

Umumnya fungsi-fungsi pemasaran dapat digolongkan sebagai berikut (Basu Swastha, 1984 : 29) :

a. Fungsi Pertukaran (*exchange*) :

- 1) Pembelian (*buying*)
- 2) Penjualan (*selling*)

Fungsi pembelian dan penjualan berkaitan dengan pertukaran barang dari penjual ke pembeli. Fungsi pembelian dilakukan oleh pembeli untuk memilih jenis barang yang akan dibeli, kualitas yang

diinginkan, kuantitas yang memadai, dan penyediaan yang memadai. Sedangkan fungsi penjualan yang umumnya dipandang sebagai fungsi pemasaran yang paling luas, meliputi kegiatan-kegiatan untuk mencari pasar dan mempengaruhi permintaan melalui *personal selling* dan periklanan.

b. Fungsi Penyediaan Fisik :

- 1) Transportasi (*transportation*)
- 2) Pergudangan (*store*)

Fungsi transportasi dan pergudangan berkaitan dengan pemindahan barang-barang dari tempat produksi ke titik konsumsi. Selain itu fungsi tersebut berkaitan pula dengan penyimpanan barang-barang sampai diperlukan oleh konsumen. Fungsi pengangkutan dapat dilakukan dengan menggunakan kereta api, kapal, truk, pesawat udara dan sebagainya. Sedangkan fungsi penyimpanan dapat dilakukan oleh produsen, pedagang besar, pengecer dan perusahaan-perusahaan khusus yang melakukan penyimpanan seperti gudang umum (*public warehouse*).

c. Fungsi Penunjang

- 1) Pembelian
- 2) Penanggulangan resiko
- 3) Standarisasi barang dan grading
- 4) Pengumpulan informasi

Fungsi pembelian bertujuan untuk menyediakan dana dalam melayani penjualan kredit ataupun untuk melaksanakan fungsi pemasaran yang lain, sedangkan fungsi penanggulangan resiko, seperti menanggung resiko kerugian perusahaan, merupakan kegiatan yang selalu ada di dalam semua kegiatan bisnis. Sementara itu, fungsi standarisasi merupakan fungsi yang bertujuan menyederhanakan keputusan-keputusan pembelian dengan menciptakan golongan barang tertentu yang didasarkan pada kriteria seperti ukuran, berat, warna, dan rasa. Grading mengidentifikasi golongan barang tersebut ke dalam berbagai tingkatan kualitas.

Kemudian fungsi terakhir dalam fungsi penunjang adalah fungsi pengumpulan informasi pasar, bertujuan untuk mengumpulkan berbagai informasi pemasaran yang dapat dipakai oleh manajer pemasaran untuk pengambilan keputusan.

Disamping fungsi-fungsi pemasaran tersebut, tentu masih terdapat fungsi-fungsi lain, namun fungsi-fungsi di atas merupakan fungsi-fungsi utama.

Sebagai tambahan, fungsi *marketing* lainnya menurut Petter F. Druker merupakan fungsi *marketing* yang amat penting adalah “bagaimana kita dapat membuat sesuatu yang baru dan yang berbeda”.

Dengan demikian pengertian *marketing* secara lebih utuh dapat disimak dari pengertian *Marketing Management* seperti yang diformulasikan oleh Philip Kotler berikut ini “Manajemen pemasaran adalah analisis, perencanaan, penerapan dan pengendalian terhadap program yang dirancang untuk menciptakan, membangun dan mempertahankan pertukaran dan hubungan yang menguntungkan dengan pasar sasaran yang dimaksud untuk mencapai tujuan organisasional (Philip Kotler, 1993 : 16).

3. Konsep dan Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan

Dengan terjadinya perubahan orientasi dalam dunia perusahaan yang semula berorientasi pada produksi dan penjualan menjadi berorientasi pemasaran, maka bersamaan dengan itu terjadi perubahan falsafah manajemen yang selanjutnya dikenal sebagai “konsep pemasaran”.

Empat tujuan pokok organisasi yang mencerminkan konsep pemasaran tersebut adalah (Basu Swastha, 1981 : 8) :

1. Orientasi kepada pelanggan dalam semua aspek organisasi dan operasi.
2. Pengejaran volume penjualan yang menguntungkan dengan cara yang ilmiah.
3. Keterpaduan usaha terhadap sasaran bersama.
4. Tanggung jawab sosial dalam pengambilan keputusan.

Konsep pemasaran tersebut, sebagai suatu kerangka pemikiran, tentunya merupakan dasar bagi pengambil keputusan di dalam suatu perusahaan untuk mengelola semua sumber daya yang ada pada perusahaan yang bersangkutan secara efisien dan efektif.

Agar empat tujuan pokok organisasi yang mencerminkan konsep pemasaran ini bisa dicapai, maka harus dilakukan melalui beberapa pendekatan, satu di antaranya adalah melalui “**Proses Manajemen Pemasaran**”. Proses ini mencakup empat elemen pokok yakni: Analisis, Rencana, Implementasi, dan Evaluasi. Bagi para manager pemasaran, mereka mempunyai tanggung jawab perencanaan yang meliputi aspek :

1. Analisis situasi

2. Prioritas tujuan organisasi
3. Sasaran pasar (*target market*)
4. Bauran Pemasaran (*marketing mix*)

Dimana pada *marketing mix*, unsur-unsur : strategi produk, strategi harga, strategi promosi, strategi distribusi, dan sebagainya perlu digarap secara khusus.

Strategi yang ditempuh untuk menentukan pasar sasaran (*target market*) dan *marketing mix* tadi, merupakan suatu rencana strategi pemasaran atau *marketing strategic plan*.

Melalui perencanaan strategi pemasaran atau *marketing strategy* inilah perusahaan berusaha untuk dapat mewujudkan apa yang menjadi tujuan perusahaan yang sebenarnya. Namun, hal yang tidak dapat dikesampingkan yaitu adanya kenyataan bahwa implementasi dari perencanaan *marketing strategy* tersebut tidaklah pada kondisi yang statis, namun berada dalam keadaan yang amat dinamis sesuai dengan perkembangan dalam dunia usaha pada umumnya. Oleh karena itu, evaluasi dan modifikasi senantiasa perlu dilakukan sesuai dengan perubahan yang ada dan tuntutan kondisi riil yang terjadi. Karena pada dasarnya perencanaan di dalam proses manajemen pemasaran itu sendiri merupakan suatu proses yang berkesinambungan. Dalam pengertian yang lebih praktis dapat dikatakan bahwa perencanaan dan strategi adalah suatu proses penentuan tujuan dan strategi perusahaan, agar lebih lanjut dapat disusun suatu rencana kerja yang lebih detail. Dimana esensi yang terkandung di dalamnya adalah perencanaan efektif merupakan tangga menuju pencapaian suatu tujuan yang diinginkan perusahaan.

Hanya dengan keberhasilan dalam menentukan *marketing strategy* serta implementasi (pelaksanaan) yang tepat dari *marketing strategy* tersebut, perusahaan dapat menghadapi serta mengatasi kondisi persaingan yang semakin kompetitif dalam pasar, sekaligus mampu mencapai tujuan perusahaan yang telah direncanakan.

Agar strategi pemasaran yang digunakan dapat berjalan efektif dalam menghadapi persaingan, maka strategi pemasaran yang digunakan harus dikembangkan atas dasar segmentasi pasar (*market segmenting*), menentukan target/sasaran pasar (*market targeting*), dan menentukan posisi pasar (*market positioning*).

Segmentasi pasar dimaksudkan untuk melakukan pengelompokan pasar berdasarkan kriteria yang sama, misalnya factor demografis, sosiologis, psikologis yang sama sehingga perusahaan dapat

memberikan kepuasan kepada konsumen dari segmen pasar yang dipilih atau dilayani.

Sedangkan penentuan sasaran pasar (*market targeting*) dimaksudkan agar usaha-usaha pemasaran yang dilakukan akan lebih berhasil dengan memilih kelompok pasar tertentu saja dengan menentukan *marketing mix* (produk, harga, promosi, dan distribusi) yang dapat memenuhi keinginan konsumen.

Alternatif strategi pemasaran yang dapat dipilih oleh perusahaan untuk memasuki pasar yang menjadi sasaran yaitu :

- 1) *Undifferentiated Marketing*
- 2) *Differentiated Marketing*
- 3) *Concentrated Marketing*

Strategi-strategi ini digunakan dalam rangka menghadapi pasar yang heterogen, sehingga dengan strategi ini akan dilakukan pembedaan penawaran produk (*product differentiation*) dan pembedaan variable bauran pemasaran (*marketing mix*) lainnya.

Sementara penentuan posisi penawaran pasar (*market positioning*) dimaksudkan untuk menciptakan suatu kesan terhadap suatu produk sesuai dengan keinginan pasar sasaran. Dalam penentuan posisi pasar, strategi yang dapat digunakan adalah konsentrasi pada segmen pasar tunggal dan segmen pasar ganda. Pemilihan diantara kedua strategi ini akan menentukan produk yang akan dibuat, calon pembeli yang akan dilayani, dan pesaing yang akan dihadapi oleh perusahaan.

Simpulan

1. Perubahan dari orientasi produksi dan penjualan menjadi orientasi pemasaran telah membawa perubahan falsafah manajemen pemasaran yang kemudian dikenal sebagai "**Konsep Pemasaran**".
2. Konsep pemasaran yang tercermin pada empat tujuan organisasi yaitu :
 - a. Orientasi pada pelanggan dalam semua aspek organisasi dan operasi.
 - b. Pengejaran volume penjualan yang menguntungkan dengan cara yang ilmiah.
 - c. Keterpaduan usaha terhadap sasaran bersama.
 - d. Tanggung jawab sosial dalam pengambilan keputusan.Hal tersebut di atas diharapkan dapat dicapai melalui salah satu pendekatan yaitu "Proses Manajemen Pemasaran".

3. Strategi Pemasaran (*Marketing Strategy*) adalah bagian dari proses manajemen pemasaran sehingga diharapkan tujuan perusahaan dapat direalisasikan.
4. Karena *Marketing Strategy* tidak terlepas keterkaitannya dengan *target market* dan *marketing mix*, maka keberhasilan atau kegagalan dalam *marketing strategy* akan membawa dampak yang besar kepada pencapaian tujuan perusahaan atau keberhasilan usaha.
5. Dengan kemampuan menentukan dan melaksanakan (mengimplementasikan) *marketing strategy* yang tepat, perusahaan akan sanggup menghadapi persaingan yang semakin kompetitif dalam pasar, sekaligus dapat meraih keberhasilan bisnis bagi perusahaan yang bersangkutan.

Daftar Bacaan :

1. Basu Swastha DH, Azas-Azas Marketing, Edisi Ketiga, Liberty, Yogyakarta, 1984.
2. Basu Swastha DH, Irawan, Manajemen Pemasaran Modern, LAMP, Yogyakarta, 1981.
3. Cravens, W. David, Pemasaran Strategis, Edisi Keempat, Jilid I & II, Erlangga, Jakarta, 1996.
4. Kotler, Philip, Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi, Dan Pengendalian, Edisi Kedelapan, Jilid I & II, Salemba Empat, Jakarta, 1995.

MANFAAT EKONOMI KELANGSUNGAN EKONOMI EKOSISTEM TERUMBU KARANG DI PERAIRAN INDONESIA

Oleh : Hasbiullah⁸

ABSTRAK

Penulisan ini bertujuan untuk mengetahui manfaat ekonomi (use value) dan nilai yang tidak dimanfaatkan (non use value) dari ekosistem terumbu karang di perairan pulau-pulau di Indonesia.

Manfaat ekonomi bagi kelangsungan ekosistem terumbu karang di perairan Indonesia yaitu terdiri dari manfaat langsung, manfaat tidak langsung, manfaat pilihan, manfaat keberadaan dan manfaat usaha perikanan.

Dari kesemua manfaat ekonomi di atas telah dirasakan oleh masyarakat nelayan dan masyarakat pengguna lainnya, misalnya bagi nelayan dapat menambah pengasilan karena ikan melimpah sementara masyarakat lainnya seperti pelancong dapat merasakan manfaat keindahan dasar laut dan manfaat diving sebagai manfaat keberadaan.

Kata Kunci: Manfaat Ekonomi, Ekosistem Terumbu Karang, dan Perairan Indonesia.

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di wilayah Kepulauan Indonesia yang cukup besar ini membentang ribuan pulau yaitu dari pulau-pulau besar sampai ke pulau-pulau kecil yang jumlahnya mencapai sekitar 17.000 pulau dan merupakan anugrah bagi bangsa yang sudah merdeka sejak tahun 1945 ini. Pulau-pulau tersebut mengalami perkembangan yang cukup relatif cepat. Pertumbuhan yang cepat ini dikarenakan para warga banyak yang berprofesi sebagai Ponggawa maupun Nelayan dari pulau lain. Tingginya permintaan akan komoditi ikan karang di luar negeri didorong lagi dengan harga jual yang tinggi membuat masyarakat cenderung mengeksploitasi secara berlebihan baik dengan menggunakan cara yang ramah lingkungan maupun dengan cara merusak lingkungan seperti

⁸ Dosen Ilmu Ekonomi Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Alauddin Makassar

penggunaan bom, bius maupun bubu khususnya terumbu karang. Dikhawatirkan jika tidak ada pengawasan yang ketat terhadap nelayan, terumbu karang akan terancam punah.

Penggunaan bom dalam penangkapan ikan yang biasa dilakukan nelayan adalah salah satu metode penangkapan ikan yang menimbulkan efek kerusakan lingkungan terutama gugusan terumbu karang. Selain penggunaan bom yang menimbulkan efek kerusakan, penggunaan bius (*potassium*) yang mempunyai efek kerusakan yang hampir sama terhadap terumbu karang. Kerusakan terumbu karang tentunya memberikan efek negatif terhadap hasil produksi tangkapan nelayan. Hal ini dikarenakan terumbu karang merupakan habitat bagi ikan-ikan untuk mencari makan dan berlindung. Dengan semakin rusaknya terumbu karang yang merupakan habitat dari ikan-ikan jadi diperkirakan hasil produksi ikan juga mengalami penurunan seiring dengan banyaknya aktivitas penangkapan dengan bom dan efek kerusakan yang ditimbulkannya. Nilai dapat diukur dengan melihat data jumlah hasil tangkapan nelayan yang beroperasi di sekitar perairan yang diperkirakan terjadi kerusakan akibat bom. Nilai kehilangan inipun akan semakin besar apabila dimasukkan produktivitas terumbu karang untuk tahun-tahun mendatang. Jadi nilainya mungkin akan sangat besar.

Untuk itu penilaian ekonomi sumberdaya perairan bukan saja berupa nilai dari ikan-ikan yang berada di dalamnya tetapi menyangkut peranan sumberdaya terumbu karang lainnya sebagai pemecah gelombang, manfaat keberadaannya, manfaat wisata serta manfaat lainnya dinilai secara menyeluruh bahari.

Sumberdaya perikanan milik bersama (*Common Property Resources*). Jadi sifat sumberdaya inilah yang merupakan titik lemah di mana sumberdaya ikan yang ada di laut dapat dimanfaatkan oleh siapa saja, dan setiap orang dapat saling mendahului untuk memanfaatkan sumberdaya tersebut. Sifat barang milik bersama ini bisa menimbulkan permasalahan (*tragedy of the common Resources*) di mana setiap orang dapat memanfaatkan tanpa menghiraukan akses yang ditimbulkan atau tanpa memiliki kepedulian akan keberlanjutan sumberdaya tersebut.

