

JURNAL ILMIAH EKONOMI DAN BISNIS



ECOBUSS

Fakultas Ekonomi Universitas Panca Marga

- Analisis Pengaruh Pendidikan dan Pelatihan Terhadap Peningkatan Kualitas Akuntabilitas Keuangan Desa** 1-8
Hesti Irnanta
- Model Restorasi *Mall* Berbasis Biofilia Sebagai Pusat Gaya Hidup Baru Konsumen Metropolitan** 9-20
Purwanto, Erlina Hidyantari, Hardiono
- Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Masyarakat Terhadap Lembaga Keuangan Syariah** 21-27
Muhammad Rijalus Sholihin
- Analisis Rasio Keuangan Untuk Menilai Kinerja Keuangan Pada Elzatta Probolinggo** 28-39
Yayuk Indah Wahyuning Tyas
- Pengaruh Citra Destinasi dan Kepercayaan Wisatawan terhadap Keputusan Berkunjung** 40-45
(*Studi Pada Wisatawan Domestik di Pantai Balekambang, Kabupaten Malang*)
Raihan Wishal Nafis
- Penggunaan Metode *Balanced Scorecard* dan *SWOT* Sebagai Alat Pengukuran Kinerja Perusahaan Pada CV. Aqsha Kota Probolinggo** 46-52
Elis Susan Dwi, R. Hery Koeshardjono, Judi Suharsono



E C O B U S S

(Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis)

ISSN 2337 - 9340

Volume 8, Nomor 1, Maret 2020

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Kuasa, sehingga Jurnal Ecobuss Volume 8 Nomor 1 Edisi Maret 2020 bisa diterbitkan. Jurnal Ecobuss (Economic and Business) merupakan jurnal ilmiah ekonomi dan bisnis yang meliputi ilmu manajemen, akuntansi, bisnis/kewirausahaan, studi pembangunan maupun pendidikan ekonomi yang diterbitkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Panca Marga Probolinggo. Jurnal ini adalah hasil penelitian dan hasil pemikiran dari Civitas Fakultas Ekonomi dan pihak luar yang berminat pada perkembangan ilmu ekonomi serta terbit secara berkala setiap bulan Maret dan bulan September.

Redaksi berharap agar Jurnal ini terus dapat dikembangkan sehingga bisa terakreditasi pada masa0masa mendatang. Untuk itu Redaksi mengundang para peneliti agar dapat memanfaatkan Jurnal ini untuk mempublikasikan hasil penelitian atau pemikirannya.

Terima kasih kepada semua pihak yang telah berpartisipasi pada penerbitan jurnal EcoBuss ini dan semoga jurnal ini bisa bermanfaat bagi semua pihak.

Probolinggo, Maret 2020

Tim Redaksi

Alamat Redaksi: Fakultas Ekonomi Universitas Panca Marga
Jl. Yos Sudarso Pabean, Dringu, Probolinggo 67271 Telp. 0335 - 422715



E C O B U S S

(Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis)

ISSN 2337 - 9340

Volume 8, Nomor 1, Maret 2020

DEWAN REDAKSI JURNAL ECOBUSS
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS PANCA MARGA

PENANGGUNG JAWAB

Khusnik Hudzafidah, S.E.,M.Si.

PIMPINAN EDITOR

Mutinda Teguh Widayanto

ANGGOTA EDITOR

Deni Juliasari, STIE Widyagama Lumajang
Ahmad Yusuf, Universitas Yudharta Pasuruan
Hery Koeshardjono, Universitas Panca Marga
Yekti Rahajeng, Universitas Panca Marga
Renny Augustina, Universitas Panca Marga
Raihan Wishal Nafis, Universitas Panca Marga

REVIEWER

Prof. Dr. Abdul Haris, Universitas Panca Marga
Cakti Indra Gunawan PhD, Universitas Tribhuwana Tunggaladewi
M Chairul Basrun Umanailo, Universitas Iqra Buru
Dr. Moh. Saiful Bahri, Universitas Panca Marga
Dr. Judi Suharsono, Universitas Panca Marga
Ratna Wijayanti Daniar Paramita, STIE Widyagama Lumajang
Dr. Yunianto, Universitas Merdeka Malang
Dr Sunaryanto, Universitas Negeri Malang

Alamat Redaksi: Fakultas Ekonomi Universitas Panca Marga
Jl. Yos Sudarso Pabean, Dringu, Probolinggo 67271 Telp. 0335 - 422715



E C O B U S S

(Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis)

ISSN 2337 - 9340

Volume 8, Nomor 1, Maret 2020

DAFTAR ISI

	Halaman
Analisis Pengaruh Pendidikan dan Pelatihan Terhadap Peningkatan Kualitas Akuntabilitas Keuangan Desa Hesti Irnanta STIE Widya Gama Lumajang	1-8
Model Restorasi <i>Mall</i> Berbasis Biofilia Sebagai Pusat Gaya Hidup Baru Konsumen Metropolitan Purwanto ¹⁾ , Erlyna Hidyantari ²⁾ , Hardiono ³⁾ 1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas WR. Supratman Surabaya. 2,3) Fakultas Sosial dan Ilmu Politik Universitas WR. Supratman Surabaya	9-20
Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Masyarakat Terhadap Lembaga Keuangan Syariah Muhammad Rijalus Sholihin STIE Widya Gama Lumajang	21-27
Analisis Rasio Keuangan Untuk Menilai Kinerja Keuangan Pada Elzatta Probolinggo Yayuk Indah Wahyuning Tyas Fakultas Ekonomi Universitas Panca Marga	28-39
Pengaruh Citra Destinasi dan Kepercayaan Wisatawan terhadap Keputusan Berkunjung <i>(Studi Pada Wisatawan Domestik di Pantai Balekambang, Kabupaten Malang)</i> Raihan Wishal Nafis Fakultas Ekonomi Universitas Panca Marga	40-45
Penggunaan Metode <i>Balanced Scorecard</i> dan <i>SWOT</i> Sebagai Alat Pengukuran Kinerja Perusahaan Pada CV. Aqsha Kota Probolinggo Elis Susan Dwi, R. Hery Koeshardjono, Judi Suharsono Fakultas Ekonomi Universitas Panca Marga	46-52

Alamat Redaksi: Fakultas Ekonomi Universitas Panca Marga
Jl. Yos Sudarso Pabean, Dringgo, Probolinggo 67271 Telp. 0335 - 422715

Analisis Pengaruh Pendidikan dan Pelatihan Terhadap Peningkatan Kualitas Akuntabilitas Keuangan Desa

Hesti Irnanta
STIE Widya Gama Lumajang
e-mail : irnantahesti88@gmail.com

Abstrak:

Isu tentang desa merupakan salah satu isu perkembangan dan pembangunan yang menarik banyak kalayak, bahkan Presiden Jokowi sendiri memposisikan desa sebagai target utama pembangunan yang tercantum dalam Nawacita yakni membangun Indonesia dari pinggiran dengan memperkuat daerah-daerah dan desa dalam kerangka negara kesatuan sehingga desa menjadi salah satu bagian dari Kementerian desa, transmigrasi dan daerah tertinggal. Keberpihakan pemerintah terhadap desa sudah dimulai sejak terbitnya UU Desa No.6 Tahun 2014. Untuk nmewujudkan dana desa yang akuntabel maka ada banyak faktor yang mempengaruhi, penelitian ini bertujuan mengetahui apakah pendidikan dan pelatihan berpengaruh terhadap kualitas akuntabilitas keuangan desa, sumber data dari peneitian ini adalah kuisioner yang disevar di Kabupaten Lumajang dengan metode kuantitatif sebagai metode penelitian, hasil dari penelitiann menyatakan bahwa pendidikan dan pelatiahn berpengaruh signifikansi yang positif terhadap kualitas akuntabilitas keuangan desa bauik secara parsial maupun simultan dikarebakan pendidikan dan pelatihan menjadi landasan perangkat desa dalam menjalankan perencanaan, pelaksanaan serta pelaporan dana desa sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

Katakunci: Pendidikan, Pelatihan, Kualitas, Akuntabilitas, Dana Desa

Abstract:

The issue of villages is one of the issues of development and development that attracts many people, even President Jokowi himself positioned the village as the main target of development listed in Nawacita namely to build Indonesia from the periphery by strengthening regions and villages within the framework of a unitary state so that the village became one of the part of the Ministry of villages, transmigration and disadvantaged areas. The government's partisanship towards the village has been started since the issuance of Village Law No. 6 of 2014. To create an accountable village fund, there are many factors that influence, this study aims to determine whether education and training affect the quality of village financial accountability, the data source of this research is The questionnaire distributed in Lumajang Regency with quantitative methods as a research method, the results of the study stated that education and training had a positive significant effect on the quality of financial accountability of Bauik villages partially and simultaneously caused education and training to be the basis of village instruments in carrying out planning, implementation and reporting village funds in accordance with statutory regulations.

Keywords: Education, Training, Quality, Accountability, Village Funds.

PENDAHULUAN

Desa adalah kategori daerah otonom mulai dari tingkat teratas sampai terbawah yang memiliki kewenangan untuk mengurus rumah tangganya sendiri, desa merupakan bentuk pemerintahan terkecil yang dipimpin oleh Kepala Desa dari sebuah pemilihan rakyat secara langsung melalui pemilihan langsung, umum, bebas, dan rahasia, sehingga desa memiliki kesatuan masyarakat

hukum yang memiliki batas-batas wilayah yang berwenang untuk mengatur dan mengurus kepentingan masyarakat desa itu sendiri. Berkaitan dengan hal tersebut, diatur dalam Undang-Undang No.6 Tahun 2014 tentang desa yang menjelaskan bahwa desa merupakan masyarakat hukum yangmemiliki batas wilayah yang berwenang untuk mengatur dan mengurus urusan pemerintahan, kepentingan masyarakat

setempat berdasarkan prakarsa masyarakat, hak asal-usul atau hak tradisional yang diakui dan dihormati dalam sistem pemerintahan negara kesatuan Republik Indonesia.

Pemerintah desa merupakan strata pemerintahan yang paling bawah dan berhubungan langsung dengan masyarakat oleh karena itu tingkat kepercayaan masyarakat atas pengelolaan pemerintah desa merupakan hal penting dan dibutuhkan. Pada tataran tersebut desa sudah sejak lahirnya adalah suatu wilayah atau tempat yang memiliki sifat otonom dan selalu akan menjadi dinamis.

Isu tentang desa merupakan salah satu isu perkembangan dan pembangunan yang menarik banyak kalayak dalam beberapa tahun ini, bahkan Presiden Jokowi sendiri memosisikan desa sebagai target utama pembangunan yang tercantum dalam Nawacita yakni membangun Indonesia dari pinggiran dengan memperkuat daerah-daerah dan desa dalam kerangka negara kesatuan sehingga desa menjadi salah satu bagian dari Kementerian desa, transmigrasi dan daerah tertinggal. Keberpihakan pemerintah terhadap desa sudah dimulai sejak terbitnya UU Desa No.6 Tahun 2014 dan pemerintahan Jokowi memiliki tekad untuk melaksanakan mandat dari UU desa tersebut.

Kebijakan yang dilakukan untuk mendukung kemandirian desa adalah salah satunya dengan memberikan keleluasaan desa untuk mendapatkan pembiayaan langsung dari APBN yang tidak lain dalam rangka untuk mencari bentuk dan format ideal yang bisa menempatkan posisi desa sebagai suatu daerah yang memiliki sifat istimewa dan kejelasan status serta kepastian hukumnya dalam sistem ketatanegaraan Republik Indonesia (Faozi, 2014). Lebih lanjut pemerintah mengeluarkan Peraturan Menteri Dalam Negeri No.113 Tahun 2014 tentang pedoman pengelolaan keuangan desa mewujudkan pengelolaan keuangan yang efektif dan efisien. Dalam pengelolaan keuangan desa tersebut dapat diwujudkan tata kelola pemerintahan desa yang baik, yang memiliki tiga pilar utama yaitu transparansi, akuntabilitas dan partisipatif.

Akan tetapi keuangan desa merupakan hal krusial dan strategis bagi pemerintah desa maupun pemerintahan yang terkait, apa yang terjadi di desa pada dasarnya memperlihatkan bagaimana keuangan di suatu desa yang dilakukan oleh perangkat desa yang mana perencanaannya harus disusun dengan bersama pihak yang terkait, sebab dalam pelaksanaan dan pengelolaan Keuangan desa harus dikelola berdasarkan asas-asas transparan, akuntabel, partisipatif serta dilakukan dengan tertib dan disiplin anggaran.

Dalam hal pengelolaan dana desa, terdapat risiko terjadinya suatu kesalahan, baik bersifat administratif maupun substantif hal ini dapat mengakibatkan terjadinya permasalahan hukum, mengingat belum memadainya kompetensi kepala desa dan aparat desa dalam hal penatausahaan, pelaporan, dan pertanggungjawaban keuangan des.. Hal itu terjadi karena pemerintahan desa akan mendapatkan pendanaan program dan kegiatan dari berbagai sumber (APBN dan APBD Provinsi/Kabupaten) mengandung konsekuensi harus mampu mengelola secara transparan, akuntabel, dan bebas dari penyalahgunaan.

Pengelolaan keuangan desa merupakan suatu sub sistem dari pengelolaan keuangan negara dan daerah dalam mendanai penyelenggaraan pemerintahan desa dan pemberdayaan masyarakat desa sehubungan dengan hal tersebut, maka dalam pengelolaan keuangan desa diperlukan mengevaluasi standar yang digunakan dimulai dari aspek perencanaan dan penganggaran maupun aspek pelaksanaan, penatausahaan keuangan desa dan aspek pertanggungjawaban keuangan desa.

Proses perencanaan dan penganggaran maupun aspek pelaksanaan, penatausahaan keuangan desa dan aspek pertanggungjawaban merupakan kesempatan yang baik untuk melakukan evaluasi apakah pemerintahan desa melakukan tugasnya secara efektif dan efisien, dengan melakukan hal yang benar terhadap pencapaian tujuan

dan sasaran untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

Demi terwujudnya pelaporan keuangan desa yang akuntabel dan berkualitas perlu adanya banyak hal yang harus dipertimbangkan dari Sumber daya manusia itu sendiri, sebab sumber daya manusia yang akan melaksanakan dan membentuk laporan keuangan yang akuntabel dan berkualitas, dengan demikian dalam hal ini SDM harus menjadi perhatian penting bagi setiap pemerintah desa.

Pendidikan dan Pelatihan bagi sumber daya manusia sangat dibutuhkan dalam melaksanakan penyusunan, perencanaan, sampai pelaksanaan penggunaan keuangan desa.

METODE

Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif, mengingat selain kuisisioner, informasi tambahan seperti wawancara masih digunakan dalam penelitian ini

Sampel Penelitian

Penelitian ini dilakukan di daerah Kabupaten Lumajang

Sumber dan Jenis Data

Berdasarkan sumber dan jenis datanya, data pada penelitian ini adalah data internal (diperoleh dari penyebaran kuisisioner yang diberikan kepada masyarakat di kawasan Kabupaten Lumajang yang dipilih secara acak dengan latar belakang yang berbeda-beda)

Teknik Pengumpulan Data

Metode penyebaran kuisisioner menjadi Teknik pengumpulan data pada penelitian ini.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Januari sampai Februari 2020 dengan kabupaten Lumajang sebagai tempat penelitian.

Teknik Analisis Data

Uji Validitas

Uji Validitas bertujuan untuk mengetahui apakah pertanyaan yang sudah disusun oleh peneliti sudah valid atau belum, jika ditemukan ada yang belum valid maka pertanyaan tersebut harus diganti.

Pengujian Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah suatu pengukur menunjukkan stabilitas dan konsistensi dari suatu instrumen yang mengukur suatu konsep atau dalam kata lain dikatakan sudah reliabel.

Uji Normalitas Data

Penggunaan model analisis pengaruh terikat dengan asumsi bahwa data harus distribusi normal agar diperoleh hasil yang tidak bias.

Uji Multikolinieritas

Uji ini adalah menunjukkan adanya hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna diantara beberapa atau semua variabel.

Uji Heteroskedastisitas.

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari suatu residual pengamatan.

Analisis Regresi Linier Berganda.

Regresi linier berganda dengan jumlah variabel bebas yang digunakan lebih dari satu yang mempengaruhi satu variabel tak bebas.

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan.

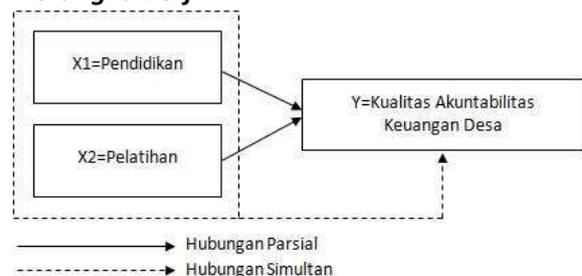
Uji t (Uji Parsial).

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel independen secara parsial yang diuji dengan cara signifikansi.

Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan yang diuji dengan cara signifikansi

Kerangka Berfikir



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Sumber: data diolah (2020)

HASIL

Dari latar belakang, metode analisis serta kerangka berfikir yang sudah diuraikan sebelumnya, ada beberapa hasil temuan atas pelaksanaan penelitian yang telah dilaksanakan. Dalam pelaksanaannya, sumber data yang diperoleh adalah dengan memberikan kuisioner kepada orang-orang yang terlibat langsung dalam pelaksanaan kegiatan desa, yang tersebar diseluruh kabupaten Lumajang serta dipilih secara random. Dari seluruh kuesioner yang didapat terdapat beberapa deskripsi yang dapat digunakan untuk menggambarkan sampel yang digunakan. Adapun Variabel Independen dan dependen dari penelitian ini yaitu:

X1 :Pendidikan / PDK

X2 :Pelatihan / PLT

Y : Kualitas Akuntabilitas Keuangan Desa / AKD

Pada Tabel pertama dibawah ini merupakan deskripsi dari responden berdasarkan jenis kelamin, area desa, dan usia responden. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada table berikut:

Tabel. 1 Jenis Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah/Orang
1	Laki-Laki	25
2	Perempuan	25
	Jumlah	50

Sumber: data diolah (2020)

Tabel. 1 Lokasi Desa Responden

No	Desa	Jumlah/Orang
1	Senduro	25
2	Purworejo	25
	Jumlah	50

Sumber: data diolah (2020)

Tabel. 2. Umur Responden

No	Usia	Jumlah/Orang
1	21 – 25 Tahun	5
2	26 – 30 Tahun	7
3	30 – 35 Tahun	9
4	36 – 40 Tahun	14
5	Lebih dari 40 Th	15
	Jumlah	50

Sumber: data diolah (2020)

Dari table 2 dapat ditarik kesimpulan, bahwa jumlah responden didominasi oleh responden yang berusia 30 tahun keatas, dari situ kita dapat menjabarkan, bahwa pada dasarnya bahwa mereka sudah cukup berpengalaman dalam melakukan pencatatan dan pembukuan keuangan pada saat melaksanakan perencanaan, maupaun pelaksanaan program yang telah disusun dari keuangan desa.

Sedangkan untuk data pendidikan responden, sebagian besar adalah Sarjana ataupun proses menempuh pendidikan tinggi sedangkan lainnya berpendidikan diploma tiga yang berjumlah 20 orang dan berpendidikan SLTA atau sederajat sebanyak 5 orang, dengan demikian pendidikan memang sudah seharusnya menjadi tolak ukur bagi perangkat desa guna terciptanya perencanaan, dan pelaksanaan serta pelaporan keuangan atas setiap kegiatan anggaran yang telah disusun, untuk lebih jelas mengenai data pendidikan responden, dapat dilihat pada table dibawah ini:

Tabel 3. Pendidikan Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah/Orang
1	SLTA/ Sederajat	5
2	Diploma 3 / D3	20
3	Sarjana / S1	25
	Jumlah	50

Sumber: data diolah (2020)

Analisis Data

Dari hasil kuisioner yang telah diperoleh dari responden, maka selanjutnya diolah dengan menggunakan aplikasi SPSS, hasil analisis pertama yang didapat yaitu *Model Summary* yang hasilnya dapat dilihat pada table dibawah ini:

Tabel 4. Hasil SPSS Model Summary

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.505 ^a	.255	.223	2.32599

a. Predictors: (Constant), X2_PLT, X1_PDK

b. Dependent Variable: Y_AKD

Sumber: data diolah (2020)

Dari data tabel 4 diatas, kita dapat menjabarkan bahwasanya penelitian ini memiliki hasil nilai *Adjusted R Square* sebesar 0.223 yang artinya penelitian ini mampu menjelaskan variable-variabel independen yang mempengaruhi Kualitas Akuntabilitas keuangan Desa sebesar 22,3%. Dengan demikian masih banyak lagi faktor variabel lain yang dapat mempengaruhi terciptanya kualitas akuntabilitas keuangan desa.

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sampai sejauh mana suatu kuesioner yang diajukan dapat menggali data atau informasi yang diperlukan atau dalam kata lain kuisioner yang telah diberikan kepada responden terbilang valid. Hasil uji validitas dikatakan valid jika r hitung lebih besar dari r tabel yang dalam penelitian ini r tabel sebesar 0,2306, mengingat jumlah responden berjumlah 50 responden.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas

Variabel	Kuisioner	r hitung	Hasil
X1=PDK Pendidikan	P1	0.672	Valid
	P2	0.639	Valid
	P3	0.792	Valid
	P4	0.781	Valid
	P5	0.763	Valid
X2=PLT Pelatihan	P1	0.771	Valid
	P2	0.774	Valid
	P3	0.834	Valid
	P4	0.838	Valid
	P5	0.845	Valid
Y=AKD Kualitas Akuntabilitas Keuangan Desa	P1	0.788	Valid
	P2	0.788	Valid
	P3	0.814	Valid
	P4	0.638	Valid
	P5	0.711	Valid

Sumber: data diolah (2020)

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur sampai sejauh mana kuesioner yang diajukan dapat memberikan hasil yang tidak berbeda dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha*. Data dikatakan reliable jika nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0.60

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Hasil
X1_SDM	0.774	Valid
X2_PDK	0.869	Valid
Y_LKS	0.805	Valid

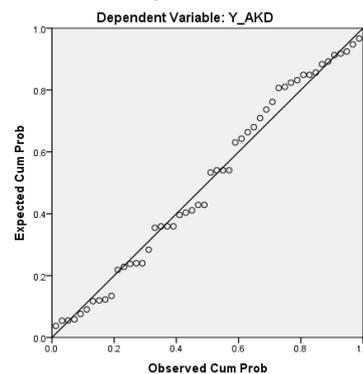
Sumber: data diolah (2020)

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan terhadap residual regresi. Pengujian dilakukan dengan menggunakan grafik P robability Plot. Data yang normal adalah data yang membentuk titik-titik yang menyebar tidak jauh dari garis diagonal, jika nilai-nilai sebaran data terletak disekitar garis lurus diagonal maka persyaratan normalitas terpenuhi.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 2. Hasil Uji Normalitas

Sumber: data diolah (2020)

Uji Multikolinieritas

Suatu variabel menunjukkan gejala multikolinieritas bisa dilihat dari nilai VIF (Variance Inflation Factor) yang tinggi pada variabel-variabel bebas suatu model regresi. Jadi untuk suatu data dikatakan terbebas dari multikolinieritas jika nilai VIF berada di bawah 10.

