

e-ISSN. 2621-7554

Volume 4 No. 1 Juni 2021



Jurnal Ilmiah EKBANK

ANALISIS KINERJA BELANJA DAERAH PEMERINTAH KABUPATEN KEPULAUAN SANGIHE
Djuraidj Rumiki, Alvin .I. Sentinuwo

PROSEDUR OPERASIONAL SENTRA LAYANAN PRIORITAS DI PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO)
TBK CABANG MANADO
Chandra Kirana Musa, Djuraidj Rumiki

PENGARUH KINERJA TERHADAP PENCAPAIAN TARGET RELATIONSHIP OFFICER DI PT. BANK SULUTGO
CABANG TAHUNA
Aden Rahmat Mandak, Alvin .I Sentinuwo, Djuraidj Rumiki

PENGARUH STOK GUDANG TERHADAP OMSET PENJUALAN DI PT PANCARAN BERKAT MULIA TAHUNA
Jumeidi Lisca Mangamba, Arif. I. Janis, Alvin. I. Sentinuwo

ANALISA PENGARUH SUBSCRIBER DAN JAM TAYANG TERHADAP PENDAPATAN YOUTUBER
Yustus Sumonda, Arif Ichsan Janis, Djuraidj Rumiki

Akademi Keuangan dan Perbankan Tahuna



JURNAL ILMIAH EKBANK

VOL. 4

No. 1

Juni 2021

DEWAN EDITORIAL

DEWAN REDAKSI

1. [Djuraidj Rumiki](#)
2. [Arif I Janis](#), AKP GMIST Tahuna, Indonesia
3. [Tommy V. Bawulang](#), Kementerian Dalam Negeri, Indonesia

EDITOR

1. [Danny Indrianto](#), Venti Foundation, Indonesia

MITRA BESTARI

1. [Mohammad Sofyan](#), Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI, Indonesia



ANALISIS KINERJA BELANJA DAERAH PEMERINTAH KABUPATEN KEPULAUAN SANGIHE

Jessika Kaletuang¹; Djuraidj Rumiki²; Alvin .I.Sentinuwo³

AKP GMIST Tahuna¹²³

Email: jurajarrum@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian dalam KTI ini dilatar belakangi untuk kegiatan pengukuran kinerja sangat penting untuk menilai akuntabilitas organisasi dan manager dalam pelayanan publik yang lebih banyak, yaitu bukan sekedar kemampuan menunjukkan bahwa uang publik tersebut telah dibelanjakan, akan tetapi meliputi kemampuan menunjukkan bahwa uang public tersebut telah dibelanjakan secara efisien dan efektif. Rumusan masalah dalam penulis KTI ini adalah bagaimana Kinerja Keuangan Belanja Daerah Pemerintah Kabupaten Kepulauan Sangihe. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kuantitatif dan dengan data primer sebagai sumber data yang diperoleh langsung dari objek yang dijadikan tempat penelitian serta didukung dengan data sekunder yaitu data yang diperoleh dari sejumlah literature buku dan internet. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa, (1) Analisis varians belanja selama 2019-2020 secara umum dikatakan baik, (2) Analisis pertumbuhan belanja daerah selama 2019-2020 secara umum menunjukkan pertumbuhan yang positif, (3) Analisis keserasian belanja daerah terlihat tidak seimbang dan (4) Efisiensi belanja daerah bahwa realisasi anggaran belanja tidak terdapat presentase yang melebihi 100%. Badan Pengelolaan Keuangan dan Pendapatan Daerah. Kinerja badan pengelolaan keuangan pada tahun 2019-2020 dapat dikatakan telah melaksanakan kegiatannya dengan baik dalam arti realisasi lebih kecil dari anggaran yang diberikan, maka diharapkan dapat dipertahankan atau ditingkatkan pada periode berikutnya sehingga kinerja keuangan belanja dapat dikatakan baik, dan seimbangkan belanja operasi dengan belanja modal jangan hanya memprioritaskan pada belanja operasi.

Kata kunci : Kinerja Keuangan, Belanja Daerah, Efisiensi

PENDAHULUAN

Pada saat ini perkembangan akuntansi sektor publik di Indonesia semakin pesat dengan adanya era baru dalam pelaksanaan pengelolaan keuangan daerah. Pengelolaan keuangan daerah sangat besar pengaruhnya terhadap nasib suatu daerah karena dapat menjadi daerah yang kuat serta mampu berkembang atau tidak, tergantung pada cara mengelola keuangannya. Pengelolaan keuangan daerah yang baik akan membuat aset daerah terjaga keutuhannya.

Pemberian hak otonomi daerah kepada pemerintah daerah untuk menentukan Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) sendiri sesuai dengan kebutuhan dan potensi daerah, mempertegas semakin diperlukannya pengelolaan keuangan yang baik dan benar, untuk melihat seberapa baik dan benarnya suatu pengelolaan keuangan maka perlu dilakukan pengukuran Kinerja Keuangan. Pengukuran Kinerja Keuangan adalah kemampuan dari suatu perusahaan dalam menggunakan modal yang dimiliki secara efektif dan efisien.

Faktor Keuangan penting dalam setiap kegiatan pemerintahan, karena hampir tidak ada kegiatan pemerintahan yang tidak membutuhkan biaya. Makin besar jumlah uang yang tersedia, makin banyak pula kemungkinan kegiatan atau pekerjaan yang dapat dilaksanakan. Demikian juga semakin baik pengolaannya maka semakin berdayaguna pemakaian uang tersebut.

Pengukuran kinerja sangat penting untuk menilai akuntabilitas organisasi dan manager dalam pelayanan publik yang lebih banyak, yaitu bukan sekedar kemampuan menunjukkan bahwa uang publik tersebut telah dibelanjakan, akan tetapi meliputi kemampuan menunjukkan bahwa uang public tersebut telah dibelanjakan secara efisien dan efektif. Efisien berarti pengguna dana masyarakat tersebut menghasilkan output yang maksimal sedangkan efektif berarti pengguna anggaran tersebut harus mencapai target-target atau tujuan untuk kepentingan public.

Menurut Mardiasmo menyatakan bahwa Pengukuran kinerja dilakukan untuk memenuhi tiga maksud yaitu, (1) untuk membantu memperbaiki kinerja pemerintah, (2) untuk mengalokasikan sumber daya dan pembuatan keputusan, (3) untuk mewujudkan pertanggungjawaban public dan memperbaiki komunikasi kelembagaan. Setiap pemerintah daerah memiliki kewajiban untuk meningkatkan pelayanan dan kesejahteraan masyarakat secara demokratis, adil merata, dan berkesinambungan. Apabila pemerintah mampu mengelola potensi daerah, baik potensi sumber daya alam, sumber daya manusia, dan sumber daya

keuangan secara optimal maka pemerintah daerah telah dianggap mampu untuk menjalankan kewajibannya. Kinerja keuangan belanja daerah dapat dilihat dari keberhasilan pengelolaan potensi-potensi tersebut dan juga ketergantungan kepada pemerintah pusat lebih kecil dan lebih besarnya Pendapatan Asli Daerah dalam membiayai kegiatan-kegiatan dan proyek –proyek daerah dalam periode waktu tertentu. Analisis kinerja keuangan belanja daerah dilakukan dengan cara membandingkan hasil yang dicapai dari satu periode dengan periode sebelumnya, bagaimana kecenderungan yang terjadi.

Pengertian Kinerja (Performance) Pegawai
Pengertian ditinjau secara etimologi kinerja atau *performance* berasal dari bahasa Inggris dan menurut *The Sccribner-Bantam English Dictionary*, terbitan Amerika Serikat dan Canada (1979), yaitu: *Performance* berasal dari akar kata “*to perform*” yang mempunyai beberapa “*Entries*” adalah sebagai berikut: *To do or carry out; execute*. Melakukan, menjalankan, melaksanakan. *To discharge of fulfil; as a vow*. Memenuhi atau menjalankan kewajiban suatu nazar. *To execute or complete an undertaking*. Melaksanakan atau menyempurnakan tanggung jawab. *To do what is expected of a person or machine*. Melakukan sesuatu yang diharapkan oleh seseorang atau mesin. Secara terminologi pengertian kinerja dapat dijelaskan sebagai berikut: Kinerja adalah kesediaan seseorang/kelompok melakukan sesuatu kegiatan, menyempurnakannya sesuai tanggungjawabnya dengan hasil yang diharapkan. Jika dikaitkan dengan *performance* sebagai kata benda (*noun*) dimana salah satu enry-nya adalah hasil dari suatu pekerjaan (*thing done*), maka pengertiannya 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 sesuai dengan normal dan etika. Definisi ini mengandung pengertian bahwa kinerja adalah prestasi yang 71 dicapai dan merupakan hasil kerja seseorang dalam melaksanakan tugas atau pekerjaannya sesuai dengan yang dipersyaratkan.

Menurut Wayne C. Parker dan Arta Sadjiarto menyebutkan beberapa manfaat yang dilakukan dalam pengukuran Kinerja Keuangan, yaitu: (1) Pengukuran Kinerja Keuangan meningkatkan mutu pengambilan keputusan. Seringkali keputusan yang diambil organisasi dilakukan dalam keterbatasan data dan berbagai pertimbangan politik serta tekanan dari pihak-pihak yang berkepentingan. Proses pengembangan pengukuran Kinerja Keuangan ini akan memungkinkan organisasi untuk menentukan misi dan menetapkan tujuan pencapaian hasil tertentu, serta dapat juga dipilih metode pengukuran

Kinerja Keuangan untuk melihat kesuksesan program yang ada. (2) Pengukuran Kinerja Keuangan meningkatkan akuntabilitas internal. Adanya pengukuran Kinerja Keuangan ini, secara otomatis akan tercipta akuntabilitas di seluruh lini organisasi, dari lini terbawah sampai teratas. Lini teratas pun kemudian akan bertanggung jawab kepada pihak legislative. Oleh sebab itu disarankan pemakaian sistem pengukuran standar seperti *management by objectives* untuk mengukur *outputs* dan *outcomes*. (3) Pengukuran kinerja keuangan meningkatkan akuntabilitas publik. Meskipun bagi sebagian pihak, pelaporan evaluasi Kinerja Keuangan organisasi kepada masyarakat dirasakan cukup menakutkan, namun publikasi laporan ini sangat penting dalam keberhasilan sistem pengukuran Kinerja Keuangan yang baik. (4) Pengukuran Kinerja Keuangan mendukung perencanaan strategi dan penetapan tujuan. Proses perencanaan strategi dan tujuan akan kurang berarti tanpa adanya kemampuan untuk mengukur Kinerja Keuangan dan kemampuan suatu program. Tanpa ukuran-ukuran ini, kesuksesan suatu program juga tidak pernah akan dinilai objektif. Dan (5) Pengukuran Kinerja Keuangan memungkinkan suatu entitas untuk menentukan sumber daya secara efektif. Berdasarkan manfaat pengukuran Kinerja Keuangan pemerintah daerah di atas, terlihat bahwa pengukuran Kinerja Keuangan sangat berguna dalam meningkatkan mutu pengambilan keputusan pemerintah, meningkatkan perencanaan strategi dan penetapan tujuan, serta memungkinkan suatu entitas untuk menentukan sumberdaya secara efektif.

Belanja Daerah meliputi semua pengeluaran dari rekening kas umum daerah yang mengurangi ekuitas dana lancar, yang merupakan kewajiban daerah dalam satu tahun anggaran yang tidak akan diperoleh pembayarannya kembali oleh Daerah. Menurut Undang-Undang No. 23 Tahun 2014 Belanja Daerah adalah semua kewajiban daerah yang diakui sebagai pengurang nilai kekayaan bersih dalam periode tahun anggaran yang bersangkutan. Belanja daerah diprioritaskan untuk mendanai urusan pemerintah wajib yang terkait pelayanan dasar yang ditetapkan dengan standar pelayanan minimal dengan berpedoman pada standar teknis dan standar harga satuan regional sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

Belanja Standar Akuntansi Pemerintahan, belanja daerah dapat didefinisikan sebagai semua pengeluaran dari Rekening Kas Umum Daerah yang mengurangi ekuitas dalam periode tahun anggaran bersangkutan yang tidak akan diperoleh pembayarannya kembali oleh pemerintah daerah. Belanja dapat dipahami sebagai kewajiban pemerintah daerah yang mengurangi kekayaan bersih

yang terjadi akibat transaksi masa lalu. Namun dalam hal ini perlu dipahami bahwa belanja daerah berbeda dengan pengeluaran daerah. Tidak semua pengeluaran yang dilakukan pemerintah daerah yang menyebabkan berkurang kas rekening Kas Umum daerah dikategorikan sebagai belanja. Namun setiap belanja merupakan pengeluaran pemerintah daerah. Pengeluaran pemerintah daerah dapat berupa belanja atau bisa juga merupakan pengeluaran pembiayaan.

Belanja daerah dipergunakan dalam rangka membiayai pelaksanaan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan provinsi dan kabupaten / kota yang terdiri dari urusan wajib, urusan pilihan dan urusan yang penanganannya dalam bagian atau bidang tertentu antara pemerintahan daerah yang ditetapkan dengan ketentuan perundang-undangan.

Klasifikasi belanja daerah berdasarkan Pemendagri No.13 Tahun 2006 adalah: (1) Klasifikasi belanja menurut urusan pemerintah. Klasifikasi belanja menurut urusan pilihan pemerintah terdiri dari belanja urusan wajib dan belanja urusan pilihan. Belanja penyelenggaraan urusan wajib diprioritaskan untuk melindungi dan meningkatkan kualitas kehidupan dalam bentuk peningkatan pelayanan dasar, pendidikan, kesehatan, fasilitas sosial dan fasilitas umum yang layak serta mengembangkan sistem jaminan sosial. Belanja menurut urusan pilihan mencakup pertanian, kebutuhan, energi dan sumber daya mineral, pariwisata, kelautan dan perikanan, perdagangan, perindustrian dan transmigrasi. (2) Klasifikasi belanja menurut fungsi. Klasifikasi belanja menurut fungsi yang digunakan untuk tujuan keseluruhan dan keterpaduan pengelolaan keuangan Negara terdiri dari pelayanan umum, ketertiban dan ketentraman, ekonomi, lingkungan hidup, perumahan dan fasilitas umum, kesehatan, pariwisata dan budaya, pendidikan, dan perlindungan sosial. (3) Klasifikasi belanja menurut organisasi. Klasifikasi belanja menurut organisasi disesuaikan dengan susunan organisasi pada masing-masing pemerintah daerah. (4) Klasifikasi belanja menurut program dan kegiatan. Klasifikasi belanja menurut program dan kegiatan disesuaikan dengan urusan pemerintah yang menjadi kewenangan daerah.

Klasifikasi belanja menurut kelompok terdiri dari belanja tidak langsung dan belanja langsung. Belanja tidak langsung adalah belanja yang dianggarkan tidak terkait secara langsung dengan pelaksanaan program dan kegiatan.

Belanja Tidak Langsung terdiri dari: (1) Belanja Pegawai. Belanja Pegawai adalah belanja kompensasi dalam bentuk gaji dan tunjangan serta penghasilan lainnya yang diberikan kepada pegawai negeri sipil yang ditetapkan sesuai dengan ketentuan perundang-

undangan. (2) Belanja Bunga. Belanja Bunga digunakan untuk menganggarkan pembayaran bunga uang yang dihitung atas kewajiban pokok utang berdasarkan perjanjian pinjaman jangka pendek, jangka menengah dan jangka Panjang. (3) Subsidi. Belanja subsidi digunakan untuk menganggarkan bantuan biaya produksi/jasa yang dihasilkan dapat terjangkau oleh masyarakat banyak. (4) Belanja Hibah. Belanja hibah digunakan untuk menganggarkan pemberian hibah dalam bentuk uang, barang dan jasa/ atau jasa kepada pemerintah atau pemerintah daerah lainnya dan kelompok masyarakat atau perorangan yang secara spesifik telah ditetapkan peruntukannya. (5). Bantuan Sosial. Bantuan sosial adalah digunakan untuk menganggarkan pemberian bantuan dalam bentuk uang/jasa barang kepada masyarakat yang bertujuan untuk peningkatan kesejahteraan masyarakat. (6). Belanja Bagi Hasil. Belanja bagi hasil adalah digunakan untuk menganggarkan dana bagi hasil yang bersumber dari pendapatan provinsi kepada Kabupaten/Kota atau pendapatan Kabupaten/Kota kepada pemerintah desa atau pendapatan pemerintah daerah tertentu kepada pemerintah daerah lainnya sesuai dengan ketentuan perundang-undangan. (7). Bantuan Keuangan. Bantuan keuangan digunakan untuk menganggarkan bantuan keuangan yang bersifat umum atau khusus dari provinsi kepada Kabupaten/Kota, pemerintah desa, dan kepada pemerintah daerah lainnya atau dari pemerintah Kabupaten/Kota kepada daerah dan pemerintah daerah lainnya dalam rangka pemerataan dan/atau peningkatan kemampuan keuangan. (8). Belanja Tidak Terduga. Belanja tidak terduga merupakan belanja untuk kegiatan yang sifatnya tidak biasa atau tidak diharapkan berulang seperti penanggulangan bencana alam dan bencana sosial yang tidak dipikirkan sebelumnya, termasuk pengembalian atas kelebihan penerima daerah tahun-tahun sebelumnya yang telah ditutup.

Belanja langsung dengan pelaksanaan program dan kegiatan. Kegiatan. Belanja langsung terdiri dari: (1) Belanja Pegawai. Belanja pegawai dalam hal ini untuk pengeluaran honorarium atau upah dalam melaksanakan program dan kegiatan pemerintah daerah. (2) Belanja Modal. Belanja modal adalah digunakan untuk pengeluaran yang dilakukan dalam rangka pembelian/pengadaan atau pembangunan aset tetap berwujud yang mempunyai nilai manfaat lebih dari 12 (duabelas) bulan untuk digunakan dalam kegiatan pemerintahan seperti dalam bentuk tanah, peralatan dan mesin, gedung dan pembangunan, jalan, irigasi; dan jaringan dan aset tetap lainnya.

Menurut Mahmudi Analisis kinerja belanja daerah dilakukan untuk menelaah atau mengevaluasi apakah daerah telah menggunakan APBD secara ekonomis, efisien, dan efektif. Kinerja keuangan

belanja daerah. Berdasarkan informasi pada Laporan Realisasi Anggaran, kita dapat membuat analisis anggaran khususnya analisis anggaran khususnya analisis belanja antara lain berupa: (1) Analisis Varians Belanja Daerah. Analisis ini merupakan analisis terhadap perbedaan atau selisih antara realisasi belanja dengan anggaran belanja. Jika terdapat selisih kurang (realisasi belanja kurang dari jumlah yang dianggarkan) maka kinerja keuangan daerah dapat dinilai baik.

Selisih anggaran belanja dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu: (1) Selisih disukai disukai (*favorable varians*) yaitu jika realisasi belanja lebih dari anggarannya. (2) Selisih tidak disukai (*unfavourable varians*) yaitu jika realisasi belanja lebih besar dari anggarannya.

