



E-ISSN : 2774-5996

P-ISSN : 2774-5325

JURNAL REVOLUSI INDONESIA

VOLUME 1 NO. 4 MARET 2021

**S
O
C
I
A
L

S
C
I
E
N
C
E**



CONTACT US

 **0815 7315 5311**

 **ijurnalrevolusi@gmail.com**

 **fenery.org**



JURNAL REVOLUSI INDONESIA

JRI, Volume 1 Nomor 5 April 2021

E-ISSN: 2774-5996 P-ISSN: 2774-5325

Publisher:

Fenery Library



FENERY
LIBRARY

Address:

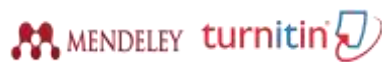
Jl. Purbaya, Warak, Sumberadi, Mlati, Sleman, 55288,

Yogyakarta, Indonesia

Telp. 0815-7315-5311 | 0815-7315-1443

Email: ijurnalrevolusi@gmail.com

Tools:



Jurnal Revolusi Indonesia (JRI) is an open access peer review research journal published by Fenery Library. Every article published is a scientific article within the scope of social science. The main purpose of this publication is to disseminate original articles by researchers on various social issues.

Jurnal Revolusi Indonesia (JRI) is a national scale journal covering social science studies. This journal focuses on community service, public administration, social influence, institutional, local government systems, public health, etc. Jurnal Revolusi Indonesia (JRI) will be issued regularly twelve times a year. The main audience are academics, students, practitioners and other interested people in the Social field.

EDITORIAL TEAM

EDITOR IN CHIEF

Sri Nuryeni, Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) YPPT Tasikmalaya

ASSOCIATE EDITOR

1. **Agus Irfan Freddy Firdaus**, Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) YPPT Tasikmalaya
2. **Fanji Adhyaksa**, Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) YPPT Tasikmalaya
3. **Yudi Hermawan**, Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) YPPT Tasikmalaya

REVIEWERS

1. **Ahmad Fudholi**, ID Scopus: 57208177993, Web of Science Researcher ID: C-4451-2019, Universiti Kebangsaan Malaysia, Malaysia
2. **Ambo Upe**, ID Scopus: 35729642900, SINTA ID: 260351, Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0001-8468-075X> Google Scholar ID: <https://scholar.google.com/citations?user=CV-rNfcAAAAJ&hl=id&oi=ao> Universitas Halu Oleo
3. **Badrun Susantyo**, SINTA ID: 599937, Google Scholar ID: https://scholar.google.co.id/citations?user=E_9XgtwAAAAJ&hl=id&oi=ao, Pusat Penelitian dan Pengembangan Kesejahteraan Sosial
4. **Meyzi Heriyanto**, ID Scopus: 57219345183, Universitas Riau
5. **Mohamed Fathy Mohamed Abdelgelil** Universiti Sultan Zainal Abidin (unisza), Malaysia
6. **Muhammad Ali Equatora**, ID Scopus: 57216788940, Google Scholar ID: <https://scholar.google.com/citations?hl=en&user=CgTWU-gAAAAJ>, Orcid ID: <http://orcid.org/0000-0002-5604-522X>, Politeknik Ilmu Perumahan
7. **Muhammad Syarif Hidayatullah Elmas**, Google Scholar ID: <https://scholar.google.com/citations?user=2jQ28nAAAAJ&hl=id&oi=ao>, Universitas Panca Marga Probolinggo
8. **Sudarmin Manik**, Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-9136-7208>, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Riau
9. **Sulsalman Moita**, SINTA ID: 6028526, Google Scholar ID: <https://scholar.google.co.id/citations?user=pyjUCvcAAAAJ&hl=id&oi=ao>, Universitas Halu Oleo
10. **Srikalimah**, SINTA ID: 6073322, Google Scholar ID: <https://scholar.google.com/citations?user=QEbZMqMAAAJ&hl=en&oi=ao>, Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-9622-9349>, Universitas Islam Kadiri