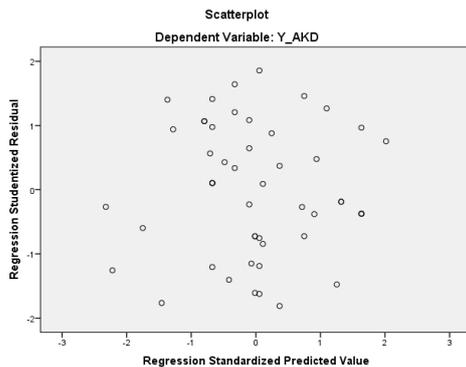
Tabel 7. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Nilai VIF	Hasil
X1	1.005	Bebas Multikolinieritas
X2	1.005	Bebas Multikolinieritas

Sumber: data diolah (2020)

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan tidak terdapat pola yang jelas dari titik-titik tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak memiliki gejala adanya heteroskedastisitas, yang berarti bahwa tidak ada gangguan yang berarti dalam model regresi ini.



Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas
 Sumber: data diolah (2020)

Hasil Pengujian Hipotesis
Uji t

Tujuan dari uji t adalah untuk pengujian hipotesis secara parsial atau individu untuk masing-masing variabel independen. Melalui pengujian model ini dapat diketahui bahwa setiap variabel bebas berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel terikat, untuk lebih jelasnya bias dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 8. Hasil Uji t Persamaan Regresi

Variabel	Sig	Hasil
X1 PDK	0.001	Signifikan
X2 PLT	0.048	Signifikan

Sumber: data diolah (2020)

Uji F

Dari data yang telah diperoleh dan diolah maka untuk uji persamaan regresi ini atau Uji F didapat hasil bahwa Signifikansi sebesar 0,001 kurang dari 0,05 dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara variabel variasi independen Pendidikan (X1), dan Pelatihan (X2) terhadap Kualitas Akuntabilitas Keuangan Desa (Y) secara simultan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 9. Hasil Uji Anova

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	86.938	2	43.469	8.035	.001 ^b
	Residual	258.282	47	5.410		
	Total	341.220	49			

a. Dependent Variable: Y_AKD
 b. Predictors: (Constant), X2_PLT, X1_PDK
 Sumber: data diolah (2020)

PEMBAHASAN

Dari Hasil analisis analisis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variable independen Pendidikan berpengaruh positif secara parsial terhadap kualitas peningkatan akuntabilitas keuangan desa, sebab pendidikan merupakan bekal pertama yang harus dimiliki oleh seorang perangkat desa atau yang berkepentingan untuk menjalankan pelaporan, perencanaan serta menyusun laporan keuangan dana desa, dengan demikian pendidikan dalam hal menentukan kualitas akuntabilitas keuangan desa harus menjadi perhatian khusus oleh kepala desa. Dengan adanya pendidikan maka tingkat pemahaman dan pekerjaan sumber daya manusia mengenai laporan dana desa akan lebih mudah terlaksana dan tepat waktu sesuai dengan batas waktu pelaporan yang ditentukan. Semua itu juga sesuai dengan hasil olah data SPSS uji t yang menunjukkan nilai sebesar 0.001 yang berarti bahwa pendidikan sangat berpengaruh signifikansi yang positif terhadap terciptanya terciptanya kualitas akuntabilitas keuangan desa. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang menjelaskan bahwa Pendidikan sangat berdampak terhadap pelaporan keuangan dana desa, yaitu keandalan pelaporan keuangan desa (Afrianti, 2011).

Pelatihan yang dalam hal ini menjadi variable independen secara parsial juga menunjukkan hasil positif yang signifikan terhadap variable dependen yaitu kualitas akuntabilitas keuangan desa, sesuai dengan hasil perhitungan SPSS uji t yang menunjukkan nilai sebesar 0.048. Hal ini dikarenakan Pelatihan merupakan skill penunjang bagi sumber daya manusia bagi perangkat

desa guna mewujudkan ketepatan pelaporan keuangan serta kualitas akuntabilitas keuangan desa. Pelatihan yang dibutuhkan oleh sumber daya manusia adalah bentuk pelatihan yang berkaitan tentang pengelolaan keuangan dana desa, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga pelaporan keuangan, bukan pelatihan lain yang menyimpang dari beberapa point diatas. Hal ini juga sesuai dengan penelitian terdahulu dari Afrianti (2011) yang menyatakan bahwa pelatihan sangat berpengaruh dalam terciptanya keandalan laporan keuangan desa, sebab tidak semua perangkat desa itu pihak yang terkait mempunyai bekal pendidikan yang tinggi dan mampu untuk menjalankan pelaporan keuangan desa yang baik dan tepat waktu serta sesuai dengan perundang-undangan, oleh sebab itu pelatihan bagi perangkat desa harus menjadi perhatian khusus bagi kepala desa guna terciptanya laporan keuangan yang berkualitas dan akuntabilitas.

Secara simultan pendidikan dan pelatihan juga berpengaruh signifikansi yang positif terhadap kualitas akuntabilitas keuangan desa, sesuai dengan hasil perhitungan uji Anova yang menunjukkan nilai sebesar 0.001. kedua variable independen tersebut berpengaruh secara simultan dikarenakan pendidikan berfokus pada teori yang minim akan praktik terkecuali pendidikan vokasi, namun dalam kenyataannya pendidikan pada umumnya selain belajar teori mereka juga harus belajar materi/ilmu yang lain yang tidak sebidang seperti ilmu umum yang pada dasarnya hal tersebut tidak menjadi materi pokok dalam kebutuhan guna terciptanya kualitas akuntabilitas keuangan desa. Dengan demikian sebuah pelatihan perlu dilakukan bagi perangkat desa sebagai sumber pemahaman lebih lanjut dan pematapan ilmu yang telah dimiliki dalam menjalankan pekerjaannya. Pendidikan para perangkat desa juga terkadang tidak melulu masalah keuangan desa atau ilmu sebidang lainnya, bahkan latar belakang pendidikan yang ditempuh jauh dari bidang ekonomi, hal inilah yang menjadi dasar bahwa pendidikan dan pelatihan juga perlu dilakukan karena

keduanya mampu membawa dampak signifikansi yang positif terhadap terciptanya kualitas akuntabilitas keuangan desa.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil pembahasan diatas maka dapat diambil kesimpulan bahwa Pendidikan secara parsial mampu berpengaruh terhadap kualitas akuntabilitas keuangan desa dikarenakan pendidikan merupakan bekal dasar dan utama bagi perangkat desa dalam memahami dan menguasai serta menjalankan perencanaan, pelaksanaan, serta pelaporan keuangan desa

Pelatihan yang merupakan variable independen kedua juga berpengaruh secara parsial terhadap terciptanya kualitas akuntabilitas keuangan desa yang dikarenakan pelatihan menjadi ilmu tambahan dan pelengkap bagi Sumber Daya manusia atau perangkat desa dalam menjalankan penyusunan laporan keuangan desa, mengingat tidak semua SDM yang ada dalam suatu desa dilandasi dengan latar belakang ilmu Akuntansi atau keuangan, oleh sebab itu pelatihan dapat berpengaruh positif terhadap kualitas akuntabilitas keuangan desa.

Secara simultan pendidikan dan pelatihan mampu berpengaruh signifikansi yang positif terhadap kualitas akuntabilitas keuangan desa, hal ini disebabkan karena pendidikan yang menjadi dasar menjalankan pelaporan keuangan desa jika ditambah dengan adanya pelatihan, maka akan semakin kuat dan lebih memantapkan sumber daya manusia atau perangkat desa dalam mewujudkan pelaporan dana desa yang berkualitas dan akuntabilitas serta sesuai dengan peraturan perundang-undangan No 06 tahun 2014 mengenai dana desa.

Saran

Dari beberapa kesimpulan diatas peneliti memberikan saran untuk pihak yang berkepentingan yaitu sudah seharusnya pendidikan dan pelatihan menjadi perhatian khusus bagi sebuah desa guna terciptanya

lapotan yang berkualitas dan akuntabel, mengingat tidak semua perangkat desa yang terlibat didalamnya sudah paham betul mengenai peraturan prundang-undangan No 06 tahun 2014 mengenai perencanaan, pengelolaan, serta pelaporan dana desa. Seba pelaporan yang tidak sesuai dengan Undang-Undang akan berdampak pada hukum pidana oleh pihak yang berwajib. Oleh sebab itu pendidikan dan pelatihan harus benar-benar diprioritaskan.

REFERENSI

- Arfianti, Dita. (2011). *"Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Informasi Pelaporan Keuangan Pemerintah Daerah (Studi Pada Satuan Kerja Perangkat Daerah di Kabupaten Batang)"*. Skripsi, Universitas Diponegoro Semarang
- Faozi, Chusnul. (2020, 5 Maret). *Harap-harap Cemas Undang-Undang Desa*. *Kompasiana*. Diperoleh pada 5 Maret 2014, dari <http://kompasiana.com>.
- Ferarow, N., & Suprihanto, J. (2018). Implementasi Pengelolaan Keuangan Desa Sumberadi dan Tlogoadi di Kabupaten Sleman: Evaluasi Praktik Transparansi dan Akuntabilitas. *Jati: Jurnal Akuntansi Terapan Indonesia*, 1(2), 64-69.
- Husna, S., & Abdullah, S. (2016). Kesiapan aparatur desa dalam pelaksanaan pengelolaan keuangan desa secara akuntabilitas sesuai undang-undang nomor 6 tahun 2014 tentang desa (studi pada beberapa desa di kabupaten Pidie). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi*, 1(1), 282-293.
- Ismail, M., Widagdo, A. K., & Widodo, A. (2016). Sistem akuntansi pengelolaan dana desa. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 19(2), 323-340.
- Istiqomah, S. (2015). Efektivitas Kinerja Badan Permusyawaratan Desa dalam Meningkatkan Akuntabilitas Pengelolaan Keuangan Desa. *Jurnal Unair*, 3(1), 1-18.
- Puspasari, O. R., & Purnama, D. (2018). Implementasi Sistem Keuangan Desa dan Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Desa di Kabupaten Kuningan. *Jurnal Kajian Akuntansi*, 2(2), 145-159.
- Risya, U., & Nurodin, I. (2017). Pengaruh Transparansi dan Akuntabilitas terhadap Pengelolaan Keuangan Desa. *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi (Jurnal Akuntansi, Pajak dan Manajemen)*, 6(11), 74-80.
- Riyanto, A., Suherman, A., & Prayudi, D. (2016, December). Akuntansi Dalam Perspektif Pengelolaan Keuangan Desa. In *Seminar Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komputer* (pp. 71-EKM).
- Ulfah, P. (2018). Faktor yang mempengaruhi kinerja aparatur pemerintah desa dalam akuntabilitas dana desa. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 6(3), 429-440.
- Undang-Undang No. 06 Tahun 2014 Tentang Desa
- Wardani, D. K., & Andriyani, I. (2017). Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia, Pemanfaatan Teknologi Informasi, Dan Sistem Pengendalian Intern Terhadap Keandalan Pelaporan Keuangan Pemerintahan Desa Di Kabupaten Klaten. *Jurnal Akuntansi*, 5(2), 88-98.

Model Restorasi *Mall* Berbasis Biofilia Sebagai Pusat Gaya Hidup Baru Konsumen Metropolitan

Purwanto^{1*}, Erlyna Hidyantari², Hardiono³

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas WR. Supratman Surabaya.

^{2,3} Fakultas Sosial dan Ilmu Politik Universitas WR. Supratman Surabaya

*e-mail : cakpo3r@gmail.com

Abstrak:

Tujuan penelitian untuk menguji konsistensi desain ritel modern atau mall dengan konsep biofilia. Berdasarkan attention restoration theory (ART), peneliti menggunakan empat subdimensi being away, extent, fascination, compatibility sebagai variabel yang menggambarkan potensi restorasi mall sebagai pusat gaya hidup baru konsumen metropolitan di era digital. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 120 responden di kota Surabaya Jawa Timur. Metode penelitiannya dengan menggunakan eksperimen desain 2 x 2 dengan metode MANOVA dan ANOVA dalam dua study eksperimen. Hasil analisis menemukan pada studi 1, Secara keseluruhan, menyatakan bahwa konsumen yang melihat pusat gaya hidup bernuansa alam lebih cenderung merasa nyaman, dibanding konsumen yang tidak melihat tanaman, dan merasakan tiga dari empat sifat lingkungan (subdimensi) yang menggambarkan lingkungan restoratif. Study 2 menemukan tidak adanya perbedaan signifikan antara tujuan berbelanja terhadap keempat sub dimensi sebagai variabel terikat.

Kata Kunci: Restorasi, konsep biofilia, lingkungan, pusat gaya hidup

Abstract

The purpose of the present study was to test the design consistency of modern retailing or malls with the concept of biophilia. Building on the attention restoration theory (ART), the researchers used four sub-dimensions of being away, extent, fascination, compatibility to serve as variables that illustrate the potential of restoration of malls as the center of a new lifestyle of metropolitan consumers in the digital era. The present study used a sample of 120 respondents in the city of Surabaya, East Java. The research method used a 2 x 2 experimental design with the MANOVA and ANOVA methods in two experimental studies. Study 1 found that, as a whole, consumers regarded the lifestyle center of nature nuances as more likely to be comfortable, relative to those consumers not seeing plants, and experienced three of the four environmental characteristics (sub-dimensions) that represent the restorative environment. Study 2 found no significant differences between shopping purposes and the four sub dimensions that served as the dependent variables.

Keywords: Restoration, biophilia concept, environmental, lifestyle center

PENDAHULUAN

Hadirnya *platform e-commerce* dan perubahan perilaku konsumen berdampak pada lesunya pengunjung ritel modern atau *mall* sehingga memicu penurunan *fast moving consumer goods*. Berdasarkan data Aprindo (2017) transaksi *e-commerce* mencapai Rp77,766 triliun. Angka tersebut meroket 151% dibandingkan dengan tahun sebelumnya yang mencapai Rp. 30,942 triliun. Sementara transaksi secara *off-line* turun sampai dengan

9% dari total transaksi yang mencapai angka 200 triliun pada Tahun 2018. Pertumbuhan belanja dari *off-line* ke *on-line* (O2O) selama tahun 2018 mencapai 6-8%, diperkirakan akan terus meningkat (AC Nilsen, 2018). Perubahan perilaku pembelian menyebabkan konsumen mulai menurun, minat mengunjungi *mall*. Fenomena ini tentunya tidak boleh dibiarkan begitu saja yang pada akhirnya akan mengganggu perekonomian secara makro. Disisi lain konsumen saat ini

mulai merasakan adanya gejala "*discovery deficit mall*" yaitu gejala merasakan jenuh mengunjungi *mall*, yang disebabkan oleh lingkungan bangunan berdesain tertutup tanpa ventilasi yang cukup dan gersang (Verde & Wharton, 2015). Oleh karena itu bagi pengelola ritel modern atau *mall* harus merubah strategi yang tidak hanya sekedar menyediakan produk, menata etalase, memberikan diskon, ruang parkir, tetapi harus lebih fokus pada lanskap transformasi layanan yang lebih rama lingkungan, memberikan pengalaman baru dan unik di lingkungan *mall*, sehingga dapat meningkatkan *relationship marketing* (Verde & Wharton, 2015; Brocato *et al.*, 2015).

Para peneliti pemasaran kontemporer mengusulkan peritel besar atau *mall* harus melakukan yang namanya "*demalling*" dan "*intertailing*" yaitu sebuah proses mengubah *mall* tertutup menjadi area perbelanjaan terbuka dan menghibur, sehingga dapat meningkatkan minat berbelanja (Brenngman, *et al.*, 2012; Mower, *et al.*, 2012; Rosenbaum, *et al.*, 2016; Rosenbaum, *et al.*, 2018). Untuk mengurangi kebosanan dalam ritel modern atau *mall* maka, harus merestorasi tampilan fisik berbasis desain biofilia, dengan arsitektur terbuka yang mengintegrasikan unsur alam, seperti makan, rekreasi, dan hiburan, semuanya dalam latar taman yang indah, elemen air mancur, hewan (misalnya burung, kupu-kupu, tupai), *sport* (lapangan tembak, *fitness*) dan tempat duduk santai ke dalam konteks belanja sehingga meningkatkan *healthy customer* (Joye, *et al.*, 2010; Rosenbaum *et al.*, 2016; Rosenbaum *et al.*, 2018).

Konsep gaya hidup biofilia adalah sebuah *servicescape* mengandung unsur sugesti yang dapat memicu respon emosional, sehingga dapat menggugah semangat antara pelayan dan pembeli yang dapat menimbulkan perilaku interaksi sosial yang intim dalam perilaku konsumsi (Bitner, 1992; Tifferet & Vilnai-Yavetz, 2017). Kaplan (1987) dengan *Attention restorasi theory* (ART) unsur-unsur alam pada hakikatnya mengandung tiga dimensi yang berfungsi menghambat kebosanan: kompleksitas

(misalnya, kekayaan visual), misteri (misalnya, mendorong eksplorasi lokasi), dan koherensi (misalnya, pemahaman seketika). Meskipun Kaplan mengacu pada kebosanan seseorang secara umum, namun Bitner (1992) memperluas pemikiran ini ke perilaku pasar konsumen, menghubungkan nuansa konsumsi dengan lingkungan alami. Dengan demikian pemikiran Kaplan bisa diperluas ke perilaku konsumen melalui restorasi *mall* menggabungkan desain biofilia sebagai pusat gaya hidup baru bagi konsumen kota Metropolitan, untuk menarik minat konsumen yang mulai enggan berkunjung ke *mall*. Sehingga restorasi berbasis biofilia di lingkungan fisik *mall* dapat mendorong respons positif konsumen, untuk menghabiskan lebih banyak waktu dan uang.

Meskipun sudah banyak pusat gaya hidup pada *mall* yang trendi dibalut dengan ruang *mixed-use*, seperti hotel, *residential suite*, dan perkantoran. Namun demikian konsep biofilia sebagai dosis alam kedalam lingkungan *mall* atau ritel modern belum banyak diteliti khususnya dalam konteks perilaku konsumen. Penelitian sebelumnya cenderung mengeksplorasi dampak dari tanaman hijau pada area taman rekreasi terhadap stres (Brenngman *et al.*, 2012; Tifferet & Vilnai-Yavetz, 2017), dan kesehatan mental bagi pengunjung (Rosenbaum *et al.*, 2016). Pemahaman rinci tentang desain biofilia dalam lingkungan konsumsi secara umum memang sedikit (Kellert, 2008); meski unsur hijau telah lama berfungsi sebagai sumber makanan, obat, tempat tinggal, dan dekorasi untuk manusia (Tifferet & Vilni-Yavetz, 2017). Sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekosongan empiris dalam pengembangan literatur ritel modern.

Penelitian ini mempunyai tiga tujuan. Pertama, desain *mall* berbasis biofilia sebagai pusat gaya hidup baru konsumen metropolitan dapat berfungsi mengurangi kelelahan mental. Kedua, dengan menggunakan *attention restoration theory* (ART) dari Kaplan (1995, 2001), penelitian ini menjembatani desain biofilia sebagai paradigma baru penelitian transformasi

layanan mengarah pada *green service* (Rosenbaum *et al.*, 2016; Anderson *et al.*, 2013). Ketiga, penelitian ini menguji peran desain biofilia pada *mall* dalam menghadapi dua situasi kebiasaan konsumen ketika mengunjungi *mall*: Berbelanja untuk memenuhi kebutuhannya sehari-hari, cuci mata atau sengaja berbelanja (Reynolds *et al.*, 2012).

Desain biofilia adalah konsep dan paradigma penelitian yang relatif baru pada disiplin *marketing service* dan lingkungan *mall*. Desain biofilia merupakan konsep yang mengintegrasikan unsur hijau atau alam ke dalam lingkungan ritel atau *mall* (Joye *et al.*, 2010). Biofilia mengacu pada emosional sebagai bawaan manusia dengan organisme [alam] hidup lainnya (Wilson, 1993). Biofilia mendalilkan bahwa meski orang tinggal di lingkungan perkotaan yang di kelilingi dengan bangunan gedung menjulang tinggi dan gersang jauh dari unsur alam, namun secara narasi genetika dan komposisi biologis manusia berusaha untuk selalu berinteraksi dengan alam (Kellert, 2008; Wilson & Kellert, 2013). Browning, (2016) menambahkan bahwa manusia terpapar oleh stimulus alam dapat menimbulkan respons psikologis dan fisiologis yang menguntungkan, termasuk penurunan tekanan darah, denyut jantung, tegangan otot, dan kadar hormon stres, serta perbaikan fokus mental dan kemampuan memecahkan masalah secara kreatif. Wilson (1993) juga menyatakan bahwa terpapar pepohonan dapat meningkatkan sistem kekebalan manusia karena orang menghirup *phytoncides*, atau bahan kimia udara yang dikeluarkan oleh tanaman dan pepohonan sebagai perlindungan dari serangga dan penyakit.