Rumus untuk menghitung varians belanja dijelaskan sebagai berikut:

$$\text{Varians Belanja} = \text{Realisasi Belanja} - \text{Anggaran Belanja}$$

Menurut Halimpertumbuhan belanja dari tahun ke tahun positif atau negatif. Pada umumnya belanja memiliki kecenderungan selalu naik. Alasan kenaikan belanja biasanya dikaitkan dengan penyesuaian terhadap inflasi, perubahan kurs rupiah, perubahan jumlah cakupan layanan, dan penyesuaian faktor makro ekonomi. Pertumbuhan belanja harus diikuti dengan pertumbuhan pendapat yang seimbang.

Menurut Mahmudi pertumbuhan belanja adalah kenaikan atau penurunan belanja selama kurun waktu tertentu. Analisis pertumbuhan selain untuk menilai pos belanja dapat pula digunakan untuk menilai pertumbuhan aset, utang, ekuitas, pendapatan, dan sebagainya. Analisis pertumbuhan belanja daerah berguna untuk mengetahui pertumbuhan belanja dari tahun ke tahun. Belanja daerah sendiri biasanya memiliki kecenderungan untuk naik, kenaikan tersebut terjadi karena adanya penyesuaian dengan inflasi, pertumbuhan nilai tukar rupiah, perubahan cakupan pelayanan, dan penyesuaian faktor makro ekonomi. Kenaikan wajar atau tidaknya perlu melihat beberapa hal yang disebutkan sebelumnya dan alasan kenaikan belanja terjadi, apakah karena kenaikan internal yang relative terencana dan terkendali ataukah faktor eksternal yang diluar kendali pemerintah daerah.

Rumus untuk menghitung pertumbuhan belanja daerah dijelaskan sebagai berikut:

$$\text{Pertumbuhan Belanja Tahun } t = \frac{\text{Realisasi Belanja Tahun } t - \text{Realisasi Belanja Tahun } t - 1}{\text{Realisasi Belanja Tahun } t - 1}$$

Analisis keserasian belanja daerah merupakan analisis yang dimana titik fokus analisis berada pada 3 (tiga) fungsi utama anggaran, yaitu sebagai alat distribusi, alokasi, dan stabilisasi.

Menurut Mahmudi keserasian belanja adalah keseimbangan antar belanja. Keserasian belanja bagi

pemerintah daerah bermanfaat dalam mengalokasikan keseluruhan belanja sesuai dengan kebutuhan rencana kerja anggaran. Dengan adanya keserasian belanja maka setiap pemerintah daerah dapat mengalokasikan anggaran belanja yang menjadi prioritas belanja sesuai peruntukannya. Analisis keserasian belanja daerah meliputi: (1) Analisis Belanja Operasi terhadap Total Belanja. Belanja operasi terhadap total belanja merupakan perbandingan antara total belanja operasi dengan total belanja. Belanja operasi adalah pengeluaran anggaran untuk kegiatan sehari-hari pemerintah pusat/daerah. Menurut Mahmudi rumus untuk menghitung belanja operasi terhadap total belanja dijelaskan sebagai berikut;

$$\text{Rasio Belanja Operasi terhadap Total Belanja} = \frac{\text{Realisasi Belanja Operasi}}{\text{Total Belanja Daerah}}$$

Rasio ini dapat digunakan untuk mengetahui proporsi Belanja Daerah yang dialokasikan untuk investasi dalam bentuk belanja modal dalam tahun anggaran bersangkutan. Sifat dari belanja ini adalah jangka menengah dan panjang, selain itu belanja modal tidak rutin. Pemerintah daerah dengan tingkat pendapatan rendah biasanya akan memiliki proporsi tingkat belanja modal yang lebih tinggi dibandingkan dengan pemerintah daerah dengan tingkat pendapatan tinggi. Penyebab terjadinya adalah pemerintah daerah yang memiliki tingkat pendapatan rendah akan berorientasi untuk melakukan belanja modal sebagai bagian dari investasi modal jangka panjang. Menurut Mahmudi rumus untuk menghitung belanja modal terhadap total belanja dijelaskan sebagai berikut;

$$\text{Rasio belanja modal terhadap total belanja} = \frac{\text{Realisasi belanja modal}}{\text{Total belanja daerah}}$$

Menurut Mahmudi, rasio efisiensi belanja merupakan perbandingan antara realisasi belanja dengan anggaran belanja. Rasio efisiensi belanja ini digunakan untuk mengukur tingkat penghematan anggaran yang dilakukan pemerintah. Pemerintah daerah dinilai telah melakukan efisiensi anggaran jika rasio efisiensinya kurang dari 100%, Sebaliknya jika lebih dari 100% maka mengindikasikan telah terjadi pemborosan anggaran.

Rumus untuk menghitung efisiensi belanja dijelaskan sebagai berikut:

$$\text{Rasio Efisiensi Belanja} = \frac{\text{Realisasi belanja}}{\text{Anggaran belanja}} \times 100\%$$

METODE PENELITIAN

Data menurut sifatnya di bagi menjadi dua yaitu: (1) Data kualitatif adalah data yang tidak berupa angka-angka yang dalam penelitian ini digunakan untuk menunjang hasil penelitian. (2) Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka-angka yang dalam penelitian ini digunakan untuk menunjang hasil penelitian. Laporan Realisasi

Anggaran di Badan Pengelolaan Keuangan dan Pendapatan Daerah Tahun 2019-2020.

Dalam penelitian ini menggunakan metode analisis data yang digunakan adalah Analisis Varians Belanja Daerah. Varians Belanja merupakan selisih antara realisasi belanja dengan belanja yang dianggarkan. Menurut Mahmudi rumus untuk menghitung varians belanja dijelaskan sebagai berikut:

$$\text{Varians Belanja} = \text{Realisasi Belanja} - \text{Anggaran Belanja}$$

Analisis Pertumbuhan Belanja Daerah. Pertumbuhan Belanja Daerah merupakan belanja yang dialokasikan pemerintah daerah dari tahun ke tahun. Menurut Mahmudi rumus untuk menghitung pertumbuhan belanja daerah dijelaskan sebagai berikut:

$$\text{Pertumbuhan Belanja Tahun } t = \frac{\text{Realisasi Belanja Tahun } t - \text{Realisasi Belanja Tahun } t-1}{\text{Realisasi Belanja Tahun } t-1}$$

Analisis Keserasian Belanja Daerah bermanfaat untuk mengetahui keseimbangan antar belanja. Agar fungsi anggaran tersebut dapat berjalan dengan baik, maka pemerintah daerah perlu membuat harmonisasi belanja. Dalam Analisis Keserasian Belanja Daerah antara lain berupa: (1) Analisis Belanja Operasi terhadap Total Belanja. Belanja operasi terhadap total belanja merupakan perbandingan antara total belanja operasi dengan total belanja. Belanja operasi adalah pengeluaran anggaran untuk kegiatan sehari-hari pemerintah pusat/daerah. Menurut Mahmudi rumus untuk menghitung belanja operasi terhadap total belanja dijelaskan sebagai berikut;

$$\text{Rasio Belanja Operasi terhadap Total Belanja} = \frac{\text{Realisasi Belanja Operasi}}{\text{Total Belanja Daerah}}$$

Analisis Belanja Modal terhadap Total Belanja. Rasio ini dapat digunakan untuk mengetahui proporsi Belanja Daerah yang dialokasikan untuk investasi dalam bentuk belanja modal dalam tahun anggaran bersangkutan. Sifat dari belanja ini adalah jangka menengah dan panjang, selain itu belanja modal tidak rutin. Pemerintah daerah dengan tingkat pendapatan rendah biasanya akan memiliki proporsi tingkat belanja modal yang lebih tinggi dibandingkan dengan pemerintah daerah dengan tingkat pendapatan tinggi. Penyebab terjadinya adalah pemerintah daerah yang memiliki tingkat pendapatan rendah akan berorientasi untuk melakukan belanja modal sebagai bagian dari investasi modal jangka panjang. Menurut Mahmudi rumus untuk menghitung belanja modal terhadap total belanja dijelaskan sebagai berikut;

$$\text{Rasio belanja modal terhadap total belanja} = \frac{\text{Realisasi belanja modal}}{\text{Total belanja daerah}}$$

Analisis Efisiensi Belanja Daerah. Rasio efisiensi belanja merupakan perbandingan antara realisasi belanja dengan anggaran belanja. Rasio

efisiensi belanja ini digunakan untuk mengukur tingkat penghematan anggaran yang dilakukan pemerintah antara realisasi belanja dengan total belanja. Menurut Mahmudi rumus untuk menghitung efisiensi belanja dijelaskan sebagai berikut;

$$\frac{\text{Rasio Efisiensi Belanja}}{\frac{\text{Realisasi belanja}}{\text{Anggaran belanja}}} \times 100\%$$

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan analisis belanja daerah yang terbagi atas analisis varians belanja, analisis pertumbuhan belanja, analisis keserasian belanja, dan rasio efisiensi belanja. Analisis daerah sangat penting dilakukan untuk mengevaluasi apakah pemerintah daerah telah menggunakan APBD secara ekonomis, efisien, dan efektif.

Analisis Varian Belanja

Varians Belanja Tahun 2019
 $= 1.029,539,085,077,39 - 1.099,319,522,633,97 = -69,783,438,557,55$
 Varians Belanja Tahun 2020
 $= 946.161.206.316 - 996.859.185.787 = -50,697,979,471,67$

Analisis varians daerah menunjukkan bahwa anggaran belanja lebih besar dari pada realisasi belanja, jadi hasilnya adalah minus(-). Anggaran 2019 yang tidak terpakai adalah -69,783,438,557,55 dan 2020 adalah -50,697,979,471,67, 2020 mengalami penurunan.

Analisis Pertumbuhan Belanja

$$\begin{aligned} &\text{Pertumbuhan Belanja Tahun 2019 dan 2020} \\ &= \frac{946.161.206.316,00 - 1.029.536.084,077,39}{1.029.536.084,077,39} \\ &= \frac{(83,374,877,761)}{1.029.536.084,077} \\ &= 0,0809829583 \end{aligned}$$

Diartikan di atas bahwa pertumbuhan belanja daerah selama 2019- 2020 secara umum menunjukkan pertumbuhan yang positif. Artinya mengalami kenaikan rata – ratasebesar 0,0809829583 atau 8, 09%

Analisis Keserasian Belanja

Rasio Belanja Operasi terhadap Total Belanja tahun 2019

$$= \frac{667,416,456,744,39}{1,099,319,522,633,94} = 0,6071178061$$

Rasio Belanja Operasi terhadap Total Belanja Tahun 2020

$$= \frac{606.090.554.661}{996.859.185.787,67} = 0,6080001702$$

Dijelaskan di atas bahwa rasio belanja operasi terhadap total belanja tahun 2019-2020. Realisasi belanja operasi lebih kecil dari pada total belanja daerah, jadi hasil 2019 sebesar 0.6071178061 atau

60,7% dan tahun 2020 sebesar 0.6080001702 atau 60,8%.

Analisis Belanja Modal terhadap total belanja

$$\begin{aligned} &\text{Rasio Belanja Modal terhadap Total Belanja 2019} \\ &= \frac{185,700,878,225,00}{1.099,319,522,633,94} = 0,1689234789 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} &\text{Rasio Belanja Modal terhadap Total Belanja 2020} \\ &= \frac{123.769.050.560,00}{996.859.185.787,67} = 0,1241590109 \end{aligned}$$

Tabel di atas menjelaskan bahwa rasio belanja modal terhadap total belanja 2019-2020 lebih kecil realisasi belanja modal dibandingkan total belanja daerah, jadi hasil tahun 2019 sebesar 0.1689234789 atau 16,8% dan tahun 2020 sebesar 0.1241590109 atau 12,4%.

Analisis Efisiensi Belanja Daerah

$$\begin{aligned} &\text{Rasio Efisiensi Belanja Tahun 2019} \\ &= \frac{1,029,536,084,077}{1,099,319,522,633} \times 100\% = 93,6\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} &\text{Rasio Efisiensi Belanja Tahun 2020} \\ &= \frac{946.161.206.316,00}{996.859.185.787,67} \times 100\% = 94,9\% \end{aligned}$$

Rasio efisiensi belanja tahun 2019, realisasi belanja lebih kecil dari pada anggaran belanja, begitu juga tahun 2020, jadi hasil tahun 2019 adalah 93,6% dan tahun 2020 adalah 94,9%. Realisasi anggaran anggaran tidak terdapat presentase yang melebihi 100%.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kinerja keuangan belanja daerah di badan pengelolaan keuangan dan pendapatan daerah di lihat dari varians belanja selama 2019-2020 secara umum dapat dikatakan baik. Artinya realisasi belanja tidak melebihi anggaran yang diberikan.

Kinerja keuangan belanja daerah di badan pengelolaan keuangan dan pendapatan daerah dilihat dari pertumbuhan belanja selama 2019-2020 secara umum menunjukkan pertumbuhan yang positif. Artinya mengalami kenaikan rata- rata 0,0809829583 atau 8, 09%

Kinerja keuangan belanja daerah di badan pengelolaan keuangan dan pendapatan daerah dilihat dari keserasian belanja daerah secara umum terlihat bahwa sebagian besar dana belanja dialokasikan untuk belanja operasi dan hanya beberapa persen dialokasikan untuk belanja modal. Berdasarkan kinerja belanja daerah dapat dinilai tidak seimbang dalam keserasian belanja ini menunjukkan bahwa pemerintah lebih memprioritaskan porsi belanjannya untuk belanja operasi dari pada belanja modal.

Kinerja keuangan belanja daerah di badan pengelolaan dan pendapatan daerah dapat dilihat dari efisisensi belanja daerah bahwa realisasi.

Kinerja badan pengelolaan keuangan pada tahun 2019-2020 dapat dikatakan telah melaksanakan kegiatannya dengan baik dalam arti realisasi lebih kecil dari anggaran yang diberikan, maka diharapkan dapat dipertahankan atau ditingkatkan pada periode berikutnya sehingga kinerja keuangan belanja dapat dikatakan baik, dan seimbangkan belanja operasi dengan belanja modal jangan hanya memprioritaskan pada belanja operasi.

Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat melanjutkan dan memperpanjang periode waktu penelitian lagi rasio yang mungkin dapat mengukur kinerja keuangan pemerintah kabupaten kepulauan sangihe. Sehingga dapat memberikan hasil penelitian yang lebih akurat dan lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Barbakem, D. I., Tinangon, J. J., & Sabijono, H. (2018). Analisis Perencanaan Dan Penganggaran Untuk Anggaran Pendapatan Dan Belanja Daerah Pada Badan Keuangan Kabupaten Kepulauan Sangihe Tahun Anggaran 2015. *Going Concern: Jurnal Riset Akuntansi*, 13(01).
- David, R. (2018). Analisis Kinerja Pengelolaan Keuangan Daerah Pemerintah Kabupaten Sitaro. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1).
- Deborah, P. J., & Mangantar, M. (2020). Analisis Kinerja Keuangan Pada Pemerintah Kabupaten Kepulauan Sangihe dan Kabupaten Kepulauan Sitaro. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(1).
- Faisal, A., Samben, R., & Pattisahusiwa, S. (2017). Analisis kinerja keuangan. *Kinerja: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 14(1), 6-15.
- Hamid, H. (2020). *Manajemen Pemerintahan Daerah*.
- Kamaroellah, R. A., & MSi, A. (2014). *Manajemen Pemerintahan Daerah (Konsep, Desain, dan Teknik Meningkatkan Kinerja)*.
- Kementrian Keuangan RI. Modul Peningkatan Kapasitas Pengelolaan Keuangan Daerah.
- Liando, G. Y., & Elim, I. (2016). Analisis kinerja belanja dalam laporan realisasi anggaran (lra) pada dinas pendapatan pengelolaan keuangan dan aset daerah Kabupaten Kepulauan Sangihe. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 4(1).
- Liando, L. Y., Lambey, L., & Wokas, H. R. (2017). Analisis Pengelolaan dan Pertanggungjawaban Anggaran Pendapatan dan Belanja Desa di Desa Kolongan Kecamatan Kombi Kabupaten Minahasa. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2).
- Patompo, D. A., & Untu, V. (2019). Analisis Kinerja Keuangan Pemerintah Daerah Kabupaten Kepulauan Sangihe Provinsi Sulawesi Utara Tahun 2013-2016. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(3).
- Santosa, O., Tinangon, J. J., & Elim, I. (2014). Analisis kinerja keuangan pada dinas pendapatan, pengelolaan, keuangan dan aset (DPPKA) kabupaten Kepulauan Sangihe. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3).
- Wangka, S., Taroreh, F. J., & Lambut, A. K. (2019). *Analisis Kinerja Keuangan Pemerintah Daerah Kabupaten Kepulauan Siau Tagulandang Biaro Tahun 2014-2018* (Doctoral Dissertation, Universitas Katolik De La Salle).



PROSEDUR OPERASIONAL SENTRA LAYANAN PRIORITAS DI PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) TBK CABANG MANADO

Chandra Kirana Musa¹; Djuraidj Rumiki²

AKP GMIST Tahuna¹²³

Email: jurajarrum@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh Prosedur Layanan Prioritas. BRI Prioritas merupakan sebuah program yang mengutamakan kenyamanan dan kemudahan nasabah sebagai Pribadi Terpilih melalui berbagai pelayanan Istimewa yang diberikan guna mendukung gaya hidup nasabah prioritas. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Prosedur Operasional Sentra Layanan Prioritas pada PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk Cabang Manado. Metode analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, dimana memberikan uraian yang dapat menjelaskan bagaimana prosedur operasional sentra layanan prioritas di PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk Cabang Manado. Berdasarkan hasil penelitian Prosedur Operasional Sentra Layanan Prioritas di PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk Cabang Manado, terdiri dari: (1) Prosedur Umum Layanan BRI Prioritas, (2) Prosedur Pengajuan Nasabah BRI Prioritas, (3) Prosedur Aktivasi Kartu BRI Prioritas, (4) Prosedur Penggantian Kartu BRI Prioritas, Reissue PIN Mailer dan Perubahan Main Account, (5) Prosedur Contact Center Premium, (6) Prosedur Layanan Multi Channel Prioritas, (7) Prosedur Layanan Luar Negeri, dan (8) Prosedur Komplain Nasabah. Dengan demikian penyusunan Prosedur Operasional Sentra Layanan Prioritas sudah berjalan secara maksimal dengan menjalankan aturan yang diterapkan. Dengan adanya prosedur operasional yang dikelola dengan baik maka dapat meningkatkan kinerja para karyawan..

Kata Kunci : Prosedur, Layanan, Prioritas

PENDAHULUAN

Menurut pasal 1 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 adalah Badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat banyak.

Saat ini persaingan antar bank cukup tinggi, hal tersebut disebabkan karena adanya perkembangan teknologi pelayanan perbankan yang mampu memberikan pelayanan dan kemudahan kepada nasabah. Tingginya persaingan menyebabkan semua bank berusaha untuk menarik nasabah agar mempercayakan dananya untuk disimpan di bank dalam bentuk tabungan.