DAFTAR ISI

- PENGARUH REKRUTMEN DAN SELEKSI TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT. SUKSES MITRA SEJAHTERA KABUPATEN KEDIRI** 321-332
Agus Diana Faridiningrum dan Budi Prabowo
- ANALISIS PELAKSANAAN BIMBINGAN SOSIAL TERHADAP ANAK BERHADAPAN DENGAN HUKUM (ABH) KASUS TINDAK ASUSILA** 333-343
Efi Siti Fatonah
- ANALISA SIFAT FISIK DAN KIMIA PELUMAS PADA UJI KETAHANAN MOTOR DIESEL BERBAHAN BAKAR JME B20** 344-358
Hadi Prasutiyon, Aguk Zuhdi Muhammad Fathallah dan Urip Prayogi
- ANALISIS INVESTASI DAN MANAJEMEN RISIKO TERHADAP PROYEK PENGEMBANGAN BANDARA DI PT. ANGKASA PURA I (PERSERO)** 359-376
Herdy Setiawan, Zulkifli Zulkifli dan Mombang Sihite
- UPAYA MENINGKATKAN ETIKA WARGA MADRASAH MELALUI PENERAPAN LIMA PEMBIASAAN AKHLAK MULIA** 377-386
Herijeni
- ANALISIS PENGARUH SOCIAL NETWORK MARKETING DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) TERHADAP MINAT BELI MELALUI KEPERCAYAAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING** 387-399
Imelda Fitria Pratama Putri dan Lia Nirawati
- STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA KOLAM PANCING DAN WARUNG LESEHAN CSDW SIDOARJO** 400-410
Neni Hardiati dan Hasan Bisri
- PENERAPAN STRATEGI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN (STUDI KASUS PADA NISSI FURNITURE SURABAYA)** 411-429
Shintiya Anggi Erfariani dan Ety Dwi Susanti
- CURIOSITY DAN THAHARAH PADA PAI EKSPERIMEN DI SMP NEGERI 218 JAKARTA** 430-440
Suhardin
- ANALISIS STRATEGI BERSAING DALAM PERSAINGAN USAHA DI BIDANG KULINER AYAM GEPREK (STUDI KASUS PADA RUMAH MAKAN MI3 SETAN DAN AYAM GEPREK JUMBO WARU SIDOARJO)** 441-452
Titis Puspita Sari dan Ety Dwi Susanti



PENGARUH REKRUTMEN DAN SELEKSI TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT. SUKSES MITRA SEJAHTERA KABUPATEN KEDIRI

Agus Diana Faridiningrum dan Budi Prabowo

Universitas Pembangunan Nasional (UPN) Veteran, Jawa Timur, Indonesia

Email: farididiana@gmail.com dan bprabowo621@gmail.com

INFO ARTIKEL

Diterima
2 April 2021

Kata kunci:

rekrutmen; seleksi;
kinerja karyawan

ABSTRAK

Sumberdaya manusia merupakan salah satu modal intelektual bagi suatu perusahaan. Persaingan yang semakin tajam menuntut perusahaan untuk memiliki sumberdaya manusia yang baik dan berkualitas. Kinerja karyawan merupakan aspek penting dalam kegiatan manajemen sumber daya manusia yang berpengaruh langsung terhadap kinerja perusahaan. Salah satu cara menentukan kinerja seperti apa yang diharapkan yaitu dengan proses rekrutmen dan seleksi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: (1) Pengaruh rekrutmen dan seleksi terhadap kinerja karyawan pada PT. Sukses Mitra Sejahtera. (2) Pengaruh Rekrutmen terhadap kinerja karyawan pada PT. Sukses Mitra Sejahtera. (3) Pengaruh kepuasan seleksi terhadap kinerja karyawan pada PT. Sukses Mitra Sejahtera. Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan harian tetap dengan jumlah 87 orang dan teknik sampling yang digunakan adalah Probability Random Sampling. Metode dalam penelitian ini bersifat kuantitatif dan instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisioner yang dianalisis dengan SPSS 20. Hasil penelitian menemukan: (1) Rekrutmen dan seleksi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan (nilai sig. kurang dari 0.05 pada tes Anova, yaitu 0.001) (2) Rekrutmen memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kinerja karyawan (p-value lebih dari 0.005, yaitu 0.940). (3) Seleksi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan (p-value kurang dari 0.05, yaitu 0.000).

Pendahuluan

Era globalisasi membawa dampak bagi dunia bisnis. Saat ini aset ekonomi lebih berbasis pada intelektual, bukan lagi bersifat fisik seperti tanah, atau mesin-mesin yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Sumberdaya manusia merupakan salah satu modal intelektual bagi suatu perusahaan. Persaingan yang semakin tajam menuntut perusahaan untuk memiliki sumberdaya manusia yang baik dan berkualitas.