Penelitian lain juga menunjukkan bahwa orang yang berjalan-jalan di lingkungan alam (misalnya, padang rumput, hutan, taman) menyatakan lebih rendah depresinya, ketegangan, kebingungan, dan kelelahan, dibanding orang yang memilih untuk berjalan-jalan di pusat perbelanjaan di dalam ruangan tertutup (Ichoku, 2015). *Phytoncides* memiliki sifat anti-bakteri dan anti-jamur yang membantu tanaman

melawan penyakit. Selain itu, saat orang menghirup *phytoncides*, jumlah dan aktivitas sel darah putih mereka meningkat, sehingga menetralkan tumor dan sel yang terinfeksi virus dalam tubuh manusia (Li, 2010). Pakar sosial mulai meneliti dampak dari unsur alam di dalam lingkungan komersial yang penuh bangunan, sebagai sebuah *servicescape* (Rosenbaum & Massiah, 2011), terhadap perilaku konsumsi dan kesehatan mental. Sebagai contoh, konsumen mungkin secara bawaan terdorong untuk berbelanja di lingkungan konsumsi yang menampilkan unsur alami, seperti akuarium di pusat perbelanjaan (Windhager *et al.*, 2011), wisata alam di taman rekreasi (Arnould *et al.*, 1998), area berumput di *mall* tertutup perkotaan (Rosenbaum *et al.*, 2016), atau kombinasi pepohonan dan unsur alam buatan (Reisberg & Han, 2009), untuk mendapatkan *healthy customer*. Penelitian sebelumnya juga menunjukkan peritel dapat mewujudkan manfaat ekonomi dari desain biofilia; seperti peningkatan produktivitas karyawan, respons positif dari pembeli, peningkatan omset, dan penurunan kejahatan dan kekerasan (Soderlund & Newman, 2015). Upaya riset pemasaran untuk meneliti potensi penyembuhan atau restorasi lingkungan komersial terutama yang didasarkan pada ART (Berto, 2005; Joye *et al.*, 2010; Kaplan, 1995, 2001), juga mendukung aksioma utama hipotesis biofilia. Lebih lanjut ART mendalilkan bahwa kemampuan seseorang untuk mengarahkan perhatian pada pemikiran dan persepsi ke stimulus lingkungan yang menantang atau tidak menyenangkan, tetapi tetap penting, merupakan mekanisme biologis yang menyebabkan kelelahan fisik dan mental, pada gilirannya menyebabkan orang tersebut mengalami gejala negatif, seperti gangguan hiperaktivitas, tidak fokus, depresi, stres, dan neurotisisme (Kaplan, 1995; Newman & Brucks, 2016; Rosenbaum & Massiah, 2011). Menurut Felsten (2009) dan Kaplan (1995) *Attention Restoration Theory* menyatakan bahwa orang mungkin bisa pulih dari kelelahan mental dan meredakan gejala-gejalanya, dengan

menghabiskan waktu di lingkungan yang memiliki empat sifat: **berada jauh** (*being away*), **keluasan** (*extent*), **daya tarik** (*fascination*), dan **kesesuaian** (*compatibility*). **Berada jauh** meliputi menjauhkan diri dari kegiatan rutin (misalnya, bekerja, kuliah, menjalankan aktivitas rutin lainnya) yang sering menyebabkan kelelahan mental dan *burnout* (kelelahan fisik dan emosional). Berada jauh dapat bersifat fisik, seperti berjalan-jalan di taman, berbelanja di *mall*, atau menghabiskan waktu untuk liburan (Kaplan, 1995). **Keluasan** mengacu pada lingkungan yang memiliki konten yang dianggap sebagai "dunia yang benar-benar lain" yang belum pernah ditemui sebelumnya (Kaplan, 1995). **Daya tarik** mengacu pada kemampuan suatu lingkungan untuk menarik perhatian seseorang dengan mudah; orang ingin berada di lingkungan tersebut karena dekorasinya atau orang-orangnya yang sangat ramah (Kaplan, 1995). *Servicescape* yang menarik adalah lingkungan bangunan yang menarik di mana orang dapat melarikan diri dari kebisingan dan olok-olok orang lain atau rutinitas pekerjaan yang sangat padat dan menjemukan. Terakhir, **kesesuaian** menyatakan bahwa seseorang dapat melakukan kegiatan yang direncanakannya dengan lancar dan tanpa usaha yang sulit (Kaplan, 1995). Dengan demikian, harapan seseorang bisa dipenuhi oleh kondisi lingkungan yang ada (Morrin & Chebat, 2005), sehingga seseorang dengan mudah merasa nyaman di tempat tertentu dan bertindak secara wajar dengan cara yang benar (Kaplan, 1995). Lingkungan alam, seperti taman, kebun raya, pantai, dan hutan kota, merupakan lingkungan restoratif yang sangat khas karena mereka biasanya mengandung ke empat sub-dimensi dari sifat lingkungan yang mempromosikan penyembuhan dan pembebasan manusia dari kelelahan mental (Stack & Shultis, 2013). Dalam disiplin ilmu pemasaran, para peneliti desain biofilia (Joye *et al.*, 2010) dan para peneliti layanan (Rosenbaum & Wong, 2015) memberikan bukti empiris bahwa lingkungan yang penuh bangunan, baik komersial maupun non-

komersial, dengan mengintegrasikan unsur-unsur alami dapat membantu menjaga kesehatan manusia dan membebaskan diri dari kelelahan mental (Soderlund & Newman, 2015). Sebagai contoh, Rosenbaum & Smallwood (2013) menyatakan bahwa pasien kanker merasakan lebih bugar, setelah menghabiskan waktu di pusat sumber daya kanker yang mengandung sifat restoratif. Joye *et al.* (2010) juga menemukan bahwa konsumen menunjukkan preferensi untuk berbelanja di jalanan yang berjajar pepohonan di kanan dan kiri dalam ritel yang dapat mengurangi tingkat stres (Brenngman *et al.*, 2012). Sementara peneliti lain menunjukkan bahwa konsumen menilai bisnis yang dikelilingi oleh tanaman hijau layak membebaskan harga hingga 25% lebih tinggi dari bisnis tanpa unsur alam, dengan alasan adanya penghijauan menjadi terapi kesehatan (Terrapin, 2012).

Penelitian biofilia sebelumnya tidak secara khusus meneliti penggunaan unsur alam, sebagai pusat gaya hidup. Tetapi, format *mall* yang menonjolkan restoran, hiburan, dan fasilitas taman dengan suara alam, air mancur, semakin populer di seluruh dunia, terutama di kota metropolitan (Hardwick, 2015; Yan & Eckman, 2009). Pusat gaya hidup, yang cenderung memfasilitasi cuci mata (*browsing*) dan penjelajahan dengan mengintegrasikan tanaman hijau ke dalam lingkungan konsumsi, dapat menghasilkan *mall* yang menjadi "*playspace* (ruang bermain)" bagi konsumen (Maclaran & Brown, 2005), sesuatu yang menunjukkan karakter spontan dan agak hedonis dari lingkungan *mall*. Ruang bermain pada *mall* ini akhirnya dapat mendorong perasaan yang terkait dengan **berada jauh**, **keluasan**, **daya tarik**, dan **kesesuaian**, sebagai manfaat dari restorasi pada *mall*. Pembahasan ini menunjukkan bahwa dalam konteks gaya hidup pada pusat perbelanjaan, integrasi unsur alam dapat memberi konsumen terbebas dari kelelahan, sehingga dapat dijadikan daya tarik konsumen untuk mendekati dan menghabiskan waktu di pusat perbelanjaan.

Dengan demikian hipotesis yang bisa diajukan pada penelitian ini adalah:

H1: Unsur alam pada *mall* sebagai pusat gaya hidup memberikan persepsi konsumen merasakan (a) berada jauh, (b) keluasan, (c) daya tarik, dan (d) kesesuaian dibanding konsumen yang berbelanja di pusat gaya hidup yang sama tanpa unsur alam.

Seseorang mengunjungi *mall* memiliki tujuan yang berbeda-beda, ada yang bertujuan untuk berbelanja atau hanya sekedar hiburan, cuci mata (*browsing*). Nsairi (2012) dan Reynolds *et al.* (2012) menyatakan berbelanja mengalihkan orang dari rutinitas kerja sehari-hari dan kesempatan berekreasi dengan keluarga untuk cuci mata (*browsing*) memeriksa barang dagangan dalam *mall* untuk memperoleh informasi, tanpa maksud untuk membeli. Nooney (2003) menambahkan dengan parkir yang luas, lansekap artistik, air mancur, tempat duduk nyaman dan berbagai gerai mewah dan trendi, sebagai pusat gaya hidup, dapat menarik pengunjung untuk cuci mata.

Penelitian oleh Nsairi (2012) tentang orang yang cuci mata (*browser*) melaporkan adanya pengaruh spiritual, selama dan sesaat setelah perjalanan cuci mata di dalam toko kosmetik. Pengaruh spiritual ini membantu *browser* membersihkan pikiran mereka dari masalah yang membebani, memahami diri mereka sendiri secara lebih baik, dan fokus kembali pada isu-isu penting. Meskipun Nsairi tidak secara empiris meneliti persepsi daya restorasi dari toko kosmetik, ragam produk, pemandangan, bau, dan suaranya, kemungkinan kondisi tersebut memberikan manfaat restorasi, karena mengandung sifat-sifat yang menyebabkan pembeli merasakan perasaan terkait dengan **berada jauh, keluasan, daya tarik, dan kesesuaian**. Sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya, maka pertanyaan yang patut diperhatikan adalah, apakah respons terhadap desain biofilia pada *mall* berbeda antara konsumen yang berencana untuk sekedar cuci mata

dengan konsumen yang pergi ke *mall* khusus untuk melakukan pembelian. Meskipun banyak persepsi bahwa, konsumen yang hanya sekedar jalan-jalan untuk cuci mata lebih menyukai desain yang menonjolkan unsur alam, sedangkan konsumen yang khusus berniat melakukan pembelian tidak begitu memperhatikan desain yang menonjolkan unsur alam, tetapi lebih memperhatikan faktor-faktor ekonomis. Oleh karena itu hipotesis yang patut diajukan adalah:

H2. Tujuan konsumen yang melakukan cuci mata berbeda merasakan manfaat restorasi dengan desain biofilia sebagai pusat gaya hidup dibanding konsumen yang khusus berniat melakukan pembelian.

METODE

Rancangan penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan rancangan eksperimen 2 x 2. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa disebuah perguruan tinggi di kota Surabaya dengan Sampel sebanyak 120 partisipan yang sedang mengikuti program perkuliahan mata kuliah perilaku konsumen.

Teknik Analisis

Penelitian dilakukan dengan rancangan eksperimen melalui beberapa studi 1-2. Masing-masing studi partisipan yang dilibatkan berbeda-beda. Teknik analisis menggunakan MANOVA, ANOVA dan metode boferoni untuk menguji (*post hoc test*) pada setiap hasil dari ANOVA.

Studi 1

Menguji respons konsumen terhadap desain biofilia versus tanpa desain biofilia. Studi 1 dengan melibatkan 68 peserta ($M_{age} = 23,95$, $SD_{age} = 7,15$, rentang usia: 18-32 Tahun). Peserta berasal dari mahasiswa yang menempuh mata kuliah perilaku konsumen baik S1 maupun S2, pada sebuah universitas swasta di Surabaya. Sampel terdiri dari 36% pria ($n = 25$) dan 54% wanita ($n = 43$). Persyaratan sampel sebesar 68 partisipan sudah sesuai dengan pendapat Cohen

(1988) dimana jika ukuran pengaruhnya sedang hingga tinggi, maka 30 peserta per sel akan menghasilkan kekuatan sekitar 80%, yakni kekuatan minimum yang disarankan untuk penelitian eksperimen.

Skenario dan prosedur

Setiap peserta dipilih secara acak untuk melihat video berdurasi 1,20 menit yang menggambarkan sebuah bangunan yang didesain tanaman hijau alami sebagai pusat gaya hidup, burung terbang di atas kepala, dan air terjun, sedangkan versi non-hijau menunjukkan bangunan atau mall sebagai pusat gaya hidup tanpa fitur lanskap alami. Setiap peserta melihat video dalam ruang yang tidak mengandung stimulus lain selain komputer dan furnitur dasar. Salah satu peneliti menjelaskan kepada peserta bahwa sebuah pengembang pusat ritel menginginkan pendapat tentang usulan pusat gaya hidup di kota ini dan bahwa mereka akan menjawab kuesioner (anonim) setelah menonton video.

dengan satu pertanyaan untuk empat sub-dimensi ART dengan skala Likert 5 point (1 = "sangat tidak setuju," 5 = "sangat setuju"). Butir pertanyaan ini mengadopsi dari penelitian psikologi lingkungan oleh Felsten (2009) dan Berto (2005). Butir pertanyaan untuk dimensi **berada jauh** (*being away*) adalah "Saudara merasa jauh dari beban masalah hidup sehari-hari ketika berada di mall dengan desain biofilia. Pusat gaya hidup beruansa alam dapat menjauhkan diri dari rutinitas pekerjaan, bersantai, dan memikirkan hal-hal yang menyenangkan". Butir pertanyaan untuk **keluasan** (*extent*) adalah "Lingkungan mall yang alami, dapat membuat merasa seperti dunia tersendiri, di mana Anda bisa sepenuhnya terlibat dalam lingkungan tersebut dan tidak memikirkan hal lain. Pusat gaya hidup seperti ini terasa seperti dunia lain." Butir pertanyaan untuk **daya tarik** (*fascination*) adalah "Pusat gaya hidup seperti ini menarik dan untuk mendapatkannya tanpa usaha yang sulit". Terakhir, butir pertanyaan untuk



Gambar 1 : Gedung Berdisain dan Tidak berdisain Biofilia, sumber : <http://www.asia.greenbuilding.com>

Gambar 1 menunjukkan gambar dari kedua video tersebut.

Alat ukur

Peserta diminta untuk menjawab kuisisioner tentang daya restorasi mall berbasis biofilia

kesesuaian (*compatibility*) adalah "Pusat gaya hidup seperti ini membuat Anda merasa nyaman dan tenang".

Analisis

Menganalisis hubungan antara kedua jenis mall desain biofilia (alam dan non-alam)

pada empat variabel terikat (*being away, extent, fascination dan compatibility* dengan menggunakan *one-way multivariate analysis of variance* (MANOVA). Ada perbedaan yang signifikan antara kedua jenis tersebut pada alat ukur (*Wilks' A* = 0,72, $F(4,53) = 5,06$, $p < 0,01$). n^2 multivariat berdasarkan *Wilks' lambda* cukup kuat sebesar 0,26.

Tabel 1 berisi *mean* dan simpangan baku dari alat ukur untuk kedua jenis *mall*

Tabel 1: Mean dan Standar Deviasi pada Variabel Terikat

Skala Persepsi restorasi Mall (1= STS; 5 SS)	Unsur Alam		Unsur non Alam	
	M	SD	M	SD
Berada jauh	5.46	1.22	4.07	1.34
Keluasan	4.54	1.15	3.93	1.32
Daya tarik	5.56	1.22	4.52	1.35
Kesesuaian	5.63	1.04	4.51	1.43

* $p < 0,05$

** $p < 0,01$

Analyses of variance (ANOVA) pada variabel terikat berfungsi sebagai uji tindak lanjut terhadap MANOVA. Menggunakan metode Bonferroni, hasil *Post Hoc Test* ANOVA pada level 0,0125 untuk mengurangi kemungkinan terjadinya hasil positif palsu (*false positive*), kesalahan tipe I (Green & Salkind, 2014; McDonald, 2014). Hasil ANOVA untuk sub- dimensi berada jauh $F(1,67)=30,17$, $p < 0,001$, $\eta^2=0,22$, sub-dimensi daya tarik $F(1,67)= 19,08$, $p < 0,01$, $p^2 = 0,17$, dan sub-dimensi kesesuaian $F(1,67)= 20,12$, $p < 0,01$, $p^2 = 0,17$ signifikan. Hasil ANOVA untuk sub-dimensi keluasan $F(1,67) = 7,77$, $p < 0,05$, $\eta^2=0,06$ tidak signifikan, karena melebihi *cutoff* 0,0127 point. Secara keseluruhan, temuan ini menyatakan bahwa konsumen yang melihat pusat gaya hidup bernuansa alam lebih cenderung merasa nyaman, dibanding konsumen yang tidak melihat tanaman, melihat tiga dari empat sifat lingkungan (sub- dimensi) yang menggambarkan lingkungan restoratif. Dengan demikian, hasil tersebut memberikan dukungan untuk H1. Maka, pusat gaya hidup yang berbasis biofilia muncul sebagai *servicescapes* restoratif yang mempromosikan kesehatan

dan kesejahteraan manusia (Joye et al., 2010; Kellert, 2008).

Studi 2

Partisipan dalam penelitian ini masih sama dengan studi 1 tetapi jumlahnya lebih banyak, yaitu sebesar 120 partisipan yang diambil dari mahasiswa S1 dan S2 pada sebuah Universitas swasta besar yang terletak di kota metropolitan Surabaya. Peserta yang dijadikan partisipan adalah mahasiswa yang memprogram mata kuliah

perilaku konsumen. Sampel terdiri dari 56% wanita ($n= 68$) dan 43% Laki-laki ($n= 52$). $M_{age}= 23,95$, $SD_{age}= 3,24$, rentang usia: 18-32 tahun).

Studi 2, yang didasarkan pada rancangan eksperimen 2×2 , menguji daya restorasi dengan desain biofilia dan tujuan konsumen mengunjungi mall terhadap dua jenis pusat gaya hidup (unsur alam vs non alam) dan dua jenis niat berbelanja (cuci mata vs. sengaja berbelanja). Tiga puluh informan masing-masing muncul dalam setiap kondisi percobaan ($N= 120$).

Skenario yang digunakan mirip dalam Studi 1, peserta dipilih secara acak untuk melihat video berdurasi 1,20 menit yang menggambarkan konsumen berada di pusat gaya hidup pada mall di Surabaya. Setiap peserta melihat video di laboratorium yang kedap suara dan bebas stimulus. Versi yang menampilkan unsur alam di area *mall*, dan versi menampilkan area mall yang sama tanpa unsur alam. Satu kelompok peserta diminta, sebelum menonton video untuk membayangkan bahwa mereka pergi ke pusat gaya hidup hanya untuk cuci mata, sedangkan kelompok kedua diminta untuk membayangkan bahwa mereka akan pergi ke *mall* sebagai pusat gaya hidup untuk membeli barang tertentu. Studi 2

menggunakan alat ukur yang sama dengan Studi 1. Artinya, peserta menilai daya restorasi dari masing-masing pusat gaya hidup menggunakan satu butir pertanyaan untuk masing-masing empat sub-dimensi ART, dengan prosedur yang digunakan dalam psikologi lingkungan (Berto, 2005).

Analisis

Hasil pengujian dengan MANOVA ditemukan pengaruh dari kedua kondisi desain gaya hidup dan tujuan belanja konsumen pada empat sub-dimensi kondisi lingkungan, atau sebagai variabel terikat, terhadap manfaat dari restorasi mall. Ada perbedaan yang signifikan di antara kondisi unsur alam pada alat ukur variabel terikat (Wilks' A = 0,82, $F(4, 113) = 6.39, p < 0,001$). n_2 multivariat berdasarkan Wilks lambda kuat sebesar 0,18. Hasil penelitian ini juga menemukan tidak adanya perbedaan signifikan antara tujuan berbelanja terhadap keempat sub dimensi sebagai variabel terikat (Wilks' A = 0,95, $F(4, 113) = 1,50, ns$). Interaksi antara kondisi unsur alam dan tujuan belanja tidak signifikan.

Tabel 2 menyajikan mean dan simpangan baku dari keempat variabel restoratif, dalam hubungannya dengan tanaman hijau dan tujuan berbelanja.

jauh $F(1,116) = 17,80, p < 0,001, n_2 = 0,22$), **keluasan** $F(1,116) = 8,72, p < 0,01, n_2 = 0,07$), **daya tarik** $F(1, 116) = 19,54, p < 0,001, n_2 = 0,14$), dan **kesesuaian** $F(1,116) = 18,48, p < 0,001, n_2 = 0,14$) semuanya signifikan.

PEMBAHASAN

Hasil analisis pada penelitian ini menguatkan dan memperluas paradigma desain biofilia pada perilaku konsumen. Hal ini dibuktikan bahwa konsumen mempersepsikan kualitas restorasi sebagai pusat gaya hidup yang di balut dengan unsur alam. Selain itu, dengan mengkombinasikan desain gaya hidup biofilia dengan ART, penelitian ini memberikan perspektif baru tentang popularitas pusat gaya hidup pada mall, sehingga menarik konsumen untuk menghabiskan waktu di pusat gaya hidup (misalnya, makan, belanja, cuci mata). Temuan lain menempatkan desain biofilia sebagai pusat gaya hidup ke dalam paradigma penelitian layanan transformatif dan disiplin ilmu kesehatan masyarakat yang secara empiris membuktikan restorasi mall dengan unsur alam berpotensi meningkatkan terhadap kesehatan mental seseorang (Frumkin, 2003; Anderson *et al.*, 2013; Joye *et al.*, 2010). Mengingat pusat gaya hidup pada mall cenderung mendorong seseorang untuk cuci

Tabel 2: Mean dan Standar Deviasi Cuci Mata VS Berbelanja

Pengukuran Variabel Terikat	Unsur alam M (SD)		Unsur non alam M (SD)	
	Cuci Mata	Berbelanja	Cuci Mata	Berbelanja
Skala Persepsi Restorasi (1= STS; 5=SS)				
Berada jauh	5.56 (.93)	5.14 (1.32)	4.71(1.13)	4.42(1.24.)
Keluasan	5.02 (1.32)	4.61 (1.52)	4.01(1.35)	4.24(1.23)
Daya Tarik	6.04 (1.04)	5.35 (1.42)	4.77(1.82)	4.43(1.71)
Kesesuaian	5.94 (.93)	5.41 (1.31)	4.65(1.32)	4.61(1.51)

Selanjutnya juga dilakukan Analisa ANOVA pada variabel terikat sebagai uji tindak lanjut (*post hoc test*) terhadap MANOVA. Dengan menggunakan teknik Bonferroni, untuk menguji masing-masing ANOVA pada level 0,0125. Hasil ANOVA untuk **berada**

mata (Nielsen, 2014), apakah orang yang cuci mata (*browser*) lebih cenderung menikmati suasana lingkungan bernuansa alam dibanding dengan pembelanja bertujuan memenuhi kebutuhan sehari-hari (*purposeful shopper*) dalam mempersepsikan potensi pemanfaatan restorasi sebagai pusat

gaya hidup?. Seberapa konsisten sikap konsumen terhadap desain pusat biofilia sebagai pusat gaya hidup, saat konsumen fokus membeli produk tertentu dibandingkan dengan sekedar cuci mata?. Penelitian biofilia sebelumnya hanya berfokus pada adanya tanaman hijau, atau tidak adanya tanaman hijau, dalam suatu lingkungan bukan mengkaji situasi yang dapat mengubah pengaruhnya terhadap respons pembelian. Kami mengisi kekosongan teori dengan meneliti apakah keinginan konsumen untuk sengaja berbelanja atau sekedar cuci mata mempengaruhi sikap konsumen terhadap desain biofilia sebagai pusat gaya hidup. Hal ini bisa dilihat pada studi 2.

Secara parsial berdasarkan hasil analisis, *H2* tidak dapat diterima. Lebih spesifik lagi, pembeli lebih cenderung merasakan potensi restoratif dari *mall* sebagai pusat gaya hidup yang menggunakan unsur desain biofilia, termasuk tanaman hijau, burung, dan air mancur, dibanding *mall* gaya hidup yang tidak memiliki unsur alam. Selanjutnya, Temuan ini terbukti secara kuat dan signifikan, terlepas dari apakah pembeli sering mengunjungi pusat gaya hidup untuk cuci mata atau untuk membeli barang tertentu. Guidry & Montero (2005) menyatakan bahwa lebih dari 70% konsumen mengunjungi pusat gaya hidup untuk berbelanja di ritel tertentu daripada untuk cuci mata. Temuan ini menunjukkan bahwa pusat gaya hidup biofilia menawarkan kesempatan kepada *browser* maupun *nonbrowser* untuk memulihkan diri dari kelelahan mental. Oleh karena itu desain *mall* berbasis biofilia dapat disimpulkan, berfungsi meningkatkan *healty customer*.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perancang desain ke dalam konteks ritel modern atau *mall* dan layanan komersial merespon secara positif oleh konsumen, hal ini mendukung temuannya (Soderlund & Newman, 2015; Brengman *et al.*, 2012;

Mower *et al.*, 2012; Tifferet & Vilnai-Yavetz, 2017).