Eksplorasi ikan karang yang bernilai ekonomis banyak dilakukan oleh nelayan di Perairan Indonesia baik dengan metode penangkapan yang legal maupun yang merusak. Mungkin saja nilai atau jumlah hasil tangkapan belum menyentuh batas pertumbuhan lestari dari ikan-ikan karang, akan tetapi dampak yang ditimbulkan dari penangkapan dari penangkapan yang merusak (bom atau bius) itulah yang mungkin lebih mengancam kelestarian ikan-ikan karang sebab bukan menyangkut

jumlah ikan yang tertangkap tetapi habitat ikan tersebut berupa terumbu karang yang mengalami deplesi. Ikan karang seperti makhluk hidup lainnya membutuhkan ruang (habitat) untuk hidup, semakin berkurang habitat ikan maka jumlah ikan juga akan semakin berkurang.

Dalam kemajuan pengelolaan sumberdaya untuk kemajuan ekonomi dewasa ini, suatu kemajuan pembangunan bukan saja dilihat dari berbagai indikator-indikator ekonomi secara umum akan tetapi dilihat serta dinilai pula berupa kualitas lingkungan sumberdaya yang rusak atau mengalami deplesi yang diakibatkan oleh pembangunan tersebut. Jadi dalam rangka untuk mendapatkan informasi mengenai kondisi ekologi dan ekonomi terumbu karang di perairan Indonesia maka diperlukan suatu kajian untuk mendapatkan suatu model pengelolaan sumberdaya khususnya terumbu karang secara optimal dengan kelestarian sebagai salah satu aspek yang dipertimbangkan secara serius agar tetap lestari.

B. Perumusan Masalah

Penilaian lingkungan terutama sumberdaya laut seperti ikan, karang, padang lamun dan habitat ekologi lainnya membutuhkan suatu metode yang tepat untuk dapat memperkirakan nilai ekonomi yang dikandungnya. Terumbu karang merupakan salah satu habitat laut yang mempunyai keanekaragaman hayati yang sangat tinggi dan mempunyai nilai ekonomi yang tinggi pula.

Lingkungan terumbu karang yang ada di laut biasanya mengandung banyak ikan bernilai ekonomi tinggi. Jenis ikan kerapu dan sunu adalah merupakan sebagian dari species yang diburu oleh nelayan karena memiliki harga jual yang tinggi dan dipasarkan bukan saja bagi konsumen domestik tetapi juga dipasarkan sampai ke luar negeri.

Aktivitas penangkapan dengan menggunakan alat penangkapan yang ilegal termasuk bom dan pembusian yang terkadang dilakukan oleh nelayan telah mengakibatkan biaya eksternal lainnya dan semakin rusaknya habitat terumbu karang. Penilaian dilakukan dengan menghitung produktivitas ikan karang yang tertangkap oleh nelayan dan menghitung biaya tambahan nelayan untuk mencari daerah *fishing ground* yang mana belum terjadi kerusakan karang.

Selain itu pemanfaatan perairan berupa berbagai kebijakan harus memperhitungkan juga nilai semua ekosistem terumbu karang dari nilainya sebagai daerah wisata dan sebagai pemecah gelombang. Jadi manfaat secara keseluruhan untuk menilai sebuah ekosistem seperti terumbu karang dapat diperoleh sebuah nilai manfaat keseluruhan

terutama dari manfaat langsung tersebut baik yang diukur melalui mekanisme pasar maupun dengan pendekatan lainnya.

Berdasarkan uraian di atas maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

“Apa manfaat ekonomi dari kelangsungan ekosistem terumbu karang di perairan pulau-pulau di Indonesia”.

C. Tujuan Penulisan

Tujuan yang ingin dicapai dalam penulisan ini adalah Untuk mengetahui manfaat ekonomi (*use value*) dan nilai yang tidak dimanfaatkan (*non use value*) dari ekosistem terumbu karang di perairan pulau-pulau di Indonesia.

D. Manfaat Penulisan

Hasil penulisan ini diharapkan dapat berguna untuk :

1. Menjadi bahan masukan kepada berbagai pihak terkait terutama kalangan akademik dan pemerintah untuk dapat merumuskan metode dan cara pengelolaan yang tepat bagi ekosistem perairan di pulau-pulau di Indonesia.
2. Dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan perbandingan bagi penulis lain yang berkeinginan untuk melakukan penulisan–penulisan yang berkaitan dengan manfaat ekonomi ekosistem perairan.

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Terumbu Karang

Terumbu karang merupakan suatu ekosistem yang khas yang terdapat di wilayah pesisir dan laut daerah tropis. Pada dasarnya terumbu karang terbentuk dari endapan-endapan masif kalsium karbonat (CaCO_3 , yang dihasilkan oleh organisme karang pembentuk terumbu (karang hermatipik) dari filum enidaria, Ordo seleractinia yang hidup bersimbiosis dengan zooxanthellae, dan sedikit tambahan dari algae berkapur serta organisme lain yang menyekresi kalsium karbonat. (Bengenm 1999). Koloni karang terumbu dengan polip-polip yang bertunas dengan polip baru secara asexual. Koloni baru dibentuk melalui menetapnya suatu larva palnatonik, yang merupakan suatu hasil reproduksi (Nykbakken, 1992).

Meskipun beberapa karang dapat dijumpai dari lautan subtropis tetapi species yang membentuk karang hanya terdapat di daerah tropis. Kehidupan karang dilautan dibatasi oleh ke dalam yang biasanya kurang dari 25 m dan oleh area yang mempunyai suhu rata-rata minimum dalam setahun sebesar 100 C. pertumbuhan maksimum terumbu karang terjadi pada kedalaman kurang dari 10 m dan suhu sekitar 250C sampai 290C (Hutabarat dan Evans, 1984).

Karang berbiak secara seksual maupun aseksual. Pembiakan secara seksual terjadi melalui penyatuan gamet jantan dan betina untuk membentuk bersilia yang disebut planula. Planula akan menyebar kemudian menempel pada substrat yang keras dan tumbuh menjadi polip. Kemudian polip tersebut akan melakukan pembiakan seksual yang dilakukan dengan cara fregmentasi, sehingga terbentuk koloni yang besar, dengan bentuk yang beragam sesuai dengan jenisnya.

Populasi ikan terumbu karang berubah dari siang ke malam hari. Ikan pemakan plankton yang banyak tersebar disekeliling terumbu pada siang hari, bersembunyi di celah terumbu pada malam hari. Ikan pencari makan pada malam hari sebagian besar pemakan bentos. (Bengen, 2001).

Terumbu karang mempunyai peran utama sebagai habitat (tempat tinggal), tempat mencari makanan (*feeding ground*), tempat asuhan dan pembesaran (*nursery ground*), tempat pemijahan (*spawning ground*) bagi biota yang hidup di terumbu karang atau sekitarnya. Terumbu karang dapat dimanfaatkan secara langsung maupun tidak langsung sebagai berikut:

- Sebagai tempat penangkapan berbagai jenis biota laut konsumsi, dan berbagai jenis ikan hias.
- Bahan kontruksi bangunan dan pembuatan kapur.
- Bahan perhiasan.
- Bahan baku farmasi.

Dutton et, al, (2001) menyatakan bahwa meningkatnya kegiatan manusia dalam pemanfaatan ekosistem terumbu karang memberikan dampak besar pada kerusakan sistem ini. Tabel berikut memberikan ilustrasi dampak berbagai kegiatan manusia pada ekosistem terumbu karang.

2. Penilaian Sumberdaya

Proses penaksiran dan penilaian meliputi tiga langkah, pertama, dampak lingkungan harus diidentifikasi. Kemudian dampak tersebut harus dikuantifikasi yaitu seberapa besar derajat erosi atau pengurangan apa saja yang bertalian dengan hal tersebut dalam hal pisik. Perubahan

yang dikuantifikasikan ini kemudian harus dinilai moneter diterapkan padanya dan hal ini merupakan tugas yang cukup sulit (Dixon dan Hufschmidt, 1986).

Dengan adanya eksploitasi yang berlebihan terhadap sumberdaya alam seperti yang dipaparkan sebelumnya (akibat dari pemberian nilai yang terlalu rendah/undervalued terhadap sumberdaya alam) maka akan timbul apa yang dikatakan dengan eksternalitas. Hal ini merupakan kegagalan dalam memberi nilai yang tepat terhadap sumberdaya tersebut, sehingga pemanfaatannya tidak efisien. Pemberian nilai ekonomi (*economic valuation*) sumberdaya alam secara total, merupakan respon terhadap pemahaman bahwa masalah eksternalitas yang timbul itu berakar dari kekeliruan manusia menilai sumberdaya dan ekosistemnya secara utuh dan menyeluruh, serta kegagalan manusia dalam menginterpretasi sumberdaya alam sebagai aset ekonomi dan sosial bagi masyarakat generasi kini dan generasi akan datang. Pemberian nilai sumberdaya (*resource valuation*) dengan cara memberi nilai moneter (*monetasi*) terhadap seluruh sumberdaya alam dan lingkungan beserta fungsi-fungsinya, memberi kesempatan kepada manusia untuk memahami seluruh dampak dan kegiatannya dalam memanfaatkan sumberdaya alam dan lingkungan. Hal ini juga memungkinkan pengambilan keputusan untuk menentukan kebijakan pemanfaatan suatu sumberdaya alam yang tidak saling bertentangan dengan pemanfaatan sumberdaya alamnya, alokasi yang efisien, serta menentukan tingkat pemanfaatan suatu sumberdaya agar berkelanjutan dan dapat dipertahankan.

3. Nilai Terumbu Karang

Terumbu karang sebagai salah satu ekosistem pesisir mempunyai nilai guna yang sangat signifikan, baik ditinjau dari aspek ekologi maupun ekonomi. Terumbu karang penyumbang hasil perikanan laut kurang lebih 10-15% dari total produksi. *Fringing reef* juga merupakan pelindung pantai yang sangat penting dari terpaan gelombang, sehingga stabilitas pantai dapat tetap terjaga. Disamping itu nilai keindahan, kekayaan biologi sebagai bagian dari suksesi alami dalam menjaga kelangsungan kehidupan dalam perannya sebagai sumber plasma nutfah, membuat terumbu karang menjadi kawasan ekosistem pesisir yang sangat penting dari berbagai segi (Garces, 1992).

Sebagai suatu ekosistem yang sangat produktif, terumbu karang kaya akan keanekaragaman jenis (*biodiversity*) dan merupakan panorama di dasar laut yang sangat indah, sehingga tidak hanya

sebagai sumber makanan dan pelindung pulau terhadap gempuran ombak, tetapi sebagai sumber divisa negara dan tempat rekreasi yang menarik (Soekarno, 1995).

Ikan hias laut merupakan salah satu sumber devisa kita untuk dikirim ke Singapura, Hongkong dan USA. Tahun 1975 pemasukan ikan hias ke Amerika sebanyak 69% berasal dari Asia Selatan, 27 ton Amerika Latin, serta sisanya 2% berasal dari Afrika (Soedarma, 1997). Indonesia sekarang merupakan negara penyuplai terbesar ikan segar ke pasaran Hongkong dengan nilai sekitar US\$ 200 juta pertahun (Usher, 1997).

Perkembangan penduduk yang cepat dan berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi pemanfaatan sumberdaya di wilayah pesisir termasuk terumbu karang mengalami degradasi seperti (Duhari. Et.al., 1996) : a) kegiatan penambangan terumbu karang dapat menyebabkan peningkatan erosi pantai dan berbagai kerusakan pantai lainnya. Suatu studi menunjukkan bahwa rusaknya terumbu karang oleh usaha penambangan mengakibatkan timbulnya erosi yang parah di pantai, sehingga mengancam lokasi pemukiman pada pola tata guna lahan setempat, b) terjadi secara alami misalnya oleh badai dan pemangsa predator, c) siltasi dan sedimentasi yang diakibatkan oleh pengerukan, penimbunan dan kegiatan pembangunan konstruksi, d) penurunan kualitas air yang diakibatkan oleh perubahan salinitas suhu dan pencemaran, e) pemasukan air tawar dengan volume yang sangat besar sebagai hasil pemindahan aliran sungai dan pembuangan limbah cair dan banjir, f) penangkapan ikan yang bersifat merusak seperti penggunaan bahan peledak, racun, dan alat tangkap non-selektif, seperti trawl dan muroami, g) akibat penancapan jangkar dari kapal-kapal wisata atau terinjak-injak oleh wisatawan yang berkunjung ke daerah terumbu karang, termasuk kegiatan selam yang tidak bertanggungjawab, dan h) eksploitasi berlebihan terhadap salah satu jenis karang yang digunakan sebagai hiasan dan batu permata sebagai cinderamata.

4. Usaha Perikanan

Tiap jenis ikan dapat digolongkan ke dalam satuan cadangan (unit Stock). Satuan-satuan cadangan ini menghuni wilayah laut yang jelas batasnya dan tidak bercampur baur satu dengan lainnya. Ukuran besar satuan cadangan dan luas wilayahnya sangat berbeda-beda. Berapa cadangan sangat suka berpindah-pindah tempat dan mejelajah samudra misalnya ikan herring, Tuna dan Salem (Salmon). Ada yang tidak pernah meninggalkan tepian landai benua seperti ikan Cod dan ada pula yang

lebih suka hidup menetap di suatu tempat misalnya kepiting raja (*King Crab*). (Hanneson : 1976) kemudian dikatakan pula bahwa penangkapan ikan yang dihasilkan dari faktor-faktor produksi tertentu tergantung pada dampaknya terhadap cadangan ikan yang dieksploitasi. Karena itu salah satu cara untuk memperoleh fungsi produksi perikanan adalah melihat hubungan antara kegiatan produksi perikanan dan tingkat kematian ikan yang dihasilkan. Di bawah kondisi tertentu usaha perikanan berbanding lurus dengan tingkat mortalitas ikan yang ditimbulkan, 1 karena itu hasil tangkapan persatu kegiatan dapat dipakai sebagai indeks untuk besar cadangan yang digali. Contoh definisi usaha perikanan yang sudah dilakukan diantaranya ton-jam berlayar (perikanan dasar laut atlantik utara), jumlah mata kail (*skates*) persatuan waktu (pengkapan ikan pipih (halibut di pasifik), dan jumlah perangkap per tahun perikanan udang karang (*lobster*) di Amerika Serikat bagian utara.

5. Ekonomi Versus Lingkungan

Berbagai penggunaan alternatif yang mengancam disebabkan persepsi orang tentang terumbu karang sangat beragam, tergantung dari latar belakang dan sisi pandang orang tersebut bagi orang kota yang kaya, yang terbayang adalah tempat untuk bersenang-senang, penuh dengan jenis ikan yang berwarna-warni, dengan pemandangan karang-karang dasar laut, batu-batu besarnya, puncak-puncak dan celah-celah diantaranya. Sementara bagi penduduk pantai, terumbu karang merupakan sumber makanan, bahan bangunan dan juga sumber pendapatan karena menjadi tempat hidup bagi ikan, udang dan berbagai jenis tiram yang menghasilkan mutiara.