Menurut Mary Parker Follet dalam buku (Yusuf & Al Arif, 2015) manajemen Sumberdaya Manusia adalah suatu seni untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi melalui pengaturan orang-orang lain untuk melaksanakan berbagai pekerjaan yang diperlukan, atau dengan kata lain tidak memerlukan pekerjaan-pekerjaan itu sendiri. Suatu perusahaan dinyatakan berhasil ketika pencapaian kinerja karyawan di perusahaan tersebut mencapai target sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. “Menurut (Afandi, 2018) Kinerja adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau kelompok orang dalam suatu perusahaan sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam upaya pencapaian tujuan organisasi secara illegal, tidak melanggar hukum serta tidak bertentangan dengan moral maupun etika yang ada”. Pencapaian kinerja yang baik dapat beberapa hal salah satunya yaitu penempatan posisi calon karyawan sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Berikut merupakan data presentase kinerja karyawan PT. Sukses Mitra Sejahtera Kabupaten Kediri periode bulan Januari sampai dengan bulan September 2020 :

Tabel 1
Data Pencapaian Target Kinerja Karyawan PT. Sukses Mitra Sejahtera Kabupaten Kediri

2020	Target (m³)	Realisasi (m³)	(-)	Keterangan
Jan	5639,41	5090,84	-548,57	Belum tercapai
Februari	4967,27	4880,30	-86,9686	Belum tercapai
Maret	6027,81	4269,88	-1757,93	Belum tercapai
April	2979,13	3221,97	242,84	Tercapai
Mei	3453,90	3799,64	345,74	Tercapai
Juni	3038,79	3444,60	405,81	Tercapai
Juli	3189,81	3399,70	209,89	Tercapai
Agustus	2669,99	2831,71	161,72	Tercapai
September	5477,44	4551,44	-926	Belum tercapai

Berdasarkan data yang didapatkan diidentifikasi tidak tercapainya target kinerja karyawan di sebabkan oleh ketidaksesuaian kompetensi karyawan. Mendapatkan karyawan yang berkompeten bisa dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya yaitu proses rekrutmen dan seleksi yang diterapkan oleh perusahaan. . Melalui proses

rekrutmen dan seleksi diharapkan bisa mendapatkan karyawan yang sesuai dengan kualifikasi yang dibutuhkan oleh perusahaan agar mampu untuk menjalankan tugas-tugas yang diberikan oleh perusahaan. Menurut (Nurjaman, 2014) Rekrutmen merupakan proses untuk memperoleh calon pegawai sebanyak-banyaknya untuk diseleksi potensinya sehingga yang diterima sebagai pegawai merupakan pelamar yang paling berkualitas dan paling dibutuhkan sesuai dengan lowongan yang tersedia. Proses seleksi menurut (Nurjaman, 2014) adalah proses untuk menemukan ciri-ciri, keahlian dan keterampilan calon pegawai sesuai dengan yang di harapkan oleh organisasi dan untuk mengisi kekosongan jabatan tertentu.

Proses ini mempunyai peran penting dalam kesuksesan perusahaan karena dapat menunjukkan kemampuannya untuk terus bertahan, beradaptasi dan berkembang di tengah persaingan yang semakin ketat. Pentingnya proses rekrutmen dan seleksi bagi perusahaan guna mendukung tercapainya tujuan perusahaan, maka fungsi perekrutan dan seleksi yang selektif akan memberi nilai bagi perusahaan. Melalui proses rekrutmen dan seleksi yang baik diharapkan perusahaan akan memperoleh sumberdaya manusia yang memiliki kualifikasi yang dibutuhkan.

PT. Sukses Mitra Sejahtera merupakan perusahaan industri yang bergerak dibidang kayu lapis (*plywood*). PT. Sukses Mitra Sejahtera memiliki visi dan misi yaitu menjadi perusahaan kayu lapis yang sekelas dengan global dan mampu memiliki harga maupun kualitas yang mampu bersaing dipasar lokal maupun pasar internasional. PT. Sukses Mitra Sejahtera sangat memerlukan karyawan yang inovatif, kreatif dan berkualitas maka proses rekrutmen dan seleksi karyawan harus dilaksanakan dengan baik dan tepat. Kegagalan dalam melakukan proses rekrutmen dan seleksi calon karyawan berdampak pada proses pencapaian tujuan perusahaan. Tujuan dari adanya rekrutmen dan seleksi yaitu untuk mendapatkan karyawan yang tepat untuk perusahaan, sehingga karyawan bisa dituntut untuk bekerja secara optimal.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis mengambil judul “Pengaruh Rekrutmen dan Seleksi Terhadap Kinerja Karyawan PT Sukses Mitra Sejahtera Kabupaten Kediri”.