Bank Rakyat Indonesia (BRI) merupakan salah satu bank milik pemerintah yang terbesar di Indonesia. Bank Rakyat Indonesia (BRI) terus memperluas pasar maupun layanannya melalui berbagai inovasi produk perbankan hingga menambahkan jaringan kerja atau outlet. Salah satu bentuk layanan dari BRI untuk memberikan kepuasan kepada nasabah dan menjadikan loyal adalah pelayanan *one stop service*. *One Stop Service* adalah pelayanan yang beruntun dan lengkap, sehingga nasabah tidak perlu mencari tempat lain untuk melakukan transaksi. Dengan konsep ini BRI Prioritas mempersembahkan sebuah layanan perbankan istimewa dan menyeluruh untuk nasabah sebagai Pribadi Terpilih. BRI mengundang nasabah untuk menikmati fasilitas dan layanan eksklusif BRI Prioritas, mulai dari layanan dan solusi perbankan, sehingga pengelolaan kekayaan (*wealth management*) secara menyeluruh dan eksklusif dari Priority Banking Officer professional dan bersertifikasi.

BRI Prioritas merupakan sebuah program yang mengutamakan kenyamanan dan kemudahan nasabah sebagai Pribadi Terpilih melalui berbagai pelayanan Istimewa yang diberikan guna mendukung gaya hidup nasabah prioritas. BRI Prioritas menyediakan ruang khusus untuk nasabah premium dengan fasilitas dan layanan secara eksklusif yang bersifat One Stop Financial Services, meliputi pelayanan dan jasa perbankan pada umumnya, jasa konsultasi perencanaan keuangan dan investasi, asuransi, maupun perencanaan pensiun.

Sentra Layanan Prioritas (SLP) adalah Unit kerja yang memiliki tugas dan tanggung jawab untuk melaksanakan kegiatan BRI Prioritas sesuai dengan kewenangan yang ditetapkan didalam Organisasi BRI. Nasabah BRI Prioritas dapat menggunakan kartu BRI Prioritas sebagai kartu identitas untuk memperoleh layanan perbankan di Sentra Layanan

Prioritas (SLP). Pendirian Sentra Layanan Prioritas ini semata mata dilakukan untuk mengembangkan produk dan jasa yang dapat memuaskan nasabah kelas menengah keatas, tetapi dengan harapan dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi perkembangan pendapatan masyarakat dan pertumbuhan ekonomi.

Nasabah BRI Prioritas adalah nasabah perorangan yang mempunyai dana kelolaan di BRI dan merupakan pribadi terpilih serta telah memenuhi persyaratan sesuai ketentuan yang berlaku. Nasabah BRI Prioritas akan memperoleh kartu BRI Prioritas berupa Premium Debit MasterCard, kartu BRI Prioritas selain sebagai identitas nasabah BRI Prioritas untuk mendapatkan layanan BRI Prioritas di Sentra Layanan BRI Prioritas atau layanan khusus di unit kerja BRI non SLP, juga dapat digunakan untuk bertransaksi di ATM, registrasi sms banking, internet banking maupun transaksi belanja (debit).

Kartu BRI Prioritas diberikan kepada nasabah dengan cara *mereplace* atau mengganti salah satu debit card BRI nasabah. Mekanisme penggantian kartu mengacu kepada prosedur pelayanan penggantian kartu BRI. Sebagai pelengkap (*compliment*), nasabah BRI Prioritas dapat diberikan Platinum Credit Card (*pre approved*) dengan segala fasilitas yang melekat pada kartu tersebut sesuai dengan syarat dan ketentuan yang berlaku. Sentra Layanan Prioritas berhak menarik kartu BRI Prioritas nasabah yang dihentikan fasilitasnya dan langsung menggantinya dengan Kartu BRI. Segala fasilitas Layanan Prioritas secara otomatis akan dihentikan setelah nasabah menerima kartu BRI dan selanjutnya transaksi perbankan nasabah dilayani di unit kerja BRI (Kanca/KCP/KK/Unit) dan tidak dilayani di SLP.

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, dalam penelitian ini yang menjadi Rumusan Masalahnya adalah “Bagaimana Prosedur Operasional Sentra Layanan Prioritas pada PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk, Cabang Manado”. Sehubungan dengan perumusan masalah, Tujuan penulisan dari penelitian ini adalah Untuk Mengetahui Prosedur Operasional Sentra Layanan Prioritas pada PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk, Cabang Manado.

Prosedur berasal dari bahasa Inggris “*procedure*” yang bisa diartikan sebagai cara atau tata cara. Akan tetapi kata *procedure* lazim digunakan dalam kosakata Bahasa Indonesia yang dikenal dengan kata prosedur. Dalam Kamus Manajemen, prosedur berarti tata cara melakukan pekerjaan yang telah dirumuskan dan diwajibkan. Biasanya prosedur meliputi bagaimana, bilamana dan oleh siapa, tugas harus diselesaikan.

Prosedur adalah urutan langkah-langkah (atau pelaksanaan pelaksanaan pekerjaan), di mana pekerjaan tersebut dilakukan, berhubungan dengan apa yang dilakukan, bagaimana melakukannya, bilamana melakukannya, di mana melakukannya, dan siapa yang melakukannya (Nuraida, 2008:35). Prosedur adalah suatu urutan kegiatan klerikal, biasanya melibatkan beberapa orang dalam satu departemen atau lebih, yang dibuat untuk menjamin penanganan secara seragam transaksi perusahaan yang terjadi berulang-ulang (Mulyadi, 2001:5).

Menurut Baridwan (2002:3), prosedur adalah suatu urutan pekerjaan kerani (clerical), biasanya melibatkan beberapa orang dalam satu bagian atau lebih, disusun untuk menjamin adanya perlakuan yang seragam terhadap transaksi-transaksi perusahaan yang sering terjadi.

Pelayanan dalam hal ini sangat erat kaitannya dengan hal pemberian kepuasan terhadap pelanggan, pelayanan dengan mutu yang baik dapat memberikan kepuasan yang baik pula bagi pelanggannya, sehingga pelanggan dapat lebih merasa diperhatikan akan keberadaannya oleh pihak perusahaan.

Menurut Loina (2001:138), pelayanan merupakan suatu proses keseluruhan dari pembentukan citra perusahaan, baik melalui media berita, membentuk budaya perusahaan secara internal, maupun melakukan komunikasi tentang pandangan perusahaan kepada para pemimpin pemerintahan serta publik lainnya yang berkepentingan.

Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung (Moenir, 1992:16). Penekanan terhadap definisi pelayanan diatas adalah pelayanan yang diberikan menyangkut segala usaha yang dilakukan oleh seseorang dalam rangka mencapai tujuan guna untuk mendapatkan kepuasan dalam hal pemenuhan kebutuhan.

Dalam buku Prosedur Operasional Sentra Layanan Prioritas di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Manado, ada beberapa prosedur operasional layanan menurut ketentuannya yang terdiri dari: (1) Ketentuan umum layanan BRI Prioritas. Seluruh ketentuan mengenai produk dan jasa yang di atur mengikuti ketentuan produk dan jasa yang berlaku. (2) Ketentuan pengajuan nasabah BRI Prioritas. PBO/FO wajib menyampaikan seluruh persyaratan serta potensi biaya, risiko, manfaat, yang timbul kepada calon nasabah BRI Prioritas sebelum melakukan pengajuan menjadi nasabah BRI Prioritas. (3) Ketentuan aktivasi kartu BRI Prioritas. Aktivasi kartu dilakukan oleh unit kerja / sentra layanan prioritas melalui contact center premium BRI. (4) Ketentuan penggantian kartu BRI Prioritas, reissue PIN mailer & perubahan main account. Ketentuan

penggantian kartu BRI Prioritas diatur dalam ketentuan terpisah yang dikeluarkan oleh *Divisi Wealth Management*, dan (5) Ketentuan contact center premium. Layanan yang dilakukan melalui contact center premium meliputi komplain baik komplain aktivasi kartu BRI Prioritas maupun komplain lainnya (rekening terdebit, blokir kartu, dll) dan info lainnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian secara langsung pada objek penelitian di PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk, Cabang Manado. Sehubungan dengan penulis melakukan praktek kerja lapangan di Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk, Cabang Manado dengan wawancara (interview) langsung dengan pimpinan instansi sentra layanan prioritas dan karyawan. Penulis melakukan pengumpulan data dengan cara melihat data-data yang berkaitan dengan judul penelitian di sentra layanan prioritas.

Menurut Singarimbun dan Efendi (1995 : 46) Definisi operasional adalah unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana caranya mengukur suatu variabel. Menurut Saifuddin Azwar (2007 : 72) adalah suatu definisi yang memiliki arti tunggal dan diterima secara objektif bilamana indikatornya tidak tampak. Suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel yang diamati.

Standar operasional prosedur (SOP) adalah sistem yang disusun untuk memudahkan, merapikan, dan menerbitkan pekerjaan tersebut. SOP hadir dalam bentuk dokumen yang berkaitan dengan prosedur yang dilakukan secara kronologis untuk membantu menyelesaikan pekerjaan untuk memperoleh hasil kerja efektif.

Layanan prioritas adalah layanan yang diberikan kepada nasabah BRI Prioritas yang bertransaksi di unit kerja BRI, berupa layanan dan jasa perbankan secara eksklusif yang dilakukan disatu ruangan khusus terpisah dari pelayanan kepada nasabah umum.

Metode Deskriptif sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan/ melukiskan keadaan subyek/obyek penelitian (seseorang, lembaga, masyarakat dan lain-lain) pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak, atau sebagaimana adanya. Menurut buku metode penelitian sosial (2016:98)

Metode analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, dimana memberikan uraian yang dapat menjelaskan bagaimana prosedur operasional sentra layanan prioritas di PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk, Cabang Manado.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kunci keberhasilan dalam menghasilkan pelayanan yang baik adalah penerapan prosedur operasional yang menjadikan acuan standar kerja setiap karyawan. Karena kepuasan dan loyalitas nasabah akan menurun bila pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh nasabah. Dalam melakukan pelayanan pada nasabah, Sentra Layanan Prioritas memiliki Prosedur diantaranya: (1) Prosedur Umum Layanan BRI Prioritas, (2) Prosedur Pengajuan Nasabah BRI Prioritas, (3) Prosedur Aktivasi Kartu BRI Prioritas, (4) Prosedur Penggantian Kartu BRI Prioritas, Reissue PIN Mailer dan Perubahan Main Account, (5) Prosedur Contact Center Premium, (6) Prosedur Layanan Multi Channel Prioritas, (7) Prosedur Layanan Luar Negeri, dan (8) Prosedur Komplain Nasabah

Prosedur Umum Layanan BRI Prioritas, (1) Menunjukkan unit kerja yang akan dikembangkan untuk memiliki SLP ditetapkan oleh Kantor Pusat BRI., (2) Penetapan nasabah yang diusulkan oleh SLP untuk menjadi Nasabah BRI Prioritas sepenuhnya menjadi wewenang Kantor Pusat BRI, (3) Nasabah BRI Prioritas akan memperoleh kartu BRI Prioritas berupa Premium Debit MasterCard, (4) Kartu BRI Prioritas selain sebagai identitas nasabah BRI prioritas untuk mendapatkan Layanan BRI Prioritas di Sentra Layanan BRI Prioritas atau layanan khusus di unit kerja BRI non SLP, juga dapat digunakan untuk bertransaksi di ATM, registrasi sms banking, internet banking maupun transaksi belanja (debit), (5) Kartu BRI Prioritas diberikan kepada nasabah BRI Prioritas dengan cara *me-replace* atau mengganti salah satu Debit Card BRI nasabah. Mekanisme penggantian kartu mengacu kepada prosedur pelayanan penggantian kartu BRI, (6) Ketentuan Kartu BRI Prioritas tetap mengacu pada BPO Kartu Debet BRI yang berlaku, (7) Debit Card BRI nasabah BRI Prioritas harus tetap aktif dan tidak boleh diblokir sampai dengan nasabah BRI Prioritas mengaktifkan Kartu BRI Prioritas/Kartu Premium Debit MasterCard, dan (8) Sebagai pelengkap (*compliment*), nasabah BRI Prioritas dapat diberikan *Platinum Credit Card (preapproved)*, dengan segala fasilitas yang melekat pada kartu tersebut sesuai dengan syarat dan ketentuan berlaku.

Layanan khusus yang diberikan oleh unit kerja BRI yang tidak memiliki SLP bagi Nasabah BRI Prioritas adalah layanan perbankan pada umumnya, dengan pelayanan minimal sebagai berikut: (1) Nasabah dibebaskan dari antrian, (2) Pelayanan dilakukan oleh Pinca/ Pincapen/ MP/ MO/ FO/ PIC Priority Lounge, (3) Pelayanan dilakukan di satu ruangan khusus/*Priority Lounge* yang terpisah dari *banking call*, (4) Transaksi yang berhubungan dengan

kas fisik dengan nominal di atas Rp. 100.000.000,- mengikuti ketentuan pengenaan *surcharge* yang berlaku, (5) Mekanisme pembinaan Nasabah BRI Prioritas yang termasuk dalam kriteria nasabah yang belum memenuhi persyaratan minimum Dana Kelolaan, baik di SLP maupun di unit kerja Non SLP diatur dalam ketentuan tersendiri yang disusun oleh Kantor Pusat BRI, (6) Mekanisme penghentian fasilitas BRI Prioritas bagi Nasabah BRI Prioritas yang telah memenuhi kriteria tertentu diatur dalam ketentuan tersendiri yang disusun oleh Kantor Pusat BRI, (7) Sentra Layanan BRI Prioritas berhak menarik Kartu BRI Prioritas nasabah yang dihentikan fasilitasnya dan langsung menggantinya dengan Kartu BRI. Segala fasilitas Layanan Prioritas secara otomatis akan dihentikan setelah nasabah menerima kartu BRI dan selanjutnya transaksi perbankan nasabah diayani di unit kerja BRI (Kanca/KCP/KK/Unit) dan tidak dilayani di SLP, dan (8) Pengkinian data CIF nasabah BRI prioritas mengacu pada ketentuan yang berlaku.

Mekanisme pelaksanaan fungsi PBA *Customer Service (CS)* atau PBA *Teller* diatur sebagai berikut: (1) Satu orang PBA dapat menjalankan fungsi *Customer Service (CS)* atau fungsi *Teller*, (2) Satu orang PBA akan diberikan 2 (dua) user ID yaitu user ID *Customer Service* dan user ID *Teller*, (3) Penetapan fungsi PBA sebagai *Customer Service (CS)* atau *Teller* dilakukan secara bergantian dan secara periodik sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh Kantor Pusat BRI, (4) Tidak diperkenankan adanya 2 (dua) user ID fungsi CS dan fungsi *Teller* aktif dalam waktu yang bersamaan, (5) Salah satu user ID baik user ID CS maupun user ID *Teller* yang tidak dipergunakan harus dalam kondisi *suspends*, (6) Pelaksanaan fungsi PBA CS atau PBA *Teller* untuk SLP yang hanya memiliki tenaga 2 (dua) orang PBA dimana salah satu PBA berhalangan hadir (sakit/ijin/cuti/pendidikan/dinas luar/mutasi ke uker lain) maka fungsi yang dapat digantikan oleh petugas pengganti adalah fungsi PBA *Teller*.

Pengelolaan user ID petugas pengganti mengacu pada Surat Edaran Nomor S.16-DIR/LYN/06/2009 tanggal 30 Juni 2009 tentang Pembukuan dan Verifikasi serta Kewenangan User di Sistem Brinets. (1) Apabila terdapat nasabah BRI Prioritas yang memerlukan layanan transaksi tanpa kehadiran nasabah yang bersangkutan, maka nasabah wajib membuat Surat Kuasa sesuai dengan ketentuan yang berlaku, (2) PBO wajib melakukan kunjungan kepada nasabah/calon nasabah, dan hasil kunjungan dituangkan dalam Laporan Kunjungan Nasabah, (3) Seluruh ketentuan mengenal produk dan jasa yang diatur secara khusus dalam Buku Pedoman Operasional Sentra Layanan Prioritas ini, tetap mengikuti ketentuan produk dan jasa yang berlaku.,

(4) Penetapan kewenangan limit transaksi tunai maupun *overbooking* dituangkan dalam bentuk surat keputusan oleh pemimpin unit kerja (pinca) sesuai ketentuan yang berlaku, (5) Aplikasi CPM dapat diakses oleh petugas/pejabat yang ditetapkan oleh Unit Kerja dengan level ID sesuai kewenangan yang diberikan, (6) Untuk dapat mengakses aplikasi CPM, pejabat/pekerja harus memiliki user ID dan password aplikasi CPM. *User ID* dan *password* aplikasi dibuat oleh Bagian STI DIMSI TSI KP BRI berdasarkan usulan tertulis dari Sentra Layanan Prioritas ke *Divisi Wealth Management* KP BRI.

Prosedur Pengajuan Nasabah BRI Prioritas (1) Pengajuan Nasabah BRI Prioritas dilakukan baik melalui SLP maupun unit kerja lain (untuk unit kerja yang tidak memiliki SLP), (2) Menu *Assesment* bagian Operational dalam aplikasi CPM digunakan oleh PBM, PBO, dan PBA dalam rangka proses pengajuan menjadi nasabah BRI Prioritas, (3) Menu *Assesment* pada bagian *Managerial* dipergunakan oleh PBM untuk melihat aplikasi pengajuan yang telah diinput. PBM wajib pada setiap awal hari untuk membuka menu *assessment* bagian managerial untuk mengecek aplikasi pengajuan nasabah BRI Prioritas. Data saldo nasabah yang *di-entry* pada hari H akan terbaca pada H+1, dan (4) PBO/FO wajib menyampaikan seluruh persyaratan serta potensi biaya, risiko, manfaat yang timbul kepada calon nasabah BRI Prioritas sebelum melakukan pengajuan menjadi nasabah BRI Prioritas.

Dana Kelolaan Nasabah BRI Prioritas: (1) Minimum persyaratan dana kelolaan nasabah BRI Prioritas adalah sebesar Rp.500.000.000,- (Lima Ratus Juta Rupiah) dapat berupa produk Simpanan (Tabungan, Giro, dan Deposito), Investasi, dan *Bancassurance*, dan (2) Rekening yang didaftarkan sebagai Portofolio nasabah merupakan rekening milik perorangan atas nama nasabah Ybs.

Rekening Britama yang dijadikan *main account* kartu BRI Prioritas: (1) Minimum persyaratan saldo rekening Britama yang dijadikan *Main Account* adalah sebesar Rp.5.000.000,- (Lima Juta Rupiah), (2) Rekening Britama yang dijadikan *main account* Kartu BRI Prioritas merupakan rekening perorangan atas nama nasabah.

Product type rekening Britama yang dapat dijadikan *main account* Kartu BRI Prioritas yaitu: (1) BritAma (TA), (2) BritAma Bisnis (VM), (3) BritAma TNI AD (TN), (4) BritAma Kerjasama 1 (VE), (5) BritAma Kerjasama 2 (VF), (6) BritAma Kerjasama 3 (VG), (7) BritAma Kerjasama 4 (VH), (7) BritAma Kerjasama 5 (VI), (8) BritAma Kerjasama 6 (V), (9) BritAma Kerjasama 7 (TR), (10) BritAma Kerjasama 8 (VK), (11) BritAma Kerjasama 9 (W), (12) BritAma Kerjasama (TU),

(13) BritAma PNS 3 (VD), dan (14) BritAma Guru Non PNS (UA).