Bagi ilmuan pantai, terumbu karang merupakan sebuah teka-teki ekologi yang menantang, dengan habitat-habitat pantainya yang paling beragam di seluruh muka bumi ini, sedangkan bagi aktiviti konservasi, terumbu karang merupakan masalah yang sangat memusingkan, dimana mereka dihadapkan pada masalah bagaimana untuk menyelamatkan agar tidak rusak dan tersia-siakan.

Dari sudut pandang (perseptif) pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*), suatu pembangunan di wilayah tertentu dapat berlangsung secara berkelanjutan jika permintaan total (*total demand*) manusia terhadap sumber daya alam dan jasa-jasa lingkungan tidak melampaui kemampuan suatu ekosistem wilayah pembangunan untuk menyediakan (memproduksi sumberdaya alam dan jasa-jasa lingkungan tersebut dalam kurun waktu tertentu.

Permasalahan lingkungan (eksternalitas) akan muncul jika permintaan manusia terhadap sumber daya alam atau jasa lingkungan

tertentu melebihi ekosistem wilayah untuk menyediakan sumber daya alam atau jasa lingkungan termaksud. Permasalahan ini pun dapat dialami oleh ekosistem terumbu karang yang merupakan salah satu sumber daya pesisir yang dikategorikan sebagai barang publik. Jadi sumber daya alam dan jasa lingkungan dianggap sebagai barang publik, yaitu barang yang apabila dikonsumsi oleh individu tertentu tidak akan mengurangi konsumsi orang lain akan barang tersebut (Yakin, 1997).

Barang publik memiliki ciri yaitu (1) Barang ini merupakan konsumsi umum yang dicirikan oleh penawaran gabungan (*joint supply*) dan tidak bersaing dalam mengkonsinya (*non-rivalry in consumption*), (2) tidak eksklusif (*non-exclusion*) dalam pengertian bahwa penawaran tidak hanya diperuntukan untuk seseorang dan mengabaikan yang lainnya. Hal ini didukung oleh Hidayat (1999) bahwa barang publik mempunyai karakteristik *non-exclusion* dan *zero marginal cost*, artinya orang dapat mengambil barang publik tersebut sejumlah ketersediaannya dengan biaya yang hampir nol atau nol, dengan tidak menghalangi orang lain untuk memanfaatkannya pula, implikasi dari ciri dan karakteristik barang publik semacam ini adalah bahwa setiap pengguna biasanya tidak merasa memiliki terhadap barang publik tersebut. Dengan demikian, keberadaan ekosistem terumbu karang pun (barang publik) dapat terancam.

B. Kerangka Pemikiran

Terumbu karang merupakan suatu ekosistem yang memiliki keanekaragaman hayati yang tinggi di mana dapat dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia. Dinamika ekosistem terumbu karang sangat dipengaruhi oleh faktor alamiah dan dinamikanya serta sangat terpengaruh oleh aktivitas wisata dan sebagainya.

Tekanan yang berlebihan oleh manusia untuk memenuhi kebutuhannya akan dapat mengakibatkan degradasi ekosistem terumbu karang yang berujung pada kehancuran terumbu karang itu sendiri. Hal ini dimungkinkan dengan pemanfaatan terumbu karang yang berlebihan seiring dengan peningkatan jumlah penduduk dan kebutuhan serta pemanfaatan yang merusak lingkungan seperti menggunakan bom dan racun untuk kegiatan eksploitasi yang didorong oleh keuntungan yang tinggi pada jangka pendek.

Perkembangan serta pertumbuhan terumbu karang selain dipengaruhi oleh jenis species karang juga dipengaruhi oleh faktor-faktor alamiah yang dikenal sebagai faktor pembatas. Faktor-faktor

pembatas tersebut adalah cahaya, suhu air, kekeruhan dan sedimentasi serta kedalaman air. Faktor-faktor pembatas tersebut adalah cahaya, suhu air, kekeruhan dan sedimentasi serta kedalaman air. Faktor-faktor pembatas alamiah tersebut diantaranya dapat dipengaruhi oleh aktivitas manusia.

Pemanfaatan terumbu karang untuk berbagai keperluan untuk kebutuhan masyarakat juga diiringi dengan kehilangan berbagai nilai ekonomi yang terkandung di dalam ekosistem tersebut. Kondisi ini disebabkan oleh kegiatan penilaian ekonomi ekosistem terumbu karang yang dimanfaatkan belum secara proporsional dengan mempertimbangkan kelestarian dari sumberdaya, sehingga pemanfaatannya belum mengacu pada prinsip pemanfaatan ekosistem terumbu karang secara berkelanjutan (*Sustainable*).

Alat analisis yang dapat digunakan untuk menghitung manfaat ekonomi ekosistem terumbu karang dapat digunakan perhitungan dengan melakukan terlebih dahulu identifikasi manfaat dan fungsi ekosistem terumbu karang yang meliputi manfaat langsung (*direct use value*) dan manfaat tidak langsung (*indirect use value*), manfaat pilihan (*option value*) dan manfaat eksistensi (*existence value*). Setelah itu dilakukan kuantifikasi segenap manfaat dan fungsi terumbu karang ke dalam nilai rupiah (moneter) dengan metode nilai pasar (*tradeable*), dan jika kondisi ini gagal dilakukan karena tidak adanya nilai pasar untuk manfaat terumbu karang maka dapat dilakukan dengan memberi harga secara tidak langsung yakni dengan metode valuasi kontigensi (*contingent valuation method*).

Nilai hasil valuasi ekonomi dari ekosistem terumbu karang ini nantinya dapat dijadikan sebagai pegangan bagi setiap *stake holder* untuk dapat mengambil kebijakan atau tindakan pemanfaatan lingkungan terumbu karang secara lebih bijaksana dan optimum serta dengan memperhatikan unsur-unsur kelestarian lingkungan.

METODOLOGI ANALISIS

Untuk menjawab berbagai permasalahan yang ada maka digunakan metode analisis sebagai berikut:

1. Teknik Penulisan

Dalam pelaksanaan penulisan ini menggunakan literatur dari berbagai sumber (data sekunder). Data sekunder adalah data yang bersumber dari dokumen-dokumen, literatur-literatur dan catatan-catatan dari instansi terkait yang berhubungan dengan obyek penulisan.

2. Teknik analisis

Teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif.

PEMBAHASAN

Beberapa manfaat dari kelangsungan ekosistem terumbu karang di perairan pulau-pulau di Indonesia sebagai berikut:

1. Manfaat langsung

Manfaat langsung atau *Direct Use Value (DUV)* adalah manfaat yang dapat diperoleh dari ekosistem terumbu karang misalnya perikanan terumbu, penambangan dan penjualan karang, penjualan ikan hias, bahan obat-obatan dan lainnya.

Manfaat langsung perikanan terumbu karang meliputi semua kegiatan perikanan yang berada pada lokasi terumbu karang di perairan pulau-pulau di Indonesia yang terdiri dari:

- a. Manfaat langsung dari perikanan seperti pendapatan dari hasil perikanan tersebut.
- b. Manfaat langsung *scuba diving* dan *snorkeling* seperti melakukan kunjungan wisata.
- c. Manfaat langsung penambangan karang/penjualan karang seperti banyaknya batu karang digunakan untuk membangun rumah dan nilai karang yang dijual untuk kegiatan komersial lainnya.

2. Manfaat tak Langsung

Manfaat tak langsung (*indirect use value*) yang diperoleh dari ekosistem terumbu karang, misalnya kehadiran terumbu karang dianggap sebagai penahan ombak (*break water*).

3. Manfaat Pilihan

Manfaat pilihan dalam penulisan ini mengacu pada nilai pemeliharaan sumberdaya yang potensial di masa yang akan datang. Jika manfaat di masa depan dapat dinikmati masyarakat sebagai suatu pemasukan yang pasti, maka pemanfaatan sumberdaya alam di masa depan akan benar-benar memberikan kesejahteraan bagi masyarakat.

4. Manfaat Keberadaan (*Existence value*)

Nilai dari manfaat yang dirasakan masyarakat dari keberadaan ekosistem terumbu karang setelah manfaat lain dihilangkan dari analisis. Manfaat ini adalah nilai ekonomi keberadaan

ekosistem perairan pulau-pulau di Indonesia. Manfaat ini merupakan nilai ekonomis keberadaan (fisik) dari ekosistem terumbu karang.

- a. **Nilai pasar.** Nilai pasar untuk komoditi-komoditi yang langsung dapat diperdagangkan dari ekosistem perairan misalnya manfaat batu karang, teripang dan ikan. Nilai manfaat langsung dari ekosistem ini secara langsung dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
- b. **Manfaat Eksistensi.** Manfaat lain dari ekosistem adalah keberadaan ekosistem terumbu karang.

Hal pokok yang perlu disesuaikan adalah menyangkut jenis manfaat yang dihasilkan. Umumnya manfaat terdiri dari manfaat nyata (*tangible benefit*) namun dalam studi ekonomi lingkungan manfaat dibuat setidaknya dalam empat kategori.

- a. Manfaat langsung yang dihasilkan melalui kegiatan utama yang ditentukan di dalam ekosistem dan dapat dipasarkan, atau memiliki nilai pasar secara langsung.
- b. Manfaat langsung dihasilkan melalui kegiatan utama yang ditemukan di dalam ekosistem, namun tidak dapat dipasarkan secara langsung karena tidak ada mekanisme pasar.
- c. Manfaat tidak langsung yang umumnya dihasilkan di luar ekosistem dan memiliki pasar dan karena itu dapat dinilai secara langsung.
- d. Manfaat tidak langsung yang umumnya dihasilkan di luar ekosistem dan tidak memiliki nilai pasar.

Manfaat Terumbu Karang

Terumbu karang yang merupakan ekosistem pesisir mempunyai manfaat yang sangat signifikan, baik ditinjau dari aspek ekologi maupun ekonomi. Terumbu karang juga merupakan pelindung pantai yang sangat penting dari terpaan gelombang, sehingga stabilitas pantai dapat tetap terjaga. Disamping itu manfaat yang dapat diperoleh yaitu dari segi keindahan, kekayaan biologi sebagai bagian dari suksesi alami dalam menjaga kelangsungan kehidupan membuat terumbu karang menjadi kawasan ekosistem pesisir yang sangat penting dari berbagai segi.

Terumbu karang, sebagai suatu ekosistem yang sangat produktif, kaya akan keanekaragaman jenis dan merupakan panorama di dasar laut yang sangat indah, sehingga tidak hanya sebagai sumber makanan dan pelindung pulau terhadap gempuran ombak, tetapi sebagai sumber divisa negara dan tempat rekreasi yang menarik.

Terumbu karang juga merupakan makanan bagi beberapa jenis ikan yang populer di masyarakat seperti ikan kerapu dan lain-lain. Terumbu juga merupakan tempat hidup tiram mutiara, berbagai jenis kerang, serta invertebrata lainnya yang menjadi sumber makanan dan biasa diperdagangkan. Masyarakat pantai juga memanfaatkan penyus, kerang-kerangan, udang karang, udang, teripang sebagai sumberdaya yang berasal dari terumbu karang. Beberapa jenis rumput laut, ubur-ubur sering dimakan nelayan. Rangka kalsium karbonat karang yang membentuk terumbu karang juga merupakan bahan bangunan yang baik. Blok-blok karang juga dapat dibakar untuk memproduksi kapur. Selain itu juga sangat berguna bagi penahan ombak yang menuju ke pantai.

Manfaat Usaha Perikanan

Manfaat usaha perikanan sangatlah besar, karena daerah perairan yang sangat luas dan juga jumlah nelayan yang begitu banyak maka jelas bisa dilihat prospek usaha perikanan di pulau-pulau di Indonesia.

Hal ini akan berhasil bila kelangsungan ekosistem terumbu karang terjaga, dan pada akhirnya meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat.

Tidak bisa dipungkiri dengan jumlah ikan yang melimpah disamping meningkatkan kesejahteraan masyarakat juga dapat meningkatkan devisa negara. Tetapi hal ini bisa terlaksana bila semua yang terkait dengan pelestarian ekosistem terumbu karang dapat dijaga bersama, dalam hal ini masyarakat dengan pemerintah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan analisis kualitatif yang telah diuraikan pada bab-bab terdahulu, maka dapatlah ditarik kesimpulan bahwa manfaat ekonomi bagi kelangsungan ekosistem terumbu karang di perairan Indonesia yaitu terdiri dari manfaat langsung, manfaat tidak langsung, manfaat pilihan, manfaat keberadaan dan manfaat usaha perikanan.

Dari kesemua manfaat ekonomi di atas telah dirasakan oleh masyarakat nelayan dan masyarakat pengguna lainnya, misalnya bagi nelayan dapat menambah penghasilan karena ikan melimpah sementara masyarakat lainnya seperti pelancong dapat merasakan manfaat keindahan dasar laut dan manfaat *diving* sebagai manfaat keberadaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bengen, D.G., 2001. *Ekosistem dan Sumberdaya Alam Pesisir Laut*. Pusat kajian sumberdaya pesisir dan Lautan IPB. Bogor.
- Carter, R.W.G. 1988. *Coastal Environment. An Introduction to Physical Ecological and Cultural system of Coastlines*. Academic Press Limited, London.
- Dutton, I.M. D.G. Bengen & J.J Tulungen. 2001. *The Challenges of Corral Reef Management in Indonesia*. In: Wolanski, E. (Ed). *Oceanographic Processes of Coral Reefs: Physical and Biological Link in the great barrier reef*. CRC Press LLC, Boca Raton Florida.
- Hanneson, R. 1976. *Ekonomi Perikanan*. Universitas Forlaget.
- Hikmat, R, Yusran, dan Dudung, D. 2003. *Pengelolaan Sumberdaya Alam dan Otonomi Daerah*. Alqaprint Jatinangor, Bandung.
- Cesar, H., 1996. *Economic Analysis of Indonesian Coral Reefs*. The World Bank.
- Dahuri, R. J, Rais, S.P. Ginting dan M.J. Sitepu. 1996. *Pengelolaan Sumberdaya Pesisir dan Lautan Secara Terpadu*. Pradya Paramita, Surabaya.
- Dixon, J.A. 1998. *Economic Values of Coral Reefs. What are the issues?*. In *Coral reefs*. Challenges and opportunities for sustainable management. The World Bank. Washington DC.
- Garces, L.R. 1992. *Coral Reefs Management in Thailand*. Naga. The ICLARM Quarterly. July, 1992.
- Hidayat, A. 1999. *Penentuan Harga Air dengan Contingent Valuation Method. Studi Kasus di Margahayu*. Jurnal Ekonomi Lingkungan, Mei 1999. BAPEDAL, Jakarta.
- Hutabarat, J dan Evans. 1984. *Pengantar Oceanography*. UI-Press. Jakarta.
- Kalawarta Coremap. 1999. "World Gross Natural Product". Vol. 3 No. 1 Juni 1999.
- Nybakken, J. W. 1992. *Biologi Laut. Suatu Pendekatan Ekologis*. Gramedia Jakarta.