Menurut (Nurjaman, 2014) seleksi calon pegawai, merupakan “proses untuk menemukan ciri-ciri, keahlian, dan keterampilan calon pegawai sesuai dengan yang diharapkan oleh organisasi dan untuk mengisi kekosongan jabatan tertentu”.

Menurut Colquitt dalam (Kasmir, 2018) menjelaskan bahwa “Kinerja adalah nilai dari seperangkat perilaku karyawan yang berkontribusi, baik secara positif atau negatif terhadap pemenuhan tujuan organisasi”.

Untuk mengetahui dan menganalisis apakah terdapat pengaruh rekrutmen dan seleksi secara simultan terhadap kinerja karyawan pada PT. Sukses Mitra Sejahtera Kediri. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah terdapat pengaruh rekrutmen secara parsial terhadap kinerja karyawan pada PT. Sukses Mitra Sejahtera Kediri.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh rekrutmen dan seleksi secara simultan and parsial terhadap kinerja karyawan pada PT. Sukses Mitra Sejahtera Kediri serta untuk mengetahui dan menganalisis apakah terdapat

pengaruh seleksi secara parsial terhadap kinerja karyawan pada PT. Sukses Mitra Sejahtera Kediri. Manfaat penelitian ini untuk bahan masukan, informasi, ide dan pertimbangan bagi perusahaan terhadap manajemen sumberdaya manusia sehingga dapat meningkatkan kinerja karyawan di PT. Sukses Mitra Sejahtera serta penelitian ini diharapkan memberikan wawasan tentang manajemen sumberdaya manusia serta sebagai bahan dalam penelitian yang lebih lanjut yang berkaitan dengan pengaruh proses rekrutmen dan seleksi terhadap kinerja karyawan.

Metode Penelitian

Berdasarkan metode dan teori yang ada maka jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif. PT. Sukses Mitra Sejahtera, Ds Cangak, Kec. Kras, Kediri, Jawa Timur. Penelitian ini dilaksanakan dari bulan November 2020 sampai dengan Januari 2021. Populasi dari penelitian ini adalah karyawan PT. Sukses Mitra Sejahtera yang berjumlah 690 karyawan. Dengan jumlah sampel sebanyak 87 responden yaitu karyawan PT. Sukses Mitra Sejahtera. Untuk pengambilan data dari responden dalam penelitian ini yaitu menggunakan data primer sedangkan untuk sumber data dari penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan cara observasi, wawancara dan penyebaran kuesioner secara langsung kepada responden penelitian. Dalam penelitian ini analisis data akan menggunakan teknik statistik deskriptif.

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda merupakan suatu metode statistik umum yang digunakan untuk meneliti hubungan antara sebuah variabel bebas (independent) dengan variabel terikat (dependent) yang bertujuan untuk meramalkan nilai variabel terikat (dependent) dengan menggunakan nilai – nilai variabel bebas (independen). Adapun bentuk rumusan dari persamaan regresi linier berganda adalah:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Hasil dan Pembahasan

A. Hasil Penelitian

Berdasarkan data yang sudah diolah dari hasil kuesioner, maka dapat di peroleh penyajian data sebagai berikut :

Karakteristik responden merupakan ciri-ciri responden berdasarkan dari identitas yang dimiliki masing-masing responden. Dalam penelitian ini karakteristik responden dapat dikelompokkan menurut usia, jenis kelamin, dan tingkat pendidikan responden. Variabel dalam penelitian ini yaitu Rekrutmen (X1), Seleksi (X2) dan Kinerja karyawan (Y).