Setelah terdaftar menjadi Nasabah BRI Prioritas, *product type* Rekening Britama. yang dijadikan *main account* Kartu BRI Prioritas akan dilakukan proses dari *product type* awal menjadi “VX (*BritAma Gold Priority*)”

Khusus untuk *product type* “VM (Britama Bisnis)” tidak dilakukan proses *patching* menjadi “VX (*BritAma Gold Priority*)” kecuali atas permintaan Nasabah BRI Prioritas.

Berkas pengajuan Calon Nasabah BRI Prioritas. Berkas Pengajuan Calon Nasabah BRI Prioritas antara lain adalah sebagai berikut: (1) Fotocopy Kartu Identitas yang masih berlaku (belum expired) Warga Negara Indonesia (WNI) KTP Warga Negara Asing (WNA), Passport dan KITAS/KITAP, (2) Formulir Pribadi Terpilih yang telah diisi oleh Calon Nasabah BRI Prioritas dan telah ditandatangani lengkap oleh pihak Nasabah dan pihak Bank, (3) Surat Pernyataan Nasabah BRI Prioritas (2 rangkap), (4) Surat Pemberitahuan dan Persetujuan Nasabah (2 rangkap), (5) Formulir AR-01 dalam rangka pengkinian data Calon Nasabah BRI Prioritas, dan (6) Pihak bank yang berwenang untuk menandatangani *Indemnity Letter* adalah PBM, Pimpinan Cabang dan Pimpinan Cabang Pembantu.

Adapun mekanisme pengisian dokumen adalah: (1) Nasabah mengisi Formulir Pribadi Terpilih dengan lengkap kemudian ditanda tangan, dokumen tersebut didokumentasikan di unit kerja. Kemudian dilakukan pengkinian data apabila telah terjadi perubahan, (2) Nasabah mengisi dan membaca Surat Pernyataan Nasabah BRI Prioritas, kemudian tanda tangan, selanjutnya untuk dokumen bermaterai yang ditanda tangani oleh nasabah didokumentasikan oleh Unit Kerja dan dokumen bermaterai yang ditanda tangani Pejabat Bank disampaikan kepada nasabah, (3) Nasabah mengisi dan membaca Surat Pemberitahuan dan Persetujuan lembar-1 nasabah, kemudian tanda tangan. Selanjutnya untuk didokumentasikan oleh Unit Kerja dan lembar-2 disampaikan kepada nasabah, (4) Surat Pernyataan Nasabah BRI Prioritas & Surat Pemberitahuan dan Persetujuan nasabah dilengkapi oleh Nasabah baru maupun Nasabah eksisting. Adapun untuk nasabah eksisting dilakukan secara bertahap pada saat visit atau pengkinian data, kemudian Unit Kerja wajib melakukan monitoring kepada nasabah apabila sudah menerima dan menandatangani, (5) Dalam proses pendaftaran calon nasabah BRI Prioritas, Petugas Pemasar wajib menyampaikan kepada calon nasabah BRI prioritas minimal terkait benefit, biaya, risiko atas produk/layanan yang ditawarkan, (6) Pinca/Pincapem/PBM, PBO/FO dan PBA wajib memeriksa dan memastikan kebenaran pengisian

berkas pengajuan calon nasabah BRI Prioritas sesuai dengan dokumen sumber, (7) Pencetakan Kartu BRI Prioritas dan PIN Mailer untuk nasabah BRI Prioritas dilakukan secara tersentralisasi oleh *Divisi Sentra Operasi (STO)* Bagian Produksi Kartu berdasarkan data yang diterima dari sistem *Customer Portofolio Management (CPM)* yang *di-input* oleh Sentra Layanan BRI Prioritas (SLP), dan (8) Kartu BRI Prioritas dan PIN Mailer akan dikirimkan oleh Divisi Sentra Operasi secara terpisah ke masing-masing Unit Kerja sesuai tujuan pengiriman.

Prosedur Aktivasi Kartu BRI Prioritas (1) Kegiatan aktivasi Kartu BRI Prioritas dilakukan paling lambat 1 x 24 jam sejak kartu diterima oleh nasabah, (2) Aktivasi kartu dilakukan oleh Unit Kerja / Sentra Layanan Prioritas melalui Contact Center Premium BRI, (3) Nomer Contact Center Premium yang dapat dihubungi yaitu 08001017017 (bebas pulsa) dan 5758899 (pulsa normal), dan (4) Permohonan aktivasi Kartu BRI Prioritas dikirim kepada Bagian Contact Center Divisi Layanan melalui *e-office*.

Dokumen yang harus dilengkapi saat akan melakukan aktivasi Kartu BRI Prioritas yaitu: (1) Identitas, (2) Copy Kartu BRI Prioritas, (3) Form Aktivasi, (4) Form Tanda Terima, Permohonan Pengaktifan, Konfirmasi

Prosedur Penggantian Kartu BRI Prioritas, (1) Reissue PIN Mailer dan Perubahan Main Account. Penerbitan Kartu BRI Prioritas dikarenakan hilang, tertelan, *expired*, rusak ataupun melakukan penggantian main account dilakukan melalui permohonan tertulis (format surat terlampir) dari SLP Pengelola Nasabah Ybs ke *Divisi Wealth Management* KP BRI yang ditandatangani oleh Pemimpin Cabang dan *Priority Banking Manager (PBM) SLP*. Apabila pejabat tersebut sedang berhalangan maka dapat digantikan oleh pejabat yang ditunjuk, (2) Permohonan penggantian kartu dikarenakan hilang/rusak/masa berlaku habis/tertelan dan Reissue PIN mengikuti BPO Kartu Debet yang berlaku Nokep.S.56- DIR/LYN/09/2013, (3) Ketentuan Penggantian Kartu BRI Prioritas diatur dalam ketentuan terpisah yang dikeluarkan oleh *Divisi Wealth Management*, (4) Selain melakukan *re-issue* PIN di Uker, Kartu BRI Prioritas dapat melakukan permohonan PIN Mailer melalui Divisi STO Bagian PKT KP BRI, (5) Permohonan Re-issue PIN Mailer dari Karnca/SLP/Divisi WMG kepada *Divisi STO* Bagian PKT melalui *e-office* dengan mencantumkan Nama Nasabah, Nomor Kartu dan tujuan pengiriman, dan (6) Pencetakan dan Pengiriman PIN Mailer mengikuti ketentuan yang berlaku.

Penggantian *Main Account* dapat dikarenakan 2 (dua) hal sebagai berikut: (1) Atas permintaan

nasabah, dan (2) Dikarenakan *main account* lama dalam keadaan *closed*.

Syarat Penggantian *Main Account* sebagai berikut: (1) Fotocopy KTP Nasabah, (2) FR-01 yang ditandatangani oleh nasabah, (3) Memastikan bahwa *Main Account* lama dalam keadaan *closed* (apabila penggantian main account berdasarkan permintaan nasabah maka harap melampirkan Surat Pernyataan Penggantian *Main Account* yang telah ditandatangani oleh nasabah, (3) Melampirkan kartu lama yang telah ditarik dari nasabah, dan (4) Bukti prints Screen bahwa Kartu telah di non-aktifkan (status Blokir)

Prosedur Contact Center Premium (1) Layanan yang dilakukan melalui Contact Center Premium meliputi Komplain baik Komplain aktivasi kartu BRI Prioritas maupun komplain lainnya (rekening terdebit, blokir kartu, dll) dan info lainnya, (2) Komplain aktivasi kartu BRI Prioritas yang melewati SLA 1 x 24 jam, maka nasabah dapat melakukan permohonan aktivasi Kartu BRI Prioritas langsung kepada Contact Center Premium, (3) Contact Center Premium melakukan verifikasi ulang ketika terdapat nasabah yang melakukan permohonan aktivasi kartu kepada PBO pengelola nasabah tersebut, (4) Aktivasi kartu yang dilakukan oleh Contact Center Premium dilakukan berdasarkan document dari *attachment e-office*, apabila document yang di persyaratkan belum diterima maka proses aktivasi tidak dapat dilakukan, (5) Penyelesaian permintaan atau keluhan diluar aktivasi kartu maka Contact Center Premium akan berkoordinasi dengan Divisi terkait untuk dapat menyelesaikan komplain dalam waktu 1 x 24 jam, (6) Apabila komplain yang diajukan belum terselesaikan dalam 1 x 24 jam, maka Contact Center Premium akan menghubungi PBO pengelola untuk dapat meneruskan informasi kepada nasabah kelolaanya, dan (7) Penyelesaian komplain lainnya diselesaikan sesuai dengan Ketentuan Umum Contact Center yang berlaku.

Prosedur Layanan *Multi Channel Prioritas* (1) Email address yang disiapkan untuk contact Center Premium adalah : prioritas@bri.co.id, (2) Layanan *multi channel* khusus nasabah BRI Prioritas, dan (3) Layanan *email* dan telepon dapat dilakukan 7x24 jam oleh nasabah BRI Prioritas terkait dengan informasi produk dan layanan BRI Prioritas

Prosedur Layanan Luar Negeri (1) Nomor call Nasabah BRI Prioritas adalah 08001017017 (bebas pulsa) dan 5758899 (pulsa normal), (2) Layanan Luar Negeri 08001017017 dapat diakses dipengaruhi dari operator yang digunakan nasabah serta Negara lokasi nasabah, (3) Nomor 08001017017 tidak bisa dihubungi dari luar negeri, (4) Sedangkan untuk nomor 5758899 tetap bisa dihubungi dengan kode lengkap yakni +62215758899. Berlaku tarif SLI yang

besarnya sesuai roaming internasional operator masing-masing.

Prosedur Komplain Nasabah (10 Penyelesaian komplain untuk nasabah BRI Prioritas adalah 1 x 24 jam, (2) PBO pengelola nasabah BRI Prioritas diinformasikan mengenai komplain tersebut, melalui SMS/Whatsapp oleh Contact Center Premium, (3) Dalam hal sudah 24 jam penyelesaian komplain belum dilakukan, maka PBO kembali dikabari untuk selanjutnya menginformasikan ke nasabah.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan penulis pada PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk, Cabang Manado, prosedur operasional sentra layanan prioritas yang diterapkan oleh perusahaan tersebut sudah cukup baik.

Namun, melihat kondisi persaingan bisnis jasa saat ini Sentra Layanan Prioritas masih kekurangan karyawan dibidang PBA sehingga mempengaruhi pelayanan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Prosedur Operasional Sentra Layanan Prioritas menurut ketentuannya. Prosedur Umum Layanan BRI Prioritas. Penunjukan unit kerja dan penetapan nasabah BRI Prioritas sepenuhnya menjadi wewenang Kantor Pusat BRI.

Prosedur Pengajuan Nasabah BRI Prioritas. Menu *Assessment* bagian operational digunakan oleh PBM, PBO, dan PBA dalam rangka proses pengajuan menjadi nasabah BRI Prioritas.

Prosedur Aktivasi Kartu BRI Prioritas. Aktivasi kartu dilakukan oleh unit kerja melalui Contact Center Premium BRI.

Prosedur Penggantian Kartu BRI Prioritas, *Reissue PIN Mailer* dan Perubahan *Main Account*. Penggantian Kartu BRI Prioritas diatur dalam ketentuan terpisah yang dikeluarkan oleh divisi *wealth management*.

Prosedur Contact Center Premium. Layanan yang dilakukan melalui Contact Center Premium meliputi komplain nasabah baik komplain aktivasi kartu BRI Prioritas maupun komplain lainnya.

Prosedur Layanan Multi Channel Prioritas. Layanan email dan telepon dapat dilakukan nasabah BRI Prioritas terkait dengan informasi produk dan layanan BRI Prioritas.

Prosedur Layanan Luar Negeri. Layanan Luar Negeri dapat diakses dari operator yang digunakan nasabah serta Negara lokasi nasabah.

Prosedur Komplain Nasabah. Penyelesaian komplain nasabah BRI Prioritas adalah 1x24 jam namun jika dalam kurun waktu yang sudah ditentukan, penyelesaian komplain nasabah belum juga dapat dilakukan maka PBO kembali akan menghubungi nasabah.

Pada dasarnya, penyusunan Prosedur Operasional Sentra Layanan Prioritas sudah berjalan secara maksimal dengan menjalankan aturan yang diterapkan oleh Kantor Pusat BRI.

Dengan adanya prosedur operasional yang dikelola dengan baik maka dapat meningkatkan kinerja para karyawan.

BRI Prioritas menyediakan ruang khusus untuk nasabah premium dengan fasilitas dan layanan secara eksklusif kepada nasabah sebagai pribadi terpilih melalui berbagai pelayanan Istimewa yang diberikan guna mendukung gaya hidup nasabah prioritas.

Prosedur Operasional Sentra Layanan Prioritas sudah cukup baik. Untuk itu sebaiknya Sentra Layanan Prioritas (SLP) dapat mempertahankan prosedur yang sudah berjalan. Dan diharapkan untuk meningkatkannya menjadi lebih baik.

Sentra Layanan Prioritas lebih cepat merekrut karyawan baru yang kompeten dalam bidangnya dan melakukan pelatihan agar kedepannya dapat terus bersaing dalam menyediakan kualitas pelayanan yang baik sehingga nasabah akan terus merasa puas dengan kinerja pelayanan yang diberikan, karena kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kenyamanan nasabah sehingga terciptanya loyalitas nasabah itu sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Arif, M. N. R., & Rahmawati, Y. (2018). Manajemen risiko perbankan syariah (suatu pengantar).
- Bungin, B. (2007). Penelitian kualitatif: komunikasi, ekonomi, kebijakan publik, dan ilmu sosial lainnya (Vol. 2). Kencana.
- Idroes, F. N. (2011). Manajemen risiko perbankan: Pemahaman pendekatan 3 pilar kesepakatan basel II terkait aplikasi regulasi dan pelaksanaannya di Indonesia. Rajawali Pers.
- Hartini, Y. (2017). Pengelolaan Kredit Modal Kerja Rekening Koran (R/C Terbatas)(Studi Kasus pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Sentra Kredit Menengah Solo).
- Khaliq, A. (2020). Analisis Audit Kepatuhan Terhadap Prosedur Pemberian Pembiayaan Modal Kerja Pada Bank Sulselbar Cabang Syariah Makassar. Invoice, 2(2), 23-34.
- Moeljono, D. (2003). Budaya korporat dan keunggulan korporasi. Elex Media Komputindo.
- NAJOAN, T. L., & Paath, F. M. (2020). SISTEM PEMBUKAAN REKENING PRIORITAS PADAPT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) TBKKANTOR CABANG MANADO (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS KATOLIK DE LA SALLE).
- Nuraida, I. (2008). Manajemen administrasi perkantoran.
- Nurul Akmaliah, N. A. (2020). PENGARUH PERSEPSI TERHADAP KUALITAS PELAYANAN MELALUI DIGITALISASI PRODUK PERBANKAN DI BANK BRI KANTOR CABANG MANADO (Doctoral dissertation, IAIN Manado).

- Sarwono, J. (2006). Metode penelitian kuantitatif & kualitatif.
- Siregar, S. (2013). Metode penelitian kuantitatif: dilengkapi dengan perhitungan manual & SPSS.
- Sutha, D. W. (2018). Administrasi Perkantoran. Sidoarjo: Indomedia Pustaka.



PENGARUH KINERJA TERHADAP PENCAPAIAN TARGET RELATIONSHIP OFFICER DI PT. BANK SULUTGO CABANG TAHUNA

Aden Rahmat Mandak¹, Alvin .I Sentinuwo², Djuraidj.Rumiki³

AKP GMIST Tahuna¹²³

email: jurajarrum@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini di latar belakang oleh kinerja dan target relationship officer dimana kinerja memiliki peranan yang sangat penting karena kinerja merupakan bentuk hasil akhir dari proses pegawai menyelesaikan tugasnya. Target relationship officer merupakan salah satu unit kerja Bank Sulut Go Cabang Tahuna, tugas dan tanggung jawab dari seorang relationship officer adalah untuk mencapai target setoran tabungan agar target tetap berhasil dan memenuhi capaian seorang relationship officer. Rumusan masalah dalam pembuatan karya tulis ilmiah ini adalah apakah kinerja berpengaruh terhadap pencapaian target relationship officer? Tujuan penelitian untuk mengetahui apakah kinerja berpengaruh atau tidak terhadap pencapaian target relationship officer. Definisi yang di gunakan dua variable X (kinerja) dan variable Y (target relationship officer), menggunakan metode Analisa data yaitu regresi sederhana, korelasi sederhana, koefisien korelasi determinasi dan penguji hipotesa (uji t) dan (uji f). Hasil penelitian menunjukkan bahwa koefisien regresi nilai konstanta $a = 39,9044957$ dan nilai $b = 0,18469016$ sehingga persamaan regresi kedua variabel X dan variabel Y dapat di katakan mempunyai keeratan hubungan dengan relationship officer, artinya kinerja mempunyai hubungan yang searah dengan target relationship officer. Koefisien korelasi dan Koefisien determinasi berdasarkan hasil di atas bahwa kinerja memiliki hubungan yang sangat rendah dengan target relationship officer karena nilai $r = 0,23676173$ dan nilai $r^2 = 0,05605612$ atau 05% itu artinya bahwa kinerja dengan target relationship officer pengaruhnya 05% dan sisanya di pengaruhi oleh faktor-faktor lain. Nilai uji t yang di peroleh $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai uji f yang di peroleh nilai $f_{hitung} < f_{tabel}$, sehingga hipotesis dari kedua variabel kinerja dengan target relationship officer maka di simpulkan bahwa kinerja tidak memiliki pengaruh terhadap target relationship officer.

Kata Kunci: Kinerja, Target, , Relationship

PENDAHULUAN

Menurut Undang-undang No.10 Tahun 1998, bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Keberadaan bank dalam sebuah daerah sangatlah membantu dalam mengatur perekonomian masyarakat. <https://www.ojk.co.id>. Di akses 25 Juni 2021.

Ada banyak divisi yang bekerja untuk pembangunan dalam sebuah bank. Salah satunya adalah divisi marketing, yang di dalamnya ada RO (Relationship Officer). Meski demikian, divisi marketing tidak bisa berdiri sendiri masih ada keterkaitan dengan divisi-divisi lain dalam sebuah perusahaan. Divisi marketing mengenalkan produk-produk agar di ketahui oleh masyarakat, marketing juga berarti proses memasarkan produk, mulai dari pembuatan strategi pemasaran hingga apa yang di rasakan oleh masyarakat.

Relationship Officer merupakan salah satu posisi yang terdapat dalam dunia perbankan, seseorang yang bekerja dalam posisi ini akan melibatkan diri di dunia marketing, tentu saja RO (Relationship Officer). RO (Relationship Officer) sangat berperan penting dalam dunia perbankan, bertugas melakukan analisis pasar untuk mengetahui segmen pasar yang berpotensi berdasarkan beberapa kategori seperti Pendidikan, usia, pekerjaan, dan lainnya. Posisi RO (Relationship Officer) bisa di sebut juga sebagai ujung tombak perusahaan di mana tugas nya membantu pekerjaan sales dan marketing dengan menjaga hubungan baik dengan nasabah karena berhubungan langsung dengan nasabah. Seorang Relationship Officer, memiliki target yang harus di capai dalam jangka waktu tertentu, dan juga menganalisis pengkreditan nasabahnya. Semua tugas dan tanggung jawab dari RO (Relationship Officer) di lakukan untuk memperoleh laba.