- Soedarma, D. 1997. *Pengelolaan Terumbu Karang secara Berkelanjutan. Makalah Lokakarya Terumbu karang*. Kerjasama Unhalu dengan BAPEDA TK I Sultra.
- Soekarno. 1995. *Teknik Rehabilitasi Kerusakan Ekosistem Terumbu Karang. Pelatihan Perencanaan dan Pengelolaan Wilayah Pesisir secara Terpadu (Integrated Coastal Zone Planning and management) Angkatan I*. Kerjasama Pusat Penulisan Lingkungan Hidup (PPLH) Lembaga Penulisan IPB dengan Badan Koordinasi Survey dan Pemetaan Nasional.
- Usher, G. 1997. *Beberapa Nilai Terumbu Karang Indonesia, Conservation Indonesia*. April – Juni 1999.
- White, A.T., L.Z. Hale, Y, Renard and L, Cortesi. 1994. *Collaborative and Community Based Management of Coral Reefs*. Kumarian Press. West Hartford.

ANALISIS PEMBERIAN KREDIT DALAM MENUNJANG PERKEMBANGAN INDUSTRI KECIL DI KOTA MAKASSAR

Oleh

Murni⁹

Abstrak

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui berapa besar pengaruh pemberian kredit terhadap perkembangan industri kecil di Makassar. untuk membuktikan hipotesis akan dianalisis dengan menggunakan statistik inferensial yaitu koefisien korelasi.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa (1) Hubungan antara pemberian kredit terhadap industri kecil sangat besar dan positif, hal ini dilihat pada hasil perhitungan koefisien korelasi yang mencapai 0,96. (2) sesuai hasil perhitungan koefisien determinasi sangat besar yaitu mencapai 0,9314 atau 93,14% dan 6,86% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diketahui. Hal ini hipotesis yang diajukan penulis pada Bab sebelumnya terbukti sesuai dengan hasil perhitungan metode analisis statistika yang dipergunakan.

PENDAHULUAN

Latar belakang

Pembangunan ekonomi Indonesia berkaitan dengan perubahan ekonomi yang ada, dengan tujuan mengatasi masalah yang dihadapi yaitu kemiskinan, pengangguran dan tidak meratanya pembagian pendapatan nasional. Karena itu perencanaan ekonomi jangka panjang (Pola Dasar Pembangunan), akan mampu mengurangi masalah tersebut.

Dalam pelaksanaan perencanaan Nasional yang merupakan konsepsi dasar pelaksanaan pembangunan diletakkan pada beberapa sektor antara lain sector industri. Pembangunan sektor industri ini relevan dengan perkembangan pembangunan negara kita yang merupakan negara berkembang, maka aktivitas perekonomian dalam arti khusus sumber pendapatan warga masyarakat lebih di arahkan pada sektor industri termasuk didalamnya usaha pengembangan industri kecil.

Sesuai dengan kondisi kehidupan abad modern ini yang di tandai dengan pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, yang

⁹ Dosen Fakultas Ekonomi Univ. Muhammadiyah Makassar

sadar atau tidak menyusup ke dalam suatu sektor kehidupan masyarakat, mengakibatkan berubahnya kemampuan, sikap, dan orientasi pemikiran manusia.

Perkembangan teknologi yang kini semakin pesat secara langsung akan berpengaruh terhadap peningkatan industri kecil, maka pemanfaatan hasil penemuan teknologi akan dapat memberikan hasil yang cukup besar, namun perlu pula disadari bahwa penerapan teknologi secara tidak langsung dapat memberikan dampak yang bersifat negatif. Oleh karena itu perlu diperhatikan prinsip bahwa penggunaan tenaga kerja harus sungguh-sungguh membantu usaha meningkatkan kesejahteraan para tenaga kerja atau karyawan yang bergerak di bidang pengembangan industri kecil.

Kehadiran para tenaga kerja atau karyawan pada industri kecil yang diserap dapat mengurangi pengangguran yang merupakan salah satu sumber pendapatan masyarakat.

Oleh karena itu dalam operasional industri kecil karyawan dan tenaga kerja tentunya memerlukan perhatian yang serius dan terus diupayakan meningkatkan peranannya agar memberikan dampak positif bagi efisiensi dimana pada gilirannya tercapai produktivitas yang tinggi terhadap industri.

Produktivitas itu menyangkut unsur manusia dalam organisasi, tetapi diperlukan kondisi kerja yang menunjang. Hal ini berarti tersedianya sarana dan prasarana yang memadai sesuai dengan sifat dan tugas yang harus diselesaikan.

Perkembangan industri kecil didasari dengan adanya perhatian pemerintah dalam pemberian fasilitas berupa kredit bantuan yang dikhususkan kepada industri kecil. Hal ini ditandai dengan terbukanya pemikiran-pemikiran dalam pembinaan industri kecil yang dapat menyerap tenaga kerja.

Mengingat pentingnya fasilitas kredit terhadap industri kecil maka penulis mengambil judul "**Analisis Pemberian Kredit dalam Menunjang Perkembangan Industri Kecil di Kota Makassar**".

Masalah Pokok

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas maka yang menjadi masalah pokok adalah sebagai berikut : "Apakah pemberian kredit perbankan dapat menunjang perkembangan industri kecil di Kota Makassar".

Tujuan Penelitian

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui berapa besar pengaruh pemberian kredit terhadap perkembangan industri kecil di Makassar.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Industri

Menurut Harjanto Sumadisastro dalam (Cawley MC: 1999) bahwa: industri adalah tiap-tiap usaha yang merupakan inti produksi yang memuat barang-barang atau mengerjakan sesuatu barang atau bahan untuk masyarakat di suatu tempat tertentu.

Sedangkan pengertian industri yang dikemukakan oleh A. Abdurrahman (1999) bahwa : industri adalah semua kegiatan ekonomi bukan agraris atau bersifat distribusi. Dalam pengertian itu, istilah itu meliputi barang di pabrik dan cara-cara mengerjakan pembuatan barang tersebut.

Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa industri merupakan semua kegiatan ekonomi bukan agraris yang berusaha untuk merubah benda dan barang sehingga lebih bermanfaat dan bernilai guna. Dari pengertian itu, secara umum dapat dikaitkan bahwa proses yang mengolah bahan baku setengah jadi atau barang jadi, yang mempunyai nilai yang lebih baik, atau nilai tambah yang lebih tinggi.

Dengan batasan pengertian industri yang dikemukakan, maka pengertian industri pada dasarnya adalah suatu kesatuan (unit) produksi yang terletak pada suatu lokasi tertentu yang melakukan kegiatan produktif dalam menghasilkan barang-barang sejenis atau substitusi secara mekanik atau kimiawi dari benda-benda organik yang sifatnya lebih baik sehingga dapat bermanfaat pada konsumen.

Penggolongan Industri

Mengingat banyaknya jenis industri yang ada di Indonesia maka industri tersebut berdasarkan surat keputusan Menteri Perindustrian Nomor : 294/M/IV/1 972 digolongkan :

1. Menurut Jenis
 - a. Industri berat meliputi pertambangan, industri alat-alat transportasi, industri tenaga listrik dan sebagainya.
 - b. Industri ringan meliputi industri barang konsumsi, misalnya : industri makanan, minuman, textil, dan lain-lain.
2. Menurut Ukuran
 - a. Industri besar adalah industri yang menggunakan lebih dari 100

- orang tenaga kerja tanpa menggunakan mesin atau menggunakan lebih dari 50 orang tenaga kerja dengan menggunakan mesin.
- b. Industri sedang adalah industri yang menggunakan 19 sampai 99 orang tenaga kerja tanpa menggunakan mesin atau menggunakan 5 sampai 49 orang tenaga kerja dengan menggunakan mesin.
 - c. Industri kecil adalah industri yang menggunakan 5 sampai 10 orang tenaga kerja tanpa menggunakan mesin atau menggunakan 5 orang tenaga kerja dengan menggunakan mesin.

Pengertian Industri Kecil

Di Indonesia industri kecil di defenisikan oleh beberapa pakar ekonomi diantaranya yakni, menurut Irsan Ashari (1996) bahwa : "unit usaha kecil hanya mempekerjakan antara 5 sampai 19 orang tenaga kerja".

Mengingat pentingnya peranan industri kecil, maka pertama-tama perlu diberikan batasan atau pengertian dari apa yang dimaksud dengan industri kecil. Dari berbagai literatur yang ada, penulis dapat menyajikan pendapat dari berbagai pakar-pakar ekonomi diantaranya yaitu, menurut Hidarsya (1998) bahwa : "industri kecil adalah sebagai usaha memberikan faedah bentuk fisik atau kimia suatu barang sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan dalam pengertian ini termasuk suatu kegiatan".

Selanjutnya menurut I Nyoman bertha (1992) bahwa : "industri kecil adalah suatu usaha dalam proses produksi yang didalamnya dan perubahan bentuk atau sifat barang dalam proses itu faktor manusia dengan kalkulasinya lebih mementingkan dari faktor alam".

Menelaah konsepsi dasar tentang industri kecil yang dikemukakan oleh kedua pakar di atas, nampaknya tidak terdapat perubahan yang prinsipil sekal igus mendefenisikan masing-masing dalam redaksional yang berbeda. Sebab keduanya sepakat dalam memberi arti bahwa pada dasarnya industri kecil itu berorientasi kepada proses perubahan bentuk barang, sehingga pada akhirnya lebih bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan. Hanya saja I Nyoman Beratha dalam rumusnya itu lebih menekankan pada pentingnya faktor alam, dalam arti bahwa pengembangan industri kecil berkaitan langsung dengan apa yang termuat dalam pola pembangunan industri Departemen Perindustrian

(2004) yaitu : "Perdagangan adalah industri yang menggunakan mesin dan sumber data".

Sesuai dengan eksistensi dinamisnya industri kecil termasuk kegiatan rumah tangga di Indonesia, pada umumnya dibagi tiga kategori yakni : industri lokal, industri sentral, serta industri mandiri. Kategori pertama yaitu kelompok jenis industri yang menggantungkan hidupnya kepada dasar setempat yang terbatas dan relatif terbatas bagi lokasinya, skala usahanya sangat kecil dan pola usahanya bersifat subsisten. Kategori kedua adalah kelompok jenis industri dengan satuan usaha berskala kecil tapi membutuhkan suatu pengelompokan yang menghasilkan barang sejenisnya, jangkauan pasarnya lebih luas dari kategori pertama, dimana unit usahanya relatif kecil dengan sistem penunjang boleh dikatakan masih cakupan.

Sebenarnya terdapat dasar-dasar pemikiran yang lebih luas dibalik ketetapan pemerintah untuk memberikan kesempatan melindungi, mendorong, dan bahkan membina dengan penyediaan fasilitas khususnya kepada sektor industri kecil yaitu :

- a. Dalam industri kecil yang dibutuhkan modal yang banyak bisa memanfaatkan sumber-sumber yang diperoleh dengan mudah sebab memerlukan teknologi yang dapat dikuasai oleh keterampilan tangan serta dapat dikelola dengan manajemen yang sederhana. Maka faktor-faktor ini semua lebih memudahkan penciptaan dan pengembangannya lapangan kerja. Disini sektor industri untuk setiap orang atau satuan perusahaan.
- b. Dalam satuan-satuan usaha yang lebih kecil memproduksi berbagai jenis yang berada dalam jangkauan pemikiran anggota masyarakat yang kurang berpendidikan, maka sektor industri atau usaha kecil memberikan kesempatan berinovasi kepada para wiraswasta serta memberi jalan bagi timbul dan berkembangnya inisiatif perorangan.
- c. Kegiatan industri kecil, lebih-lebih kerajinan rumah tangga yang jumlahnya sangat banyak memiliki kaitan erat dengan mata pencaharian pertanian di pedesaan serta tersebar di tanah air.
- d. Perkembangan industri besar modern ternyata membutuhkan pula dukungan dari satuan-satuan usaha kecil yang dapat membuat barang-barang komponen atau suku cadang. Makin besar skala produksi ternyata justru memberi kesempatan.

Pengertian Bank dan Kredit

Susatyo Reksodiprojo mengemukakan bahwa "Bank adalah sebuah perusahaan yang bertujuan memberikan kepuasan terhadap

kebutuhan kredit, baik dengan modalnya sendiri atau dana yang dipercayakan kepadanya maupun dengan mengedarkan alat pembayaran baru dalam bentuk uang kartal atau uang giral".

Pengertian lain yang dikemukakan oleh R. Tjiptoadinugroho bahwa "Bank adalah suatu lembaga keuangan yang harus dapat memanfaatkan dana dari sumber maupun dengan aktifitas lainnya dalam bidang kegiatan ekonomi untuk peredaran uang modal sebagai sarana pemberi kesejahteraan umat manusia pada khususnya negara pada umumnya sesuai dengan kebijaksanaan/policy oleh suatu pemerintah".

Pengertian bank tercantum dalam UU Pokok Perbankan No. 14 tahun 1976 yang terpatir pada pasal 1 mengemukakan bahwa "Bank adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang".

Kemudian dari pengertian tersebut juga dapat dilihat secara jelas bank mempunyai fungsi, yang antara lain :

1. Sebagai pencipta uang yaitu uang kartal dan uang giral.
2. Sebagai penerima simpanan uang dari masyarakat atau deposito.
3. Sebagai penyalur kembali simpanan tersebut pada masyarakat dalam bentuk kredit.
4. Dalam perkembangan terakhir bank dapat pula berfungsi sebagai perantara dalam menerima dan membayarkan transaksi dagang, baik dalam negeri maupun luar negeri. Jenis bank tersebut dapat dibagi dalam dua golongan besar yaitu :
 - a. Bank Primer
Bank Primer mempunyai kemampuan untuk menciptakan serta mengedarkan uangnya sendiri dan sebaliknya mempunyai kemampuan untuk menariknya kembali dari peredaran. Yang termasuk dalam jenis bank ini adalah :
 - 1) Bank Sentral (Bank Sirkulasi)
 - 2) Bank-Bank Umum
 - 3) Bank Syariah
 - b. Bank Sekunder
Bank yang mampu memberikan kepuasan terhadap kebutuhan akan uang yang bersumber dari modal sendiri, atau pada usaha untuk memperoleh dana yang ada di pasaran uang dan modal. Yang termasuk dalam jenis Bank ini adalah sebagai berikut :
 - 1) Bank Tabungan
Bank dimana dalam usaha mengumpulkan dananya untuk mengutamakan penerimaan simpanan dalam tabungan serta memperbungakan dananya dalam bentuk kertas berharga.

2) Bank Pembangunan

Bank dimana dalam usaha pengumpulan dananya mengutamakan penerimaan simpanan dalam bentuk deposito atau mengeluarkan kertas berharga jangka menengah dan jangka panjang, sedangkan dalam usahanya perkreditan mengutamakan pemberian kredit jangka menengah dan jangka panjang.

3) Bank Hipotik

4) Bank Industri

Sedangkan jenis bank menurut Undang-Undang Perbankan No. 14 tahun 1967 adalah sebagai berikut :

1. Bank Sentral

Yaitu bank yang bertugas mengatur dan menjaga serta memelihara kestabilan nilai rupiah, membimbing pelaksanaan kebijaksanaan moneter serta mengkoordinir, membina dan mengawasi semua perbankan.

2. Bank Umum/syariah

Bank Umum yaitu bank dimana dalam usaha pengumpulan dananya mengutamakan penerimaan simpanan dalam bentuk giro dan deposito, sedangkan usaha perkreditannya mengutamakan pemberian kredit jangka pendek.