Penelitian ini memperluas pemahaman bidang ilmu pemasaran tentang unsur desain biofilia dalam bidang ritel kontemporer. Potensi restoratif pada *mall* sebagai pusat gaya hidup, dapat berperan secara transformatif dalam kesejahteraan individu maupun komunitas (Anderson *et al.*, 2013). Dua studi eksperimen dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa konsumen mempersepsikan potensi restoratif dari desain biofilia sebagai pusat gaya hidup yang menggunakan unsur-unsur alam seperti tanaman hijau, air mancur, dan satwa liar (misalnya burung, kupu-kupu). Studi 1 menunjukkan bahwa konsumen yang melihat pusat gaya hidup alami lebih mungkin daripada konsumen yang tidak melihat unsur alam dalam konteks ritel modern atau *mall* untuk melihat tiga dari empat sifat lingkungan yang menggambarkan lingkungan restoratif (yaitu, berada jauh, daya tarik, dan kesesuaian). Studi 2 didasarkan pada Studi 1 dengan menunjukkan bahwa preferensi konsumen untuk unsur desain biofilia sangat signifikan, baik konsumen sering mengunjungi pusat gaya hidup untuk cuci mata atau membeli barang tertentu.

Para pakar ritel modern menyatakan bahwa konsumen lebih suka berbelanja dalam konteks konsumsi bernuansa alam daripada non-alam (Terrapin, 2012). Hasil penelitian ini memberikan wawasan pada akademisi maupun praktisi ritel modern bahwa pilihan konsumen terhadap desain biofilia dalam konteks ritel modern sangat tinggi. Artinya, saat unsur biofilia dimasukkan ke dalam desain pusat gaya hidup, konsumen dapat mempersepsikan potensi manfaat restorasi dapat diperoleh.

Dengan demikian, konsumen yang menghabiskan waktu di pusat gaya hidup berbasis biofilia dapat terhindar dari gejala negatif yang terkait dengan kelelahan mental dan *burnout*. Popularitas pusat gaya hidup saat ini (Nielsen, 2014) mungkin tidak hanya berasal dari bauran peritel trendi dan restoran kelas atas, tetapi juga dari taman yang terawat, air mancur, trotoar dengan

kursi panjang dan taman yang indah yang menjadi ciri sebuah kota (Yan & Eckman, 2009), dan bermanfaat pada kesehatan mental manusia.

Saran

Hasil penelitian ini mendorong peneliti layanan transformatif untuk mengkaji bagaimana lingkungan usaha nirlaba, terutama yang sering dikunjungi oleh konsumen kelas bawah, dapat memasukkan unsur-unsur desain biofilia ke dalam konteks restorasi. Secara khusus, penelitian ini dapat menyelidiki sejauh mana desain biofilia di berbagai bidang seperti lembaga pemasyarakatan, pusat kegiatan remaja perkotaan, pusat rehabilitasi narkoba, dan pusat rehabilitasi kesehatan jiwa dapat mempromosikan restorasi sehingga, dengan demikian meningkatkan kesejahteraan individu, masyarakat, dan bahkan global.

Daftar Pustaka

- AC Nielsen, 2018. Penjualan Turun Akibat Daya Beli Lemah, Bukan Tren Online; www.nielsen.com. (Diunduh 11 Pebruari 2018).
- Anderson, L., Ostrom, A.L., Corus, C., Fisk, R.P., Gallan, A.S., Giraldo, M., and Shirahada, K., 2013. Transformative service research: an agenda for the future. *Journal Business Research*. Vol. 66 (8), hal. 1203-1210.
- Aprindo, 2017. Pertumbuhan Sektor Ritel 2017, <http://www.aprindo.org/aprindo/home.do>. (diunduh 14 Maret 2018).
- Arnould, E.J., Price, L.L., and Tierney, P., 1998. Communicative staging of the wilderness servicescape. *Service international journal*, vol. 18(3), hal.90-115.
- Berto, R., 2005. Exposure to restorative environments helps restore attentional capacity. *Journal Environment Psychology*, vol. 25(3), hal. 249-259.
- Bitner, M.J., 1992. Servicescapes: the impact of physical surroundings on customers and employees. *Journal marketing*, vol. 56(2), hal. 57-71.
- Brengman, M., Willems, K., and Joye, Y., 2012. The impact of in-store greenery on customers. *Psychology marketing*, vol. 29(11), hal. 807-821.
- Brocato, D.E., Baker, J., and Voorhees, C.M., 2015. Creating consumer attachment to retail service firms through sense of place. *Journal academic marketing Science*, vol. 43(1), hal. 200-220.
- Browning, B., 2016. Biophilia, buildings, and your brain. *People Strategy*, vol. 39 (2), hal. 8-11.
- Felsten, G., 2009. Where to take a study break on the college campus: an attention restoration theory perspective. *Journal environment psychology*, vol. 29(1), hal. 160-167.
- Frumkin, H., 2003. Healthy places: exploring the evidence. *American Journal Public Health*, vol. 93 (9), hal. 1451-1456.
- Green, S.B., and Salkind, N.J., 2014. *Using SPSS for Windows and Macintosh*, Seventh ed. Pearson, Boston.
- Guidry, K., and Montero, T., 2005. Lifestyle centres: the demalling of consumerism. *Real Estate Review*, vol. 34(1) hal. 55-16.
- Hardwick, J., 2015. What Exactly is a "lifestyle centre"? And is it Just A Dressed-up Shopping Mall? City Metric. (<http://www.citymetric.com/skylines/what-exactly-lifestyle-centre-and-it-just-dressed-shopping-mall-888>) (diakses 17 May 2009).
- Ichoku, C., 2015. Linking Nature and Health: Implication for the Physical Therapy Field. (https://vtechworks.lib.vt.edu/bitstream/handle/10919/64916/ichoku_fina_I_Natureand_Health.pdf;seq) (diakses 17 April 2018).
- Li, Q., 2010. Effect of forest bathing trips on human immune function. *Environment Health Preview Medical*, vol. 15(1), hal. 9-17.
- Joye, Y., Willems, K., Brengman, M., and Wolf, K., 2010. The effects of urban greenery on consumer experience: Reviewing the evidence from a restorative perspective. *Urban Forest Urban Green*, vol. 9(1), hal. 57-64.

- Maclaran, P., and Brown, S., 2005. The centre cannot hold: consuming the utopian marketplace. *Journal Consumer Research*, vol. 32 (2), hal. 311-324.
- Kaplan, S., 1987. Aesthetics, affect, and cognition: environmental preference from an evolutionary perspective. *Environment behavior*, vol. 19(1), hal. 3-32.
- Kaplan, S., 1995. The restorative benefits of nature: toward an integrative framework. *Journal environment psychology*, vol. 15(3), hal. 169-182.
- Kaplan, S., 2001. Mediation, restoration, and the management of mental fatigue. *Environment Behavior*, vol. 33(4), hal. 480-506.
- Kellert, S.R., 2008. *Dimension, elements, and attributes of biophilic design*. In: Keller, S.R., Heerwagen, J.H., Mador, M.L. (Eds.), *Biophilic Design: The Theory, Science, and Practice of Bringing Buildings to Life*. Wiley, Hoboken, NJ, hal. 3-19.
- McDonald, J.H., 2014. *Handbook of Biological Statistics*, 3rd ed. Sparky House Publishing, Baltimore, Maryland.
- Morrin, M., and Chebat, J.C., 2005. Person place congruency: The interactive effects of shopper style and atmospherics on consumer expenditures. *Journal service research*, vol.8 (2), hal. 181-191.
- Mower, J.M., Kim, M., Childs, and M.L., 2012. Exterior atmospherics and consumer behavior: Influence of landscaping and window display. *Journal fashion marketing management*, vol. 16(4), hal. 442-453.
- Newman, K.P., and Brucks, M. 2016. When are natural and urban environments restorative? The impact of environmental compatibility on self-control restoration. *Journal consumer psychology*, vol. 26(4), hal.535-541.
- Nooney, P.A., 2003. Retail prevails: lifestyle centres put retail out in the open. *Journal Property Management*, vol. 68 (5), hal.1.
- Nielsen, 2014. 2014 State of the Shopping Center. (<http://www.nielsen.com/us/en/insights/reports/2014/2014-state-of-the-shopping-center.html>) (diakses 17 May 2018)
- Nsairi, Z.B., 2012. Managing browsing experience in retail stores through perceived value: implications for retailers. *International Journal Retailing Distribution Management*, vol. 40 (9), hal. 676-698.
- Reynolds, K.E., Jones, M.A., Musgrove, C.F., and Gillison, S.T., 2012. An investigation of retail outcomes comparing two types of browsers. *Journal Business Research*, vol. 65 (8), hal. 1090-1095.
- Reisberg, M., and Han, S., 2009. (En) Countering social and environmental messages in The Rainforest Cafe [sic], children's picturebooks, and other visual culture sites. *International Journal education arts*, vol. 10, hal.1-23.
- Rosenbaum, M.S., and Massiah, C., 2011. An expanded servicescape perspective. *Journal service management*, vol. 22(4), hal. 471-490.
- Rosenbaum, M.S., Otalora, M.L., and Ramirez, G.C., 2016. The restorative potential of shopping malls. *Journal retailing consumer service*, vol. 31, hal. 157-165.
- Rosenbaum, M.S, Ramirez, G.C., and Camino, J.R., 2018. A dose of nature and shopping: The restorative potential of biophilic lifestyle center designs. *Journal of Retailing and Consumer Services*, vol. 40, hal. 66-73.
- Rosenbaum, M.S., and Smallwood, J., 2013. Cancer resource centers as third places. *Journal Service Marketing*, vol. 27 (6), hal. 472-484.
- Rosenbaum, M.S., and Wong, I.A., 2015. When gambling is healthy: the restorative potential of casinos. *Journal Service Marketing*, vol. 29(6/7), hal. 622633.
- Soderlund, J., and Newman, P., 2015. Biophilic architecture: a review of the rationale and outcomes. *AIMS Environment Science*, vol. 2 (4), hal. 950-969.

- Stack, K., and Shultis, J., 2013. Implications of attention restoration theory for leisure planners and managers. *Leisure*, vol. 37 (1), hal. 1-16.
- Terrapin, 2012. The Economics of Biophilia: Why Designing with Nature in Mind Makes Financial Sense. (<https://www.terrabinbrightgreen.com/report/economics-ofbiophilia/>) (diakses 17 July 2017).
- Tifferet, S., and Vilnai-Yavetz, I., 2017. Phytophilia and service atmospherics: the effect of indoor plants on consumers. *Environment Behavior*, vol. 49(7), hal. 814-844.
- Verde and Wharton, 2015. The 2015 Customer Experience Study Reveals Billions at Risk for Retailers from Negative CX. (<http://www.verdegroupp.com/viewpoint/s/verdewhartonresearch/>) (diakses 17 May 2018).
- Wilson, E.O., 1993. *Biophilia and the conservation ethic*. In: Kellert, S.R., Wilson, E.O. (Eds.), *The Biophilia Hypothesis*. Island Press, Washington, DC, hal.31-41.
- Wilson, E.O., and Kellert, S.R., 2013. *The Biophilia Hypothesis*. Shearwater, Washington, DC.
- Windhager, S., Atzwanger, K., Bookstein, F.L., and Schaefer, K., 2011. Fish in a mall aquarium an ethological investigation of biophilia. *Landscape Urban Planning*, vol, 99, hal. 23-30.
- Yan, N., and Eckman, M., 2009. Are lifestyle centres unique? Consumers' perceptions across locations. *International Journal Retailing Distribution Management*, vol. 37 (1), hal. 24-42.

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Masyarakat Terhadap Lembaga Keuangan Syariah

Muhammad Rijalus Sholihin
STIE Widya Gama Lumajang
muhammadrijalus@email.com

Abstrak:

Perkembangan Teknologi Informasi selayaknya membuat perusahaan semakin berkembang pesat, tidak terkecuali Lembaga Keuangan Syariah, baik segi penerimaan maupun penyaluran dana, namun kenyataannya dapat kita lihat bahwa lembaga keuangan syariah masih cenderung kurang berkembang dibandingkan dengan lembaga keuangan konvensional, hal ini disebabkan oleh banyak faktor, dan oleh sebab itu tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah sumber daya manusia dalam Lembaga keuangan syariah yaitu karyawan dan produk yang ditawarkan dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah baik secara parsial ataupun simultan. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan kuisioner sebagai metode pengumpulan data untuk kemudian diuji dengan analisis regresi linier berganda. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa sumber daya manusia atau karyawan dari Lembaga Keuangan Syariah secara berpengaruh positif dengan nilai signifikan 0.003 sedangkan produk yang ditawarkan tidak berpengaruh terhadap lembaga keuangan syariah dengan nilai signifikan 0.440, sedangkan secara simultan kedua variable independen tersebut berpengaruh positif dengan nilai signifikansi sebesar 0.005.

Katakunci: Lembaga Keuangan Syariah, Produk, Sumber Daya Manusia,

Abstract:

The development of Information Technology should make the company grow rapidly, including Islamic Financial Institutions, both in terms of receipt and distribution of funds, but in fact we can see that Islamic financial institutions still tend to be less developed compared to conventional financial institutions, this is caused by many factors, and therefore the purpose of this study is to find out whether human resources in Islamic financial institutions, namely employees and products offered, can affect the level of public trust in Islamic financial institutions either partially or simultaneously. This type of research is quantitative by using a questionnaire as a method of data collection and then tested by multiple linear regression analysis. From the results of the study showed that human resources or employees of LKS positively affected with a significant value of 0.003 while the products offered did not affect sharia financial institutions with a significant value of 0.440, while simultaneously these two independent variables had a positive effect with a significance value of 0.005.

Keywords: Islamic Financial Institutions, Products, Human Resources,

PENDAHULUAN

Lembaga Keuangan Syariah (LKS) menurut Dewan Syariah Nasional (DSN) adalah lembaga keuangan yang mengeluarkan produk keuangan syariah dan yang mendapat izin operasional sebagai lembaga keuangan syariah (DSN-MUI,2003).

Definisi ini menegaskan bahwa LKS harus memenuhi dua unsur, yaitu unsur kesesuaian dengan syariah Islam dan unsur legalitas dalam operasi sebagai lembaga

keuangan. Dalam konteks ini, Lembaga Keuangan Syariah baik itu Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) maupun Perbankan Syariah juga harus memenuhi kedua unsur tersebut dimana semua Lembaga Keuangan Syariah dalam operasinya harus sesuai dengan prinsip-prinsip syariah sedangkan dalam segi legalitas operasi juga harus sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang telah ditentukannoleh

pemerintah dan sesuai dengan Dewan Syariah Nasional (DSN).

Dalam perkembangannya Lembaga Keuangan Syariah masih cenderung lambat atau tidak sebesar dan semaju Lembaga keuangan konvensional lainnya, hal ini dapat kita lihat dalam kehidupan kita sehari-hari disekitar kita, bahawasanya lembaga keuangan konvensional yang cenderung lebih dominan sukses dan berkembang dibandingkan dengan lembaga keuangan syariah, dari hal tersebut pasti banyak factor yang mempengaruhi lambatnya perkembangan dari LKS itu sendiri, dari sinilah peneliti mencoba mencari tahu faktot apa saja yang mempengaruhi lambatnya perkembangan LKS dibandingkan dengan lembaga keuangan konvensional.

Jika kita pahami, bahawasanya Negara Indonesia sebagian besar mayoritas penduduknya adalah beraga Islam, namun dalam praktiknya, lembaga keuangan syariah cenderung tidak lebih maju dan berkembang dibandingkan dengan lembaga keuangan konvensional, mengingat sebagai seorang muslim sudah sehatrusnya mereka paham atas larangan-larangan yang harus di jauhi guna mendapatkan manfaat yang halal serta mampu membawa maslahat bagi diri mereka sendiri dan orang lain, seperti riba, gharar, tadlis dan bentuk keharaman lain dalam sebuah transaksi keuangan.

Dari berbagai landasan dan argument yang sudah dijelaskan diatas yang telah diuraikan maka penelitian ini berfokus pada pengujian beberapa variable independek yaitu apakah Sumber Daya manusia dan Produk Perbankan Syariah mampu mengerahui perkembangan lembaga keuangan syariah itu sendiri, baik secara parsial maupun simultan.

METODE

Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif

Obyek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Jember, mengingat daerah tersebut mempunyai

sebutan kota Santri sekaligus memiliki banyak pondok pesantren

Sumber dan Jenis Data

Berdasarkan sumber dan jenis datanya, data pada penelitian ini adalah data internal (diperoleh dari masyarakat di Kabupaten Jember yang dipilih secara acak dengan latar belakang yang berbeda-beda)

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dengan menggunakan kuisioner

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan Februari sampai Maret 2020 dengan kabupaten Jember sebagai tempat penelitian.

Teknik Analisis Data

Uji Validitas

Pengujian Validitas data. uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada kuisioner yang harus dibuang/diganti karena dianggap tidak relevan.

Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas (reliability) adalah suatu pengukur menunjukkan stabilitas dan konsistensi dari suatu instrumen yang ,mengukur suatu konsep dan berguna untuk mengakses "kebaikan" dari suatu pengukur.

Uji Normalitas Data

Penggunaan model analisis pengaruh terikat dengan asumsi bahwa data harus distribusi normal agar diperoleh hasil yang tidak bias.

Uji Multikolinieritas

Uji ini adalah menunjukkan adanya hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna diantara beberapa atau semua variabel..

Uji Heteroskedastisitas.

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari suatu residual pengamatan ke pengamatan yang lain.

Analisis Regresi Linier Berganda.

Regresi linier berganda dengan jumlah variable bebas yang digunakan lebih dari satu yang mempengaruhi satu variable tak bebas.

Pengujian Hipotesis

Setelah dilakukan analisis regresi linier berganda kemudian dilakukan pengujian

hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan.

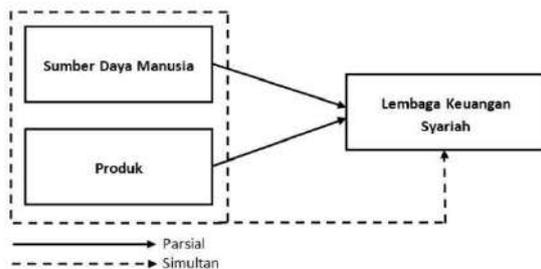
Uji t (Uji Parsial).

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel independen secara parsial yang diuji dengan cara signifikansi.

Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan yang diuji dengan cara signifikansi

Kerangka Berfikir



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Sumber: data diolah (2020)

HASIL

Hasil dari pelaksanaan penelitian ini bersumber dari penyebaran kuisisioner dengan responden adalah masyarakat berbagai kecamatan di Kabupaten Jember. Dari seluruh kuisisioner yang didapat terdapat beberapa deskripsi yang dapat digunakan untuk menggambarkan sampel yang digunakan. Adapun Variabel Independen dan dependen dari penelitian ini meliputi:

X1 : sebagai Sumber Daya Manusia(SDM)

X2 : sebagai Produk (PDK)

Y : sebagai Kepercayaan Masyarakat terhadap lembaga Keuangan Syariah (LKS)

Tabel 1 berikut merupakan deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin. Diketahui disini bahwa responden wanita laki-laki memiliki prosesntase yang sama agar diketahui bahwa kuisisioner juga diberikan dengan adil tanpa mengedepankan jenis kelamin.

Tabel 1. Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah (orang)
1	Laki-Laki	25
2	Perempuan	25
	Jumlah	50

Sumber: data diolah (2020)

Analisis Data

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sampai sejauh mana suatu kuisisioner yang diajukan dapat menggali data atau informasi yang diperlukan. Hasil uji validitas dikatakan valid jika r hitung lebih besar dari r tabel yang dalam penelitian ini r tabel sebesar 0,2306

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Kuisisioner	r hitung	Hasil
X1_SDM	P1	0.921	Valid
	P2	0.409	Valid
	P3	0.756	Valid
	P4	0.711	Valid
	P5	0.726	Valid
X2_PDK	P1	0.764	Valid
	P2	0.560	Valid
	P3	0.722	Valid
	P4	0.745	Valid
	P5	0.674	Valid
Y_LKS	P1	0.906	Valid
	P2	0.397	Valid
	P3	0.810	Valid
	P4	0.748	Valid
	P5	0.599	Valid

Sumber: data diolah (2020)

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur sampai sejauh mana kuisisioner yang diajukan dapat memberikan hasil yang tidak berbeda dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha*. Data dikatakan *reliable* jika nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0.60

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

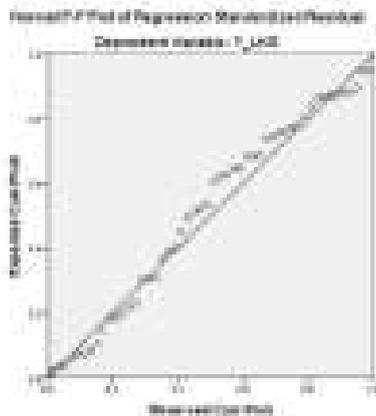
Variabel	Cronbach Alpha	Hasil
X1_SDM	0.758	Valid
X2_PDK	0.731	Valid
Y_LKS	0.732	Valid

Sumber: data diolah (2020)

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan terhadap residual regresi. Pengujian dilakukan dengan menggunakan grafik P robability Plot. Data yang normal adalah data yang membentuk titik-titik yang menyebar tidak jauh dari garis diagonal, jika nilai-nilai sebaran data terletak disekitar garis lurus diagonal maka persyaratan normalitas terpenuhi.



Gambar 2. Hasil Uji Normalitas
Sumber: data diolah (2020)

Uji Multikolinieritas

Suatu variabel menunjukkan gejala multikolinieritas bisa dilihat dari nilai VIF (Variance Inflation Factor) yang tinggi pada variabel-variabel bebas suatu model regresi. Jadi untuk suatu data dikatakan terbebas dari multikolinieritas jika nilai VIF berada di bawah 10.

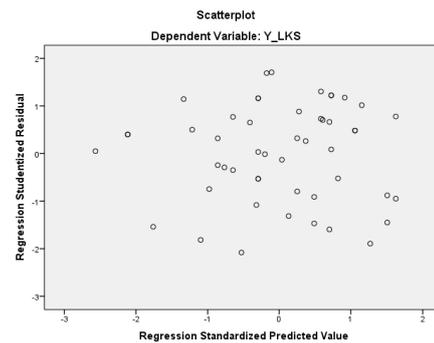
Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Nilai VIF	Hasil
X1	1.308	Bebas Multikolinieritas
X2	1.308	Bebas Multikolinieritas

Sumber: data diolah (2020)

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan tidak terdapat pola yang jelas dari titik-titik tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak memiliki gejala adanya heteroskedastisitas, yang berarti bahwa tidak ada gangguan yang berarti dalam model regresi ini.



Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas
Sumber: data diolah (2020)

Hasil Pengujian Hipotesis

Uji t

Tujuan dari uji t adalah untuk pengujian hipotesis secara parsial atau individu untuk masing -masing variabel melalui pengujian model. Dari sini diketahui bahwa setiap variabel bebas berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel terikat

Tabel 5. Hasil Uji t Persamaan Regresi

Variabel	Sig	Hasil
X1_SDM	0.003	Signifikan
X2_PDK	0.440	Tidak Signifikan

Sumber: data diolah (2020)

Uji F

Untuk persamaan regresi ini didapat hasil bahwa Sig. sebesar 0,005 kurang dari 0,05 dengan demikian disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel variasi independen SDM (X1), dan Produk (X2) terhadap Tingkat Kepercayaan Masyarakat (Y) secara simultan.

Tabel 6. Hasil Uji Anova

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	38.841	2	19.421	5.883	.005 ^b
	Residual	155.159	47	3.301		
	Total	194.000	49			

a. Dependent Variable: Y_LKS

b. Predictors: (Constant), X2_PDK, X1_SDM

Sumber: data diolah (2020)

PEMBAHASAN

Secara parsial Sumber Daya Manusia (SDM) (X1) dapat berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Kepercayaan Masyarakat (Y) secara parsial sesuai hasil perhitungan SPSS yang menunjukkan hasil sebesar 0.003, hal ini karena Sumber Daya Manusia menjadi ujung tombak utama perusahaan Lembaga Keuangan Syariah dalam menghadapi nasabah secara langsung, mulai dari pelayanan seperti penjelasan berbagai macam produk lembaga keuangan syariah, layanan pembukaan rekening maupun semua layanan yang dibutuhkan oleh nasabah itu sendiri meliputi penghimpunan dan penyaluran dana termasuk pelayanan jasa lainnya. Tingkat kepemahaman dan kecerdasan dari Sumber Daya manusia dalam menguasai teknologi perbankan seperti lembaga keuangan konvensional yang sudah ada sangat berdampak atas pelayanan. Oleh sebab itu SDM yang unggul dan mahir terhadap teknologi perbankan serta penguasaan dan pemahaman semua produk lembaga keuangan syariah sangat penting dikuasai. Hal ini sesuai dengan penelitian (Hidayati, 2009) yang menjelaskan bahwa tingkat pendidikan dari karyawan lembaga keuangan syariah dapat berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam pembiayaan pada lembaga keuangan syariah.

Variable independen kedua yaitu Produk lembaga keuangan syariah (X2) secara parsial juga mampu berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepercayaan masyarakat pada lembaga keuangan syariah, hal ini disebabkan karena produk-produk dalam lembaga keuangan syariah sudah banyak jenisnya mulai dari penghimpunan hingga penyaluran dana termasuk pelayanan jasa syariah, adapun jasa-jasa dalam syariah seperti pembiayaan mudharabah, musarakah jual beli salam, istoshna', maupun akad sewa menyewa dengan ijarah dan ijarah muntahiya bi tamlik atau (IMBT). Dari segi pelayanan jasa juga banyak produk yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat seperti pelayanan Ar Rahn atau gadai, kafalah, hiwalah, dan Save deposit box syariah serta layanan lainnya. Oleh sebab itu

banyaknya jenis dan produk perbankan syariah tidak terlalu menjadi factor dominan bagi masyarakat dalam memilih lembaga keuangan syariah sebagai media penghimpun dan penyalur dana atau sekaligus sebagai pelayanan jasa syariah. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi lembaga keuangan syariah dalam bersaing merebut kepercayaan masyarakat dalam memilih produk lembaga keuangan, yaitu antara lembaga keuangan syariah dan lembaga keuangan konvensional.

Sedangkan pembahasan selanjutnya yaitu secara simultan variable independen Sumber Daya Manusia (x1) dan Produk pada LKS (X2) berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Kepercayaan Masyarakat kepada Lembaga Keuangan Syariah (Y) hal ini disebabkan karena Sumber Daya Manusia dan produk lembaga keuangan syariah menjadi pertimbangan penting bagi masyarakat dalam menentukan kepercayaan kepada lembaga keuangan syariah, mengingat kedua variable independen tersebut merupakan obyek awal yang akan ditemui oleh nasabah saat melakukan transaksi syariah seperti menabung atau mempercayakan dana yang dimiliki sekaligus media pembiayaan yang mudah dan feasible. Pada dasarnya Sumber daya manusia menjadi faktor utama bagi masyarakat ketika ingin menabung atau mengajukan pembiayaan kepada lembaga keuangan syariah mengingat mereka pasti sudah banyak yg memahami produk yang ada didalamnya, oleh sebab itu secara simultan SDm dan produk LKS mampu berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepercayaan masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah. Dengan demikian sumber daya manusia dan Produk lembaga keuangan syariah harus mendapatkan perhatian penting bagi lembaga keuangan syariah agar lebih mampu dalam menarik perhatian dan kepercayaan masyarakat.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil dan pembahasan di atas kita dapat menarik beberapa kesimpulan, yang pertama yaitu sumber daya manusia atau SDM dapat berpengaruh signifikan terhadap

tingkat kepercayaan masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah karena masyarakat butuh penjelasan yang mendalam mengenai semua manfaat dan keunggulan dari LKS yang bersumber dari SDM itu sendiri, jadi semua karyawan harus mendapatkan pelatihan dan pendidikan yang sesuai agar mampu menarik kepercayaan masyarakat, termasuk memahami segala jenis produk pembiayaan maupun jasa yang ada di lembaga keuangan syariah, hal ini sesuai dengan nilai signifikansi pada hasil perhitungan SPSS yaitu sebesar 0.003

Kedua yaitu variable independen produk lembaga keuangan syariah (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepercayaan masyarakat kepada lembaga keuangan syariah secara parsial karena pada dasarnya masyarakat yang datang ke lembaga keuangan syariah sudah mengetahui produk mana yang akan dipilih, mulai dari pembiayaan, ataupun pelayanan jasa yang ada pada lembaga keuangan syariah, meski demikian produk lembaga keuangan yang unggul dan fleksibel serta mudah dipahami tetap harus ditingkatkan, agar masyarakat yang sudah percaya terhadap lembaga keuangan syariah semakin yakin, hal ini sesuai dengan hasil perhitungan SPSS yang menunjukkan nilai sebesar 0.440

Hasil kesimpulan yang terakhir yaitu bahwa sumber daya manusia (X1) dan produk (X2) berpengaruh signifikan terhadap lembaga keuangan syariah (Y) secara simultan atau secara bersama-sama mampu berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan masyarakat kepada lembaga keuangan syariah karena kedua variable independen tersebut merupakan faktor-faktor yang menjadi tujuan langsung masyarakat jika berhubungan dengan lembaga keuangan, tidak terkecuali lembaga keuangan syariah seperti pelayanan dari SDM sebagai karyawan LKS yg diberikan kepada nasabah maupun jenis produk lembaga keuangan syariah yang ditawarkan. Hal ini sesuai dengan hasil perhitungan SPSS yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0.005

Saran

Dari kesimpulan di atas maka peneliti dapat memberikan beberapa saran yang dapat digunakan oleh lembaga keuangan syariah yaitu hendaknya mngedepankan pendidikan dan wawasan mengenai keuangan syariah termasuk memberikan pelatihan kepada karyawan dan agar mereka mampu lebih paham teknologi informasi dan semua produk dalam lembaga keuangan syariah layaknya lembaga keuangan konvensional, termasuk memberikan produk keuangan yang relative mudah dipahami serta sesuai dengan tujuan dan manfaat yang dibutuhkan oleh masyarakat.

REFERENSI

- Abhimantra, Anangadipa, Andisa Rahmi Maulina, and Eka Agustianingsih. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah (Mahasiswa) Dalam Memilih Menabung Pada Bank Syariah." *Prosiding PESAT 5*. 1(1). 2013.
- Andespa, R. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung di Bank Syariah. *Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, 2(1), 43-57.
- Candraning, C., & Muhammad, R. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa bekerja di lembaga keuangan syariah. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 3(2), 90-98.
- Hasanah, F., & MUAMALAT, P. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Menjadi Nasabah Pembiayaan Di Lembaga Keuangan Syariah (LKS) Dan Lembaga Keuangan Konvensional (LKK).
- Hidayati, A. (2009). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan pembiayaan lembaga keuangan syariah (Studi Kasus Pada BMT Safinah Klaten).
- Mu'allim, A. (2015). Persepsi Masyarakat terhadap Lembaga Keuangan Syariah.

- Al-Mawarid Journal of Islamic Law, (10), 25992.
- Yuliati, L. (2011). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat berinvestasi sukuk. *Walisongo: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 19(1), 103-126.
- Zubair, M. K. (2016). Analisis Faktor-Faktor Sustainability Lembaga Keuangan Mikro Syariah. *Iqtishadia: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam STAIN Kudus*, 9(2), 201-226.

Analisis Rasio Keuangan Untuk Menilai Kinerja Keuangan Pada Elzatta Probolinggo

Yayuk Indah Wahyuning Tyas
Fakultas Ekonomi Universitas Panca Marga
yayuk@upm.ac.id

Abstrak:

Penelitian ini membahas tentang Analisis Rasio Likuiditas, Solvabilitas, Aktivitas dan Profitabilitas. Untuk menilai Kinerja Keuangan Elzatta, adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kondisi dan kinerja berdasarkan rasio keuangan. Data yang digunakan data primer dan data sekunder. Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk mencari informasi faktual. Objek yang digunakan dalam penelitian ini yaitu laporan keuangan yang berupa Neraca dan Laporan Rugi Elzatta periode 2018 dan 2019. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis data kuantitatif.

Hasil penelitian dilihat dari rasio likuiditasnya dan rasio solvabilitas posisi *Debt to Aset Ratio* tahun 2018 sampai 2019 sangat baik. Jika dilihat dari rasio aktivitas tingkat efektivitas Elzatta berdasarkan *Inventory turn Over* tahun 2018 sampai 2019 dalam menjalankan kegiatan operasinya dapat dikatakan efektif. Rasio rentabilitas dilihat dari *Return on Investment* dan *Return on Equity* dan analisis rasio profitabilitas yang telah dilakukan pada tahun 2018 sampai tahun 2019 mengalami peningkatan.

Kata kunci: Kinerja keuangan dan laporan keuangan

Abstract:

This study discusses Liquidity Ratio Analysis, Solvency, Activity and Profitability. To assess Elzatta's Financial Performance, the purpose of this study is to determine the condition and performance based on financial ratios. The data used are primary data and secondary data. This type of research is a type of quantitative descriptive research that aims to find factual information. The object used in this study is the financial statements in the form of Balance Sheet and Loss Reports for the 2018 and 2019 periods. The data analysis method used is the quantitative data analysis method.

The results of the study are seen from the liquidity ratio and the solvency ratio of the Debt to Asset Ratio in 2018 to 2019 which is very good. If seen from the Elzatta effectiveness level ratio based on inventory turnover in 2018 until 2019 in carrying out its operations it can be said to be effective. Profitability ratios can be seen from the Return on Investment and Return on Equity and the analysis of profitability ratios that have been carried out in 2018 until 2019 has increased.

Keywords: Financial performance and financial statements

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha yang semakin pesat menyebabkan semakin banyak perusahaan-perusahaan yang berdiri di Indonesia. Baik perusahaan sejenis maupun tidak sejenis. Setiap perusahaan pasti memiliki rencana keuangan yang berbeda-beda. Tidak bisa dipungkiri lagi perkembangan dunia usaha di Indonesia yang semakin kompetitif menuntut setiap perusahaan untuk dapat mengolah dan melaksanakan manajemen perusahaan menjadi lebih profesional. Manajemen keuangan sangatlah berpengaruh terhadap kelangsungan kegiatan

dan eksistensi suatu perusahaan serta berpengaruh pula pada individu yang ada dalam perusahaan tersebut. Oleh karena itu seorang manajer keuangan dituntut untuk dapat menjalankan manajemen keuangan dengan baik. Hal ini dilakukan agar perusahaan dapat melaksanakan kegiatan operasionalnya dengan baik, efektif dan efisien. Sehingga perusahaan dapat berkembang dan mempertahankan aktivitas serta keberadaan perusahaan.

Selain manajemen yang baik, perusahaan juga memerlukan analisis terhadap laporan keuangan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam mengatasi masalah-

masalah keuangan perusahaan serta mengambil keputusan yang cepat dan tepat. Melalui analisis laporan keuangan manajemen dapat mengetahui posisi keuangan, kinerja keuangan dan kekuatan keuangan yang dimiliki perusahaan. Selain berguna bagi perusahaan dan manajemennya analisis laporan keuangan juga diperlukan oleh pihak-pihak yang memiliki kepentingan seperti kreditor, investor dan pemerintah untuk mengetahui dan menilai kondisi keuangan perusahaan dan perkembangan dari perusahaan tersebut.

Elzatta Probolinggo yang bergerak dalam bidang perdagangan barang memiliki tujuan agar dapat menjadi sektor usaha yang menghasilkan penilaian yang bermutu tinggi dan profesional, oleh karena itu elzatta Probolinggo memerlukan analisis laporan keuangan agar dapat menilai kondisi perkembangan perusahaan, mempertahankan keberadaan perusahaan dan mampu meningkatkan pertumbuhan perusahaan di tengah pertumbuhan ekonomi yang semakin pesat dan persaingan usaha yang semakin ketat. Penilaian kinerja keuangan merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan oleh pihak manajemen untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Kinerja merupakan indikator baik buruknya keputusan manajemen dalam mengambil keputusan. Apabila kinerja perusahaan baik maka prestasi perusahaan juga meningkat dan para kreditor dapat memberikan rekomendasi usulan pinjaman untuk direalisasikan. Sebaliknya jika kinerja keuangan perusahaan kurang stabil maka para kreditor akan mempertimbangkan kembali usulan pinjaman yang akan direalisasikan dan akan merusak citra dan kepercayaan dari pemilik kepada karir manajemen ke depan.

Analisis terhadap laporan keuangan digunakan metode dan teknik analisis untuk menentukan dan mengukur hubungan antara pos-pos dalam laporan keuangan, sehingga dapat diketahui perubahan-perubahan masing-masing pos bila dibandingkan. Hasil perbandingan tersebut dapat digunakan untuk mengetahui tingkat rasio likuiditas, solvabilitas, rentabilitas dan aktivitas yang

dapat menggambarkan kondisi keuangan dan kinerja perusahaan. Untuk menilai kinerja keuangan elzatta peneliti menggunakan metode/ teknik analisis rasio keuangan berdasarkan laporan keuangan yang terdiri dari neraca, laporan rugi laba periode 2018 dan 2019. Dengan laporan neraca dan laporan rugi laba peneliti dapat mengetahui tingkat rasio likuiditas, solvabilitas, rentabilitas, dan aktivitas. Berdasarkan uraian di atas maka peneliti mengambil judul : "Analisis Rasio Keuangan untuk Menilai Kinerja Keuangan Pada Elzatta Probolinggo.

TUJUAN LAPORAN KEUANGAN

Tujuan laporan keuangan adalah untuk memberikan informasi kepada pihak yang membutuhkan tentang kondisi suatu perusahaan dari sudut angka-angka dalam satuan moneter (Irhah Fahmi, 2018:26). Secara umum laporan keuangan bertujuan untuk memberikan informasi keuangan suatu perusahaan, baik pada saat tertentu maupun pada periode tertentu.

KERANGKA BERFIKIR

Hal yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah mengenai posisi keuangan dan kinerja perusahaan. Posisi keuangan perusahaan mencerminkan kemampuan pengelolaan keuangan perusahaan dalam menjalankan aktivitas perusahaan. Sedangkan kinerja keuangan perusahaan mencerminkan kemampuan dalam pengelolaan keuangan perusahaan dalam menjalankan aktivitas perusahaan. Untuk mengetahui posisi dan kinerja keuangan perusahaan dapat menganalisa laporan keuangannya.

Ada beberapa alat yang dapat digunakan untuk menganalisis laporan keuangan perusahaan, diantaranya adalah dengan menggunakan analisis rasio. Analisis rasio bertujuan untuk mengukur tingkat efektifitas keputusan yang telah diambil oleh perusahaan dalam menjalankan usahanya. Dalam penelitian ini ada empat rasio yang digunakan untuk menilai posisi dan kinerja keuangan perusahaan, yaitu rasio likuiditas, rasio solvabilitas, rasio aktivitas, dan rasio profitabilitas.

KAJIAN PUSTAKA

PENGERTIAN LAPORAN KEUANGAN

Laporan keuangan merupakan suatu informasi yang menggambarkan kondisi suatu perusahaan, dimana selanjutnya akan menjadi suatu informasi yang menggambarkan tentang suatu kinerja perusahaan (Irham Fahmi, 2018:22). Laporan keuangan merupakan produk akhir dari serangkaian proses pencatatan dan pengikhtisaran data transaksi bisnis (Hery, 2018:3).

Lebih lanjut dijelaskan bahwa laporan keuangan merupakan alat yang sangat penting untuk memperoleh informasi sehubungan dengan posisi keuangan dan hasil-hasil yang telah dicapai oleh perusahaan yang bersangkutan. Dengan begitu laporan keuangan dapat membantu bagi para pengguna untuk membuat keputusan ekonomi yang bersifat finansial (Munawir S, 2012:56).

PENGERTIAN ANALISIS KEUANGAN

Menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 menjelaskan bahwa tujuan laporan keuangan adalah menyediakan informasi yang menyangkut posisi keuangan, kinerja, serta posisi keuangan suatu perusahaan yang bermanfaat bagi sejumlah besar pemakai dalam pengambilan keputusan.

Menurut Hery, S.E., M.Si (2018:113) dalam buku Analisis Kinerja Manajemen analisis laporan keuangan adalah suatu proses untuk membedah laporan keuangan kedalam unsur-unsurnya dan menelaah masing-masing dari unsur tersebut dengan tujuan untuk memperoleh pengertian dan pemahaman yang baik dan tepat atas laporan keuangan itu sendiri.

TUJUAN DAN MANFAAT ANALISIS KEUANGAN

Menurut Dr. Kasmir dalam buku Analisis Laporan keuangan (2012:68) menjelaskan ada beberapa tujuan dan manfaat bagi berbagai pihak dengan adanya analisis laporan keuangan secara umum antara lain:

- a. Untuk mengetahui posisi keuangan perusahaan dalam satu periode tertentu, baik harta, kewajiban, modal, maupun hasil usaha yang telah dicapai untuk beberapa periode;
- b. Untuk mengetahui kelemahan-kelemahan apa saja yang menjadi kekurangan perusahaan;
- c. Untuk mengetahui kekuatan-kekuatan yang dimiliki;
- d. Untuk mengetahui langkah-langkah apa saja yang perlu dilakukan kedepan yang berkaitan dengan posisi keuangan perusahaan saat ini;
- e. Untuk melakukan penilaian kinerja manajemen ke depan apakah perlu penyelenggaraan atau tidak karena sudah dianggap berhasil atau gagal;
- f. Dapat juga digunakan sebagai pembanding dengan perusahaan sejenis tentang hasil yang mereka capai.

PENGERTIAN RASIO KEUANGAN

Menurut Warsidi dan Bambang analisis rasio keuangan merupakan instrumen analisis prestasi perusahaan yang menjelaskan berbagai hubungan dan indikator keuangan, yang ditujukan untuk menunjukkan perubahan dalam kondisi keuangan atau prestasi operasi di masa lalu dan membantu menggambarkan trend pola perubahan tersebut, untuk kemudian menunjukkan risiko dan peluang yang melekat pada perusahaan yang bersangkutan (2010:Vol. 2 No. 1).

Analisis Rasio Keuangan merupakan salah satu alat yang paling populer dan banyak digunakan. Meskipun perhitungan Rasio hanyalah merupakan operasi aritmatika sederhana, namun hasilnya memerlukan interpretasi yang tidak mudah. (Hery,S.E:2018:139).

JENIS-JENIS RASIO KEUANGAN

Secara garis besar, saat ini dalam praktik setidaknya ada lima jenis rasio keuangan yang sering dipakai untuk menilai kondisi keuangan dan kinerja perusahaan. Kelima rasio tersebut sebagai berikut:

1. Rasio Likuiditas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan

dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya yang segera jatuh tempo. Untuk menilai likuiditas perusahaan menggunakan rasio :

- a) Rasio lancar merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya yang segera jatuh tempo dengan menggunakan total aset lancar yang tersedia. Dengan rumus :

$$\text{Rasio lancar} = \frac{\text{asetlancar}}{\text{kewajibanlancar}} \times 100\%$$

- b) Rasio sangat lancar atau rasio cepat merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya yang segera jatuh tempo dengan menggunakan aset sangat lancar, tidak termasuk persediaan barang dagangan dan aset lancar lainnya. Dengan rumus :

$$\text{Rasio sangat lancar} = \frac{\text{aktiva lancar} - \text{persediaan}}{\text{kewajiban lancar}} \times 100\%$$

2. Rasio Solvabilitas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajibannya. Rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan adalah :
- a. Rasio utang terhadap aset merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total utang dengan total aset. Dengan kata lain rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar aset perusahaan dibiayai oleh utang atau seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pembiayaan aset. Dengan rumus :

$$\text{Debt to Equiry Ratio} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

- b. Rasio utang terhadap modal merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya proporsi utang terhadap modal. Dengan rumus

$$\text{Debt to Equiry Ratio} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Modal}} \times 100\%$$

3. Rasio Aktivitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi atas pemanfaatan sumber daya yang dimiliki perusahaan atau untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya sehari-hari. Rasio yang digunakan adalah :

- a. Perputaran persediaan merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur berapa kali dana yang ditanam dalam persediaan ini dalam satu periode. Dengan menggunakan rumus :

$$\text{Perputaran Persediaan} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{persediaan}} \times 100\%$$

- b. Perputaran modal kerja merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur keefektifan modal kerja yang dimiliki perusahaan dalam menghasilkan penjualan. Dengan menggunakan rumus :

$$\text{Rasio perputaran modal kerja} = \frac{\text{penjualan}}{\text{persediaan}} \times 100\%$$

4. Rasio Profitabilitas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Rasio yang digunakan adalah :

- a. Hasil pengembalian investasi atau lebih dikenal dengan *Return on Investment* (ROI) merupakan rasio yang menunjukkan hasil atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. Dengan rumus : $\text{ROI} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total Assets}} \times 100\%$
- b. Hasil pengembalian ekuitas atau *return on equity* merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Dengan menggunakan rumus :

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Equity}} \times 100\%$$

PENGERTIAN KINERJA

Kinerja keuangan adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan telah melaksanakan dengan menggunakan peraturan-peraturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar. (Irham Fahmi, 2018:2).