Di PT Bank Sulut Go Cabang Tahuna, seorang RO (Relationship Officer) mencari target yang berpotensi dengan cara turun langsung ke pasar menawarkan produk-produk yang ada di PT Bank Sulut Go Cabang Tahuna, dengan cara memasarkan produk tabungan yang di dalamnya ada Cash Pick Up Service atau biasa di sebut dengan penjemputan setoran, penjemputan setoran ini di lakukan setiap hari maupun seminggu sekali dengan nominal yang berbeda-beda, penjemputan setoran tabungan ini bertujuan untuk menghemat para nasabah atau merencanakan serta mempersiapkan hari depan untuk keperluan yang mendesak bagi para nasabah, kegiatan ini juga di lakukan agar mempermudah nasabah dalam melakukan penyetoran tanpa perlu datang langsung ke bank.

Di dalam menjalankan uraian jabatan sebagai Relationship Officer di perlukan kemampuan Analisa kelayakan calon nasabah, kemampuan untuk memelihara hubungan jangka Panjang dengan nasabah, serta kemampuan untuk menawarkan produk, Relationship Officer perlu untuk mengembangkan kemampuan membuat rencana kerja dan strategi pemasaran produk yang efektif serta sesuai dengan segmentasi pasar dalam melakukan persiapan dan perencanaan yang efektif untuk dapat berhasil memperoleh jumlah nasabah sesuai target yang di tentukan oleh pihak Bank Sulut Go Cabang Tahuna.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah kinerja berpengaruh atau tidak terhadap pencapaian target RO (Relationship Officer) di PT Bank Sulut Go Cabang Tahuna? Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui kinerja berpengaruh atau tidak terhadap pencapaian target RO (Relationship Officer) di PT Bank Sulut Go Cabang Tahuna.

Kinerja dalam organisasi merupakan jawaban dari berhasil atau tidak nya tujuan organisasi yang telah di tetapkan. Para atasan-atasan manager sering tidak meperhatikan kecuali sudah sangat buruk atau segala sesuatu jadi serba salah. Terlalu sering manager tidak mengetahui betapa buruknya kinerja telah merosot sehingga perusahaan atau instansi menghadapi krisis yang serius. <https://id.m.wikipedia.com>. Di akses 01 Juli 2021.

Kinerja (*performance*) adalah hasil pekerjaan yang di capai seseorang berdasarkan persyaratan-persyaratan pekerjaan. Suatu pekerjaan mempunyai persyaratan tertentu untuk dapat di lakukan dalam mencapai tujuan yang di sebut juga dengan standar pekerjaan (*job standard*).

Standar kinerja adalah tingkat yang di harapkan suatu pekerjaan untuk dapat di selesaikan, dan merupakan pembanding atas tujuan atau target yang ingin di capai. (Bangun, 2012). Menurut Mathias & Jackson (2006) , Factor-faktor yang mempengaruhi kinerja individu tenaga kerja yaitu: (1). Kemampuan mereka, (2) Motivasi, (3) Dukungan yang di terima, (4) Keberadaan pekerjaan yang mereka lakukan, dan (5) Hubungan mereka dengan organisasi.

Menurut Mangkunegara (2016), factor yang mempengaruhi kinerja antara lain: (1) Factor kemampuan. Secara psikologis kemampuan (*ability*) pegawai terdiri dari kemampuan potensi dan kemampuan realita. Oleh karena itu pegawai perlu di tetapkan pada pekerjaan sesuai dengan keahlian, (2). Factor motivasi. Motivasi terbentuk dari sikap (*attitude*) seroang pegawai dalam menghadapi situasi kerja. Motivasi merupakan kondisi yang menggerkan diri pegawai terarah untuk mencapai tujuan kerja.

Sikap mental merupakan kondisi mental yang mendorong seseorang untuk berusaha mencapai potensi kerja secara maksimal.

Menurut David dan Mc Clelland dalam Mangkunegara (2016), bahwa ada hubungan yang positif antara motif berprestasi dengan pencapaian kerja. Motiv prestasi adalah suatu dorongan dalam diri seseorang untuk melakukan suatu kegiatan atau tugas dengan sebaik baiknya agar mampu mencapai prestasi kerja (kinerja) dengan predikat terpuji.

Dalam kaitannya dengan konsep kinerja, terlihat bahwa karakteristik individu seperti kepribadian, umur dan jenis kelamin, tingkat Pendidikan suku bangsa, keadaan sosial ekonomi, pengalaman terhadap keadaan yang lalu, akan menentukan perilaku kerja dan produktivitas kerja, baik individu maupun organisasi sehingga hal tersebut akan menimbulkan kepuasan bagi pelanggan maupun konsumen yang merasakan puas.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi kinerja ialah meliputi faktor internal dan eksternal. Faktor internal merupakan faktor yang muncul dari dalam individu sendiri. Sedangkan eksternal merupakan faktor yang dipengaruhi oleh lingkungan kerja, misalnya iklim organisasi dan pola hubungan kerja antar anggota dalam sebuah institut.

Penilaian kinerja pada dasarnya merupakan faktor kunci guna mengembangkan suatu organisasi secara efektif dan efisien, karena ada kebijakan atau program yang lebih baik dari sumber daya manusia yang ada di dalam organisasi. Penilaian kinerja individu sangat bermanfaat bagi dinamika pertumbuhan organisasi secara keseluruhan, melalui penilaian tersebut maka dapat diketahui kondisi sebenarnya tentang bagaimana kinerja karyawan. <https://id.m.wikipedia.co.id> Di akses 01 Juli 2021.

Sedangkan penilaian kinerja menurut (Wilson Bangun) dikutip dalam buku Manajemen Sdm, di akses 01 Juli 2021. Penilaian kinerja adalah proses yang dilakukan organisasi untuk mengevaluasi atau menilai keberhasilan karyawan dalam melaksanakan tugasnya. Penilaian kinerja dapat dilakukan dengan membandingkan hasil kerja yang dicapai karyawan dengan standar pekerjaan. Bila hasil kerja yang diperoleh sampai atau melebihi standar pekerjaan dapat dikatakan kinerja seseorang karyawan dapat dikategorikan baik. Demikian sebaliknya, seorang karyawan yang hasil pekerjaannya tidak mencapai standar pekerjaan termasuk pada kinerja yang tidak baik atau berkinerja rendah.

Target menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah sasaran atau atas ketentuan sebagiannya yang telah ditetapkan untuk dicapai, <https://jagokata.co.id>. Di akses 07 Juli 2021.

Target berarti sasaran merupakan penjabaran dari tujuan, yaitu apa yang akan dicapai atau dihasilkan oleh organisasi atau perusahaan dalam jangka waktu tertentu. Sasaran usaha harus spesifik, terukur, jelas kriterianya, memiliki indikator yang rinci sehingga bisa tercapai secara efektif dan efisien, sesuatu hasil yang diharapkan dari tujuan tertentu dengan target yang telah ditentukan. <https://www.brainly.co.id>. Di akses 07 Juli 2021 target ialah sasaran atau tujuan dan suatu hasil yang diharapkan dari tujuan tertentu dengan target yang telah ditentukan oleh perusahaan maupun organisasi.

Dalam sebuah perbankan, pengkreditan bahkan dalam usaha koperasi sekalipun sering ada yang namanya lowongan untuk posisi Relationship Officer. Pengertian Relationship Officer adalah sebuah posisi kerja dalam perusahaan keuangan atau perbankan yang mana terlibat langsung dalam dunia marketing. Jika dilihat dari dalam pengertian Relationship Officer adalah posisi atau divisi yang bertugas untuk menjaga hubungan baik dengan nasabah perusahaan dalam dunia perbankan, baik secara internal maupun dalam eksternal perusahaan.

RO (Relationship Officer) salah satu divisi kerja yang selalu ada dalam dunia perbankan maupun perusahaan, seorang Relationship Officer harus dituntut untuk mencapai target yang ada sesuai dengan arahan atasan maupun pimpinan yang ada dalam unit kerja perbankan maupun perusahaan.

METODE PENELITIAN

Data adalah catatan atas kumpulan fakta, data juga merupakan bentuk jamak dari *datum* yang berasal dari Bahasa latin yang berarti “sesuatu yang diberikan”. Dalam penggunaan sehari-hari data berarti suatu pernyataan yang diterima secara apa adanya. Dalam pokok bahasan manajemen pengetahuan, data dicirikan sebagai suatu yang bersifat menyah dan tidak memiliki konteks. Data sekedar ada dan tidak memiliki signifikansi makna diluar keberadaannya itu. Data bisa muncul dalam berbagai bentuk, terlepas dari bisa dimanfaatkan atau tidak. Melalui <https://blog.data.co.id>. Di akses 15 Juli 2021.

Penelitian adalah suatu kegiatan yang dilaksanakan dalam suatu sistematis, metodologi ilmiah dengan tujuan untuk memperoleh sesuatu yang baru atau asli dalam usaha memecahkan suatu masalah yang setiap saat dapat timbul di masyarakat.

Penelitian sering dilakukan untuk menguji hipotesa mungkin benar atau tidak, anggapan yang salah menghasilkan keputusan yang salah juga. Data dapat memberikan gambaran tentang keadaan atau persoalan di mana pada dasarnya penelitian adalah untuk membuka informasi yang tidak diketahui menjadi diketahui. Untuk mencapai tujuan tersebut

di perlukan pemikiran yang logis, rasional, dan di dukung untuk suatu fakta penelitian itu sendiri dapat di lakukan dengan berbagai macam metode. Pengukuran merupakan kepercayaan dalam penelitian ilmiah, karen pengukuran merupakan jembatan untuk sampai pada observasi. Penelitian selalu mengharuskan pengukuran variable dalam relasi yang di pelajari.

Analisis regresi sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y) analisi regresi juga merupakan metode pendugaan degan menggunakan suatu pola hubngan variabel-variabel. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independent dengan variabel dependen apakah positif atau negatif.

Kolerasi sederhana merupakan suatu Teknik untuk mengukur kekuatan dua hubungan variabel, hubungan antar dua variabel biasanya di sebut koefision korelasi dan di lambangkan dengan symbol "r" nilai koefision "r" akan selalu berada di antara -1 sampai 1.

Analisis korelasi sederhana (*Bivariate Correlation*) di gunakan untuk mengukur keeratan hubungan (korelasi) antara dua variabel. Koefision korekasi sederhana menunjukan seberapa erat hubungan yang terjadi antara dua variabel yaitu variabel X dan variabel Y.

Analisis korelasi sederhana dengan metode pearson atau sering di sebut produk momen pearson. Untuk dapat mengukur kuat tidaknya hubungan antara variabel X dan variabel Y di ukur dengan suatu nilai yang telah di beri symbol "r". nilai korelasi (r) berkisar 1 sampai -1, nilai semakin mendekati 1 atau -1 berarti hubungan antara dua variabel semakin kuat, sebaliknya nilai yang mendekati 0 berarti hubungan antara dua variabel semakin lemah. Nilai positif menunjukan hubungan searah (x naik maka y naik). Dan nilai negative menunjukan hubungan terbalik (x turun maka y turun).

<https://duwicconsultant.blogspot.com> di akses 05 Juli 2021. menurut sugiyono (2007) pedoman untuk memberikan interprestasi koefision korelasi sebagai berikut :

Internal Koefision	Tingkat Hubungan
0,80 – 1,000	Sangat kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,40 – 0,599	Cukup kuat
0,20 – 0,399	Rendah
0,00 – 0,199	Sangat rendah

Analisis koefision korelasi (r) dengan menggunakan formulasi alternatif

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x) \cdot (\sum y)}{\sqrt{[n \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2] [n \cdot \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Dimana :

- N : Banyaknya pasangan data
X dan Y
 $\sum X$: Total jumlah dari variabel X
 $\sum Y$: Total jumlah dari variabel Y
 $\sum X^2$: Kuadrat dari total jumlah variabel X
 $\sum Y^2$: Kuadrat dari total jumlah variabel Y
 $\sum XY$: Hasil perkalian dari total jumlah variabel X dan Y

Koefision determinasi yang di simbolkan dengan r^2 di gunakan untuk dapat mengukur kebaikan (goodness of fit) dari persamaan regresi yaitu memberikan proporsi atau presentasi variasi total dalam variabel terikat yang telah di jelaskan oleh variabel bebas, yang mengukur seberapa besar pengaruh variable X terhadap pengaruh variabel Y. presentase besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terkait. Dalam regresi r^2 sebagai pengukur seberapa baik regresi mendekati nilai data asli yang di buat model. N r^2 terletak antar 0 – 1, dan kecocokan model yang dapat di katakana lebih baik kalau r^2 semakin mendekati 1. Sehingga angka tersebut dapat menunjukan garis regresi cocok dengan data secara sempurna.

Analisis koefision korelasi determinasi (r^2) dengan menggunakan formulasi altenatif :

$$r^2 = \frac{\{(n)(\sum xy) - (\sum X)(\sum Y)\}^2}{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\} \cdot \{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}$$

Penguji statistic t di lakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) secara persial (sendiri) memiliki pengaruh terhadap variabel Y.

Hasil data yang di peroleh dari 20 orang responden yaitu X = Kinerja dan Y = Target Relationship officer, yang di peroleh data dari Kuesioner Penelitian, dalam bentuk skala likert dengan tabel di bawah ini.

Responden	X	Y	X2	Y2	XY
1	43	50	1849	2500	2150
2	49	50	2401	2500	2450
3	50	50	2500	2500	2500
4	44	50	1936	2500	2200
5	44	46	1936	2116	2024
6	41	48	1681	2304	1968
7	40	48	1600	2304	1920

8	44	50	1936	2500	2200
9	42	48	1764	2304	2016
10	38	45	1444	2025	1710
11	39	48	1521	2304	1872
12	38	48	1444	2304	1824
13	46	50	2116	2500	2300
14	40	48	1600	2304	1920
15	43	42	1849	1764	1806
16	45	50	2025	2500	2250
17	41	48	1681	2304	1968
18	43	48	1849	2304	2064
19	40	48	1600	2304	1920
20	45	41	2025	1681	1845
Jumlah	855	956	36757	45822	40907

Untuk dapat memperoleh hasil yang telah jelas dari setiap data yang telah diuraikan di atas, maka peneliti akan menggunakan metode Analisis Regresi Sederhana melalui program Komputer Microsoft Excel dengan menggunakan Analisis Toolpak. Pada bagian pembahasan ini akan menjelaskan mengenai hasil perhitungan yang menjelaskan nilai konstanta atau intercept yang di simbolkan dengan (a) yang nilai Y dan X = 0, serta koefisien-koefisien yang menentukan hubungan, pengaruh antara kedua variabel X dan Y yaitu (Kinerja) dengan (Target Relationship officer) dan juga untuk menentukan pula pengujian hipotesisnya. Seperti koefisien (b) yang di artikan sebagai koefisien regresi atau nilai peningkatan dan penurunan dari kedua variable, koefisien korelasi (R) Serta koefisien determinasi. Hasil perhitungan yang di peroleh dapat di lihat dari tabel summary output yang dapat melaporkan kekuatan hubungan antara model (variabel bebas) dengan (variabel terikat). Sedangkan untuk menguji penerimaan (*acceptability*) model prespektif statistic dalam bentuk Analisa sumber keragaman dapat di lihat melalui tabel ANOVA (*Analysis of Variance*). Adapun hasil yang di peroleh dari perhitungan yang telah dilakukan adalah sebagai berikut :

Nilai konstanta a : 39,904495
 Nilai b : 0,1846901
 Nilai R : 0,23676173
 Nilai R² : 0,05605612

Sehingga di peroleh hasil persamaan regresi

$$Y = 39,904495 + 0,1846901 X$$

Koefisien regresi di gunakan untuk mengetahui arah hubungan antara kinerja dengan target dari seorang Relationship officer apakah positif atau negative. Dalam persamaan regresi jika hasilnya menunjukkan negative maka di anggap tidak searah atau tidak signifikan, sebaliknya jika hasil tersebut

hasilnya menunjukkan positif maka di anggap searah atau signifikan. Dari hasil perhitungan tersebut di ketahui nilai konstanta a = 39,904495 dan nilai konstanta b = 0,1846901 maka dapat di peroleh hasil model regresi di nyatakan bahwa kinerja mempunyai hubungan yang kuat dengan target relationship officer. Sehingga persamaan regresi antara kedua variabel dapat di katakan searah yaitu $Y = 39,904495 + 0,1846901X$

Koefisien korelasi merupakan suatu penelitian yang di gunakan untuk dapat mengetahui keeratan hubungan yang terjadi antara kinerja dengan target dari seorang relationship officer. Jika nilai koefisien yang di hasilkan positif nilainya maka dapat di katakan memiliki hubungan yang berbanding lurus, sedangkan jika nilai yang di hasilkan adalah negative maka memiliki hubungan yang tidak berbanding lurus.

Berdasarkan tabel "Model Summary" dapat di simpulkan r memiliki nilai yang positif yaitu $r = 0,236761$ ini berarti menunjukkan keeratan hubungan antara kinerja dengan target relationship officer. Nilai $r = 0,236761$ yang di peroleh ini dapat di lihat pada tabel interpretasi di atas yang menunjukkan hubungan antara kedua variabel yaitu memiliki hubungan yang rendah karena nilai 0,236761 berada di 0,20-0,399.

Dalam suatu penelitian koefisien determinasi di gunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel kinerja (X) terhadap variabel target relationship officer (Y). apabila nilai koefisien determinasi sebesar 1 (100%) menunjukkan adanya hubungan yang sempurna, sedangkan untuk nilai koefisien dengan nilai sebesar 0 maka hal tersebut tidak menunjukkan adanya hubungan antara variabel independent (kinerja) dengan variabel dependen (pencapaian target relationship officer).

Berdasarkan perhitungan yang di lakukan melalui Analysis Toolpak besarnya koefisien Determinasi $r^2 = 0,056056$ atau 05,6056% itu artinya bahwa kinerja pengaruhnya sebesar 5% dan sisanya 95% di pengaruhi oleh faktor-faktor lain. Nilai $r^2 = 0,056056$ yang dalam tabel interpretasi berada di antara 0,00-0,199 sehingga dapat di katakan hubungan antara kedua variabel tersebut sangat rendah.

Berdasarkan hasil yang di peroleh di atas, dapat di simpulkan bahwa kinerja memiliki hubungan yang rendah dengan pencapaian target dari seorang relationship officer, serta memiliki pengaruh yang sangat rendah dengan nilai koefisien korelasi $r = 0,236761$ dengan koefisien determinasi $r^2 = 0,056056$ sehingga antara variabel X dan Y memiliki hubungan yang sangat rendah.

KESIMPULAN DAN SARAN

Nilai konstanta a dan b yang di peroleh yaitu $a = 39,904495$ dan untuk $b = 0,1846901$ sesuai dengan pernyataan jika hasilnya menunjukan positif maka di anggap searah atau signifikan, dan sebaliknya jika hasilnya menunjukkan negative maka di anggap tidak searah atau tidak signifikan, sehingga dapat di katakan persamaan regresi antara kedua variabel bahwa kinerja dengan target relationship officer mempunyai hubungan yang searah. Sehingga dapat di peroleh hasil model regresi yaitu, $Y = 39,904495 + 0,1846901 X$

Koefisien korelasi sebesar $r = 0,23676173$ di mana menurut tabel interpretasi nilai $r = 0,23676173$ ini berada di antara 0,20-0,399 sehingga antara variabel Kinerja dengan pencapaian Target Relationship Officer memiliki hubungan yang rendah.