Pengertian Kredit Investasi Kecil dan Pengusaha Ekonomi Lemah

Kredit jangka menengah/panjang yang diberikan kepada pengusaha/pengusaha kecil pribumi dengan persyaratan dan prosedur khusus, guna membiayai barang modal serta jasa yang diperlukan untuk pendirian proyek baru, perluasan, rehabilitasi, dan modernisasi". Pengertian lain yang dikemukakan oleh Bank Indonesia dalam ketentuan-ketentuan pokok kredit investasi kecil dan kredit modal kerjapermanen adalah kredit jangka menengah atau panjang yang diberikan kepada pengusaha/perusahaan kecil golongan ekonomi lemah dengan persyaratan dan prosedur khusus guna membiayai barang-barang modal serta jasa yang diperlukan untuk rehabilitasi, modernisasi, perluasan proyek, dan pendirian proyek baru.

Pemberian kredit investasi kecil kepada pengusaha ekonomi lemah, yang pada dasarnya mempunyai tujuan yang dapat dilihat dari dua segi yaitu :

1. Dari segi pemerintah antara lain :

Pengusaha kecil pribumi dipandang penting untuk dapat diberikan fasilitas agar dapat ikut mendapatkan manfaat dari azas pemerataan yang telah ditetapkan oleh pemerintah, yaitu berupa kredit Investasi kecil.

2. Dari segi Bank antara lain :
Peranan Bank dapat diharapkan untuk lebih meningkatkan yaitu untuk memperbesar dan perluasan pemberian kredit kepada pengusaha-pengusaha kecil guna menumbuhkan dan meningkatkan usaha dan peranan dalam pertumbuhan ekonomi nasional.

Hipotesis

Berdasarkan pada latar belakang masalah pokok yang telah dikemukakan, maka penulis mengajukan hipotesis "Diduga, bahwa pemberian kredit perbankan akan dapat meningkatkan jumlah unit usaha, investasi, nilai produksi, serta tenaga kerja yang terserap pada industri kecil di kota Makassar".

METODE PENELITIAN

Daerah dan Waktu Penelitian

Adapun daerah yang dijadikan sebagai obyek penelitian adalah di Makassar. Sedangkan waktu yang digunakan untuk penelitian ini adalah selama kurang lebih tiga bulan.

Metode Pengumpulan Data

1. Observasi
Yaitu melakukan pengamatan langsung pada obyek penelitian yang berhubungan dengan penulisan skripsi ini.
2. Wawancara
Yaitu melakukan wawancara langsung dengan pimpinan instansi yang berkaitan dengan data yang diperlukan dalam penulisan ini.

Jenis dan Sumber Data

1. Data primer
Yaitu data yang diperoleh dengan melakukan wawancara dengan pimpinan instansi, menyangkut industri kecil dan perkreditan.
2. Data Sekunder
Yaitu data yang sudah tersedia dan diperoleh dari bahan penulisan (dokumentasi) pada beberapa kantor dinas atau jawatan dan buku-

buku serta bahan bacaan lainnya yang ada kaitannya dengan penulisan ini.

Metode Analisis

Berdasarkan pada judul analisis pemberian Fasilitas kredit pada industri kecil di Makassar, maka untuk membuktikan hipotesis akan dianalisis dengan menggunakan statistik inferensial yaitu koefisien korelasi.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Perkembangan Industri Kecil di Kota Makassar

Sejak tahun 2001 pasca krisis moneter sampai sekarang tingkat pertumbuhan industri kecil di Kota Makassar menunjukkan peningkatan yang mengembirakan, baik ditinjau dari jumlah tenaga kerja, unit usaha, nilai produksi dan bahan bakunya.

Industri kecil di Kota Makassar dari tahun 2001 sampai tahun 2008 memberikan kontribusi pada tiap-tiap cabang industri terhadap perkembangan ekonomi di Kota Makassar. Jumlah unit usaha industri kecil di Kota Makassar tahun 2008 sebanyak 1.968 unit usaha menurut Direktorat Jenderal Industri Kecil termasuk industri kimia dan industri aneka.

Pada penyerapan tenaga kerja sebanyak 4.588 orang, ini berarti industri kecil di Kota Makassar sangat besar sumbangannya terhadap pengurangan jumlah pengangguran atas dasar pembinaan Pemda Kota Makassar dengan pemberian fasilitas kredit yang memadai.

Sesuai dengan uraian tersebut, maka industri kecil membuktikan bahwa produksi industri kecil dapat ditingkatkan dengan penambahan investasi melalui penyebaran fasilitas kredit dalam pembinaan dan peningkatan industri kecil dan kerajinan dalam penyebaran ekonomi di Kota Makassar.

Perkembangan industri kecil di Kota Makassar selama sepuluh tahun terakhir ini, memperlihatkan adanya perkembangan yang cukup baik, yang meliputi jumlah unit usaha, jumlah tenaga kerja, dan jumlah nilai produksi, kesemuanya memperlihatkan kontribusi yang cukup baik.

Untuk melihat berapa besar perkembangan unit usaha industri kecil di Kota Makassar selama periode tahun 2002 – 2008 dapat dilihat pada Tabel 3. sebagai berikut :

Tabel 3. Keadaan Unit Usaha Industri Kecil di Kota Makassar Tahun 2002– 2008

Tahun	Unit Usaha	Kenaikan	% Perkembangan
2002	1.157	-	-
2003	1.193	36	3,11
2004	1.246	33	4,44
2005	1.301	55	4,41
2006	1.336	35	2,69
2007	1.390	54	4,04
2008	1.468	78	5,61
Jumlah		311	24,3
<u>Rata-rata</u>		51,83	4,05

Sumber : Disperindag Kota Makassar 2007.

Dapat dilihat pula bahwa peningkatan unit usaha yang terbesar terjadi pada tahun 2007/2008 sebesar 5,61 %, sedangkan peningkatan jumlah unit usaha yang terkecil yaitu pada tahun 2005/2006 hal ini disebabkan labilnya keadaan ekonomi sehingga keinginan mendirikan usaha baru berkurang, dengan memperhatikan angka tersebut, maka diperoleh suatu gambaran bahwa industri kecil Kota Makassar pada masa yang akan datang lebih meningkat lagi meskipun peningkatannya sangat lambat.

Tenaga Kerja

Pada industri di Kota Makassar dalam menunjang faktor produksi selama tahun terakhir ini yaitu dari tahun 2004 – 2008 menyerap tenaga kerja cukup banyak, dengan kata lain selama periode tersebut memperlihatkan trend yang meningkat. Adapun perkembangan tenaga kerja industri kecil di Kota Makassar dapat dilihat pada Tabel 4.

Berdasarkan Tabel 4. tersebut diperoleh suatu gambaran mengenai penggunaan tenaga kerja selama 7 tahun terakhir ini. Dimana pada tahun 2002/2003 mengalami peningkatan sebesar 9,02% dan pada tahun 2003/2004 mengalami peningkatan sebesar 7,94%, tahun 2004/2005 sebesar 8,39%, dan tahun 2005/2006 meningkat sebesar 9,4% serta tahun 2006/2007 sebesar 10,04% dan tahun 2007/2008 mengalami peningkatan hanya sebesar 3,94%.

Tabel 4. Keadaan Tenaga Kerja Industri Kecil di Kota Makassar Tahun 2002 – 2008

Tahun	Tenaga Kerja (orang)	Kenaikan (orang)	Prosentase Perkembangan (%)
2002	1.884	-	-
2003	2.054	170	9,02
2004	2.217	163	7,94
2005	2.403	189	8,39
2006	2.630	227	9,45
2007	2.894	264	10,04
2008	3.008	114	3,94
Jumlah		1.127	48,78
Rata-rata		188	8,13

Tabel 5. Perkembangan Nilai Hasil Produksi Kecil di Kota Makassar Tahun 2002 – 2008

Tahun	Nilai Produksi (Rp ribuan)	Kenaikan (Rp ribuan)	Prosentase (%)
2002	22.936.985	-	-
2003	24.048.766	1.103.781	4,81
2004	25.286.400	1.245.634	5,18
2005	26.820.093	1.533.693	6,07
2006	28.531.605	1.711.512	6,38
2007	30.475.220	1.943.615	6,81
2008	32.210.247	1.735.027	5,69
Rata-rata		1.545.544	5,82

Sumber : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Makassar, 2008

Berdasarkan pada Tabel 5. bahwa, perkembangan nilai produksi pada industri kecil di Kota Makassar mengalami peningkatan dari tahun ke tahun yaitu perkembangan pada tahun 2002 sampai 2008 mengalami peningkatan rata-rata Rp 1.545.544.000 per tahun dengan prosentase peningkatan rata-rata 5,82% per tahun.

Analisa Perkembangan Pemberian Kredit pada Industri Kecil

Tabel 6. Perkembangan Fasilitas Kredit industri Kecil & KUK di Kota Makassar.

Tahun	Kredit Usaha Kecil (Juta Rupiah)	Peningkatan (Juta Rupiah)	Prosentase (%)
2002	574,175	-	-
2003	587,320	13,145	2,29
2004	607,853	20,533	3,50
2005	798,044	190,191	31,29
2006	809,697	11,653	1,46
2007	1.006,251	196,554	24,27
2008	1.263,432	257,181	25,56
Total	5.655.772	689.257	88.37
Rata-rata	806.681,71	114.876,1	14,73

Sumber : Kajian Ekonomi Bank Indonesia Cab. Makassar, 2008

Berdasarkan Tabel diatas, maka dapat dilihat bahwa pemberian fasilitas Kredit Usaha Kecil (KUK) dapat meningkat dari tahun ke tahun yaitu pada tahun 2002 jumlah Kredit Usaha Kecil di Kota Makassar sebesar Rp 574,175 juta sedangkan pada tahun 2003 Kredit Usaha Kecil sebesar Rp 587,320 juta sedangkan pada tahun 2004 Kredit Usaha Kecil Rp 607,853 juta dengan peningkatan sebesar Rp 20,533 juta dengan prosentase peningkatan sebesar 3,50%. Sedangkan pada tahun 2005 Kredit Usaha Kecil di Kota Makassar sebesar Rp 798,044 juta dengan peningkatan Rp 190,191 juta atau 31,29% dari tahun sebelumnya. Pada tahun 2006 jumlah Kredit Usaha Kecil sebesar Rp 809,697 juta dengan peningkatan Rp 11,653 juta atau hanya naik 1,46% dan pada tahun 2007 jumlah Kredit Usaha Kecil sebesar Rp 1.006.251 juta dengan peningkatan Rp 196.554 juta atau meningkat 24,27% dan pada tahun 2008. Jadi jumlah Kredit Usaha Kecil mencapai 2003 – 2008 sebesar Rp 689.257 juta dengan rata-rata Rp 144,876 juta per tahun.

Analisis Fasilitas Kredit Terhadap Perkembangan Industri Kecil

Industri kecil dan kerajinan merupakan salah satu cara dalam pemerataan roda perekonomian yang merupakan pendapatan regional Kota Makassar dan sebagai penyerapan tenaga kerja dalam mengurangi jumlah pengangguran. Industri kecil dan kerajinan tersebar

sampai lapisan masyarakat dengan adanya bantuan kredit dan melalui pengelolaan pembinaan Pemda, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), Lembaga Kajian dan Pengembangan Masyarakat yang mengadakan Advokasi Pembinaan masyarakat kecil melalui pemberian kredit yang tersedia.

Dengan adanya pengalokasian dana pengembangan atau pemerataan pembangunan dalam meningkatkan perekonomian di Kota Makassar. Maka dari itu peningkatan industri kecil dan kerajinan yang dilakukan oleh Dinas Perindustrian, Balai Latihan Kerja dan lembaga-lembaga lainnya sangat besar sumbangannya terhadap pengembangan dan pemerataan pembangunan, Hal ini ditandai dengan pembangunan di Kota Makassar sangat besar.

Untuk mengetahui besarnya pengaruh pemberian fasilitas kredit terhadap peningkatan industri kecil, maka dapat dilihat pada Tabel berikut ini :

Tabel 7. Pengaruh pemberian Kredit Industri terhadap Perkembangan Industri Kecil di Kota Makassar,

Tahun	X	Y	x ²	Y ²	XY
2002	574,175	1.157	329.677	1.338.649	664.320
2003	587,320	1.193	344.945	1.423.249	700.673
2004	607,853	1.246	369.485	1.552.516	757.385
2005	798,044	1.301	636.874	1.692.601	1.038.255
2006	809,697	1.336	655.609	1.784.894	1.081.755
2007	1.006,251	1.390	1.012.541	1.932.100	1.398.689
2008	1.263,432	1.468	1.596.260	2.155.024	1.854.718
Total	5.646,772	9.091	4.945.391	11.879.035	7.495.795

Sumber : Data diolah.

Berdasarkan data tersebut di atas, untuk mengetahui besarnya hubungan pemberian kredit terhadap peningkatan industri kecil dapat diketahui melalui koefisien korelasi. Sesuai dengan perhitungan korelasi tersebut, maka dapat terlihat bahwa hubungan antara pemberian Kredit terhadap perkembangan industri kecil di kota Makassar sangat kuat yaitu sebesar 0,9651.

Sedangkan untuk mengetahui pengaruh fasilitas kredit usaha kecil terhadap industri kecil dapat dilihat pada koefisien determinasi (R^2) dan diketahui $R = 0,9651$ maka $R^2 = 0,9314$ atau 93,14%. Jadi sumbangan

pemberian kredit industri kecil terhadap peningkatan pengembangan industri kecil sangat besar yaitu 93,14% sedangkan 6,86% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diketahui.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dalam memperhatikan pembahasan pada bab sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hubungan antara pemberian kredit terhadap industri kecil sangat besar dan positif, hal ini dilihat pada hasil perhitungan koefisien korelasi yang mencapai 0,96.
2. Berdasarkan hipotesis yang penulis kemukakan sebelumnya yaitu kontribusi pemberian kredit terhadap industri kecil dimasa yang akan datang cukup besar dan sesuai hasil perhitungan koefisien determinasi sangat besar yaitu mencapai 0,9314 atau 93,14% dan 6,86% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diketahui. Hal ini hipotesis yang diajukan penulis pada Bab sebelumnya terbukti sesuai dengan hasil perhitungan metode analisis statistika yang dipergunakan.