Penilaian ini dapat dilakukan dengan melihat sisi kinerja keuangan (*financial performance*) dan kinerja non keuangan (*non financial performance*). Kinerja keuangan melihat pada laporan keuangan yang dimiliki oleh perusahaan/ badan usaha yang bersangkutan dan itu tercermin dari informasi yang diperoleh pada neraca, laporan rugi laba, laporan arus kas serta hal-hal lain yang turut mendukung sebagai alat penguat penilaian kinerja keuangan tersebut

HUBUNGAN RASIO KEUANGAN DAN KINERJA KEUANGAN

Menurut Warsidi dan Bambang (2012:Vol.2 No.1) analisis rasio keuangan merupakan instrumen analisis prestasi perusahaan yang menjelaskan berbagai hubungan dan indikator keuangan, yang ditujukan untuk menunjukkan perubahan dalam kondisi keuangan atau prestasi operasi di masa lalu dan membantu menggambarkan trend pola perubahan tersebut, untuk kemudian menunjukkan risiko dan peluang yang melekat pada perusahaan yang bersangkutan.

Dari pendapat di atas dapat dimengerti bahwa rasio keuangan dan kinerja perusahaan mempunyai hubungan yang erat. Rasio keuangan ada banyak jumlahnya dan setiap rasio memiliki kegunaannya masing-masing. Bagi investor ia akan melihat rasio dengan penggunaannya yang paling sesuai dengan analisis yang akan dilakukan. Dalam konsep keuangan dikenal dengan nama fleksibilitas, artinya rumus atau berbagai bentuk formula yang dipergunakan haruslah disesuaikan dengan kasus yang diteliti.

METODE PENELITIAN JENIS PENELITIAN

Jenis penelitian yang peneliti gunakan yaitu penelitian deskriptif kuantitatif karena memberikan uraian mengenai hasil penelitian. Tujuan dari jenis penelitian deskriptif adalah untuk mencari informasi faktual yang mendetail, untuk mengidentifikasi masalah-masalah atau untuk mendapatkan justifikasi keadaan dan praktek-praktek yang sedang berlangsung dan menganalisis data yang berupa angka-angka, sehingga informasi dari pihak perusahaan dapat diukur dengan menggunakan rumus-rumus tertentu yang digunakan dalam menilai kinerja Elzatta Probolinggo.

POPULASI DAN SAMPEL

Populasi adalah semua nilai baik hasil perhitungan maupun pengukuran, baik kuantitatif maupun kualitatif dari karakteristik tertentu mengenai sekelompok obyek yang lengkap dan jelas. Populasi dalam penelitian ini adalah semua laporan keuangan Elzatta Probolinggo tahun 2018 sampai dengan tahun 2019.

Penentuan sampel ditujukan untuk mempermudah jalannya penelitian dan pengambilannya harus dapat mewakili populasi dalam penelitian. Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Neraca dan Laporan Rugi/Laba Elzatta Probolinggo pada tahun 2018 dan 2019.

METODE PENGUMPULAN DATA

Agar memperoleh data yang akurat peneliti menggunakan langkah-langkah dalam proses pengumpulan data.

1. Metode wawancara
2. Dokumentasi
3. Study Pustaka

METODE ANALISIS DATA

Analisis data merupakan bagian yang penting dalam suatu proses penelitian. Metode analisis yang digunakan adalah metode kuantitatif yaitu menerangkan dengan cara menghitung rasio-rasio yang ada di perusahaan dengan menggunakan rumus-

rumus tertentu. Dalam menganalisis kinerja keuangan perusahaan dapat dilakukan tahapan-tahapan sebagai berikut:

1. Melakukan *review* terhadap data laporan keuangan.
2. Melakukan perhitungan.
3. Melakukan perbandingan terhadap hasil perhitungan yang telah diperoleh. Dari hasil perhitungan yang sudah diperoleh tersebut kemudian dilakukan perbandingan. Metode yang umum dipergunakan untuk melakukan perbandingan ada dua yaitu: *Time series analysis* dan *Cross sectional approach*.
4. Memberikan analisis data atau kesimpulan terhadap perhitungan dengan metode *times series analysis* dari hasil perhitungan yang telah diperoleh. Dari hasil metode diatas diharapkan nantinya akan dapat dibuat satu kesimpulan yang menyatakan posisi perusahaan tersebut berada dalam kondisi sangat baik, baik, sedang/ normal, tidak baik, dan sangat tidak baik.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN ANALISIS DATA

Data keuangan yang dipergunakan dalam penelitian ini berasal dari laporan Neraca dan laporan Rugi/Laba mulai tahun 2018 sampai dengan tahun 2019 yang berhubungan dengan analisis rasio keuangan.

1. Laporan Keuangan elzatta
 - a. Laporan Neraca

Tabel 1
Elzatta
NERACA
Per 31 Desember 2018 dan 2019

Keterangan	Per 31 Desember	
	2018	2019
Aktiva		
Aktiva Lancar		
Kas	Rp 83.718.701	Rp 95.763.701
Piutang	Rp 70.000	Rp 72.000
Persediaan	Rp 74.163.749	Rp 72.723.749
Total Aktiva Lancar	Rp157.952.450	Rp 168.560.450
Aktiva Tetap	Rp -	Rp -
Total Aktiva	Rp157.952.450	Rp 168.560.450
Pasiva dan Modal		
Hutang Usaha	Rp 55.691.700	Rp 63.585.700
Total kewajiban	Rp 55.691.700	Rp 63.585.700
Modal	Rp 32.310.400	Rp 22.629.300
Laba tahun berjalan	Rp 65.610.250	Rp 77.065.800
Laba bulan berjalan	Rp 4.340.100	Rp 5.279.650
Total Modal	Rp102.260.750	Rp 104.974.750
Total Pasiva & Modal	Rp157.952.450	Rp 168.560.450

Sumber Data : Elzatta

- Laporan Rugi/Laba

Tabel 2
Elzatta
Laba / Rugi
Per 31 Desember 2018 dan 2019

Keterangan	2018	2019
Penjualan		
Penjualan barang dagang	Rp 523.797.800	Rp 1.779.107.997
Harga Pokok Produk	Rp 407.538.250	Rp 1.654.203.309
Laba Kotor	Rp116.259.550	Rp 124.904.688
Biaya Usaha		
Biaya Gaji Pramuniaga	Rp 25.400.000	Rp 25.400.000
Biaya Gaji Bag. Admin	Rp 9.600.000	Rp 9.600.000
Biaya Air dan Listrik	Rp 4.800.000	Rp 4.800.000
Total Biaya	Rp 39.800.000	Rp 39.800.000
Laba sebelum pajak	Rp 76.459.550	Rp 85.104.688
Pajak penghasilan	Rp -	Rp -
Laba Usaha Bersih	Rp 76.459.550	Rp 85.104.688

Sumber Data : Elzatta diolah tahun 2019

Dengan data diatas maka dapat diperoleh rasio keuangan yang meliputi rasio likuiditas, rasio solvabilitas, rasio aktivitas, dan rasio profitabilitas dengan perhitungan sebagai berikut :

1. Rasio Likuiditas.

- a. *Current Ratio*

- 1) Tahun 2018

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Hutang Lancar}} \times 100\%$$

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Rp. 157.952.450}}{\text{Rp. 55.691.700}} \times 100\%$$

$$= 283,6194\%$$

- 2) Tahun 2019

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Hutang Lancar}} \times 100\%$$

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Rp. 168.560.450}}{\text{Rp. 63.585.700}} \times 100\%$$

$$= 265,0918\%$$

Tabel 3

Hasil Analisis Rasio Likuiditas dengan Perhitungan *Current Ratio*

Keterangan	Tahun	
	2018	2019
<i>Current Ratio</i>	283,6194%	265,0918%

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2019

Dari tabel hasil analisis rasio likuiditas yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa: Tahun 2018 diperoleh *Current Ratio* sebesar 283,6194%, yang berarti setiap Rp. 1,00 utang lancar akan dijamin oleh Rp. 2.176,32 dari aktiva lancar. Tahun 2019 *Current Ratio* menurun menjadi 265,0918% yang berarti setiap Rp. 1,00 utang lancar akan dijamin dengan aktiva lancar Rp. 2.650,91. Tahun 2019 *Current Ratio* sebesar 265,0918% hal ini berarti setiap Rp. 1,00 utang lancar akan dijamin oleh Rp. 2.650,91 aktiva

lancar. Apabila tahun 2019 dibandingkan tahun 2018, maka *Current Ratio* mengalami kenaikan sebesar 65.987% yang disebabkan naiknya aktiva lancar dan turunnya hutang lancar. Tahun 2019 *current ratio* sebesar 265.0917% mengalami penurunan rasio sebesar 18.5276% bila dibandingkan tahun 2019 yang disebabkan naiknya aktiva lancar dan naiknya hutang lancar.

b. *Quick Ratio*

1) Tahun 2018

$$\text{Quick Ratio} = \frac{\text{Aktiva Lancar - persediaan}}{\text{Hutang Lancar}} \times 100\%$$

$$\text{Quick Ratio} = \frac{\text{Rp. 157.952450} - \text{Rp. 74.163.749}}{\text{Rp. 55.691.700}} \times 100\%$$

$$= 150,451\%$$

2) Tahun 2019

$$\text{Quick Ratio} = \frac{\text{Aktiva Lancar - persediaan}}{\text{Hutang Lancar}} \times 100\%$$

$$\text{Quick Ratio} = \frac{\text{Rp. 168.560.450} - \text{Rp. 72.723.749}}{\text{Rp. 63.585.700}} \times 100\%$$

$$= 150,7205\%$$

Tabel 4
Hasil Analisis Rasio Likuiditas dengan Perhitungan *Quick Ratio*

Keterangan	tahun	
	2018	2019
<i>Quick Ratio</i>	150,451%	150,7205%

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2019.]

Dari tabel hasil analisis rasio likuiditas yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa: Tahun 2018 diperoleh *Quick ratio* sebesar 104,2202% berarti setiap utang lancar sebesar Rp. 1,00 akan dijamin sebesar Rp. 1,0422 aktiva lancar dikurangi persediaan. Tahun 2019 *Quick Ratio* sebesar 150,451% berarti setiap utang lancar sebesar Rp. 1,00 akan dijamin sebesar Rp. 1,50451 oleh aktiva dikurangi persediaan. Tahun 2019 *Quick Ratio* sebesar 150,7205% artinya setiap utang lancar sebesar Rp. 1,00 akan dijamin sebesar Rp. 1,507205 aktiva lancar dikurangi persediaan. Apabila tahun 2019 dibandingkan tahun 2018 maka *Quick Ratio* mengalami kenaikan sebesar 46,2308% yang disebabkan naiknya aktiva lancar dikurangi persediaan dan turunnya utang lancar. Tahun 2019 *Quick Ratio* sebesar 150,824% mengalami kenaikan sebesar 0,2695% yang disebabkan naiknya aktiva lancar dikurangi persediaan dan naiknya hutang lancar.

2. Rasio Solvabilitas

a. *Debt to Aset Ratio*

1) Tahun 2018

$$\text{Debt to Aset Ratio} = \frac{\text{Total hutang}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

$$\text{Debt to Aset Ratio} = \frac{\text{Rp. 55.691.700}}{\text{Rp. 157.952.450}} \times 100\%$$

$$= 0,352\%$$

2) Tahun 2019

$$\text{Debt to Aset Ratio} = \frac{\text{Total hutang}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

$$\text{Debt to Aset Ratio} = \frac{\text{Rp. 63.585.700}}{\text{Rp. 168.560.450}} \times 100\%$$

$$= 0,377\%$$

Tabel 5
Hasil Analisis Rasio Solvabilitas dengan Perhitungan *Debt to Aset Ratio*

Keterangan	Tahun	
	2018	2019
<i>Debt to Aset Rasio</i>	35,258%	37,722%

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2019.

Dari tabel hasil analisis rasio solvabilitas yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa: Tahun 2018, *Debt to Aset Ratio* sebesar 45,949% menunjukkan bahwa setiap total hutang Rp. 1,00 dijamin dengan Rp. 0,45949 aktiva perusahaan. Tahun 2019 *Debt to Aset Ratio* mencapai 35,258% menunjukkan bahwa setiap total hutang Rp. 1,00 dijamin dengan Rp. 0,35258 aktiva perusahaan. Rasio ini mengalami penurunan sebesar 10,691% yang disebabkan naiknya aktiva dan hutang. Tahun 2019 *Debt to Aset Ratio* sebesar 37,722 yang artinya setiap total hutang sebesar Rp. 1,00 dijamin dengan Rp. 0,37722 aktiva perusahaan. *Debt to Aset Ratio* pada tahun 2019 mengalami kenaikan disebabkan naiknya total aktiva dan hutang.

b. *Debt to Equity Ratio*

1) Tahun 2018

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total hutang}}{\text{Ekuitas}} \times 100\%$$

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Rp. 102.260.750}}{\text{Rp. 55.691.700}} \times 100\%$$

$$= 54,46\%$$

2) Tahun 2019

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total hutang}}{\text{Ekuitas}} \times 100\%$$

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Rp. 104.974.750}}{\text{Rp. 63.585.700}} \times 100\%$$

$$= 60,572\%$$

Tabel 6
Hasil Analisis Rasio Solvabilitas dengan Perhitungan *Debt to Equity Ratio*

Keterangan	Tahun	
	2018	2019
<i>Debt to Equity Rasio</i>	54,46%	60,572%

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2019.

Dari tabel hasil analisis rasio solvabilitas yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa: Tahun 2018 *Debt to Equity Ratio* sebesar 85,011% dari rasio ini dapat dikatakan bahwa setiap Rp. 1,00 hutang dijamin dengan 0,81546 modal sendiri. Tahun 2019 diperoleh *Debt to Equity Ratio* sebesar 54,46% yang berarti setiap Rp. 1,00 hutang dijamin dengan 0,5446 modal sendiri. Pada tahun ini mengalami penurunan sebesar 27% dari tahun 2018, yang disebabkan oleh turunnya total hutang dan naiknya modal sendiri. Tahun 2019 sebesar 60,572% berarti setiap Rp. 1,00 hutang dijamin Rp. 0,60572 modal sendiri. Rasio tahun 2019 mengalami kenaikan dari tahun 2018, hal ini disebabkan naiknya hutang dan naiknya modal sendiri.

3. Rasio Aktivitas

a. *Inventory Turn Over*

1) Tahun 2018

$$\begin{aligned} \text{Inventory Turn Over} &= \frac{\text{Penjualan}}{\text{Persediaan}} \\ &= \frac{\text{Rp. 74.163.749}}{\text{Rp. 523.797.800}} \\ &= 7 \text{ kali} \\ \text{Lamanya persediaan} &= \frac{360}{7} \\ &= 51 \text{ hari} \end{aligned}$$

2) Tahun 2019

$$\begin{aligned} \text{Inventory Turn Over} &= \frac{\text{Penjualan}}{\text{Persediaan}} \\ &= \frac{\text{Rp. 72.723.749}}{\text{Rp. 1.779.107.997}} \\ &= 24 \text{ kali} \\ \text{Lamanya persediaan} &= \frac{360}{24} \\ &= 15 \text{ hari} \end{aligned}$$

Tabel 7

Hasil Analisis Rasio Aktivitas dengan Perhitungan *Inventory Turn Over*

Keterangan	Tahun	
	2018	2019
<i>Inventory Turn Over</i>	7 kali	24 kali
Lamanya persediaan	51 hari	15 hari

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2019.

Dari tabel hasil analisis rasio aktivitas yang telah dianalisis, maka dapat diketahui bahwa: Tahun 2018 *Inventory Turn Over* sebesar 3 kali dengan lamanya persediaan 120 hari. Pada tahun 2019 *Inventory Turn Over* sebesar 7 kali dengan lamanya persediaan 51

hari. Pada tahun 2019 dikatakan lebih efektif dengan lamanya persediaan terjual lebih cepat 15 hari jika dibandingkan dengan aktivitas penjualan tahun 2018. Tahun 2019 *Inventory Turn Over* sebesar 24 kali dengan lamanya persediaan 15 hari mengalami peningkatan dengan lamanya persediaan terjual lebih cepat 31 hari.

b. *Working Capital Turn Over*

1) Tahun 2018

$$\begin{aligned} \text{Working Capital Turn Over} &= \frac{\text{Penjualan}}{\text{Aktiva lancar}} \\ &= \frac{\text{Rp. 523.797.800}}{\text{Rp. 157.952.450}} \\ &= 3,316 \text{ kali} \end{aligned}$$

2) Tahun 2019

$$\begin{aligned} \text{Working Capital Turn Over} &= \frac{\text{Penjualan}}{\text{Aktiva lancar}} \\ &= \frac{\text{Rp. 1.779.107.997}}{\text{Rp. 168.560.450}} \\ &= 10,555 \text{ kali} \end{aligned}$$

Tabel 8
Hasil Analisis Rasio Aktivitas dengan Perhitungan *Working Capital Turn Over*

Keterangan	Tahun	
	2018	2019
<i>Working Capital Turn Over</i>	3,316 kali	10,555 kali

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2019.

Dari tabel analisis rasio aktivitas yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa: Tahun 2018 diperoleh *Working Capital Turn Over* sebesar 1,802 kali artinya setiap Rp. 1,00 aset lancar turut berkontribusi menciptakan Rp. 1,802 penjualan. Tahun 2019 *Working Capital Turn Over* sebesar 3,316 kali yang berarti setiap Rp. 1,00 aset lancar turut berkontribusi menciptakan Rp. 3,316 penjualan. Tahun 2019 *Working Capital Turn Over* sebesar 10,555 kali, artinya setiap Rp. 1,00 aset lancar turut berkontribusi menciptakan Rp. 10,555 penjualan. Apabila tahun 2018 dibandingkan dengan tahun 2019 *Working Capital Turn Over* mengalami peningkatan 1,514 yang disebabkan peningkatannya penjualan dan aset lancar. Tahun 2019 *Working Capital Turn Over* mengalami kenaikan sebesar 7,239 kali disebabkan meningkatnya penjualan dan aktiva lancar.

4. Rasio Profabilitas

a. Return On Investment (ROI)

1) Tahun 2018

$$ROI = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total aset}} \times 100\%$$

$$ROI = \frac{\text{Rp. 157.952.450}}{\text{Rp. 76.459.550}} \times 100\% = 48,407\%$$

2) Tahun 2019

$$ROI = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total aset}} \times 100\%$$

$$ROI = \frac{\text{Rp. 168.560.450}}{\text{Rp. 85.104.688}} \times 100\% = 50,489\%$$

Tabel. 9
Hasil Analisis Rasio Profitabilitas dengan Perhitungan Return On Investment (ROI)

Keterangan	Tahun	
	2018	2019
Return On Investment (ROI)	48,407%	50,489%

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2019.

Dari tabel hasil analisis rasio profitabilitas yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa: Tahun 2018 *Return On Investment* sebesar 37,863% berarti setiap Rp. 1,00 dari total aktiva dapat digunakan untuk menghasilkan laba bersih Rp. 0,37863. Pada tahun 2019 rasio sebesar 48,407% berarti setiap Rp. 1,00 dari total aktiva dapat digunakan untuk menghasilkan laba bersih Rp. 0,48407. Rasio tahun 2019 mengalami kenaikan sebesar 10,544% yang disebabkan adanya kenaikan laba dari tahun sebelumnya. Pada tahun 2019 rasio sebesar 50,489% berarti setiap Rp, 1,00 dari total aktiva dapat digunakan untuk menghasilkan laba bersih Rp. 0,50489. Rasio tahun 2019 mengalami kenaikan yang disebabkan naiknya laba perusahaan.

b. Return On Equity (ROE)

1) Tahun 2018

$$ROE = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Modal}} \times 100\%$$

$$ROE = \frac{\text{Rp. 102.260.750}}{\text{Rp. 76.459.550}} \times 100\% = 74,76921\%$$

2) Tahun 2019

$$ROE = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Modal}} \times 100\%$$

$$ROE = \frac{\text{Rp. 85.104.688}}{\text{Rp. 104.974.750}} \times 100\% = 81,07158\%$$

Tabel. 10
Hasil Analisis Rasio Profitabilitas dengan Perhitungan Return On Equity (ROE)

Keterangan	Tahun	
	2018	2019
Return On Equity (ROE)	74,76921%	81,07158%

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2019.

Dari tabel analisis rasio profitabilitas yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa: Tahun 2018 *Return On Equity* sebesar 70,05028% yang artinya setiap Rp. 1,00 modal dapat menghasilkan laba bersih sebesar Rp. 0,7005028. Tahun 2019 *Return On Equity* sebesar 74,76921% yang artinya setiap Rp. 1,00 modal dapat menghasilkan laba bersih sebesar Rp. 0,7476921. Pada tahun 2019 mengalami kenaikan dari tahun 2018 yang disebabkan naiknya modal dan laba bersih. Pada tahun 2019 *Return On Equity* sebesar 81,07158% yang artinya bahwa setiap Rp. 1,00 modal dapat menghasilkan laba bersih sebesar Rp. 0,8107158. Pada tahun 2019 mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya yang disebabkan meningkatnya laba dan modal perusahaan.

Tabel. 11
Akumulasi Prosentase Rasio Keuangan Elzatta

Rasio Keuangan	Tahun		
	2018	2019	
Likuiditas	Current Ratio	283,619%	265,091%
	Quick Ratio	150,451%	150,7205%
Solvabilitas	Debt to Aset Ratio	35,258%	37,722%
	Debt to Equity Ratio	54,4604%	60,572%
Aktivitas	Inventory Turn Over	7 kali	24 kali
	Lamanya persediaan	51 hari	15 hari
	Working Capital Turn Over	3,316 kali	10,555 kali
Profitabilitas	Return On Investment	48,407%	50,489%
	Return On Equity	74,769%	81,071%

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2019.

Tabel. 12
Perbandingan Rasio Keuangan Elzatta

Rasio Keuangan	Tahun		Trend%		
	2018	2019	2018	2019	
Likuiditas	Current Ratio	283,619%	265,091%	122%	93%
	Quick Ratio	150,451%	150,7205%	145%	101%
Solvabilitas	Debt to Aset Ratio	35,258%	37,722%	82%	107%
	Debt to Equity Ratio	54,4604%	60,572%	71%	111%
Aktivitas	Inventory Turn Over	7 kali	24 kali	800%	343%
	Lamanya persediaan	51 hari	15 hari	13%	29%
	Working Capital Turn Over	3,316 kali	10,555 kali	586%	318%
Profitabilitas	Return On Investment	48,407%	50,489%	133%	104%
	Return On Equity	74,769%	81,071%	116%	108%

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2019.

Pembahasan

Hasil analisis terhadap data keuangan baik analisis rasio likuiditas, solvabilitas, aktivitas, dan profitabilitas untuk menilai kinerja Elzatta. Analisis rasio likuiditas, solvabilitas dan aktivitas digunakan untuk menilai kondisi rasio keuangan atau posisi keuangan Elzatta dan analisis rasio profitabilitas digunakan untuk menilai kinerja Elzatta Probolinggo.