Koefisien Determinasi atau $r^2 = 0,05605612$ sehingga dapat di katakan antara kinerja dengan pencapaian target relationship officer memiliki pengaruh sebesar 5% dan sisanya 95% yang di pengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Kinerja tidak memiliki pengaruh terhadap pencapaian target dari seorang relationship officer. Walaupun memiliki hubungan yang searah antara kedua variabel, tetapi hubungan yang dimiliki keduanya sangat rendah. Hal ini bisa di sebabkan oleh data yang di peroleh terlalu sedikit, sehingga setelah di analisis tidak terdapat pengaruh pada penelitian ini.

Pihak bank, Sebaiknya PT Bank Sulut Go Cabang Tahuna khususnya seorang Relationship Officer lebih meningkatkan Kualitas pekerjaan dalam ber promosi untuk setoran tabungan lebih di tingkatan lagi dengan cara yang lainnya agar nasabah menarik dan mau mengikuti program tabungan.

Pihak nasabah, khususnya bagi nasabah yang mengikuti program setoran tabungan agar lebih di tingkatan lagi jumlah setoran tabungan agar dapat di pergunakan tabungan tersebut dengan lebih baik untuk keperluan yang mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Alrauf, A. (2019). Optimalisasi Office Channeling Dalam Meningkatkan Pangsa Pasar Perbankan Syariah Pada Bni Syariah Cabang Makassar. *Laa Maisyir: Jurnal Ekonomi Islam*, 6(2), 171-190.
- Astarina, I., & Hapsila, A. (2015). *Manajemen Perbankan*. Deepublish.
- Bangun, W. (2017). Labor productivity and competitiveness (A study: The comparison of Indonesian with ASEAN). *International Journal of Applied Business and Economic Research*, 15(6), 289-294.

<https://www.ojk.co.id>. Di akses 25 Juni 2021.

<https://id.m.wikipedia.com>. Di akses 01 Juli 2021.

<http://www.dosenpendidikan.co.id>. Di akses 01 Juli 2021.

- Nurliarsari, D. (2017). *Pengaruh Sistem Insentif dan Pelatihan terhadap Kinerja Karyawan dengan Motivasi Kerja sebagai Variabel Intervening pada Account Officer BNI Consumer and Retail Loan Center* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo).
- Purbayu, A., & Ashari, A. (2005). *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel & SPSS*. Andi Offset, Yogyakarta.
- Tantri, F., & Abdullah, T. (2019). *Manajemen pemasaran*.
- Wijayanto, D., & SPi, M. M. (2013). *Pengantar manajemen*. Gramedia Pustaka Utama.



PENGARUH STOK GUDANG TERHADAP OMSET PENJUALAN DI PT PANCARAN BERKAT MULIA TAHUNA

Jumeidi Lisca Mangamba¹, Arif. I. Janis², Alvin. I. Sentinuwo³

AKP GMIST Tahuna¹²³

Email : arifjanis@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh perusahaan yang bergerak dibidang perekonomian yaitu sebagai perusahaan pendistribusian barang atau distributor. PT Pancaran Berkat Mulia Tahuna adalah distributor yang mendistribusikan produk Unilever. Dimana persediaan barang adalah kegiatan utama dalam mencapai omset penjualan yang maksimal. Rumusan masalah dalam KTI ini adalah Bagaimana pengaruh stok gudang terhadap omset penjualan di PT Pancaran Berkat Mulia Tahuna? Tujuan penelitian Untuk mengetahui pengaruh stok gudang terhadap omset penjualan di PT Pancaran Berkat Mulia Tahuna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Koefisien Regresi nilai konstanta $a = 1019514478$ dan nilai $b = 0,08560938$ sehingga persamaan regresi kedua variabel X dan variabel Y dapat dikatakan searah atau signifikan artinya stok gudang mempunyai hubungan searah dengan omset penjualan. Koefisien Korelasi nilai $R^2 = 0,87185458$ menunjukkan sangat kuat antara stok gudang dan omset penjualan, karena nilai 0,87 berada di antara 0,80 – 1,000. Koefisien Determinasi berdasarkan hasil diatas stok gudang memiliki hubungan yang sangat kuat dengan omset penjualan dengan nilai koefisien $r = 0,93$ dan $r^2 = 0,87$. Nilai t uji yang diperoleh t hitung = 13,79554361 dan nilai t tabel = 2,776445105 dapat dirumuskan bahwa t hitung > t tabel, sehingga hipotesis dari kedua tabel Stok Gudang dengan Omset Penjualan maka Stok Gudang memiliki pengaruh terhadap Omset Penjualan.

Kata kunci : Stok Gudang, Omset Penjualan

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan teknologi dan informasi membawa dampak terhadap tatanan kehidupan dunia. Perubahan yang cepat dan mendasar terjadi dalam kehidupan disegala bidang terutama dalam bidang perekonomian yang menuntut kebebasan berinteraksi antar kehidupan yang ada didunia tanpa mengenal batas wilayah. Salah satu konsekuensi logis dari perubahan dunia kearah globalisasi adalah adanya pergeseran cara pandang dalam pelaksanaan perdagangan.

Perusahaan dalam keberadaannya sebagai unit organisasi, pada umumnya didirikan dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan dengan cara menyediakan barang atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Keuntungan bisa diperoleh apabila perusahaan dapat mencapai volume penjualan yang maksimal. Volume penjualan merupakan salah satu faktor penentu yang sangat berpengaruh terhadap pencapaian laba bersih, sedangkan keuntungan atau laba merupakan sarana yang penting bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan.

Oleh karena itu perusahaan harus berusaha menciptakan volume penjualan yang menguntungkan dengan cara menstabilkan stok barang pada gudang. Semakin tinggi volume penjualan maka laba yang diperoleh semakin meningkat, dengan demikian perusahaan akan mampu bertahan hidup, tumbuh dan berkembang lebih lanjut, serta tangguh dalam mengatasi pengaruh faktor-faktor lingkungan yang senantiasa berubah.

Modal yang tertanam dalam persediaan merupakan harta lancar yang paling besar dalam perusahaan, dan juga merupakan bagian yang paling besar dalam harta perusahaan. Penjualan akan menurun jika barang tidak tersedia dalam bentuk, jenis, mutu, dan jumlah yang diinginkan pelanggan. Prosedur pembelian yang tidak efisien atau upaya penjualan yang tidak memadai dapat membebani suatu perusahaan dengan persediaan yang berlebihan atau tidak terjual. Jadi, penting bagi perusahaan untuk mengendalikan perusahaan secara cermat untuk membatasi biaya penyimpanan yang terlalu besar. Kerusakan, pemasukan yang tidak benar, lalai untuk mencatat permintaan, barang yang dikeluarkan tidak sesuai dengan pesanan, dan semua kemungkinan lainnya dapat menyebabkan catatan persediaan berbeda dengan persediaan yang sebenarnya ada digudang. Untuk itu, diperlukan pemeriksaan persediaan atas catatan melakukan perhitungan yang sebenarnya.

Kebanyakan perusahaan melakukan perhitungan fisik setahun sekali. Namun ada juga yang melakukannya sebulan sekali.

PT Pancaran Berkah Mulia Tahuna adalah perusahaan yang bergerak dibidang perekonomian yaitu sebagai distributor yang mendistribusikan produk Unilever. Produk yang didistribusikan oleh PT Pancaran Berkah Mulia Tahuna memiliki berbagai jenis produk. Karena cukup banyak jenis produk dan mobilitas keluar masuk barang sehingga akan terjadi kehilangan ataupun pencurian stok barang, akibatnya diperlukan pengendalian intern yang baik agar tidak terjadi penyelewengan dalam menjalankan tugas.

Persediaan barang merupakan salah satu aktivitas kerja yang sangat penting bagi perkembangan perusahaan dagang karena persediaan barang merupakan unsur utama dalam bidang perdagangan, diperlukan untuk menjamin kelancaran pemenuhan permintaan. Sebab bila tidak ada persediaan barang maka kebutuhan tidak terpenuhi dan akan sangat berpengaruh terhadap pencapaian keuntungan perusahaan. Kemajuan atau keberhasilan suatu perusahaan salah satunya dipengaruhi oleh persediaan barang. Masalah umum dalam persediaan barang khususnya diwilayah kepulauan adalah pada bagian penyaluran barang. Sering terjadi keterlambatan dalam penyaluran barang pada saat mengimport barang dari luar wilayah ke kepulauan sangihe.

Sehingga distributor pun mengalami kesulitan dalam melakukan pendistribusian atau memenuhi permintaan barang konsumen. Dan hal tersebut berimbas pada omset penjualan di distributor PT Pancaran Berkah Mulia Tahuna.

Omset adalah jumlah uang hasil penjualan barang (dagangan) tertentu selama masa jual. Penjualan adalah suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategi yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba (Marwan, 1991). Penjualan merupakan sumber hidup suatu perusahaan, karena dari penjualan dapat diperoleh laba serta suatu usaha memikat konsumen yang diusahakan untuk mengetahui daya tarik konsumen sehingga dapat mengetahui hasil produk yang dihasilkan.

Menurut Moekijat (2011:488) definisi penjualan adalah suatu kegiatan yang bertujuan untuk mencari pembeli, mempengaruhi serta memberikan petunjuk agar pembeli dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan produksi yang ditawarkan serta mengadakan perjanjian mengenai harga yang menguntungkan untuk kedua belah pihak.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan omset penjualan adalah jumlah uang yang diterima oleh penjual atau pengusaha dengan banyaknya

barang yang diserahkan kepada pembeli atau konsumen dengan harga yang sudah disepakati.

Menurut Swastha dan Irawan (2000), permintaan pasar dapat diukur dengan menggunakan volume fisik maupun volume rupiah. Berdasarkan pendapat Swastha dan Irawan tersebut, pengukuran volume penjualan dapat dilakukan dengan 2 cara, yaitu didasarkan jumlah unit produk yang terjual dan didasarkan pada nilai produk yang terjual (omset penjualan).

Volume penjualan yang diukur berdasarkan unit produk yang terjual, yaitu jumlah unit penjualan nyata perusahaan dalam suatu periode tertentu, sedangkan nilai produk yang terjual (omset penjualan), yaitu jumlah nilai penjualan nyata perusahaan dalam suatu periode tertentu. Dalam penelitian ini pengukuran volume penjualan didasarkan pada jumlah unit produk yang terjual.

Beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan adalah sebagai berikut (Swastha dan Irawan, 1990): (1) Kondisi dan Kemampuan Penjual. Penjual harus dapat meyakinkan kepada pembelinya agar dapat berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan.

Penjual harus memahami beberapa masalah penting yang sangat berkaitan, yakni: (1) Jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan; (2) Harga produk; dan (3) Syarat penjualan seperti : pembayaran, pengantaran, pelayanan sesudah penjualan, garansi dan sebagainya.

Adapun faktor-faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan adalah: (1) Jenis pasarnya; (2) Kelompok pembeli; (3) Daya belinya; (4) Frekuensi pembelian; dan (5) Keinginan dan kebutuhan.

Tujuan dari perusahaan adalah untuk menciptakan nilai (*value creation*) bagi pelanggannya secara menguntungkan, sehingga perusahaan juga harus mencari pelanggan yang juga bisa memberikan nilai bagi perusahaan.

Penjual atau pengusaha harus memiliki sejumlah modal untuk memperkenalkan barang atau produknya. Untuk melakukannya diperlukan adanya sarana serta usaha, seperti : alat transport, tempat peragaan baik didalam perusahaan maupun diluar perusahaan, usaha promosi dan sebagainya.

Pada perusahaan besar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri (bagian penjualan) yang dipegang orang-orang tertentu atau yang ahli dibidang penjualan.

Faktor-faktor lain yang dimaksud, seperti : periklanan, peragaan, kampanye, pemberian hadiah sering mempengaruhi penjualan.

METODOLOGI PENELITIAN

Variabel merupakan element penting dalam masalah penelitian. Dalam statistik, variable didefinisikan sebagai konsep, kualitas, karakteristik,

atribut, atau sifat-sifat dari suatu objek (orang, benda, tempat dll) yang nilainya berbeda-beda antara satu objek dengan objek lainnya dan sudah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.

Variabel independent merupakan variable yang mempengaruhi dan menyebabkan perubahan pada faktor yang diukur atau dipilih oleh seorang peneliti dalam mengetahui hubungan antara fenomena yang diamati. Variabel independent adalah variable yang menyebabkan atau mempengaruhi perubahan variable dependent atau yang menyebabkan perubahan variabel dependent. Jika variabel independent berubah, variabel dependent juga berubah. Variabel ini diukur, dimanipulasi atau dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungannya dengan gejala yang diamati.

Variabel dependent adalah apa yang diukur dalam percobaan. Ini adalah perubahan karena adanya perubahan pada variabel independent. Variabel dependent juga disebut variabel output, kriteria atau konsekuensi. Itu adalah akibat atau pengaruh yang ditimbulkan oleh variabel bebas. Penelitian ini mengamati dan mengukur variabel dependent untuk mengetahui pengaruh variabel independent. Variabel dependent disebut juga variabel yang terpengaruh atau dihasilkan karena variabel independent. Yang dapat mempengaruhi variabel terikat (IV) adalah variabel bebas (DV).

Analisis regresi sederhana bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari suatu variabel terhadap variabel lainnya. Pada analisis regresi suatu variabel yang mempengaruhi disebut variabel bebas atau independent variabel, sedangkan variabel yang dipengaruhi disebut variabel terikat atau dependent variabel. Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independent (X) dengan variabel dependent (Y).

Analisis regresi sederhana dapat digunakan untuk mengetahui arah dari hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, apakah memiliki hubungan positif atau negative serta untuk memprediksi nilai dari variabel terikat apabila nilai variabel bebas mengalami kenaikan maupun penurunan. Pada regresi sederhana biasanya data yang digunakan memiliki skala interval dan rasio.

Rumus regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Variabel dependent. Omset Penjualan di PT Pancaran Berkah Mulia Tahuna

X = Variabel independent. Stok Gudang di PT Pancaran Berkah Mulia Tahuna

a = Konstanta (nilai dari Y apabila X = 0)

b = Koefisien regresi (pengaruh positif atau negatif)

Formula nya sebagai berikut :

$$a = \frac{(\sum y \cdot \sum x^2) - (\sum x \cdot \sum xy)}{(\sum x^2)}$$

$$b = \frac{n \cdot \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{n \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

Perhitungan ini menggunakan rumus dasar analisis regresi, maka yang akan dicari terlebih dahulu adalah nilai a dan b. dan kedua rumus diatas dipakai untuk menghitung dua variabel yaitu X dan Y.

Analisis korelasi sederhana (*Bivariate Correlation*) digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara dua variabel dan untuk mengetahui arah hubungan yang terjadi. Koefisien korelasi sederhana menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara dua variabel. Analisis korelasi sederhana dengan metode Pearson atau sering disebut *Product Moment Pearson*. Nilai korelasi (r) berkisar antara 1 sampai -1, nilai semakin mendekati 1 atau -1 berarti hubungan antara dua variabel semakin kuat, sebaliknya nilai mendekati 0 berarti hubungan antara dua variabel semakin lemah. Nilai positif menunjukkan hubungan searah (X naik maka Y naik) dan nilai negatif menunjukkan hubungan terbalik (X naik maka Y turun).

Menurut Sugiyono (2007) pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut:

Internal Koevision	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Koefisien determinasi (R square R kuadrat) atau disimbolkan dengan “*r*” yang bermakna sebagai sumbangan yang diberikan variabel bebas atau variabel independent (X) terhadap variabel terikat atau variabel dependent (Y) atau dengan kata lain, nilai koefisien determinasi atau R square ini berguna untuk memprediksi dan melihat seberapa besar kontribusi pengaruh yang diberikan variabel X secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel Y.

Analisis Koefisien Korelasi Determinasi (*r*²) dengan menggunakan formulasi alternatif :

$$r^2 = \frac{\{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)\}^2}{\{n(\sum x^2) - (\sum x)^2\} \cdot \{n(\sum y^2) - (\sum y)^2\}}$$

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Perusahaan perdagangan pendistribusian barang atau biasa disebut distributor mempunyai tujuan untuk mendapatkan keuntungan dari omset penjualan dengan cara meningkatkan stok pada gudang agar dapat memenuhi permintaan pelanggan atau konsumen.

Jika nilai t dihitung t table, maka H0 diterima dan Ha ditolak yang berarti variabel independent (stok gudang) tidak berpengaruh signifikan secara persial terhadap variabel dependent (omset penjualan) dan jika nilai t dihitung t table maka H0 ditolak dan Ha diterima yang berarti variabel independent (stok gudang) berpengaruh signifikan secara persial terhadap variabel dependent (omset penjualan).

Pada bagian ini dijelaskan tentang hasil data yang diperoleh dari stok gudang dan omset penjualan di PT Pancaran Berkah Mulia Tahuna selama 5 periode terakhir yaitu periode 2016 sampai dengan periode 2020.

Adapun data stok gudang dan omset penjualan yang dapat diuraikan sebagai berikut :

Tabel 1 Data Stok Gudang periode 2016 s/d 2020

No	Tahun	Stok Gudang (Rp)
1.	2016	2,374,897,446
2.	2017	2,901,962,739
3.	2018	2,943,482,799
4.	2019	2,864,002,366
5.	2020	3,094,079,048

Sumber data : Bagian Operational Manager dan bagian Operator PT Pancaran Berkah Mulia Tahuna

Pada tabel data stok gudang diatas menjelaskan bahwa periode 2016 stok gudang yang dimiliki oleh PT Pancaran Berkah Mulia Tahuna sebesar Rp. 2,374,897,446 dibandingkan dengan stok gudang periode 2017 sebesar Rp.2,901,962,739 dari hasil ini dapat dikatakan bahwa stok gudang untuk periode 2016 dan 2017 terjadi peningkatan sebesar 18,16 %. Dan untuk periode 2018 persediaan stok gudang sebesar Rp. 2,943,482,799 atau telah terjadi peningkatan stok gudang sebesar 1,41 % dari periode 2017 sampai dengan periode 2018. Persediaan stok gudang periode 2019 sebesar Rp. 2,864,002,366 antara persediaan stok gudang yang dimiliki perusahaan pada periode 2018 dan periode 2019 terjadi penurunan 2,70 % dan sedangkan stok gudang di periode 2020 sebesar Rp. 3,094,079,048 telah terjadi peningkatan sebesar 7,43%.