Saran-Saran

1. Perlu adanya peningkatan keterampilan teknis, traning, manajemen penggunaan tenaga kerja, peralatan yang lebih efisien serta perluasan pemasaran. Perlu diadakan pengembangan untuk meningkatkan kualitas industri kecil melalui pembinaan SDM.
2. Diharapkan kepada Dinas Perindustrian agar memperbesar pos-pos pelayanan kredit kerjasama perbankan atau koperasi dalam pengembangan industri kecil dan kerajinan agar dapat mempermudah dan meningkatkan roda perekonomian dan agar dapat menyerap tenaga kerja lebih banyak sehingga dapat mengurangi jumlah pengangguran.
3. Dalam pengembangan tingkat pengetahuan dan keterampilan tenaga kerja industri kecil maka diharapkan kepada Dinas Perindustrian agar memberikan perhatian yang serius dalam pengembangan industri kecil.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. 1998. Buku Industri Abdurrahman, A. 1999. Ensiklopedia Ekonomi Keuangan dan Perdagangan. Penerbit Pradaya Paramitha, Jakarta.
- Anonim. 2003-2007. Pendapatan Regional Propinsi Sulawesi Selatan. Biro Pusat Statistik Propinsi Sulawesi Selatan.
- Anonim. 2004. Buku Industri. Terbitan Keempat Departemen Perindustrian, Jakarta.
- Azhari Irsan. 1996. Strategi Pembangunan dan Perencanaan Tenaga Kerja. Penerbit Lembaga Kebudayaan Nasional, Jakarta.
- Bertha I Nyoman. 1992. Ekonomi Orde Baru. Terjemahan Budiono. Penerbit Lembaga Pendidikan dan Penerangan Ekonomi dan Sosial, Jakarta.
- Cawley MC. 1999. Manajemen Industri. Penerbit Lembaga Pendidikan dan Penerangan Ekonomi dan Sosial, Jakarta.
- Firdaus, Muh. (2005), *Ekonometrika : suatu pendekatan aplikatif*, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Hasibuan S.P. 1994. Ekonomi Pembangunan dan Perekonomian Indonesia. Penerbit Armico, Bandung.
- Hidarsya. 1998. Pengantar Ekonomi. Terjemahan Budiono, Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Mayers. L. 1997. Unsur-Unsur Ekonomi Modern. Terjemahan Paul Sitohang, Jakarta.
- Simanjuntak, P.J. 1995. Pengantar Ekonomi Sumber Daya Manusia. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.
- Sumarsono, Sonny. 2010, *kewirausahaan dalam Praktek*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Tambunan, Tulus. 2005, *Perkonomian Indonesia beberapa Masalah Penting*, Ghalia Indonesia, Jakarta.

PENGARUH SISTEM INFORMASI MANAJEMEN (SIM) TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT. METRO BATAVIA AIR DISTRIK MAKASSAR

Oleh
Naidah¹⁰

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat dan mengetahui seberapa besar pengaruh sistem informasi manajemen terhadap kinerja karyawan pada PT. Metro Batavia Air distrik Makassar.

Penelitian ini dilaksanakan pada PT. Metro Batavia Air Distrik Makassar. Model penelitian ini menggunakan kuesioner, yang merupakan pengumpulan data yang melalui daftar pertanyaan yang di siapkan untuk masing-masing responden. Selain itu dilakukan juga wawancara dengan pihak-pihak yang terkait dalam perubahan sistematis berdasarkan tujuan penelitian.

Metode analisis yang digunakan adalah regresi linear sederhana untuk melihat pengaruh sistem informasi manajemen terhadap kinerja karyawan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variable sistem informasi manajemen (X) berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan (Y) pada PT. Metro Batavia Ar Distrik Makassar.

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan yang mencolok selama beberapa dasawarsa menjelang dimulainya abad XXI ditandai dengan banyaknya aspek penting, dimana informasi dan pengolahan data memegang peranan penting dalam kehidupan manusia. Dengan tersedianya berbagai bentuk media informasi, kini masyarakat memiliki pilihan yang lebih untuk mengetahui apa saja yang ingin mereka ketahui dengan segera.

Diikuti juga persaingan bisnis yang dewasa ini juga meningkat sehingga menuntut para perusahaan untuk memanfaatkan kemampuan yang ada semaksimal mungkin agar unggul dalam persaingan. Oleh karena itu manajemen perlu memiliki kemampuan untuk melihat dan menggunakan peluang, mengidentifikasi masalah, dan menyeteksi serta mengimplementasikan proses adaptasi dengan tepat. Manajemen juga

¹⁰ Dosen Fakultas Ekonomi Univ. Muhammadiyah Makassar

berkewajiban mempertahankan kelangsungan hidup serta mengendalikan organisasi hingga tujuan yang diharapkan tercapai

Perencanaan sistem informasi manajemen yang merupakan pengendalian organisasi perlu mendapatkan perhatian, karena sistem informasi digunakan oleh organisasi-organisasi untuk mengendalikan dan memonitor proses-prooses yang memiliki nilai tambah untuk memastikan efektifitas dan efisiensi (Stair, 1996:41). Lebih lanjut, Stair (1996:306) menekankan bahwa salah satu peran penting dari sistem informasi manajemen adalah inforaisasi yang tepat bagi orang tepat dengan cara yang tepat dan pada saat yang tepat.

Dengan kemajuan teknologi telah menjanjikan suatu hasil pekerjaan yang efektif dan efisien serta mampu memenangkan kompetitif dengan teknologi yang semakin pesat, sistem informasi semakin mudah di peroleh. Ditambah lagi dengan adanya komputer yang dapat dipergunakan untuk memperlancar pelaksanaan pekerjaan, mempercepat pelayanan lebih dari itu komputerasi dapat memproses data secara efektif dan efisien. membantu sehingga sistem informasi dapat terwujud lagi secara efektif dan efisien.

Untuk sementara ini seiring dengan lajunya gerak pembangunan organisasi-organisasi politik dan swasta semakin banyak yang mampu memanfaatkan teknologi baru yang dapat menunjang efektivitas dan efisiensi mereka. Perusahaan yang bergerak dibidang jasa Penerbangan PT Metro Batavia Air Kota Makasaar tidak terlepas dari masalah ini. Di dalam mengantisipasi para pesaing antar perusahaan penerbangan di mana diantara mereka sudah banyak yang menerapkan sistem informasi dan komunikasi data, baik dalam penunjang oprasional dalam pengambilan keputusan manajemen sehingga tugas-tugas dan pelayanan kepada publik dapat di selesaikan secara efektif dan efisien. Melihat hal tersebut PT Metro Batavia Air berusaha mencari kebutuhan, selera dan tuntutan Karyawan dalam suatu perusahaan dalam banyak hal telah meningkat, demikian pula hal kinerja dituntut untuk peningkatan kualitas kerja. Hal ini harus di imbangi dengan upaya menemukan model atau system kinerja yang berkualitas, agar kinerja yang dilakukan dapat menjadi kinerja yang prima. Maka dari itu perusahaan membuat sistem informasi manajemen. Adanya system informasi sangat menentukan kualitas kerja dari karyawan.

Sistem Informasi Manajemen (SIM) yang dimiliki PT Metro Batavia Air Kota Makassar sampai saat ini untuk mempermudah kebutuhan akan pengolahan data sampai membantu manajer dalam proses pengambilan keputusan. Dengan mempunyai perangkat kerja yang biasa mengakses

informasi atas mitra kerja melalui komputer, dengan dasar itu perusahaan bekerja secara oprasional yang sudah tertata dengan oprasional kerja lebih cepat serta tepat sasaran.

Banyak orang yang yang salah memahami konsep informasi dan yakin bahwa system informasi sudah menghasilkan informasi, padahal yang dihasilkan bukan informasi melainkan sampah “garbage” (Jogianto HM, 2003; 6). Banyak orang yang salah memahami tentang konsep informasi, mereka sudah menganggap tahu tentang informasi dan yakin bahwa system teknologi yang mereka buat sudah menghasilkan informasi, padahal yang mereka hasilkan bukan informasi. fungsi informasi untuk menghilangkan ketidakpastian-ketidakpastian dan resiko untuk menghasilkan suatu keputusan yang mantap. Menurut Wing Wahyu Winarno (2004;1.9) informasi yang baik itu memiliki krakteristik tertentu yakni akurat tepat, tepat waktu, relavan, terpercaya, terverifikasi, mudah dipahami dan di peroleh. Dengan adanya sistem informasi yang baik dapatlah tercagah pencarian keterangan yang lama atau bahkan kehilangan keterangan yang dapat merugikan perusahaan. Bahkan tidak adanya suatu system menurut The Ling Lang Gie (1991;32) dapat mengakibatkan terjadinya kekembaran keterangan yang banyak, pembiayaan keterangan yang boros dan menyulitkan kinerja karyawan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi permasalahan dalam pembahasan ini, adalah seberapa besar pengaruh system iformasi manajemen terhadap kinerja karyawan pada perusahaan PT. Merobtavia Air Distrik Makassar.

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh system informasi manajemen terhadap kinerja karyawan..
2. Untuk mengetahui penerapan sistem informasi Manajemen pada perusahaan dalam meningkatkan kinerja.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian manajemen

Manajemen sering diartikan sebagai ilmu dan seni untuk melaksanakan suatu pekerjaan melalui kegiatan orang lain. Salah satu definisi yang cukup jelas dan banyak digunakan orang adalah

sebagaimana yang kemukakan oleh Mary Parker Pollet (2002 : 29) bahwa manajemen adalah suatu proses perencanaan pengorganisasian, kepemimpinan dan pengendalian dengan upaya anggota organisasi, untuk menggunakan semua sumber daya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan atau sesuai dengan target.

Pada umumnya semua kegiatan dalam pengawasan yang dilaksanakan untuk mencapai tujuan sebagaimana yang telah direncanakan sebelumnya. Demikian pula halnya dengan tujuan dijalankannya internal control, kalau menurut R. Soemita Adikoesumah, Azas-Azas Manajemen, (2000 : 121), mengemukakan tujuan internal control, sebagai berikut :

1. Membantu manajemen dalam pelaksanaan administrasi pada perusahaan yang efektif dan efisien dalam melaksanakan prosedur untuk menentukan kebijaksanaan kerja organisasi.
2. Memberi tahukan dan bila perlu membetulkan cara kerjanya agar lebih efektif dan efisien.
3. Menentukan tingkat kebenaran data akuntansi yang dibuat dan keefektifan prosedur intern.
4. Menentukan sampai sejauhmana perlindungan, pencatatan, dan pengawasan terhadap kekayaan organisasi yang mungkin dapat menyebabkan kecurian.

Pengertian sistem informasi manajemen

Menurut Syampurnajaya (2000) Sistem Informasi merupakan aliran data, transaksi dan kegiatan dari suatu organisasi yang berfokus pada kualitas, waktu pengembangan, fleksibilitas, biaya dan perawatan piranti lunak (software). Teknologi Informasi (TI) merupakan kebijakan standard infrastruktur seperti piranti keras (hardware) dan jaringan networking. TI lebih berfokus pada kemampuan, merespon kemudahan dan rasio biaya/performansi, sedangkan Manajemen Informasi (MI) lebih berfokus pada penggunaan, kualitas dan integrasi dari informasi. Oleh karena itu SI, TI dan MI yang diperlukan oleh manajemen yang di sebut "Sistem Informasi Manajemen (SIM)", dimana memiliki komponen-komponen sebagai berikut: piranti keras, piranti lunak, data jaringan, sumber daya manusia dan prosedur.

Sistem informasi Manajemen (SIM) menurut davis (1995) mengemukakan bahwa sistem informasi yang selain melakukan semua transaksi yang diperlukan oleh sesebuah organisasi, juga memberi dukungan informasi dan mengeloh untuk fungsi manajemen dan pengambilan keputusan.

Dalam membahas sistem informasi tidak bisa dipisahkan dengan Teknologi Informasi, oleh karena itu Syampurnajaya(2000) membahas menjadi tiga kategori sebagai komponen utama, yaitu:

- a. **Piranti Keras (Hardware)**, teknologi “mainframe” merupakan suatu teknologi sentralisasi dimana tempat penyimpanan data di pusatkan disuatu tempat sehingga kontrol hanya terbatas pada suatu group dan devisi. Sedangkan teknologi “Client Server” menggunakan desentralisasi sehingga penyimpanan data tersebar di berbagai tempat. Saat ini banyak perusahaan dan organisasi yang beralih dari teknologi Mainframe ke teknologi Clien Server sehingga banyak pengguna memanfaatkan PC (Personal Computer) yang memiliki konfigurasi yang rendah sebagai client dan mengambil serta mengolah data dari PC lainya sebagai server
- b. **Piranti lunak (software)**, piranti lunak dibagi dalam tiga komponenn utama, yaitu:
 - 1) Sistem operasi piranti lunak, sistem operasi ini sangat mutlak diperlukan dalam menjalankan aplikasi piranti lunak. Dulu dikenal sistem operasi DOS, saat ini banyak sistem operasi yang dapat diperlukan, antarlain Microsoft mengeluarkan Windos XP, Windows Vista serta Windows 7. IBM juga mengandalkan sistem informasi yaitu OS/2 kesemuanya tersebut dipergunakan untuk pemakai yang berbasis PC. Kriteria untuk sistem operasi yang berbasis PC yang diperlukan untuk dimasa mendatang adalah biaya yang relatif murah dalam penerapan serta dapat dimodifikasioleh penggunaanya.
 - 2) Aplikasi Piranti lunak, organisasi dihadapkan pada dua pilihan yaitu mengembangkan aplikasi sendiri (Application development) dan membeli paket aplikasi (Application Package). Aplikasi sendiri (Applicaton Development). Untuk mengembangkan/membuat aplikasi sendiri, diperlukan progremmer tertentu. Aplikasi Paket (application package), dalam menentukan atau pemilihan piranti lunak, hal-hal yang perlu diperhatikan yaitu pantas atau layaknya piranti lunak tersebut diterapkan berdasarkan pengalaman, referensi, pertimbangan organisasi, pelayanan dan tingkat produktifitas.
- c. **Telekomunikasi**, dengan memanfaatkan teknologi komunikasi dapat mengeliminasi hambatan letak maupun geografis dan waktu, sehingga perusahaan ataupun organisasi meningkatkan jasa dan produksinya, memperlancar kinerja, pengambilan keputusan, pengembangan segmentasi pasar yang lebih luas dan mudah dalam

membina hubungan dengan kostumer. Sebagai contoh: Electronic Mail (E-mail), Fax-mail, Voice Over Internet Protocol (VOIP), Teleconference, Waireless Application Protocol (WAP), dan Electronic Data Interchange (EDI).

Pengertian Nilai dan Sifat Informasi

Prinsip utama yang berkenaan dengan nilai dan sifat informasi ini adalah bahwa informasi hanya mempunyai nilai jika informasi tersebut dapat mengakibatkan suatu perubahan dalam tindakan yang diambil oleh para pengambil keputusan. Kesimpulan suatu data atau pernyataan seorang ahli dapat memberikan suatu pengetahuan baru, namun hal ini tidak akan mempunyai nilai dalam konteks suatu persoalan keputusan tertentu selama informasi tambahan tersebut tidak dapat mengakibatkan perubahan dalam sikap, maupun tindakan seseorang berkaitan dengan masalah atau persoalan keputusan yang dihadapinya.

Pengertian tentang nilai informasi menurut Gorden B. Davis, Sistem Informasi Manajemen, (1999: 115) mengemukakan bahwa, nilai informasi adalah nilai perubahan dalam perilaku keputusan yang disebabkan oleh informasi dikurangi biaya informasi tersebut.

Sedangkan menurut Sondang P. Siagian, Sistem Informasi Manajemen Untuk Pengambilan Keputusan, (1997: 121) menyatakan bahwa, nilai adalah konsepsi/pandangan hidup yang dianut oleh seseorang tentang baik dan buruk, benar atau salah yang digunakan sebagai kriteria untuk mengambil keputusan dan kemudian melaksanakannya.

Kedua definisi tersebut di atas, jelas bahwa suatu informasi hanya akan mempunyai nilai bila informasi dapat mengakibatkan perubahan dalam perilaku seseorang dalam mengambil keputusan.