Tabel 1
Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1	Laki – laki	57 Orang	65 %

2	Perempuan	30 Orang	35 %
Jumlah		87 Orang	100%

Tabel 2
Klarifikasi responden berdasarkan usia

No	Usia	Jumlah	Presentase
1	<20 Tahun	8 Orang	9%
2	21-30 Tahun	49 Orang	57%
3	31-40 Tahun	23 Orang	26%
4	>40 Tahun	7 Orang	8%
Jumlah		87 Orang	100%

Tabel 3
Klarifikasi responden berdasarkan pendidikan terakhir

No	Tingkat pendidikan	Jumlah	Presentase
1	SLTP	-	-
2	SLTA	72 Orang	83%
3	D3	2 Orang	2%
4	S1	13 Orang	15%
Jumlah		87 Orang	100%

1. Uji Validitas

Tabel 4
Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian

Variabel	Pernyataan	rhitung Koefisien Korelasi	rtabel n-2	Kesimpulan
Rekrutmen (x1)	X1.1	0,434	0.2108	Valid
	X1.2	0,648	0.2108	Valid
	X1.3	0,578	0.2108	Valid
	X1.4	0,372	0.2108	Valid
	X1.5	0,505	0.2108	Valid
Seleksi (X2)	X2.1	0,555	0.2108	Valid
	X2.2	0,536	0.2108	Valid
	X2.3	0,654	0.2108	Valid
	X2.4	0,688	0.2108	Valid
	X2.5	0,507	0.2108	Valid
	X2.6	0,454	0.2108	Valid
	X2.7	0,573	0.2108	Valid
Kinerja Karyawan (Y)	Y1	0,684	0.2108	Valid
	Y2	0,719	0.2108	Valid
	Y3	0,748	0.2108	Valid
	Y4	0,801	0.2108	Valid

Y5	0,673	0.2108	Valid
----	-------	--------	-------

Berdasarkan tabel 4 diatas menunjukkan bahwa hasil pengujian validitas indikator dari semua variabel bebas maupun variabel terikat menunjukkan valid, karena nilai korelasi lebih besar dari rtabel sehingga dinyatakan bahwa semua variabel penelitian telah valid.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 5
Hasil Uji Reliabelilitas Variabel Penelitian

Variabel	Cronbach Alpha (α)	Alpha (α)	Kesimpulan
Rekrutmen (X1)	0,669	0,60	Reliabel
Seleksi (X2)	0,726	0,60	Reliabel
Kinerja Karyawan (Y)	0,782	0,60	Reliabel

Dari tabel 4.7 dapat dilihat bahwa variabel Rekrutmen (X1), Seleksi(X2), dan Kinerja Karyawan (Y) telah reliabel. Karena semua nilai alpha (rhitung) lebih besar dari 0,6. Maka dalam penelitian ini seluruh variabel dinyatakan reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 6
Uji normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		87
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2,44650478
Most Extreme Differences	Absolute	,060
	Positive	,045
	Negative	-,060
Kolmogorov-Smirnov Z		,558
Asymp. Sig. (2-tailed)		,914

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Dari tabel 4.8 dapat dijelaskan bahwa hasil uji Kolmogorov-Smirnov memang terbukti bahwa nilai residual mengikuti sebaran normal karena $Asymp. Sig (2-tailed) = 0,914 > 0,05$.

b. Uji Autokorelasi

Tabel 7
Uji Autokorelasi
Model Summary^b

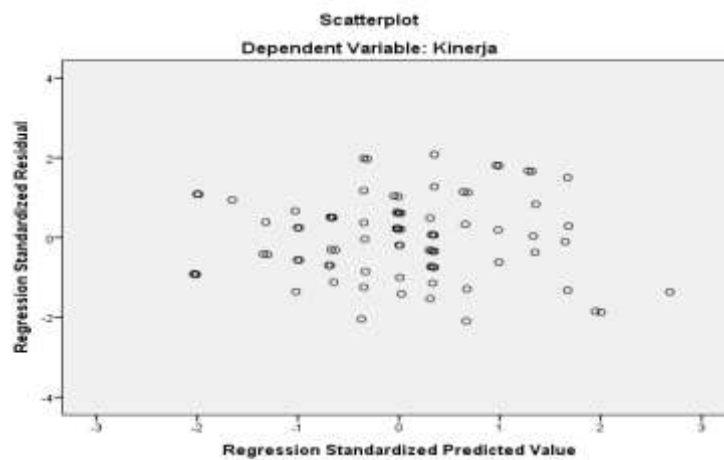
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,405 ^a	,164	,144	2,475	1,445

a. Predictors: (Constant), Seleksi, Rekrutmen

b. Dependent Variable: Kinerja

Berdasarkan tabel 4.9 diatas diketahui bahwa nilai Durbin-Watson sebesar 1,445. $n = (87)$, $k = (2)$ nilai $(dU) = (1.6046)$ dan $dL = (1.6985)$. Maka kriterianya ialah $dU (1,6046) < DW (1,445) < 4-dU (2,3954)$ yang artinya bahwa tidak terjadi autokorelasi antar variabel bebas dalam penelitian ini.