Tabel .2 Data Omset Penjualan periode 2016 s/d 2020

No	Tahun	Omset Penjualan (Rp)
1.	2016	17,072,985,317
2.	2017	20,847,017,214
3.	2018	21,631,992,676
4.	2019	21,096,401,648
5.	2020	25,424,698,091

Sumber data : Bagian Operational Manager dan bagian Operator PT Pancaran Berkah Mulia Tahuna

Koefisien (b) yang diartikan sebagai nilai peningkatan dan penurunan dari kedua variabel, koefisien Korelasi Sederhana (r) serta koefisien Korelasi Determinasi (r^2). Hasil perhitungan dapat dilihat dari tabel Summary Output yang melaporkan kekuatan hubungan antara model variabel bebas dengan variabel terikat. Sedangkan untuk menguji penerimaan (acceptability) model pespektif statistic dapat dilihat melalui tabel ANOVA (Analysis of Variance). Berikut hasil yang diperoleh dari perhitungan tersebut :

Nilai Konstanta (a)	: 1019514478
Nilai (b)	: 0,08560938
Nilai (r)	: 0,93373153
Nilai (r^2)	: 0,87185458

Sehingga diperoleh hasil persamaan regresi

$$Y = 1019514478 + 0,08560938 X$$

Koefisien Regresi digunakan untuk mengetahui hubungan antara Stok Gudang dengan Omset Penjualan apakah positif atau negatif.

Dalam persamaan regresi jika hasilnya menunjukkan negatif maka dianggap tidak searah atau tidak signifikan. Dan sebaliknya jika hasilnya menunjukkan positif maka dianggap searah atau signifikan. Dari hasil perhitungan maka nilai konstanta $a = 1019514478$ dan nilai koefisien regresi $b = 0,08560938$, sehingga persamaan regresi antara kedua variabel dapat dikatakan searah atau signifikan yang artinya stok gudang mempunyai hubungan yang searah dengan omset penjualan.

Koefisien Korelasi digunakan suatu penelitian untuk mengetahui keeratan hubungan yang terjadi antara Stok Gudang dan Omset Penjualan. Jika nilai koefisien korelasi satu variabel yang dihasilkan positif nilainya, maka dapat dikatakan memiliki hubungan yang berbanding lurus. Sedangkan jika nilai koefisien korelasi satu variabel yang dihasilkan negatif nilainya, maka memiliki hubungan yang tidak berbanding lurus.

Berdasarkan tabel "Model Summary" dapat disimpulkan bahwa nilai r memiliki nilai yang positif yaitu $r = 0,93373153$ ini berarti menunjukkan sangat kuat hubungan antara Stok Gudang dan Omset Penjualan.

Nilai $r = 0,93373153$ yang diperoleh ini dapat dilihat pada tabel interpretasi yang menunjukkan hubungan yang sangat kuat, karena nilai 0,93 berada pada titik 0,80 – 1,000.

Koefisien Determinasi dalam suatu penelitian digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel stok gudang (X) terhadap variabel omset penjualan (Y). Apabila nilai koefisien determinasi sebesar 0,87 (87%), menunjukkan adanya hubungan sangat kuat. Sedangkan jika nilai koefisien dengan nilai sebesar 0 maka hal tersebut tidak menunjukkan adanya hubungan antara variabel independent (Stok

Gudang) dengan variabel dependent (Omset Penjualan).

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan melalui Analysis Toolpak besarnya Koefisien Determinasi adalah $r^2 = 0,87$ atau 87% itu artinya Stok Gudang sangat mempengaruhi Omset Penjualan sebesar 87%. Nilai $r^2 = 0,87$ yang berada diantara 0,80 – 1,000 sehingga dikatakan bahwa hubungan antara Stok Gudang dengan Omset Penjualan sangat kuat.

Berdasarkan hasil diatas, dapat disimpulkan bahwa Stok Gudang memiliki hubungan yang sangat kuat dengan Omset Penjualan, dan sangat mempengaruhi Omset Penjualan dengan nilai Koefisien Korelasi $r = 0,93$ dan Koefisien Determinasi $r^2 = 0,87$ sehingga antara variabel X dan variabel Y memiliki hubungan yang sangat kuat.

Untuk membuktikan apakah Stok Gudang berpengaruh terhadap Omset Penjualan, maka yang harus dilakukan yaitu pengujian statistic t dengan langkah-langkah sebagai berikut : (1) Mencari t tabel dengan ketentuan tingkat signifikan taraf nyata (level of significance) yaitu sebesar 5% atau α , 0,05.df atau derajat kebebasan $n - k = 3$, sehingga t tabel sebagai taraf nyata dari X atau variabel Stok Gudang penggunaan t tabel ($0,05.3$) = 2,776445105.

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan dengan menggunakan Microsoft Excell melalui Analysis Toolpak, nilai uji t yang diperoleh t hitung = 13,79554361 dan nilai t tabel = 2,776445105 dapat dirumuskan bahwa t hitung > t tabel, sehingga hipotesis dari kedua tabel Stok Gudang dengan Omset Penjualan maka keputusan menolak Hipotesis nol (H_0) dan menerima Hipotesis alternatif (H_a), artinya bahwa Stok Gudang memiliki pengaruh terhadap Omset Penjualan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Nilai konstanta a diperoleh yaitu $a = 1019514478$ dan untuk konstanta $b = 0,08560938$. Sesuai dengan pernyataan jika hasilnya positif maka dianggap searah dan jika nilainya negatif maka dianggap tidak searah. Dari pernyataan ini dapat disimpulkan bahwa Stok Gudang mempunyai hubungan yang searah dengan Omset Penjualan. Jika nilai variabel X atau Stok gudang semakin tinggi maka nilai variabel Y atau Omset Penjualan semakin tinggi pula.

Koefisien Korelasi sebesar $r = 0,93$ dimana menurut tabel interpretasi nilai r ini berada diantara 0,80 – 1,000, sehingga antara variabel Stok Gudang dan Omset Penjualan memiliki hubungan yang sangat kuat.

Koefisien Determinasi atau $r^2 = 0,87$ atau 87%, sesuai dengan hasil perhitungan yang telah diperoleh

maka dapat dikatakan bahwa Stok Gudang memiliki hubungan sangat kuat terhadap Omset Penjualan sebesar 87%.

Dari hasil yang diperoleh dari nilai t hitung = 13,79554361 dan nilai t tabel = 2,776445105 sehingga dapat diartikan bahwa Stok Gudang mempengaruhi Omset Penjualan.

Pihak PT Pancaran Berkah Mulia Tahuna. Lebih ditingkatkan lagi persediaan barang, agar kebutuhan konsumen bisa terpenuhi dan hasilnya omset penjualan pada perusahaan pun bisa meningkat. Bagi konsumen yang membeli atau memesan barang sebaiknya dapat memeriksa barang apakah sesuai dengan nota faktur agar proses pembayaran sesuai dengan jatuh tempo.

DAFTAR PUSTAKA

- Alie, M. S., & Kurniati, N. S. (2018). Pengaruh Perputaran Kas, Perputaran Piutang, Perputaran Persediaan Terhadap Rentabilitas Ekonomi Pada Perusahaan Otomotif Yang Go Public Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2016. *Jurnal ekonomi*, 20(3), 336-347.
- Mufidah, R. A., Budiraharjo, K., & Sumarjono, D. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga terhadap Volume Penjualan Beras Premium Perum Bulog Sub Divisi Regional Wilayah V Kedu. *Mediagro*, 14(2).
- Noor, M. (2017). Strategi meningkatkan omset penjualan dagangan melalui praktik cuci gudang perspektif marketing syariah (Doctoral dissertation, IAIN Palangka Raya).
- SAPUTRI, F. N. D. (2020). PENGARUH BEBAN PROMOSI DAN BEBAN DISTRIBUSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA UD. SANKI UTAMA DI SURABAYA (Doctoral dissertation, STIE MAHARDHIKA SURABAYA).
- Sriatun, S. (2004). PENGARUH MERK DAN KEMASAN TERHADAP VOLUME PENJUALAN MINUMAN PADA PT. BINASARANA JAYAMURNI (DISTRIBUTOR) (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pakuan).
- Supriadi, Y., & Syahidah, H. (2018). Analisis Pengaruh Kebijakan Investasi, Pertumbuhan Penjualan Dan Efisiensi Biaya Operasi Terhadap Profitabilitas. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 6(1), 65-75.
- SUWELEH, H. A. (2014). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Produk Truk Fuso FN 527 HL Pada PT. Bosowa Berlian Motor Di Kota Makassar. Skripsi Universitas Hasanuddin Makassar.
- Wahyudi, R. (2015). Analisis pengendalian persediaan barang berdasarkan metode eoq di Toko Era Baru Samarinda. *Ejournal Ilmu Administrasi Bisnis*, 2(1), 162-173.
- Wigati, R., Azis Fathoni, S. E., Amboningtyas, D., & MM, S. (2018). THE INFLUENCE OF SALES VOLUME, INTEREST RATE AND STOCK PRICES TOWARDS STOCK RETURNS. *Journal of Management*, 4(4).
- Zevi, I. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Pada Pt. Proderma Sukses Mandiri (Bachelor's thesis, Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).



ANALISA PENGARUH SUBSCRIBER DAN JAM TAYANG TERHADAP PENDAPATAN YOUTUBER

Yustus Sumonda¹, Arif Ichsan Janis², Djuraidj Rumiki³

AKP GMIST Tahuna¹²³

Email: jurairum@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini di latar belakang oleh YouTube merupakan salah satu media sosial dengan situs web yang menyediakan berbagai macam video-video yang di buat oleh pengguna youtube itu sendiri. Youtube juga bisa jadi wadah untuk penghasilan, dimana jika video yg diupload atau di unggah memiliki *viewers* yang sangat banyak maka itu akan menjadi *royalti* untuk si pengupload. Hasil penelitian menunjukan bahwa koefisien regresi nilai konstanta $a = 178906097,7$ dan nilai $b_1 = -0,268232436$ $b_2 = 0,001053447$ model regresi linier berganda di nyatakan hubungan antara jam tayang(b_1) dan pendapatan adalah negative artinya jika jam tayang naik maka pendapatan turun sebaliknya jumlah subscriber naik maka pendapatan akan naik. Sedangkannilai $b_2 = 0,001053447$ menunjukan hubungan positif antara Jumlah Subscriber dengan pendapatan, jika Jumlah subscriber naik sebesar 1 ,maka pendapatan akan naik sebesar 0,001053447. Koefisien Korelasi Nilai $R = 0,071391475$ yang di peroleh dapat menunjukan hubungan antara kedua variable Jam tayang dan Jumlah Subscriber yaitu memiliki hubungan yang sangat rendah karena nilai R berada di 0,00-0,199. Koefisien Determinasi $R^2 = 0,005096743$ atau 0,005% itu artinya bahwa jam tayang dan subscriber berpengaruh terhadap pendapatan youtuber sebesar 0,05 % dan sisanya sebesar 99,5 di pengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar model. Perhitungan uji t untuk x_2 yang diperoleh t hitung = 0,150394 dan nilai t tabel = 1,99055 dapat di rumuskan bahwa t hitung < t tabel, sehingga hipotesis dari kedua tabel antara jam tayang dan subscriber dengan pendapat youtuber, maka keputusan menolak hipotesis alternatif (H_a) dan menerima hipotesis nol (H_0). Dengan artian bahwa jam tayang dan subscriber memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap pendapatan youtuber. Uji F untuk menguji hipotesis diperoleh nilai f hitung = 0,24 dan f tabel = 3,10 dengan artian f hitung < f table dengan artian hipotesis antara kedua variable ditolak Yang artinya antara jam tayang dan subscriber terhadap pendapatan youtuber memiliki hubungan yang tidak signifikan. Dalam artian antara jam tayang dan subscriber secara serempak tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Disarankan Pihak Youtube sebaiknya memberikan kemudahan bagi para Youtuber Indonesia dalam hal mendapatkan pendapatan dari konten-kontennya, berupa biaya per klik disamakan dengan negara lain misalnya di USA. Youtuber harus menghasilkan karya yang asli bukan merupakan hasil plagiat, sehingga tidak ada klaim dari pihak youtube maupun youtuber lain yang karyanya dijiplak oleh pihak tertentu. Youtuber harus lebih banyak mendapatkan subscriber sebagai pelanggan konten, sehingga jika subscriber bertambah ditunjang dengan jam tayang yang meningkatkan menambah pendapatan Youtuber.

Kata kunci : Youtube, Youtuber, Subscribe, Jam Tayang

PENDAHULUAN

Teknologi dan komunikasi saat ini semakin berkembang pesat dengan hadirnya bantuan internet yang di gunakan masyarakat untuk berkomunikasi, hiburan menambah pengetahuan, dan mencari tau tentang adanya berita-berita terbaru yang lagi viral. Media sosial youtube mulai naik daun sejak 5 tahun yang lalu sampai dengan saat ini.

Youtube merupakan salah satu media sosial dengan situs web yang menyediakan berbagai macam video-video yang di buat oleh pengguna youtube itu sendiri. Dimana kita bisa menikmati media sosial ini dengan cara melihat video atau gambar yang bergerak.

Youtube juga bisa jadi wadah untuk penghasilan, dimana jika video yg diupload atau di unggah memiliki *viewers* yang sangat banyak maka itu akan menjadi *royalti* untuk si pengupload. Namun untuk mendapatkan penghasilan tersebut, seorang *content creator* dituntut untuk membuat konten yang menarik dan menguploadnya secara rutin guna menggaet banyak *subscriber*. Kemudian untuk memonetasi video youtube harus memenuhi beberapa syarat seperti channel youtube yang dimiliki sudah mendapatkan 4 ribu tayangan dalam 12 bulan terakhir dan minimal sudah memiliki 1.000 *subscriber*. Cara mengecek penghasilan youtuber. Seorang youtuber baru bisa mendaftar AdSense bila sudah memiliki 1.000

Subscriber. Pasalnya adanya perhitungan *Cost per mille* (CPM) atau biaya per 1.000. Youtuber Amerika Serikat (AS) bisa mendapatkan 2 USD atau Rp29.462 per 1000 *view*, sementara di Indonesia, angkanya hanya 0,5 USD atau Rp7.365. Selain CPM, terdapat juga *Cost per Click* (CPC) atau biaya per klik yakni uang yang didapat seorang Youtuber per klik iklan di videonya. CPC di Indonesia adalah Rp5.000 per klik. Masalahnya setiap 1000 *view* hanya ada 3 klik iklan sehingga *Click-Through Rate* (CTR) yang di dapat hanya 0,3 persen. Dari ilustrasi di atas kita bisa mengetahui pendapatan youtuber 1000 *subscriber* berapa rupiah menggunakan rumus *Revenue per Impresion* (RPM). Rumus ini untuk menghitung uang yang akan di dapat dari setiap 1.000 penayangan iklan pada seluruh video di channel youtube.

Maka dari itu sekarang youtube sangat di minati oleh berbagai kalangan. Dan juga youtube ini menjadi media sosial yang sangat populer karena penggunaan dan penikmatnya bisa menggunakan secara gratis entah untuk mengupload video atau pun sekedar menikmati video di youtube. Youtube memiliki empat kategori yang di dalamnya meliputi musik, *game*, *news*, *movie*. Awalnya situs ini merupakan sebuah situs yang dipegang independen oleh ketiga pemiliknya yang bernama Steven Chen,

Chad Hurley, dan Jawed Karim pada februari 2005, sebelum akhirnya pada akhir 2006 situs ini dibeli oleh Google. Di Indonesia perkembangan youtube sangat dinamis, youtuber-youtuber Indonesia antar lain Atta Halilintar dan youtuber lainnya, yg sedang mendapat penghasilan di atas rata-rata dari youtuber lainnya.

Menurut Wikipedia, <https://id.wikipedia.org> diakses 10 Agustus 2021. Youtube adalah sebuah situs web berbagi video yang dibuat oleh tiga *paypal* pada februari 2005. Situs ini memungkinkan pengguna mengunggah, menonton dan berbagi video. Perusahaan ini berkantor pusat di San Bruno, California, dan memakai teknologi *Adobe Flash* video dan HTML5 untuk menampilkan berbagai macam konten video buatan pengguna, termasuk klip film, klip TV, dan video musik. Selain itu ada pula konten amatir seperti *blog* video, video *orsinal* pendek, dan video pendidikan. Dengan banyaknya pengguna youtube di Indonesia menimbulkan kegemaran baru, kegemaran tersebut dapat menciptakan penghasilan baru bagi para pengguna youtube tersebut. Youtube merupakan suatu wada untuk menciptakan suatu popularitas baru dengan bertujuan untuk mendapatkan suatu keuntungan. Tidak sedikit para artis televisi berpindah haluan menjadi artis youtube dikarenakan youtube lebih diminati oleh masyarakat dari pada televisi, hal ini sesuai dengan slogan dari youtube itu sendiri yaitu "youtube lebih dari TV". Keuntungan yang didapatkan di dalam youtube dapat berupa suatu popularitas atau bahkan penghasilan tambahan dengan pengaksesan dan peraihan penghasilan yg mudah membuat youtube menjadi salah satu lahan pekerjaan.

Sumber penghasilan menurut kamus besar bahasa indonesia adalah asal, sedangkan penghasilan adalah sesuatu yang diadakan dibuat, dijadikan, dan sebagainya oleh usaha. Istilah sumber penghasilan dalam youtube adalah *monetise*. *Monetise* merupakan cara untuk menghasilkan uang dari youtube, dapat dengan menampilkan iklan, menerima sponsor dari pihak lain, menjual produk sendiri, dan lain sebagainya. Sebagai seorang youtuber, agar dapat me-*monetise* video harus bergabung dengan youtube *parner program* (YPP). Untuk dapat bergabung dengan youtube *pertner program* harus memenuhi syarat-syarat berikut: (1) Channel youtube harus mempunyai setidaknya sudah memiliki 10.000 penayangan. Artinya jika ingin me-*monetise* channel youtube tersebut harus ditonton setidaknya 4.000 kali; dan (2) Video-video di channel youtube sudah ditonton 4.000 jam dalam jangka 1 tahun dan memiliki minimal 10.000 pelanggan (*Subscriber*). Pada tahun 2018 youtube merubah persyaratan kelayakan untuk me-*monetasi* menjadi 4.000 jam tayang dalam 12 bulan terakhir dan 1.000 pelanggan

(subscriber). Perubahan *monetisasi* youtube ini dilakukan untuk memperbaiki pedoman dan kebijakan youtube.

Menaati peendoman komunitas youtube. Menurut pedoman komunitas youtube, berikut hal-hal yang tidak boleh ditampilkan di video youtube: (1) Konten yang berisi muatan *seksual*, (2) Konten yang merugikan atau berbahaya, misalkan konten yang mendorong orang-orang untuk melakukan hal yang berbahaya, hal-hal yang menyebabkan terluka, atau tindakan lainnya yang merugikan, (3) Konten kekerasan atau *vulgar*, (4) Konten yang melanggar hak cipta, artinya youtuber tidak diperbolehkan mengupload musik, video milik orang lain tanpa izin penggunaan dari pemilik musik, video asli, dan (5) Konten yang mengandung kebencian, seperti ujaran kebencian, mempromosikan kekerasan terhadap individu atau kelompok berdasarkan ras atau etnis, agama, disabilitas, jenis kelamin, usia, kebangsaan, status veteran, atau orientasi *seksual* ataupun identitas *gender*. Youtube dapat menghasilkan uang dari iklan yang ditayangkan di videonya, serta dari *subscriber* youtube premium yang menonton kontennya. Ada dua macam youtube *partner program*, yaitu google AdSense dan MCN (*Multi Channel Network*), seperti yang dijelaskan dalam latar belakang diatas.