Jenis-Jenis Informasi

Dalam pengelola perusahaan diperlukan berbagai jenis informasi guna untuk mendukung berbagai proses pengambilan keputusan, baik oleh manajemen puncak (pimpinan), manajer berbagai bidang fungsional dan penyelenggaraan kegiatan operasional. Oleh karena itu, pengolahan informasi mutlak perlu dilakukan dengan sebaik mungkin sehingga informasi terkumpul, teroleh dan tersimpang dengan baik sehingga mudah ditelusuri apabila diperlukan pengolahan informasi harus memenuhi persyaratan kelengkapan kemutahiran, keandalan dan kepercayaan.

Pelaksanaan berbagai bidang fungsional menurut S.P. Siagian, Sistem Informasi Manajemen Untuk Pengambilan Keputusan, (1999: 44), maka jenis-jenis informasi itu dapat dibagi, sebagai berikut :

1. Informasi bidang ekonomi, yaitu informasi ini termasuk dalam bidang ini tentang tingkat pertumbuhan ekonomi, penanaman modal, baik asing maupun domestik, informasi tentang kondisi pasar berbagai komoditi, kebijakan keuangan dan moneter yang dilakukan pemerintah informasi tentang pasar modal, informasi tentang arah industrialisasi yang akan ditempuh dalam kurun waktu tertentu di masa depan, informasi tentang prosedur ekspor dan impor berbagai informasi yang sejenis. Bahkan juga informasi perkembangan di bidang politik.
2. Informasi di Bidang politik, informasi ini seperti yang menyangkut pemerintahan negara, peraturan kekuatan diantara beberapa kekuatan politik, frekuensi penyelenggara raan pemilihan umum, kecenderungan suatu partai politik tertentu perumusan kebijakan apabila memenangkan pemilihan umum, struktur birokrasi pemerintahan negara, sistem hukum perundang-undangan yang berlaku dan instansi lain yang sejenis yang ada kaitannya dengan bidang politik termasuk politik luar negeri.
3. Berkaitan erat dengan informasi di bidang politik, dalam dunia usaha juga perlu memiliki informasi tentang situasi keamanan dan ketertiban umum termasuk estimasi tentang kemungkinan terjadinya gangguan baik karena faktor-faktor yang terdapat di dalam negeri maupun yang datang dari luar, baik yang bentuknya masih berupa hambatan, apabila yang berupa ancaman. Semuanya itu penting karena implikasi terhadap ketenangan berusaha.
4. Informasi tentang lingkungan, informasi yang dimaksud disini antara lain informasi tentang sumber daya alam, kebijakan pemerintah tentang pemanfaatannya, kebijaksanaan nasional dalam pelestarian lingkungan hidup termasuk kebijakan tentang pencemaran air, pencemaran udara, kebijakan dasar daur ulang limbah industri reboisasi, kebijakan peruntukan berbagai jenis lahan.
5. Informasi tentang permasakan bahan mentah dan bahan baku untuk diolah menjadi produk tertentu, informasi ini ialah apakah bahan mentah atau bahan baku itu relatif melimpah atau relatif langka, siapa yang menguasainya, terdapat dimana kecenderungan pemasok bertindak vis a vis produsen tertentu, seperti dalam hal persediaan pembelian waktu penyerahan dan jaminan mutu.

6. Informasi tentang perilaku persaingan yang mungkin akan dihadapi, yang dimaksud informasi perilaku pesaing dalam memasukkan, mempromosikan dan menjual produknya, apakah akan berpegang pada norma dan etika atau tidak atau apakah justru cenderung menganut pandangan tidak sehat dengan menggunakan tehnik-tehnik yang sering disebut sebagai zero sum game,
7. Informasi tentang target group di masyarakat yang jadi sasaran pemasaran, promosi dan penjualan produk tertentu.
8. Informasi yang dibutuhkan termasuk informasi tentang menyangkut masalah teoritis yaitu tingkat pendidikan, jenis-jenis pekerjaan, tingkat penghasilan, jenis kelamin, kelompok umur, status pernikahan, status tentang besar kecilnya anggota keluarga yang menjadi tanggungan pencari nafkah utama.

Sumber Informasi

Bertitik tolak dari beberapa uraian sebelumnya, maka tidak dapat disangkal bahwa informasi salah satu unsur dari manajemen dan fungsi pengampilan keputusan.

Oleh sebab itu para ahli berpendapat bahwa langkah untuk menentukan informasi manajemen belumlah selesai dan sebelum mempertimbangkan sumber-sumber informasinya. Dalam literatur dijumpai bahwa pada dasarnya sumber informasi dibedakan dalam dua bagian yaitu data empirik dan informasi dikemukakan oleh Sondang P. Siagian, *Sistem Informasi Manajemen Untuk Pengambilan Keputusan*, (2001: 146), sebagai berikut :

1. Data empirik, yaitu data yang dapat diperoleh melalui suatu pengumpulan data atau survei yang dapat digunakan untuk menduga sebaran peluang munculnya suatu peluang. Dalam hal ini pendapat awal digunakan untuk menguji bahwa relatif mencerminkan nilai peluang yang besar, yaitu mencerminkan nilai peluang pengambil keputusan. Data empirik ini juga digunakan untuk memperoleh sebaran peluang posterior (kemungkinan akhir) berdasarkan nilai peluang akhir yang sudah ada. Sehubungan dengan sumber informasi yang berasal dari data empirik ini, maka pada dasarnya pengumpulan data yang dapat dilakukan yaitu :
 - a. Melalui pengamatan langsung (observasi langsung). Dalam pengamatan langsung ini peneliti/ pengamat sendiri yang mengumpulkan data melalui pengamatan langsung dilapangan. Jadi peneliti turun langsung dilapangan guna mempelajari catatan-catatan yang ada sesuai dengan kebutuhannya. Data

yang diperoleh melalui pengamatan langsung ini, akan lebih akurat, karena peneliti mengetahui data-data yang perlu dikumpulkan agar masalah yang dihadapi dapat dipecahkan.

- b. Melalui wawancara, Cara ini adalah semacam pengamatan pribadi yang dilakukan secara tidak langsung yaitu dapat mewakilkan kepada orang lain untuk membantu peneliti mewawancarai responden, dalam hal ini ketelitian akan tergantung pada ketelitian responden (orang yang diwawancarai) dan dan si pewawancara itu sendiri.

- c. Melalui koresponden

Melalui cara ini para koresponden yang diminta untuk memberikan informasi yang diperlukan oleh peneliti, akan tetapi ada kemungkinan bahwa para koresponden tersebut tidak obyektif dalam memberikan informasi, karena merasa yang tidak mempunyai kepentingan dalam penelitian, sehingga mereka memperdulikan apakah informasi yang diberikan itu benar atau salah.

- d. Melalui questionnaire

Dalam hal ini daftar pertanyaan disampaikan kepada orang-orang yang merupakan sumber informasi dalam masalah penelitian, keuntungan cara ini adalah biaya relatif murah, serta data yang diinginkan dapat dikumpulkan secara cepat dan daerah pengamatan dapat lebih luas. Akan tetapi kelemahannya kemungkinan daftar pertanyaan yang dikirim itu tidak dikembalikan, atau jawaban yang dikirim kurang akurat untuk empirik sebagai konsekwensi dari pernyataan yang kurang jelas dalam daftar pertanyaan. Jika hal ini terjadi, maka ada kemungkinan bahwa penelitian tidak memperoleh informasi yang diinginkannya. Oleh karena masing-masing cara mengumpulkan data tersebut diatas, memiliki keuntungan dan ada kelemahan tersendiri, maka dalam prakteknya untuk memperoleh informasi yang tepat, para peneliti sering mengkombinasikan cara-cara tersebut di atas.

2. Informasi dari para ahli

Dalam beberapa hal, karena terbatasnya pengetahuan suatu hal dan lain-lain, maka data empirik sulit diperoleh. Dalam keadaan ini maka satu-satunya sumber informasi adalah dari pendapat atau pandangan subjektif para ahli atau orang yang mengetahui tentang kejadian yang tidak pasti.

Berdasarkan sumber-sumber informasi tersebut, maka dapat diartikan bahwa sumber informasi merupakan suatu konsep arus, dimana

informasi mengalir dari satu orang ke orang lain baik dari perusahaan itu maupun dari luar perusahaan dan apabila informasi telah diserap maka ia tidak lagi merupakan sekedar informasi melainkan telah menjadi pengetahuan yang dapat meningkatkan persepsi seseorang atau para manajer dalam bidang-bidang tertentu seperti masalah pemilihan alternatif, mencari peluang merencanakan. Informasi itu tidak statis akan tetapi ia bergerak dinamis, sehingga menimbulkan kebutuhan akan keputusan. Kemudian sistem informasi manajemen itu mengalir melalui jaringan keputusan ke sistem berada diluar perusahaan, sehingga menimbulkan pekerjaan yang harus dilaksanakan kemudian mengalir kembali ke sistem interen sampai pada top manajer.

Pengertian Kinerja Karyawan

Istilah kinerja berasal dari kata job performance atau actual performance (prestasi kerja atau prestasi sesungguhnya yang dicapai oleh seseorang). Menurut Nanang Fattah (1999,19) bahwa "prestasi kerja atau penampilan kerja (performance) diartikan sebagai ungkapan kemampuan yang didasari Oleh pengetahuan, sikap dan Keterampilan dan motivasi dalam Menghasilkan sesuatu". Kinerja adalah "tingkat keberhasilan di dalam melaksanakan tugas serta kemampuan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Kinerja dikatakan baik dan sukses jika tujuan yang diinginkan dapat dicapai dengan baik"(Khoerul ,2005;.12)

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa istilah kinerja menunjukkan adanya suatu tindakan seseorang dalam melaksanakan tugasnya dengan dilandasi oleh kemampuan, sikap dan motivasinya. Perbedaan unjuk kerja individu dalam situasi kerja adalah akibat adanya perbedaan karakteristik individu dan situasi berbeda

Kinerja adalah penampilan hasil karya seseorang baik dalam hal kuantitas maupun kualitas dalam suatu organisasi. Kinerja dapat berupa penampilan individumaupun peersonel. Penampilan hasil karya tidak terbatas epada personel yang menduduki jabatan fungsional maupun struktural, tetapi juga pada keseluruhan jajaran personel dalam organisasi.

Deskripsi dari kerja menyangkut tiga komponen penting yaitu tujuan, ukuran dan penilaian. Penentuan tujuan dari setiap unit organisasi merupakan stretegi untuk meningkatkan kinerja. Tujuan ini akan memberikan arah dan mempengaruhi bagaimana seharusnya perilaku kerja yang di harapkan organisasi, terhadap setiap personel. Walaupun demikian penentuan saja tidaklah cukup, sebab itu dibutuhkan apakah

seorang personel telah mencapai kinerja yang diharapkan. Untuk itu ukuran kuantitatif dan kualitatif standar kinerja untuk setiap tugas dan jabatan personel memegang peranan penting.

Aspek ketiga dari defenisi kerja adalah penelitian atau pengukuran. Pengukuran kinerja secara reguler yang dikatakan dengan proses pencapaian tujuan kkerja setiap personel. Tindakan ini akan membuat personel untuk senantiasa berorientasi terhadap tujuan dan perilaku kerja sesuai dan searah dengan tujuan yang ingin dicapai. Dengan demikian jelaslah bahwa pengertian kinerja dengan deskripsi tujuan, ukuran operasional, dan pengukuran reguler mempunyai peranan penting ddalam meningkatkan motivasi personel.

Mengacu pada pendapat di atas, bahwa kinerja pegawai ditentukan oleh Kemampuan, motivasi dan sikap, Kinerja dalam menjalankan fungsinya tidak berdiri sendiri, melainkan berhubungan dengan kepuasan dan tingkat imbalan, kondisi yang kondusif, sistem yang relevan, dengan kata lain faktor individu, organisasi dan lingkungan eksternal dapat mempengaruhi kinerja pegawai,

Castteter dalam Khaerul (2005;83) mengemukakan sumber-sumber yang menyebabkan terjadinya kinerja tidak efektif adalah sebagai berikut: Sumber-sumber yang menyebabkan kinerja tidak efektif yaitu:

Tabel I

Sumber-sumber yang menyebabkan kinerja tidak efektif

Sumber dari individu itusendiri	Sumber dari organisasi	Sumber dari lingkungan eksternal
Kelemahan Intelektual Kelemahan Fisiologis Demotivasi Faktor Personalitas Keusangan/ketuaan Preparasi, posisi Orientasi nilai	Sistem Organisasi Peranan Organisasi Kelompok Organisasi Perilaku yang berhubungan dengan pengawasan Iklim Organisasi	Keluarga Kondisi-kondisi ekonomi Kondisi-kondisi hukum Nilai-nilai sosial Pasaran Kerja Perubahan Teknologi Perkumpulan-perkumpulan

Dari bagan tersebut terlihat jelas bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi Kinerja dari dalam organisasi diantaranya terciptanya kondisi kerja yang kondusif, hubungan antar personal dan dari luar

organisasi diantaranya yaitu perubahan teknologi yang sangat dirasakan pada era sekarang ini.

Dua variabel ini terlihat cukup ironis, satu sisi kemajuan teknologi telah menjanjikan suatu hasil pekerjaan yang efektif dan efisien serta on-line, dengan sistem teknologi yang semakin pesat, sistem-sistem informasi pun begitu mudah di peroleh, semakin akurat, dan cepat, tetapi bagaimanapun pesatnya kemajuan teknologi, peranan manusia masih menduduki peringkat terpenting, karena teknologi hanyalah berupa alat bantu berupa hardware, sedangkan manusia itu sendiri adalah yang mengoptimalkannya, hal-hal yang menyangkut perasaan, pertimbangan kebijakan tidak dapat dilakukan oleh teknologi. Keharmonisan diantara personal, suasana yang penuh kekeluargaan, tidak sedikit pengaruhnya terhadap kinerja pegawai. Dengan demikian kedua faktor tersebut begitu besar pengaruhnya terhadap kinerja pegawai

Untuk mengetahui kinerja karyawan perlu melakukan evaluasi kinerja. Evaluasi Kinerja adalah salah satu bagian dari manajemen kinerja, yang merupakan proses di mana kinerja perseorangan dinilai dan dievaluasi. Ini dipakai untuk menjawab pertanyaan, "Seberapa baikkah kinerja seorang pegawai pada suatu periode tertentu?", "Metode apapun yang dipergunakan untuk menilai kinerja, tidak untuk menyalahkan salah satu unsur dalam organisasi. Penilaian kinerja hanyalah sebuah titik awal bagi diskusi serta diagnosis lebih lanjut". (Robert Bacal, h. 4).

Sejalan dengan pendapat Miller Richard (1978;250) yang mengemukakan bahwa "kinerja karyawan dapat dipantau dari catatan lembaga, yakni efisiensi dan produktivitas kerjanya". (Khoerul, 2005 ;h.86)

Penilaian kinerja ditujukan bukan untuk kepentingan organisasi yang bersangkutan melainkan untuk semua pihak, seperti yang diungkapkan oleh Ahmad S. Ruky (2001; 20-21) bahwa penilaian prestasi mempunyai tujuan untuk:

- 1) Meningkatkan prestasi kerja karyawan baik secara individu, maupun sebagai kelompok
- 2) Mendorong kinerja sumber daya manusia secara keseluruhan yang direfleksikan dalam kenaikan produktivitas
- 3) Merangsang minat dalam pengembangan pribadi dengan tujuan meningkatkan hasil kerja dan prestasi kerja
- 4) Membantu perusahaan untuk dapat menyusun program pengembangan dan pelatihan karyawan yang lebih tepat guna.
- 5) Menyediakan alat/sarana untuk membandingkan prestasi kerja pegawai dengan gajinya atau imbalannya

- 6) Memberikan kesempatan pada pegawai untuk mengeluarkan perasaannya tentang pekerjaan atau hal-hal yang ada kaitannya.