1. Posisi keuangan Elzatta Probolinggo dilihat dari tingkat rasio likuiditas dari tahun 2018 sampai tahun 2019 dalam posisi baik karena aktiva lancar lebih besar dari hutang lancar. Hasil presentase *Current Ratio* pada tahun 2019 naik sebesar 30% dengan dasar 2018 dan pada tahun 2019 naik 22% dengan dasar tahun 2018. Tapi , mengalami penurunan pada tahun 2019 atas dasar tahun 2019 sebesar 7%, hal ini disebabkan naiknya aktiva lancar dan naiknya hutang lancar. Sedangkan *Quick Ratio* pada tahun 2019 naik sebesar 44% dan tahun 2019 sebesar 45% atas dasar tahun 2018. Dan pada tahun 2019 hanya naik sebesar 1% atas dasar tahun 2019.
2. Dari perhitungan solvabilitas yang telah dilakukan maka terlihat bahwa presentase *Debt to Total Assets Ratio* pada tahun 2019 mengaami penurunan sebesar 23% dan pada tahun 2019 sebesar 18% atas dasar tahun 2018 hal ini disebabkan karena naiknya aktiva dan hutang. Sedangkan pada tahun 2019 mengalami kenaikan sebesar 7 atas dasar tahun 2019. Sedangkan dilihat dari *Debt to Equity Ratio* tahun 2019 mengaami penurunan sebesar 36% dan pada tahun 2019 sebesar 29% atas dasar 2018. Dan pada tahun 2019 mengalami kenaikan sebesar 11% atas dasar tahun 2019, rasio ini termasuk dalam kriteria baik karena nilai hutang lebih sedikit dari nilai modal sendiri. Dengan demikian Elzatta Probolinggo dapat dikatakan *solvable* karena perusahaan mampu memenuhi kewajiban jangka pendek maupun jangka panjang, apabila perusahaan dilikuidasi.
3. Tingkat efektivitas Elzatta Probolinggo bila dilihat dari *Working Capital turn Over* pada tahun 2019 mengalami kenaikan sebesar 84% dan pada tahun 2019 sebesar 486% dengan dasar tahun 2018 dan pada tahun 2019 sebesar 218% dengan dasar tahun 2018.. *Working Capital turn Over* tahun 2019 lebih baik jika dibandingkan dengan tahun 2018 dan 2019 karena kontribusi aset lancar terhadap penjualan di tahun 2019 lebih besar jika dibandingkan kontribusi aset lancar terhadap penjualan tahun 2018 dan 2019. Sedangkan jika dilihat dari *Inventory turn Over* tahun 2019 sebesar 133% dan tahun 2019 sebesar 700% atas dasar tahun 2018 dan tahun 2019 sebesar 243% atas dasar tahun 2019. Aktivitas penjualan persediaan barang dagangan yang dilakukan dari tahun 2018 dan 2019 dapat dikatakan efektif karena mengalami peningkatan lamanya persediaan yang lebih cepat terjual.
4. Tingkat profitabilitas Elzatta Probolinggo bila dilihat dari *Return on Investment* pada tahun 2019 mengalami kenaikan 28% dan pada tahun 2019 sebesar 33% dengan dasar tahun 2018. Pada tahun 2019 naik sebesar 4% dengan dasar tahun 2019. Sedangkan *Return on Equity* dari tahun 2019 naik sebesar 7% dan pada tahun 2019 naik sebesar 16% dengan dasar tahun 2018. Dan pada tahun 2019 naik sebesar 8% dengan dasar tahun 2019.
5. Dari hasil analisis rasio profitabilitas maka dapat diketahui bahwa kinerja Elzatta setiap tahun mengalami kenaikan sehingga secara keseluruhan kondisi profitabilitas perusahaan dalam keadaan baik.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil perhitungan dari analisis yang telah dilakukan terhadap laporan keuangan yang telah diperoleh dari Elzatta Probolinggo selama kurun waktu tiga periode yaitu dari tahun 2018 dan 2019 dengan menggunakan analisis rasio likuiditas, solvabilitas, aktivitas dan profitabilitas dapat

diambil beberapa kesimpulan diantaranya sebagai berikut:

1. Jika dilihat dari rasio likuiditasnya maka posisi keuangan Elzatta dari tahun 2018 sampai dengan tahun 2019 dalam posisi sangat baik. Dengan demikian Elzatta dapat dikatakan Toko Baju yang *likuid*.
2. Berdasarkan rasio solvabilitas maka dapat diketahui bahwa posisi keuangan Toko Baju dilihat dari *Debt to Aset Ratio* tahun 2018 sampai 2019 sangat baik. Dengan demikian Elzatta dapat dikatakan *solvable* karena Elzatta mampu memenuhi kewajiban jangka pendek maupun jangka panjang, apabila perusahaan dilikuidasi.
3. Jika dilihat dari rasio aktivitas tingkat efektivitas Elzatta berdasarkan *Inventory turn Over* tahun 2018 sampai 2019 dalam menjalankan kegiatan operasinya dapat dikatakan efektif karena dari tahun 2018 sampai dengan tahun 2019 mengalami peningkatan dengan lamanya persediaan yang lebih cepat terjual dari tahun ke tahun.
4. Rasio rentabilitas bila dilihat bila dari *Return on Investment* dan *Return on Equity* pada tahun 2018 sampai tahun 2019 mengalami peningkatan dari tahun ketahun sebesar.
5. Dari hasil analisis rasio profitabilitas yang telah dilakukan, maka perkembangan Toko Bajudalam menghasilkan laba dinilai baik karena perhitungan selama tiga periode akuntansi yaitu tahun 2018 sampai tahun 2019 tingkat kinerja Toko Bajusudah stabil karena setiap tahun mengalami kenaikan. Dengan demikian Elzatta merupakan Toko Baju yang *profit*.

Saran

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dan kesimpulan yang telah diambil, maka penulis mengajukan saran :

1. Untuk menjaga tingkat likuiditas, disarankan meningkatkan aktiva lancar dan menekan hutang lancar, namun tetap berhati-hati agar tidak terjadi *over liquid* akibat dari terlalu banyak memiliki aktiva lancar.

2. Untuk mengatasi tingkat solvabilitas yang tinggi, disarankan Elzatta ini lebih menjaga perbandingan jumlah total aktiva yang dimiliki dengan total kewajiban yang harus dibayar.
3. Rasio aktivitas dikategorikan efektif sehingga perlu ada peningkatan untuk tahun berikutnya dengan cara lebih mempercepat peredaran barang dagangan agar tidak terlalu lama menganggur didalam gudang.
4. Berkaitan dengan rentabilitas tergolong cukup, sehingga masih perlu ditingkatkan.
5. Untuk meningkatkan profitabilitas, maka disarankan untuk meningkatkan pendapatan usaha dan melakukan penghematan dalam penggunaan pembiayaan kegiatan operasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Amiruddin. 2018. *Analisis Rasio Keuangan Untuk Menilai Kesehatan Keuangan Koperasi Krida*.
- Dwi Harti. 2011. *Modul Akuntansi 1A untuk SMK dan MAK*. Jakarta: Erlangga.
- Dinastya. 2012. *Analisis Laporan Keuangan Sebagai Alat Penilaian Kinerja Keuangan Pada Koperasi*.
- Fahmi Irham. 2018. *Analisis Kinerja Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Harmono. 2018. *Manajemen Keuangan*. Bandung: Alfabeta
- Hery, SE.,M.Si.,CRP.,RSA. 2018. *Analisis Kinerja Manajemen*. Jakarta: PT Grasindo.
- Kasmir. 2012. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Munarsah. 2012. *Analisis Tingkat Kesehatan Unit Simpan Pinjam (USP) Pada Primkopti Semarang Barat Tahun 2000-2005*.
- Munawir S. 2012. *Analisa Laporan Keuangan*. Yogyakarta: UPP-AMP YKPN. Hlm. 56.

Sugiono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Umi Barokah. 2018. *Analisis Laporan Keuangan Untuk Menilai Kinerja Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Binangun Kabupaten Kulon Progo*.

Warsidi dan Bambang Agus Pramuka. 2010. *Evaluasi Kegunaan Rasio Keuangan*

dalam Memprediksi Perubahan Laba di Masa yang Akan Datang: Suatu Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di BEJ. Jurnal Analisis Akuntansi Manajemen Akuntansi dan Ekonomi Vol. 2 No. 1.

Wiratna. 2019. *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Pengaruh Citra Destinasi dan Kepercayaan Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung

(Studi Pada Wisatawan Domestik di Pantai Balekambang, Kabupaten Malang)

Raihan Wishal Nafis
Universitas Panca Marga
*e-mail : raihannafis27@gmail.com

Abstrak:

Penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan eksplanatori dan korelasi, di mana penelitian ini menjelaskan kondisi masing-masing variabel dan menjelaskan pengaruh variabel citra destinasi dan kepercayaan wisatawan terhadap variabel keputusan berkunjung. Populasinya adalah wisatawan domestik yang mengunjungi Pantai Balekambang Malang pada bulan Desember 2019 atau dapat dikatakan populasi penelitiannya adalah populasi tak terbatas. Sedangkan sampel yang digunakan adalah 100 orang dari pengunjung Pantai Balekambang Malang. Angka 100 diperoleh setelah perhitungan dilakukan menggunakan rumus Lemeshow. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan menggunakan metode purposive sampling. Berdasarkan hasil analisis uji regresi berganda ditemukan hasil bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari seluruh variabel bebas yaitu Citra Destinasi dan Kepercayaan Wisatawan terhadap variabel terikat yaitu Keputusan Berkunjung.

Katakunci: Citra Destinasi, Kepercayaan Wisatawan, Keputusan Berkunjung

Abstract:

This research is quantitative with explanatory and correlations approaches, where this study explains the condition of each variable and explains the effect of destination image variables and tourist's trust on visit decision variable. The population is domestic tourists who visiting Balekambang Beach Malang on December 2019 or can be said of the study population is infinite population. While the samples used were 100 people from visitors to Balekambang Beach Malang. The number 100 is obtained after the calculation is done using the Lemeshow formula. The method of collecting data using a questionnaire and using the purposive sampling method. Based on the results of the multiple regression test analysis found that there is a positive and significant effect of all independent variables, namely destination image and tourist trust on the dependent variable, namely visit decision.

Keyword: Visit Decision, Destination Image, Tourists Trust

PENDAHULUAN

Dalam era teknologi yang berkembang pesat seperti sekarang, informasi tentang tempat wisata di suatu daerah dapat tersebar dengan cepat. Informasi yang cepat dan mudah diakses ini membuat masyarakat yang akan melakukan kunjungan wisata bisa melakukan observasi terlebih dahulu terhadap tempat wisata yang akan mereka tuju. Hasil observasi yang telah dilakukan oleh seseorang ini biasanya akan membentuk persepsi mereka tentang tempat wisata yang akan mereka kunjungi. Maka dari itu saat ini banyak pengelola wisata yang

benar-benar menjaga citra dari tempat wisata yang mereka kelola supaya dapat terbentuk persepsi yang positif di dalam benak masyarakat. Tasci & Kozak (2007) menjelaskan citra destinasi adalah sebuah konsep terpadu yang terdiri dari pemikiran, ide, dan sensasi di benak para pengunjung. Sun *et al* (2013) menjelaskan bahwa wisatawan yang memiliki pemikiran yang positif akan merasa lebih puas atas keputusan kunjungan yang mereka lakukan. Artuger *et al* (2013) menjelaskan citra destinasi sangat berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan.

Membangun citra destinasi yang kuat adalah tujuan yang kini ingin dicapai oleh seluruh pengembang atau pengelola wisata yang ada di Indonesia. Citra destinasi yang positif kemungkinan besar akan mendatangkan keuntungan bagi pengelola wisata karena akan lebih banyak dikunjungi oleh wisatawan. Suatu citra destinasi yang baik harus terus dikomunikasikan oleh pengelola wisata untuk membantu menetapkan posisi yang kuat diantara tempat wisata lain yang saat ini semakin berkembang di Indonesia, serta memiliki peran penting dalam membangun persepsi positif yang kuat

KAJIAN PUSTAKA

Pitana & Diarta (2009) mendefinisikan citra destinasi sebagai sebuah hasil yang dirasakan wisatawan setelah melakukan kunjungan di sebuah tempat wisata. Ling *et all* (2010) menegaskan bahwa suatu citra destinasi tertentu jika bertemu dengan harapan wisatawan maka akan menghasilkan tingkat kepuasan dan akan meningkatkan kemungkinan untuk berkunjung dan memberikan rekomendasi kepada orang lain. Selain itu, Chi & Qu (2008) juga telah mengklasifikasikan atribut citra destinasi seperti berikut: a) Lingkungan wisata, yang dimaksud adalah sebuah lingkungan wisata yang aman serta suasana yang menenangkan; b) Hiburan, seperti pameran dan acara kebudayaan; c) Infrastruktur, meliputi hal-hal seperti tempat makan dan toko suvenir di sekitar tempat wisata; d) Relaksasi, tempat untuk menenangkan dan menyegarkan pikiran; e) Nilai dan harga, seperti membeli makanan dan membayar tiket masuk; f) Wisata alam, terdiri dari pegunungan atau pemandangan laut; g) Wisata bersejarah, mencakup bangunan sejarah atau warisan budaya; h) Aksesibilitas, kemudahan menuju lokasi tempat wisata; i) Aktivitas luar ruangan, misalnya snorkeling atau diving.

di benak wisatawan dalam jangka waktu yang panjang. Ketika citra destinasi telah menancap positif di benak wisatawan, hal selanjutnya yang diharapkan oleh pengelola wisata adalah kepercayaan dari wisatawan. Dalam psikologi pemasaran telah terbukti bahwa kepercayaan konsumen atau wisatawan akan tumbuh setelah mendapat persepsi yang positif dari tempat wisata yang mereka kunjungi. Ketika wisatawan telah merasa percaya terhadap tempat wisata pilihan mereka, secara otomatis tentu mereka tidak akan berpikir panjang sebelum memutuskan melakukan kunjungan.

Kepercayaan sendiri adalah sebuah kesediaan dari seseorang untuk memberikan rasa percayanya kepada orang lain dengan resiko yang sepenuhnya telah dipahami. Kepercayaan ini biasanya terbentuk dari dua hal, yaitu pengalaman di masa lalu atau interaksi yang baru dilakukan. Kepercayaan ini terkadang juga terjadi ketika seseorang melihat bahwa terdapat orang lain yang juga merasa percaya atas hal yang sama. Rasa kepercayaan dari konsumen inilah yang menggerakkan mereka untuk kemudian memilih dan pergi mengunjungi tempat wisata yang telah mereka berikan kepercayaannya, dimana hal tersebut merupakan perilaku minat beli yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kepuasan yang dirasakan (Basiya & Rozak, 2012). Selain itu dijelaskan oleh Kotler & Keller (2009) keputusan pembelian merupakan hasil pilihan mengenai alternatif pilihan yang konsumen dapatkan. Hal ini berarti dalam dunia pariwisata keputusan berkunjung wisatawan ini akan sangat penting artinya bagi pengelola tempat wisata diantara pilihan-pilihan yang dimiliki oleh konsumen.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian dengan pendekatan kuantitatif *explanatory research*. Penelitian kuantitatif adalah sebuah cara untuk mencari hubungan antar variabel berdasarkan teori yang ada (Creswell, 2014). Sedangkan *explanatory research* adalah metode untuk menjelaskan posisi variabel yang diteliti serta pengaruhnya terhadap variabel lainnya.

Teknik Pengambilan Data

Sugiyono (2014) mendefinisikan populasi adalah generalisasi dari objek penelitian yang telah ditentukan sebelumnya oleh peneliti. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wisatawan domestik yang berkunjung di Pantai Balekambang Malang pada bulan Desember 2019. Sedangkan sampel yang ditetapkan oleh peneliti sebanyak 100 orang. Pengumpulan data menggunakan kuesioner sebesar jumlah sampel yang telah ditetapkan. Pengolahan datanya menggunakan metode Regresi Berganda dan Uji Asumsi Klasik dengan menggunakan *SoftwareSPSS 16*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian Hipotesis

Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda untuk mencari pengaruh yang ditimbulkan oleh variabel bebas, dimana variabel bebas yang diteliti adalah Citra Destinasi dan Kepercayaan Wisatawan terhadap variabel terikat yaitu Keputusan Berkunjung. Berdasarkan hasil perhitungan maka kemudian didapatkan output seperti berikut ini:

1. Uji Normalitas

Ujnormalitas digunakan untuk mengetahui apakah data terdistribusi dengan normal atau tidak. Pengujian normalitas yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* yang disajikan padatable berikut ini:

Tabel1 UjiNormalitas Data

Variabel	K-S Z	2 tailed p
Citra Destinasi (X_1) dan Kepercayaan Wisatawan (X_2) terhadap Keputusan Berkunjung (Y)	0,816	0,518

(Sumber: DiolahPeneliti, 2020)

Hasil yang ditunjukkan tabel 1 menunjukkan nilai signifikansi adalah sebesar

0,518 melebihi nilai 0,05sehingga bisa dikatakan data yang ditelit itersebut normal.

2. Uji Multikolinieritas

Ujimultikolinieritas digunakan untuk mengetahui adanya kolerasi antar variabel independen. Tabel 2 menunjukkan nilai *Tolerance* dan nilai VIF hasil pengujian multikolinieritas terlihat bahwa semua

variabel bernilai *Tolerance* > 0,1 dan mempunyai nilai VIF < 10, makadapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi masalah multikolinieritas.

Tabel 2 Uji Multikolinearitas

No	Variabel	Collinearity Statistic		Keputusan
		Tolerance	VIF	
1	Citra Destinasi	.435	2,299	Bebas multikolinearitas
2	Kepercayaan Wisatawan	.435	2,299	Bebas multikolinearitas

Sumber: Data Diolah Peneliti (2020)

Uji Regresi Linier Berganda

1. Pengaruh Citra Destinasi terhadap Keputusan Berkunjung

Hasil pengujian statistik yang dilakukan mengenai citra destinasi terhadap

keputusan berkunjung secara langsung maka didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 3

Hasil Analisis Regresi Linier Variabel Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung

Model	Unstandardized Residual		Standardized Coefficients	T	Sig	R ²
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	2,771	1,551		1,786	.076	
Citra Destinasi	.401	.038	.663	10,401	.000	0,663

(Sumber: Data Diolah, 2020)

Hasil dari Tabel 3 dapat dirumuskan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 2,771 + 0,401X + \varepsilon_1$$

dan nilai $R_1^2 = 0,663$

- 1) Beta 0 (β_0) = 2,771 (konstanta) menjelaskan bahwa apabila variabel citra destinasi = 0 maka nilai dari keputusan berkunjung adalah sebesar 2,771.

- 2) Beta 1 (β_1) = 0,401 menjelaskan bahwa apabila citra destinasi naik satu satuan maka keputusan berkunjung akan meningkat sebesar 0,401
- 3) $R_1^2 = 0,663$ menjelaskan bahwa variabel citra destinasi memberikan kontribusi terhadap variabel keputusan berkunjung sebesar 66,3% dan sisanya 33,7% dipengaruhi oleh variasi variabel lain.

2. Pengaruh Kepercayaan Wisatawan terhadap Keputusan Berkunjung

Berdasarkan hasil pengujian statistik yang dilakukan mengenai kepercayaan wisatawan terhadap keputusan pembelian

secara langsung maka didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4
Hasil Analisis Regresi Linier Variabel Kepercayaan Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung

Model	Unstandardized Residual		Standardized Coefficients	T	Sig	R ²
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	6,957	1,288		5,403	.000	
Kepercayaan Wisatawan	1,699	.182	.682	9,321	.000	0,622

(Sumber: Data Diolah, 2020)

Hasil dari Tabel 4 dapat dirumuskan persamaan regres isebagai berikut:

$$Y = 6,957 + 1,699X + \varepsilon_1$$

dan nilai $R_1^2 = 0,622$

- 1) Beta 0 (β_0) = 6,957 (konstanta) menjelaskan bahwa apabila variabel kepercayaan wisatawan = 0

makanilaidarikeputusanberkunjungadalah sebesar 6,957.

- 2) Beta 1 (β_1) = 1,699 menjelaskan bahwa apabila kepercayaan wisatawan naik satu satuan maka keputusan berkunjung akan meningkat sebesar 1,699.
- 3) $R_1^2 = 0,622$ menjelaskan bahwa variabel kepercayaan wisatawan memberikan kontribusi terhadap variabel keputusan berkunjung sebesar 62,2%

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil analisis uji regresi berganda ditemukan hasil bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari seluruh variabel bebas yaitu Citra Destinasi dan Kepercayaan Wisatawan terhadap variabel terikat yaitu Keputusan Berkunjung. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan saran kepada pengelola wisata Pantai Balekambang agar terus mempertahankan aspek citra destinasi dan kepercayaan wisatawan yang telah mendapat nilai positif di benak wisatawan. Selain itu peneliti selanjutnya diharapkan mampu

memperbanyak dan memperluas sampel. Peneliti selanjutnya juga diharapkan dapat meneliti variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan dan revisit intention yang belum diteliti dalam penelitian ini. Pada akhirnya, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang nyata bagi pengelola wisata Pantai Balekambang sebagai salah satu pertimbangan mengenai citra destinasi dan kepercayaan wisatawan agar menarik niat wisatawan untuk berkunjung ke wisata Pantai Balekambang Malang.

DAFTAR PUSTAKA

- Artuger, S., Cetinsoz, B. C., Kilic, I. 2013. The Effect of Destination Image on Destination Loyalty: An Application InAlanya. *European Journal of Business and Management*. Vol.5, No.13
- Basiya, R., &Rozak, H.A. 2012. KualitasDaya Tarik Wisata, Kepuasan dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara di Jawa Tengah, *Jurnal Ilmiah Dinamika Kepariwisata*, 11(2)

- Chi, C. G. Q., Qu, H. 2008. Examining the Structural Relationships of Destination Image, Tourist Satisfaction and Destination Loyalty: An Integrated Approach. *Tourism Management*, 29(4), 624-636
- Creswell, John. 2013. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Kotler, P., & Keller, K.L. 2008. *Marketing Management*. Jakarta: Erlang
- Ling, L.Q., Karim, M.S.H., Otman, M., Adzhan, N.M., Ramachandaran. 2010. Relationships Between Malaysian Food Image, Tourist Satisfaction and Behavioral Intention. *World Applied Sciences Journal 10 (Special Issue of Tourism & Hospitality)* 164-171
- Pitana, I.G., & Diarta, I.K.S. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset
- Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sun, X., Chi, C.G., Xu, H. 2013. Developing Destination Loyalty: The Case of Hainan Island. *Journal Tourism Research*, Vol. 43, pp. 547-577
- Tasci, D.A., & Kozak, M. 2007. Destination Brands vs Destination Images: Do We Know What We Mean?. *Journal of Vacation Marketing*. Vol. 12, No.4, March: 299-317

Penggunaan Metode *Balanced Scorecard* dan *SWOT* Sebagai Alat Pengukuran Kinerja Perusahaan Pada CV. Aqsha Kota Probolinggo

Elis Susan Dwi, R. Hery Koeshardjono^{*}, Judi Suharsono
Program studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Panca Marga
^{*}*e-mail* : herykoesjono@gmail.com

Abstrak:

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengukuran kinerja perusahaan dengan menggunakan metode *Balanced Scorecard* dan *SWOT* pada CV. Aqsha Probolinggo. Peneliti menggunakan analisis deskriptif dengan pendekatan secara kuantitatif, metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan teknik pengambilan sampel menggunakan *Nonprobability sampling convenience sampling*. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode *SWOT* dipakai untuk memunculkan strategi-strategi alternatif dari faktor internal dan eksternal perusahaan, kemudian diterjemahkan menjadi sasaran strategis kedalam 4 perspektif *Balanced Scorecard* untuk menyusun peta strategi, menentukan dan menghitung ukuran/indikator, menentukan target dan memunculkan inisiatif strategi peningkatan kinerja perusahaan. Hasil penelitian menghasilkan 11 alternatif strategis yang diterjemahkan menjadi 11 sasaran strategis. Diantaranya pada perspektif keuangan terdapat ukuran ROI dengan nilai 0,30%, *profit margin* dengan nilai 0,31%, *total assets turn over* dengan nilai sebesar 9 kali, pada perspektif pelanggan menghasilkan jumlah retensi pelanggan dengan nilai 60%, pada perspektif proses bisnis internal menitikberatkan pada penyampaian yang ada secara efisien, konsisten dan tepat waktu dalam penyelesaian pengerjaan produk, sedangkan pada perspektif pembelajaran dan pertumbuhan menunjukkan bahwa kepuasan karyawan berada pada interval sebesar 316 sehingga kepuasan karyawan dapat dikategorikan puas.