Pendapatan yang di peroleh dari para youtuber adalah melalui *impression* yang di miliki akun tersebut. *Impression* adalah jumlah iklan yang tampil di layar penonton. Semakin besar *impression* sebuah video yang di unggah, maka akan semakin besar pendapatan yang diterima. Pada dasarnya, pendapatan dari youtube ads memiliki dua indikator, yaitu CPM (*Cost per Mille*) dan CPC (*Cost per Click*). Cara menghitung CPM, yaitu setiap seribu *views* pada iklan dalam laman video akan dihargai sekitar US\$1 atau sebesar Rp 14 ribu. Sementara CPC sendiri adalah yang di hasilkan dari jumlah klik pada iklan yang ada pada laman video kita. Biasanya, per klik bernilai sekitar Rp 5.000 sampai Rp 12.000.

Sebagai ilustrasi, bila kita memiliki 5.000 *views* pada iklan di akun youtube maka pendapatan yang akan di terima sejumlah US\$5. Jangan lupa, tambahkan juga dengan jumlah *klik* pada iklan. Kemudian jumlah total CPM ditambah dengan CPC di sebut sebagai *revenue* atau jumlah pendapatan. Angka inilah yaang akan kita dapatkan dari satu video yang di unggah dari youtube.

Menjadi konten youtube memang tidak mudah. Dibutuhkan kreativitas untuk membuat konten yang orsinal namun tetap menarik. Berikut adalah beberapa jenis video yang menghasilkan (1) Video review dan unboxing. Secara psikologis, setiap manusia memiliki rasa ingin tau yang sangat tinggi. Hal inilah yang membuat video-video *review* dan *unboxing* laris manis dan banyak dicari oleh

pengguna Youtube. Mulai dari *review gadget*, elektronik, *game*, mainan anak hingga *skincare*. Semua orang tidak memandang usia, selalu menyukai sensasi membongkar sesuatu yang tersembunyi atau di bungkus. Tidak berbeda jauh seperti kita berbelanja *online*, saat barang tiba kita pasti tidak sabar untuk segera membuka kemasannya, (2) Video tutorial. Seperti halnya video *review*, video tutorial juga banyak dicari oleh berbagai kalangan masyarakat. Tutorial artinya panduan untuk membuat atau melakukan sesuatu. Mengapa video ini termasuk laris di youtube. Karena kita bisa lebih interaktif dalam memberikan langkah-langkah melalui video dibanding tulisan dan gambar saja, (3) Video listicle. Video *listicle* adalah jenis video yang memberikan daftar menarik untuk di ditonton dengan di sertai narasi yang tentu menarik juga. Topiknya bisa beragam, mulai pengetahuan umum, hal-hal yang lagi viral, lucu, receh, hingga gadget atau teknologi, dan (4) Video animasi. Nyatanya video animasi tidak kalah laris di youtube. Ada banyak channel yang membuat konten video animasi yang pada umunya diperuntungkan bagi semua kalangan umur.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini variabel yang diukur adalah: (1) Variabel independen Yang dimaksud dalam penelitian ini adalah *subscriber* dan jam tayang. (2) Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pendapatan *subscriber* selama menjadi youtuber sejak channelnya di monetisasi.

Sumber data yang digunakan adalah: (1) Data primer atau data asli ini diperoleh sumber-sumber tertentu yang dapat pada objek penelitian ini dari para youtuber-youtuber yang sudah dimonetisasi, dan (2) Data sekunder atau data tambahan biasanya diperoleh dari sumber-sumber terdahulu seperti buku jurnal, dan lain-lain.

Populasi dalam penitian ini adalah semua para youtuber yang ada di Indonesia. Adapun dalam penelitian ini dibatasi hanya beberapa youtuber yang merupakan responden. Sampel dalam penelitian ini adalah responden yang diambil secara acak sesuai kuesioner yang disebar melalui Google Doc

Analisis regresi sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variable independen (X) dengan variable dependen (Y) analisisregresi juga merupakan metode pendugaan dengan menggunakan suatu pola hubungan variabel-variabel. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independent dengan variable dependen apakah positif atau negative.

Untuk perhitungan dengan rumus dasar analisis regresi, maka terlebih dahulu kita mencari nilai a dan

b. kedua rumus di atas di pakai untuk menghitung dua variable yaitu X dan Y.

Kolerasi sederhana merupakan suatu Teknik untuk mengukur kekuatan dua hubungan variabel, hubungan antar dua variable biasanya di sebut koefisionkorelasi dan di lambangkan dengan symbol “r” nilai koefision “r” akan selalu berada di antara -1 sampai 1.

Analisis korelasi sederhana (*Bivariate Correlation*) di gunakan untuk mengukur keeratan hubungan (korelasi) antara dua variabel. Koefisionkorelasi sederhana menunjukan seberapa erat hubungan yang terjadi antara dua variable yaitu variable X dan variabel Y.

Analisis korelasi sederhana dengan metode pearson atau sering di sebut produk momenpearson. Untuk dapat mengukur kuat tidaknya hubungan antara variabel X dan variabel Y di ukur dengan suatu nilai yang telah di beri symbol “r”. nilai korelasi (r) berkisar 1 sampai -1, nilai semakin mendekati 1 atau -1 berarti hubungan antara dua variable semakin kuat, sebaliknya nilai yang mendekati 0 berarti hubungan antara dua variable semakin lemah. Nilai positif menunjukan hubungan searah (x naik maka y naik). Dan nilai negative menunjukan hubungan terbalik (x turun maka y turun).

<https://duwiconsultant.blogspot.com> di akses 10 Agustus 2021. Menurut sugiyono (2007) pedoman untuk memberikan interpretasi koefision korelasi sebagai berikut :

Internal Koefision	Tingkat Hubungan
0,80 – 1,000	Sangatkuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,40 – 0,599	Cukupkuat
0,20 – 0,399	Rendah
0,00 – 0,199	Sangatrendah

Analisis koefision korelasi(r) dengan menggunakan formulasi alternatif

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x) \cdot (\sum y)}{\sqrt{[n \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2] [n \cdot \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Dimana :

N : Banyaknya pasangan data X dan Y

$\sum X$: Total jumlah dari variabel X

$\sum Y$: Total jumlah dari variabel Y

$\sum X^2$: Kuadrat dari total jumlah variabel X

$\sum Y^2$: Kuadrat dari total jumlah variabel Y

$\sum XY$: Hasil perkaliandari total jumlah variabel X dan Y

Koefision determinasi yang di simbolkan dengan r^2 di gunakan untuk dapat mengukur kebaikan (goodness of fit) dari persamaan regresi yaitu memberikan proporsi atau presentasi variasi total dalam variable terikat yang telah di jelaskan oleh variable bebas, yang mengukur seberapa besar pengaruh variable X terhadap pengaruh variabel Y. presentasi sebesarnya pengaruh variable bebas terhadap variable terkait. Dalam regresi r^2 sebagai pengukur seberapa baik regresi mendekati nilai data asli yang di buat model. r^2 terletak antar 0 – 1, dan kecocokan model yang dapat di katakana lebih baik kalau r^2 semakin mendekati 1. Sehingga angka tersebut dapat menunjukan garis regresi cocok dengan data secara sempurna.

Analisis koefision korelasi determinasi (r^2) dengan menggunakan formulasi alternatif:

$$r^2 = \frac{\{n(\sum xy) - (\sum X)(\sum Y)\}^2}{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\} \cdot \{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}$$

Pengujian statistic t di lakukan untuk mengetahui apakah variable bebas (X) secara persial (sendiri) memiliki pengaruh terhadap variabel Y. Mencari nilai (t) tabel yang di sesuaikan dengan ketepatan Tingkat signifikan taranyata level of significance yaitu 5% atau $\alpha = 0,05$. Dengan perhitungan DF (degree of freedom) atau di sebut dengan derajat kebebasan $df = n - k$. Uji (t) dengan menggunakan formulasi alternatif :

$$t = \frac{b}{sb}$$

Dimana :

t : hitung

b : Nilai parameter

sb : Standar error dari b

Uji t pada dasarnya menunjukan seberapa jauh pengaruh variabel independent (*subscriber* dan jam tayang) menerangkan variasi variable dependen (pendapatan youtuber). Pengujian uji t di lakukan dengan membandingkan nilai t hitung dan nilai t table menetapkan apakah H_0 dan H_a di terima.

Jika nilai t hitung < t tabel, maka H_0 di terima dan H_a ditolak yang berarti variabel independent (*subscriber* dan jam tayang) tidak berpengaruh signifikan secara Persial terhadap variable dependen (Pendapatan youtuber). Sedangkan jika t hitung > t table maka H_0 di tolak dan H_a di terima yang berarti variabel independent (*subscriber* dan jam tayang) berpengaruh signifikan secara persial terhadap variabel (Pendapatan youtuber).

Menetapkan tingkat signifikan α atau taraf nyata. Dalam pengujian uji t juga harus di tentukan taraf nyata atau α yang di beri symbol α . taraf nyata

di gunakan untuk menguji regresi kolinearitas atau tidaknya variabel. Semakin tinggi taraf nyata yang di gunakan semakin tinggi pula penolakan terhadap hipotesis nol. Jika f hitung lebih kecil dari f table maka dapat di nyatakan regresi linier. Hasil uji kolinearitas dapat pula di gunakan untuk menguji apakah variabel (X) berpengaruh terhadap variabel (Y) Yaitu dengan membandingkan f table sesuai dengan tarafsignifikan yang sudah di tentukan yaitu sebesar 5%. Adapun rumus yang di gunakan dalam uji f ini adalah sebagai berikut :

$$f \frac{s_1^2}{s_2^2}$$

Dimana :

F : Nilai hitung

s_1^2 : Nilai varianterbesar

s_2^2 : Nilai varian terkecil

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Sesuai hasil perhitungandari 100 orang youtuber sebagai Responden yang menjadi objek penelitian maka diperoleh hasil sebagai berikut :

Nilai konstanta (a) : 178906097,7

Nilai b_1 : -0,268232436

Nilai b_2 : 0,001053447

Nilai R : 0,071391475

Nilai R^2 : 0,005096743

Sehingga di peroleh hasil persamaan regresi linier berganda

$Y = 178906097,7 + -0,268232436 X_1 + 0,001053446 X_2$

Dari hasil perhitungan tersebut diketahui nilai $a = 178906097,7$ dan nilai $b_1 = -0,268232436$ $b_2 = 0,001053447$ maka dapat di peroleh hasil model regresi linier berganda di nyatakan hubungan antara jam tayang dan pendapatan adalah negative artinya jika jam tayang naik maka pendapatan turun sebaliknya jumlah subscriber naik maka pendapatan akan naik. Hubungan negative antara jam tayang dan pendapatan bisa terjadi dalam Youtube, jumlah jam tayang tidak selalu menaikkan pendapatan, seperti di tulis oleh Yogarta awawa dalam <https://www.qoala.app/id/blog/inspirasi/panduan-penghasilan-youtuber> diakses 24 Agustus 2021 yang mengatakan “Seperti diketahui biaya Per 1.000 view tayangan iklan di YouTube Indonesia berkisar Rp7.000-an. Besar atau kecilnya jumlah penghasilan yang didapat bisa karena tidak banyak iklan yang ditampilkan dalam video YouTube. Apakah bila kamu mendapatkan 1.000.000 views dengan RPM 7.000 maka akan mendapatkan Rp7.000.000?”

Perhitungan tidak demikian karena pihak YouTube akan menghitung berapa kali penayangan iklan dalam video itu. Misalnya bila dari 1.000.000 views kamu mendapatkan 500.000 penayangan iklan, maka dengan RPM 7.000 pendapatan kamu adalah

Rp3.500.000. (Perhitungannya jumlah tayangan iklan /1.000*RPM: 7.000 rupiah).

Sedangkan nilai $b_2 = 0,001053447$ menunjukkan hubungan positif antara Jumlah Subscriber dengan pendapatan, jika Jumlah subscriber naik sebesar 1 , maka pendapatan akan naik sebesar 0,001053447.

Berdasarkan tabel “Model Summary” dapat disimpulkan R memiliki nilai yang positif yaitu $R = 0,071391475$ ini berarti R menunjukkan keeratan hubungan antara jam tayang dan subscriber dengan pendapatan youtuber. Nilai $R = 0,071391475$ yang di peroleh dapat di lihat pada table interpretasi diatas yang menunjukkan hubungan antara kedua variabel yaitu memiliki hubungan yang sangat rendah karena nilai r berada di 0,00-0,199.

Berdasarkan perhitungan yang di lakukan melalui Analysis Toolpak besarnya koefisien Determinasi $R^2 = 0,005096743$ atau 0,005% itu artinya bahwa jam tayang dan subscriber berpengaruh terhadap pendapatan youtuber sebesar 0,05 % dan sisanya sebesar 99,5 di pengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar model.

Untuk membuktikan apakah jam tayang dan subscriber berpengaruh terhadap pendapatan youtuber, maka di lakukan pengujian statistic t dengan mencari t table dengan ketentuan tingkat signifikan taraf nyata (level of signifcance) yaitu sebesar 5% atau $\alpha = 0.05$, df atau derajat kebebasan dengan rumus $n - k = 100 - 2 = 98$, sehingga t table sebagai taraf nyata dari X atau variable kinerja, hasil t table dapat di lihat pada table distribusi t yaitu = 1,66055

Berdasarkan perhitungan, nilai uji t untuk x_1 yang di peroleh t hitung = -0,69846 dan nilai t tabel = 1,66055 dapat di rumuskan bahwa t hitung < t tabel, sehingga hipotesis dari kedua tabel antara jam tayang dan subscriber dengan pendapatan youtuber, maka keputusan menolak hipotesis alternatif (H_a) dan menerima hipotesis nol (H_0). Berdasarkan perhitungan uji t untuk x_2 yang diperoleh t hitung = 0,150394 dan nilai t tabel = 1,99055 dapat di rumuskan bahwa t hitung < t tabel, sehingga hipotesis dari kedua tabel antara jam tayang dan subscriber dengan pendapat youtuber, maka keputusan menolak hipotesis alternatif (H_a) dan menerima hipotesis nol (H_0). Dengan artian bahwa jam tayang dan subscriber memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap pendapatan youtuber,

Menetapkan tingkat signifikan f atau taraf nyata (uji f). Tingkat singkat signifikan f atau di kenal dengan uji f ini di gunakan untuk dapat mengetahui perbandingan antara f hitung dengan f table dengan ketentuanyaitu : jika f hitung > f table maka hipotesis antara kedua variabel diterima sebaliknya jika f hitung < f table maka hipotesis dari kedua variabel di tolak.

Dari perhitungan yang telah dilakukan menggunakan Analysis Toolpak, maka diperoleh nilai $f_{hitung} = 0,24$ dan $f_{tabel} = 3,10$ dengan artian $f_{hitung} < f_{tabel}$ dengan artian hipotesis antara kedua variable ditolak Yang artinya antara jam tayang dan subscriber terhadap pendapatan youtuber memiliki hubungan yang tidak signifikan. Dalam artian antara jam tayang dan subscriber tidak memiliki pengaruh yang signifikan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Koefisien regresi diketahui nilai $a = 178906097,7$ dan nilai $b_1 = -0,268232436$ $b_2 = 0,001053447$ maka dapat diperoleh hasil model regresi linier berganda dinyatakan hubungan antara jam tayang (b_1) dan pendapatan adalah negative artinya jika jam tayang naik maka pendapatan turun sebaliknya jumlah subscriber naik maka pendapatan akan naik. Sedangkan nilai $b_2 = 0,001053447$ menunjukkan hubungan positif antara Jumlah Subscriber dengan pendapatan, jika Jumlah subscriber naik sebesar 1, maka pendapatan akan naik sebesar 0,001053447

Koefisien Korelasi Nilai $R = 0,071391475$ yang diperoleh dapat menunjukkan hubungan antara kedua variable Jam tayang dan Jumlah Subscriber yaitu memiliki hubungan yang sangat rendah karena nilai R berada di 0,00-0,199.

Koefisien Determinasi $R^2 = 0,005096743$ atau 0,005% itu artinya bahwa jam tayang dan subscriber berpengaruh terhadap pendapatan youtuber sebesar 0,05 % dan sisanya sebesar 99,5 di pengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar model.

Berdasarkan perhitungan uji t untuk x_2 yang diperoleh $t_{hitung} = 0,150394$ dan nilai $t_{tabel} = 1,99055$ dapat dirumuskan bahwa $t_{hitung} < t_{tabel}$, sehingga hipotesis dari kedua tabel antara jam tayang dan subscriber dengan pendapat youtuber, maka keputusan menolak hipotesis alternatif (H_a) dan menerima hipotesis nol (H_0). Dengan artian bahwa jam tayang dan subscriber memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap pendapatan youtuber.

Uji F untuk menguji Hipotesis diperoleh nilai $f_{hitung} = 0,24$ dan $f_{tabel} = 3,10$ dengan artian $f_{hitung} < f_{tabel}$ dengan artian hipotesis antara kedua variable ditolak Yang artinya antara jam tayang dan subscriber terhadap pendapatan youtuber memiliki hubungan yang tidak signifikan. Dalam artian antara jam tayang dan subscriber secara serempak tidak memiliki pengaruh yang signifikan.

Pihak Youtube sebaiknya memberikan kemudahan bagi para Youtuber Indonesia dalam hal mendapatkan pendapatan dari konten-kontennya, berupa biaya per klik disamakan dengan negara lain misalnya di USA.

Youtuber harus menghasilkan karya yang asli bukan merupakan hasil plagiat, sehingga tidak ada klaim dari pihak youtube maupun youtuber lain yang karyanya dijiplak oleh pihak tertentu.

Youtuber harus lebih banyak mendapatkan subscriber sebagai pelanggan konten, sehingga jika subscriber bertambah ditunjang dengan jam tayang yang meningkat akan menambah pendapatan Youtuber.

Daftar Pustaka

- Adi, A. N., Suminar, J. R., & Sjafirah, N. A. (2019). Makna Subscriber Bagi Youtuber Kota Bandung. *Communication*, 10(2), 142-156.
- Atalia, I. (2019). Ternyata Jadi Youtuber Itu Mudah!. *Anak Hebat Indonesia*.
- Damanik, H. (2018). Analisis Positoning Youtubers Medan untuk Meningkatkan Subscribers (Studi Deskriptif pada Komunitas Medanizm).
- Enterprise, J. (2019). *Jadi Youtuber (AZ)*. Elex Media Komputindo.
- Enterprise, J. (2018). *Kitab Youtuber*. Elex Media Komputindo.
- Helianthusonfri, J. (2021). *15+ Social Media Marketing Apps*. Elex Media Komputindo.
- Sulaeman, A. R., Fazri, A., & Fairus, F. (2020). Strategi Pemanfaatan Youtube Dalam Bidang Dakwah Oleh Ulama Aceh. *Communication*, 11(1), 81-93.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Yogarta awawa dalam <https://www.goala.app/id/blog/inspirasi/panduan-penghasilan-youtuber> diakses 24 Agustus 2021
- Wikipedia, <https://id.wikipedia.org> diakses 10 Agustus 2021

e-ISSN. 2621-7554

Volume 4 No. 1 Juni 2021



Jurnal Ilmiah EKBANK

Akademi Keuangan dan Perbankan Tahuna



9 772621 755003

JURNAL ILMIAH EKBANK

VOL. 4

No. 1

Juni 2021