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan, maka penulis memilih penelitian pada PT. Metro Batavia Air Kota Makassar. Waktu penelitian selama 2 (dua) bulan.

Metode Pengumpulan Data

Dalam proses pengumpulan data, maka penulis mengadakan studi kasus dan pengumpulan data melalui penelitian lapang (field research) dan penelitian pustaka (library research).

Jenis dan Sumber Data

Untuk menunjang kelengkapan dari penelitian ini, maka penulis mencoba memperoleh data yang terdiri dari atas:

1. Jenis data

- a. Data kualitatif, yaitu data yang diperoleh dari hasil perusahaan baik dalam bentuk informasi secara lisan maupun secara tertulis.
- b. Data kuantitatif yaitu data yang diperoleh dari perusahaan yang diteliti dalam bentuk angka-angka dan dapat digunakan untuk pembahasan lebih lanjut.

2. Sumber Data

- a. Data primer, yaitu data yang diperoleh dengan cara mengadakan pengamatan langsung pada perusahaan dan wawancara secara langsung dengan pimpinan beserta stafnya yang ada kaitannya dengan penulisan skripsi ini.
- b. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari perusahaan berupa dokumen - dokumen dan buku literatur serta laporan tertulis dari luar perusahaan yang ada hubungannya dengan penulisan Tugas Akhir ini.

Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi yang diteliti adalah sebanyak 20 orang karyawan pada Batavia Air Distrik Makassar.

b. Sampel

Sampel diambil secara langsung dari 20 orang jumlah karyawan yang kerja di PT. Metro Batavia Air Distrik Makassar.

Definisi Operasional

Defenisi operasional perusahaan dalam aktivitasnya, adalah sebagai berikut :

- 1) Sistem informasi manajemen adalah jaringan atau prosedur pengolahan data yang di kembangkan secara bersama-sama atau melibatkan orang lain demi mencapai suatu tujuan yang sama.
- 2) Kinerja adalah “tingkat keberhasilan di dalam melaksanakan tugas serta kemampuan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Metode Analisis

- 1) Metode analisis deskriptif untuk menjelaskan perkembangan sistem informasi manajemen terhadap kinerja pegawai pada PT. Metro Batavia Air Kota Makassar, dibandingkan dengan teori yang telah diperoleh.
- 2) Metode analisis untuk mengetahui tingkat hubungan Sistem informasi Manajemen terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Metro Batavia Air Kota Makassar dengan rumus persamaan regresi linear sederhana, sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Dimana:

Y = variabel terikat (Kinerja karyawan)

X= variabel bebas (Sistem informasi manajemen)

a= Kostanta dan

b= koefisien regresivariabel bebas

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Dalam menguraikan hasil penelitian ini akan dikemukakan deskripsi variable-variabel dalam penelitian. Deskripsi variable tersebut adalah:

Deskripsi variabel sistem informasi manajemen

Variabel sistem informasi manajemen dalam penelitian ini menggunakan indikator, dimana hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut:

TABEL II
Tanggapan Responden Terhadap Variable Sistem Informai Manajemen Pada PT. Metro Batavia Distrik Makassar

No	Pertanyaan	Skor					Mean
		5	4	3	2	1	
1	Apakah informasi yang anda terima dapat membantu anda untuk kelancaran pekerjaan anda	4	11	5	-	-	3,95
2	Dengan adanya informasi yang ada anda terima apakah anda dapat memahaminya	2	10	8	-	-	3,7
3	Apakah di tempat anda bekerja kemudahan mengakses informasi dapat terpenuhi	3	11	6	-	-	3,85
4	Dalam pengelohan data apakah informasi yang anda dapatkan dapat membantu kelancaran dalam proses pengolahan data	2	13	5		-	3,85
5	Apakah informasi yang anda terima tepat waktu	1	12	6	1	-	3,65
6	Apakah informasi yang anda terima akurat	1	11	8	-	-	3,65
7	Apakah informasi yang anda terima relevan	1	12	7	-	-	3,7
8	Apakah informasi yang anda terima terverifikasi	3	10	6	-		3,75
9	Apakah anda dengan mudah memperoleh informasi di tempat anda bekerja	2	13	5	-	-	3,85

Berdasarkan tabel diatas maka dapat di jelaskan beberapa pendapat responden terhadap variable Sistem informasi manajemen yaitu dari sepuluh item pertanyaan diatas, nilai jawaban responden yang paling besar ada pada pertanyaan nomor 1 dengan nilai dan rata-ta 3,95.

Deskripsi variable kinerja.

Indikator-indikator dari variable kinerja terbagi atas 12 pertanyaan , dimana hasilnya dapat kita lihat sebagai berikut:

Tabel III
Tanggapan Responden Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Metro Batavia Air Disrik Makassar

No	Pertanyaan	Skor					Mean
		5	4	3	2	1	
1	Menurut saudara apakah penting mengoptimalkan kemampuan kerja	10	8	2	-	-	4.4
2	menurut saudara, apakah pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki saat ini sudah mendukung kemampuan kerja	9	11	-	-	-	4.45
3	Menurut saudara , apakah penting menguasai penggunaan peralatan kerja administrasi dan oprasional kerja	11	9	-	-	-	4,55
4	Apakah saudara sudah mampu dan terampil menjalankan/menggunakan peralatan kerja yang ada, khususnya komputer, laptop dan lainnya	10	10	-	-	-	4.5
5	apakah saudara sering diberikan pekerjaan oleh pimpinan	11	9	-	-	-	4,55
6	Ketika di berikan suatu tugas pekerjaan oleh pimpinan, apakah saudara melaksanakan dan menyelesaikannya tepat waktu	7	11	2	-	-	4,25
7	Apakah dengan anya komputer dapat membantu kemudahan pekerjaan anda	12	8	-	-	-	4,
8	Ketika diberikan tugas dengan menggunakan komputer, apakah anda dapat menyelesaikannya tepat waktu	10	10	-	-	-	4,5
9	Dengan simstem absensi sidik jari dengan menggunakan komputer apakah dapat mempengaruhi tingkat kedisiplinann anda	9	9	2	-	-	4,35
10	Menurut anda apakah teknologi komputer yang ada di perusahaan ini sudah mendukung dalam pekerjaan anda	8	10	2	-	-	4,3

Dari dua pertanyaan diatas dapat dijelaskan beberapa pendapat responden terhadap kineerja terhadap variabel kinerja karyawan yaitu nilai jawaban responden yang paling besar ada pada item pertanyaan nomor 3 dan 5 dengan nlai rata-rata 4,55 sedangkan nilai jawaban yang paling rendah terdapat pada item pertanyaan nomor 6 Dengan nilai rata-rata 4,25.

Pembahasan

Analisis Pengaruh Sistem Informasi Manajemen Terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Metro Batavia Air Distrik Makassar.

Berdasarkan nilai tabel-tabel diatas maka nilai koefisien a dapat dicari dengan menggunakan rumus-rumus yang dikutip oleh Dwi Priyanto (2008:66)

$$\begin{aligned} \alpha &= \frac{(\sum Y)(\sum X^2) - (\sum X)(XY)}{n \sum X^2 - (\sum X)^2} \\ &= \frac{(889)(23113) - (679)(30199)}{20(23113) - (961)} \\ &= \frac{20547457 - 20505121}{462260 - 461041} \\ &= \frac{42336}{1219} \\ \alpha &= 34,73010664 \text{ atau } 34,730 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} b &= \frac{n \sum XY - (\sum X)(XY)}{n \sum X^2 - (\sum X)^2} \\ &= \frac{20(30199)(679) - (889)}{20(23113) - (461041)} \\ &= \frac{603980 - 603631}{462260 - 461041} \\ &= \frac{349}{1219} \\ B &= 0.286300246 \text{ atau } 0.286 \end{aligned}$$

dari nilai-nilai diatas maka dapat di substitusikan pada persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 34,730 + 0,286X$$

Dimana:

a = 34,730 yang mengandung arti bahwa apabila Sistem informasi manajemen (X) sama dengan nol maka peningkatan kinerja karyawan bernilai 34,730.

b = 0.286 yang mengandung arti bahwa apabila terjadi peningkatan kinerja 1% maka peningkatan sistem informasi manajemen akan meningkat sebesar 0.286.

Persamaan regresi ini menunjukkan bahwa variable sistem informasi manajemen (X) berpengaruh positif terhadap peningkatan kinerja karyawan pada PT. Metro Batavia Air Distrik Makassar. Ini berarti bahwa setiap kenaikan yang terjadi pada sistem informasi manajemen akan diikuti oleh peningkatan kinerja karyawan. Sebaliknya setiap penurunan terjadi pada sistem informasi manajemen akan di ikuti pula oleh kinerja karyawan.

Pengujian signifikansi pengaruh total sistem informasi manajemen terhadap kinerja karyawan pada PT. Metro Batavia Air Distrik Makassar

Tingkat signifikan yang digunakan $\alpha = 5\%$ (signifikansi 5% atau 0,05 adalah ukuran standar yang sering digunakan dalam penelitian). Dalam penelitian, untuk menguji signifikansi pengaruh sistem informasi manajemen terhadap kinerja karyawan pada PT. Metro Batavia Air Distrik Makassar menggunakan beberapa langkah yaitu: Langkah pertama adalah penyusunan hipotesis matematis sebagai berikut:

$$H_0 = \beta = 0$$

$$H_1 = \beta \neq 0$$

Dalam pengujian ini membutuhkan standar error dari koefisien regresi yang dihitung variasi yang dihitung dengan rumus:

$$\sigma^2 = n\sum Y^2 - (\sum Y^2 - \frac{\{\sum nXY - \sum X\sum Y\}^2}{n\sum X^2 - (\sum X)^2})^2$$
$$\sigma^2 = 20(39623) - (889)^2 - \frac{\{20(30199) - (697)(889)\}^2}{20(2311) - (697)^2}$$
$$\sigma^2 = 20(39623) - (889)^2 - \frac{\{20(30199) - (697)(889)\}^2}{(20 - 2)\{20(2311) - (697)^2\}}$$

$$\sigma^2 = 792460 - 790321 - \frac{\{603980 - 60363\}^2}{\frac{462260 - 461041}{18\{462260 - 461041\}}}$$

$$\sigma^2 = 2139 - \frac{\{349\}^2}{\frac{1219}{18\{1219\}}}$$

$$\sigma^2 = 2139 - \frac{12180}{\frac{1219}{21945}}$$

$$\sigma^2 = \frac{2139 - 99.91878589}{21945}$$

$$\sigma^2 = \frac{2039,081241}{21945}$$

$$\sigma^2 = 0,09291178$$

$$\sigma^2 = \sqrt{0,09291178}$$

$$\sigma^2 = 0,304824210$$

Langkah kedua adalah menghitung koefisien regresi b, nilai t regresi tersebut adalah:

$$b = t(b - \beta)/\sigma$$

$$t = \frac{(0,286 - 0)}{0,304}$$

$$t = 0,940789473 \text{ atau } 0,940$$

Dalam perhitungan 0,940 dengan kepercayaan 0,05. Dengan demikian 0.940 lebih besar dari 0,05, sehingga H0 ditolak H1 diterima, artinya ada pengaruh antara sitem informasi manajemen denga kinerja karyawan.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan uraian-uraian pembahasan yang telah di kemukakan bab-bab sebelumnya, maka penulis menarik kesimpulan:

1. Dengan membuat hasil regresi linear sederhana $Y=34,730+0,286$ yaitu bahwa kemungkinan bahwa angka 34,370 mengandung arti apabila system informasi manajemen (X) sama dengan nol (0), maka kinerja karyawan bernilai 34,730 dengan angka 0,286 mengandung arti bahwa peningkatan 1% kinerja akan meningkat sebesar 0,286. Persamaan regresi ini menunjukkan variable system informasi manajemen (X) berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan (Y).Tingkat pemahaman karyawan terhadap sistem informasi manajemen sebesar 0,286. Hal ini dibuktikan dengan karyawan yang melakukan kinerja sebesar 34,370 maka system informasi sebesar 0,286.
2. Dalam perhitungan 0,940 dengan kepercayaan 0,05. Dengan demikian 0,940 lebih besar dari 0,05, sehingga H_0 ditolak, H_1 diterima, artinya, ada ada pengaruh system informasi dengan kinerja karyawan.

Saran

1. Perusahaan hendaknya mempunyai tempat yang pasti untuk lokasi distrik Makassar. Supaya pelanggan tidak sikksa mencari lokasi Kantor distrik ketika berpindah tempat lagi.
2. Baiknya dari pihak distrik manager menggunakan 2 IT untuk ditempatkan di distrik Makassar dan di airpot. Ini untuk mengifisienkan kinerja. IT distrik tidak akan repot lagi ketika ada dua IT apabila terjadi kerusakan pada airpot.
3. Perlu adanya teknologi yang lebih lagi di Batavia Air Distrik Makassar untuk lebih meningkatkan kinerja karyawan Batavia Air.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suhartini , 2003, Manajemen Penelitian. Rinelka Cipta, Jakarta.
- Depdagri, 1955. *Panduan Programan Sistem Informasi Manajemen Kependudukan*, Prisma (12), Jakarta.
- Gesperc, Vincent, 2001, *Invancevist John, Donnely*, JR James, Diterjemahkan oleh Moeliyadi, Organisation, Perilaku Struktur, Penerbit Press Erlangga, Jakarta

- Gordon B. Davis, 1999, *Sistem Informasi Manajemen*, Penerbit Pustaka Binaman Pressido, Jakarta
- Gasperz, V. 1994. *Sistem Informasi Manajemen Suatu Pengantar*. Armico, Bandung.
- Hariwijaya dan Triton, 2008, *Pedoman Penulisan Ilmiah Proposal dan Skripsi*, Tugu Publisher, Yogyakarta.
- Hilmanida, A, 20005, *Analisis Implementasi Sistem Informasi Manajemen Kependudukan Di Kabupaten Barru*, Universtas Hasanuddin, Makassar.
- Khoerul, 2005, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Disca Cetak, Jakarta.
- Mary, Parker, Pollet, 1992, *Pengantar Ekonomi*, Edisi Keempat, Press Erlangga, Yogyakarta.
- Martoyo, Susilo, 1999, *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja*, Cetakan Kedua, Mandar Maju, Bandung
- Nanang Fattah, 1999, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Cetakan Kedua Triptima Optimma, Yogyakarta, 2006.
- P. Siaya, 2005, *Sistem Informasi Manajemen*, Triptima Optima, Yogyakarta.
- P. siagian, 2001, *Pengantar system informasi manajemen*, Erlangga, 2004
- Siswanto, H., B., 2005, *Pengantar Manajemen* , Bumi Aksara Jakarta.