Kata kunci : Kinerja perusahaan, *Balanced Scorecard* dan *SWOT*.

Abstract:

The purpose of this study was to analyze the measurement of company performance using the Balanced Scorecard and SWOT methods on CV. Aqsha Probolinggo. Researchers used descriptive analysis with a quantitative approach, the method of collecting data using questionnaires and sampling techniques using Nonprobability sampling convenience sampling. The analytical tool used in this study is that the SWOT method is used to bring up alternative strategies of internal and external factors of the company, then translated into strategic goals into the perspective of the Balanced Scorecard to develop a strategy map, determine and calculate measures / targets, set targets strategic initiatives to improve company performance. The results of the study resulted in 11 strategic alternatives which were translated into 11 strategic objectives. Among them in the financial perspective there is a measure of ROI with a value of 0.30%, profit margin with a value of 0.31%, total assets turn over with a value of 9 times, on customer perceptions produces a number of customer retention with a value of 60%, in the perspective of internal business processes focuses on the delivery of existing efficient, consistent and timely completion of the product, while the learning and growth perspective shows that employee satisfaction is at an interval of 316 so employee satisfaction can be categorized as satisfied.

Keywords: Performance, *Balanced Scorecard* and *SWOT*.

PENDAHULUAN

Banyaknya perusahaan yang bergerak dalam kegiatan yang sama ditambah lagi dengan kondisi perekonomian yang belum stabil, maka persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat. Sehingga mengharuskan perusahaan untuk lebih produktif dan

memiliki kinerja yang baik. Pengukuran kinerja diperlukan untuk mengetahui sejauh mana perkembangan perusahaan tersebut telah dicapai. Pengukuran kinerja merupakan proses mencatat dan mengukur pencapaian visi dan misi organisasi melalui

hasil yang ditampilkan berupa produk, jasa maupun suatu proses.

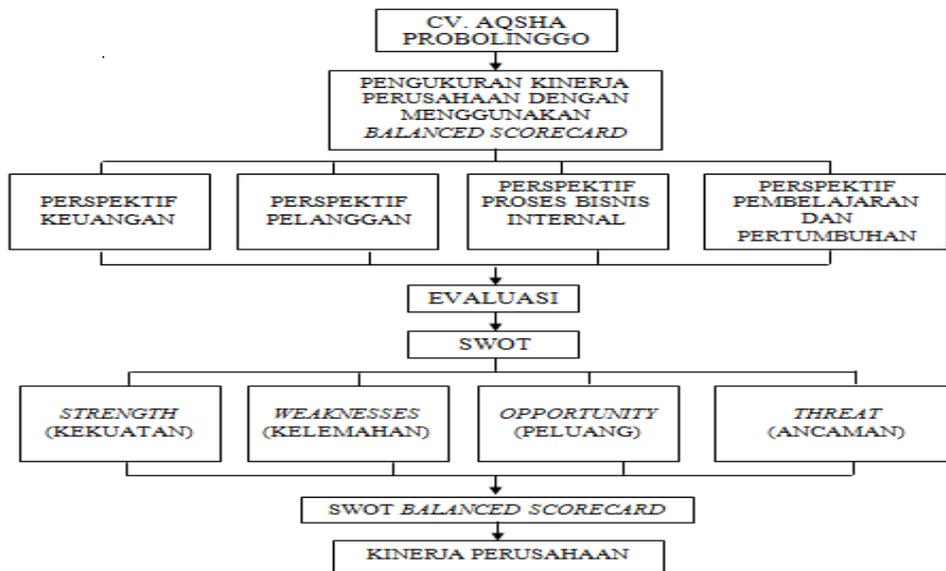
Salah satu alat bantu yang dapat digunakan oleh pihak perusahaan untuk menunjang kebutuhan agar dapat mencapai keberhasilan dengan strategi bersaing yaitu penerapan *balanced scorecard*. Salah satu metode yang tepat untuk diintegrasikan dengan *balanced scorecard* adalah metode analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*). Melalui analisis SWOT, metode pengukuran *balanced scorecard* dapat digunakan untuk mengelola kinerja dengan mempertimbangkan faktor strategi dan risiko secara tepat.

CV. Aqsha Probolinggo adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang percetakan. Lokasi perusahaan berada di jalan Citarum Perum Dsultan Regency No. 5 Kel. Curahgrinting Kec. Kanigaran Probolinggo.

Bertolak dari latar belakang permasalahan diatas, maka tujuan diadakan penelitian untuk membuktikan

penggunaan Metode *Balanced Scorecard* dan SWOT sebagai alat Pengukuran Kinerja Perusahaan Pada CV. Aqsha Probolinggo.

- a. *Balanced Scorecard*
 Menurut Garrison (2013:80) mengemukakan bahwa *Balanced Scorecard* terdiri atas kumpulan ukuran kinerja yang terintegrasi yang diturunkan dari strategi perusahaan secara keseluruhan.
- b. SWOT
 Menurut Rangkuti (2008:18) Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan.
- c. *SWOT Balanced Scorecard*
 Menurut Rangkuti (2015:3) *SWOT Balanced Scorecard* merupakan gabungan dari 2 alat ukur yang secara sinergis akan menghasilkan kecepatan dan kemudahan pemantauan untuk mengendalikan jalannya suatu bisnis dengan cara sangat mudah.



Gambar 1 : Kerangka Pemikiran
 Sumber: Data Diolah Peneliti

METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian dengan

menggunakan angka-angka, pengolahan statistik, struktur dan percobaan terkontrol(Sukardi, 2015:157). Sedangkan penelitiandeskriptifadalah metode penelitian yang berusaha menggambarkan dan

menginterpretasi objek sesuai dengan apa adanya (Asep, 2014:5)..

Populasi dalam penelitian ini adalah aspek keuangan adalah data laporan keuangan dan aspek non keuangan adalah data pelanggan, produk dan data karyawan pada CV. Aqsha Probolinggo. Sampel dalam penelitian ini adalah aspek keuangan adalah data laporan keuangan selama 1 tahun yaitu Tahun 2018 dan aspek non keuangan adalah data pelanggan, produk dan karyawan selama 1 tahun yaitu Tahun 2018 pada CV. Aqsha Probolinggo.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Wawancara/*interview* ini dilakukan untuk mendapatkan data visi, misi, tujuan, strategi, keuangan dan data karyawan yang ada pada CV. Aqsha Probolinggo.
2. Observasi, adapun data yang diperoleh dari hasil observasi ini adalah laporan keuangan dan kinerja perusahaan yang ada pada CV. Aqsha Probolinggo
3. Studi Kepustakaan ini dilakukan dengan cara mempelajari buku-buku literatur, catatan kuliah dan bacaan-bacaan lainnya. Data yang diperoleh adalah teori-teori yang berkaitan dengan kinerja perusahaan dengan menggunakan metode *balanced scorecard* dan SWOT.
4. Kuesioner disebarkan secara manual kepada karyawan terkait untuk mengetahui tingkat kepuasan karyawan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Balanced Scorecard

Perspektif Keuangan

1. ROI (*Return On Investment*), rasio ini digunakan untuk mengukur kemampuan dari modal yang diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva untuk menghasilkan laba bersih. (Devani, 2015:86)

$$ROI = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Pendapatan Usaha}} \times \frac{\text{Pendapatan Usaha}}{\text{Operating assets}} \times 100\%$$

$$ROI = \frac{84.377.600}{268.029.500} \times \frac{268.029.500}{274.400.000} \times 100\%$$

$$ROI = 0,30 \%$$

2. Profit *Margin* digunakan untuk melihat besar kecilnya laba usaha dalam hubungannya dengan penjualan untuk mengetahui efisiensi perusahaan. (Devani, 2015:86)

$$Profit Margin = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Pendapatan Usaha}} \times 100\%$$

$$Profit Margin = \frac{84.377.600}{268.029.500} \times 100\%$$

$$Profit Margin = 0,31 \%$$

3. TATO (*Total Assets Turn Over*) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur semua perputaran aktiva yang dimiliki perusahaan dan mengukur berapa jumlah penjualan yang diperoleh dari setiap aktiva rupiah. (Devani, 2015:86)

$$TATO = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

$$TATO = \frac{268.029.500}{274.400.000} \times 100\%$$

$$TATO = 0,9 \%$$

$$TATO = 9 \text{ kali}$$

Perspektif Pelanggan

Pengukuran kinerja yang digunakan adalah retensi pelanggan (*customer retention*) (Solihin, 2012:85):

$$Retensi Pelanggan = \frac{\text{Jumlah Pelanggan Tetap}}{\text{Total Pelanggan}} \times 100\%$$

$$Retensi Pelanggan = \frac{15}{25} \times 100\%$$

$$Retensi Pelanggan = 60\%$$

Perspektif Proses Bisnis Internal

Inovasi yang dilakukan oleh CV. Aqsha diantaranya: tidak hanya menghasilkan

brostur, banner, poster dan kalender tetapi CV. Aqsha juga menghasilkan buku maupun audio visual; di inovasi jasa pada CV. Aqsha dengan menggunakan sosial media yang mulai berkembang saat ini seperti *email*, via *whatsapp*, *facebook*, *instagram* maupun telepon, sedangkan dalam waktu siklus untuk pemesanan brostur, kalender, stiker proses pemesanan sampai barang jadi membutuhkan waktu sekitar 7 hari atau seminggu, sedangkan untuk pemesanan banner dan poster proses pemesanan sampai barang jadi membutuhkan waktu sekitar 2-3 jam saja

Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan

Tabel 1
Data Hasil Kuesioner Tingkat Kepuasan Karyawan CV. Aqsha

Pelanggan	Nilai Kuesioner										Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	4	4	3	3	3	5	4	3	4	5	38
2	4	3	4	4	4	5	4	3	4	4	39
3	4	4	3	3	4	5	4	4	4	4	43
4	5	4	5	5	2	5	4	5	4	5	44
5	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	36
6	4	4	3	3	3	5	4	4	4	3	37
7	5	4	3	4	4	5	4	4	4	4	41
8	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	38
Total											316

Sumber : Data yang diolah

indeks kepuasan karyawan yang diperoleh dari penyebaran kuesioner adalah 316 sehingga karyawan dapat dikategorikan **PUAS**. Hal ini berarti CV. Aqsha sudah mampu mencapai indeks kepuasan karyawan. Karyawan merasa puas berada pada interval 275 – 339.

Analisis SWOT

Analisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan serta perumusan alternatif-alternatif strategi dapat dipilih perusahaan dapat dilihat pada tabel 2 berikut ini :

Tabel 2 Matrik SWOT

Internal	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)	
Eksternal	<ol style="list-style-type: none"> Lokasi strategis dekat dengan jalan raya Pelayanan cepat dan kualitas bagus Hubungan antara pemilik dengan pelanggan sangat baik Mempunyai mesin cetak yang kebanyakan punya sendiri Pembagian tugas setiap karyawan jelas sesuai <i>jobdisk</i> masing-masing Pengiriman barang selalu tepat waktu Harga yang terjangkau tetapi tetap dengan kualitas yang bagus 	<ol style="list-style-type: none"> Jarang melakukan perbaikan mesin secara berkala Mesin yang sering membutuhkan masa <i>maintenance</i> sehingga membuat karyawan harus bekerja lembur Tidak ada promosi untuk pelanggan Karyawan terkadang lalai dan kurang teliti sehingga menciptakan produk cacat 	
	<p>Peluang (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> Adanya peluang bisnis yang menggunakan jasa percetakan Terdapat banyak <i>supplier</i> yang menyediakan bahan baku Memiliki pelanggan tetap Masih terbukanya banyak peluang karena adanya pelanggan yang potensial Memfaatkan perkembangan teknologi dalam hal memasarkan produk maupun inovasi dalam produk Adanya model bisnis pemesanan partai besar 	<p>Strategi S - O</p> <p>Mempertahankan pasar dan menjalin kerjasama yang kuat (S1,S2,S3,S4,S5,S6,S7,O1,O2,O3,O4,O5,O6)</p> <p>Meningkatkan kualitas produk, layanan antar serta memperluas daya jangkau ke luar kota Probolinggo (S1,S2,S3,S4,S6,S7,O3,O5,O6)</p> <p>Mendapatkan tambahan modal untuk pengembangan usaha (S3,O2,O3,O5)</p>	<p>Strategi W - O</p> <p>Membuat mesin cetak secara berkala (W1,W2)</p> <p>Lebih meningkatkan promosi dengan <i>online marketing</i> yang lebih intensif (W3,O3,O5,O6)</p>
Ancaman (T)	<ol style="list-style-type: none"> Harga bahan baku yang tidak stabil (S2,S3,S7,T4) Banyaknya pesaing dengan lokasi yang berdekatan Pesaing yang memiliki kapasitas dan jangkauan yang luas Pelanggan yang memiliki kepekaan terhadap harga barang yang dapat pindah ke pesaing yang menawarkan harga murah (S4,S7,T1) Tidak bertambahnya kompetensi SDM karena manajemen yang kurang optimal 	<p>Mempertahankan harga produksi (S2,S3,S7,T4)</p> <p>Menjalin hubungan baik dengan pelanggan (S2,S3,T2,T3,T4)</p> <p>Melakukan strategi beberapa stok bahan baku untuk mengantisipasi lonjakan harga bahan baku (S4,S7,T1)</p>	<p>Membuat website pemasaran serta menjalin hubungan kerjasama dengan instansi pemerintahan setempat (W3,T2,T3,T4)</p> <p>Menekan keberadaan barang yang cacat untuk menghasilkan harga produk yang berkualitas dan murah (W4,T1,T4)</p> <p>Meningkatkan kesejahteraan SDM agar semakin produktif (W4,T5)</p>
	Strategi S - T	Strategi W - T	

Sumber : Data diolah, 2019

Dari analisis faktor internal dan eksternal tersebut dapat ditentukan alternatif-alternatif strategi yang dapat dipilih perusahaan yaitu:

1. Strategi SO adalah:
 - o Memperluas pangsa pasar dan menjalin kerjasama yang kuat
 - o Meningkatkan kualitas produk, layanan antar serta memperluas daya jangkau ke luar kota Probolinggo
 - o Mendapatkan tambahan modal untuk pengembangan usaha

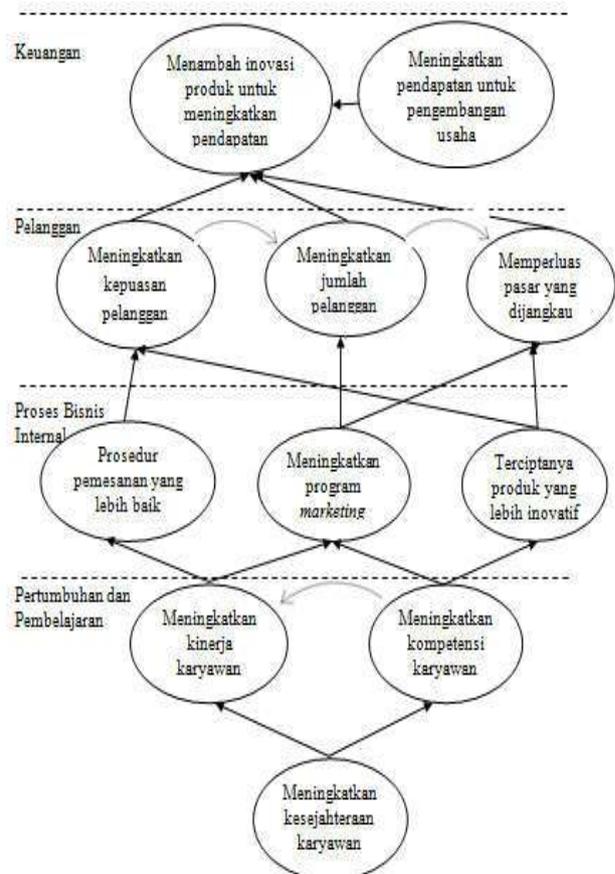
2. Strategi ST adalah :
 - o Mempertahankan harga produksi
 - o Menjalin hubungan baik dengan pelanggan
 - o Melakukan strategi beberapa stok bahan baku untuk mengantisipasi lonjakan harga bahan baku

3. Strategi WO adalah :
 - o Adanya perbaikan mesin cetak secara berkala
 - o Lebih meningkatkan promosi dengan *online marketing* yang lebih intensif

4. Strategi WT adalah :
 - o Membuat website pemasaran serta menjalin hubungan kerjasama dengan instansi pemerintahan setempat
 - o Menekan keberadaan barang yang cacat untuk menghasilkan harga produk yang berkualitas dan murah
 - o Meningkatkan kesejahteraan SDM agar semakin produktif

SWOT *Balanced Scorecard*

Peta Strategi pada gambar 7 berikut merupakan hubungan sebab akibat diantara berbagai tujuan yang ingin dicapai oleh CV. Aqsha. Dimana mengacu pada berbagai tujuan dari keempat perspektif. Di dalam peta strategi juga menunjukkan perubahan dari sebuah tujuan strategis pada perspektif tertentu dan akan berdampak perubahan pula pada tujuan lainnya.



Gambar 7 : Peta Strategi CV. Aqsha
Sumber : Data Olahan, 2019

2. Analisa SWOT *Balanced Scorecard*

Analisa SWOT *Balanced Scorecard* CV. Aqsha

Perspektif	Tema Strategik	Objek Strategik	Kaitan dengan SWOT
Keuangan	Perencanaan dan Peningkatan Pendapatan	• Pengelolaan Dana Secara Tepat Guna	• S7, O2, O6, T1
Pelanggan	Peningkatan Kualitas Layanan	• Peningkatan Kualitas dan Kepercayaan Pelanggan	• S2, S6, S7, O3, O4, T2, T3, T4
Proses Bisnis Internal	Peningkatan Produktivitas Proses	• Peningkatan Sistem Pemasaran • Pemanfaatan Sistem Informasi yang Tepat Guna	• W1, W2, W3, W4, T5
Pertumbuhan dan Pembelajaran	Peningkatan Kinerja dan Kesejahteraan Karyawan	• Peningkatan Kualitas Kinerja dan Pemberdayaan Karyawan	• S3, S5, O2, O6

Sumber : Data Olahan, 2019

PENUTUP

Kesimpulan

1. Kinerja perusahaan dari perspektif keuangan belum memenuhi target yang ditetapkan perusahaan sedangkan dari perspektif pelanggan, perspektif proses bisnis internal dan perspektif pembelajaran dan pertumbuhan menunjukkan hasil yang baik karena sudah memenuhi target yang telah ditetapkan perusahaan.
2. Alternatif strategi yang dapat dipilih perusahaan ; perspektif keuangan; mulai menggunakan dana secara tepat guna, perspektif pelanggan; meningkatkan kualitas produk dan pelayanan, perspektif proses bisnis internal; melakukan peningkatan sistem informasi dan sistem pemasaran, perspektif pembelajaran dan pertumbuhan; meningkatkan kualitas kinerja dan pemberdayaan karyawan..

Saran

Peneliti menyarankan agar perusahaan dapat menggunakan strategi yang lebih berorientasi pada pertumbuhan perusahaan dengan cara mengembangkan pasar dan membangun kerjasama yang kuat dalam membangun *networking* sehingga bisa meningkatkan pendapatan perusahaan.

REFERENSI

- [1]. Garrison, Noreen, Brewer. 2013. *Akuntansi Manajerial Buku 2, Edisi Sebelas*. Jakarta: Salemba Empat.
- [2]. Freddy Rangkuti. 2008. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, Edisi Kelima Belas*. Jakarta: Gramedia.
- [3]. Freddy Rangkuti. 2015. *SWOT Balanced Scorecard, Edisi Ketujuh*. Jakarta: Gramedia.
- [4]. Prof. Sukardi., P.h.D. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- [5]. Asep, Baharuddin. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan, Edisi Satu*. Yogyakarta: Deepublish.
- [6]. Kasmir. 2008. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- [7]. Devani, Ade. 2015. "Pengukuran Kinerja Perusahaan Dengan Menggunakan Metode *Balanced Scorecard*". *Jurnal Sains, Teknologi dan Industri Vol.13 No.1 Desember 2015. Hal.83-90*. UIN Sultan Syarif Kasim Riau. Tanggal Unduh 24 Oktober 2018.
- [8]. Ismail Solihin. 2012. *Manajemen Strategik*. Bandung: Erlangga.
- [9]. Erlina. 2009. "Analisis Kinerja Perusahaan Dengan Metode *Balanced Scorecard (BSC)* dan *SWOT*". *Jurnal Penelitian. Vol.1 No. 1 Juni 2009. Hal.48-57*. UPN Veteran Jawa Timur. Tanggal Unduh 25 Oktober 2018.
- [10]. Bonifatius, Kamaliah, Restu. 2015. "Analisis Pengukuran Kinerja Perusahaan Dengan Menggunakan Metode *Balanced Scorecard* pada PT. XL Axiata Tbk". *Jurnal SOROT. Vol.9 No. 1 April 2015. Hal.1-121*. Universitas Riau. Tanggal Unduh 20 Oktober 2018.
- [11]. Marisa Lidya Rumntjap. 2013. "Penerapan *Balanced Scorecard* Sebagai Tolak Ukur Pengukuran Kinerja Di RSUD Noongan". *Jurnal EMBA. Vol.1 No.3 September*

2013. *Hal.841-850.*
Universitas Sam Ratulangi
Manado. Tanggal Unduh 02
November 2018