c. Uji Heteroskedastisitas



Gambar 1
Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan *output* scatterplot di atas dapat dilihat bahwa titik-titik tersebut menyebar dan titik tersebut tidak membentuk pola tertentu yang jelas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

d. Uji Multikolinieritas

Tabel 8
Uji Multikolinieritas

Variabel	Toleransi	VIF	Kesimpulan
Rekrutmen (X1)	0,987	1,013	Non Multikoliniearitas
Seleksi (X2)	0,987	1,013	Non Multikoliniearitas

Dari hasil perhitungan multikolinieritas dengan nilai VIF, dapat diketahui bahwa untuk semua variabel mempunyai nilai VIF dibawah angka 10. Sehingga hasil uji menunjukkan tidak adanya multikolinieritas karena nilai VIF dibawah angka 10.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 9
Analisis regresi linier berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	sig
	B	Std.Error	Beta		
1.(Constant)	9,585	2,974		3,223	0,002
Rekrutmen	0,009	0,116	0,008	0,076	0,940
Seleksi	0,360	0,090	0,404	4,022	0,000

Pada *output unstandardized coefficient* bagian B diperoleh nilai b1 variabel Rekrutmen (X1) sebesar 0,009 nilai b2 variabel Seleksi (X2) sebesar 0,360 dan nilai konstanta (a) adalah 9,585. Maka, diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$= 9,585 + 0,009 X_1 + 0,360 X_2 + e$$

Adapun penjelasan dari model persamaan regresi diatas adalah sebagai berikut :

- Konstanta (a) sebesar 9,585. Hal ini berarti jika variabel proses rekrutmen dan seleksi bernilai nol (tidak pengaruh sama sekali), maka besarnya kinerja karyawan adalah sebesar 9,585.
- Koefisien regresi (b1) variabel proses rekrutmen (X1) sebesar 0,009 yang artinya apabila proses rekrutmen ditingkatkan (karena bertanda positif) sebesar satuan, maka kinerja karyawan akan naik sebesar 0,009 satuan dengan anggapan bahwa variabel lain konstan.
- Koefisien regresi (b2) variabel seleksi (X2) sebesar 0,360 yang artinya apabila seleksi ditingkatkan (karena bertanda positif) sebesar satuan, maka kinerja karyawan akan naik sebesar 0,360 satuan dengan anggapan bahwa variabel lain konstan.

5. Analisis Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 10
Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R²)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,405 ^a	,164	,144	2,475	1,445

a. Predictors: (Constant), Seleksi, Rekrutmen

b. Dependent Variable: Kinerja

Nilai koefisien korelasi (r) menunjukkan seberapa erat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Besarnya nilai koefisiensi korelasi adalah 0,405 Nilai tersebut menunjukkan bahwa hubungan korelasi variabel Rekrutmen (X1) dan Seleksi (X2) dengan variabel bebas Kinerja Karyawan (Y) sebesar 0,405 atau 40,5%.

Pengujian koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Koefisien determinan berkisar antara nol sampai satu ($0 \leq R^2 \leq 1$). Maka,

berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai R sebesar 0,405 yang artinya antara variabel independen yang terdiri dari proses rekrutmen dan seleksi dengan variabel dependen yaitu kinerja mempunyai hubungan yang kuat. Nilai R square menunjukkan 0,164 artinya pengaruh variabel proses rekrutmen dan seleksi terhadap kinerja cukup kuat yaitu sebesar 16,4%. Sedangkan sisanya ($100\% - 16,4\% = 83,6\%$) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

6. Pengujian Hipotesis

a. Pengujian Secara Simultan (Uji F)

Tabel 11
Hasil Perhitungan Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	100,866	2	50,433	8,230	,001 ^b
	Residual	514,743	84	6,128		
	Total	615,609	86			

a. Dependent Variable: Kinerja

b. Predictors: (Constant), Seleksi, Rekrutmen

Berdasarkan hasil di atas dihasilkan Fhitung > Ftabel yaitu $8,230 > 3,11$ maka H₀ ditolak dan H₁ diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel bebas Rekrutmen (X1) dan Seleksi (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Kinerja Karyawan (Y).

b. Pengujian Secara Parsial (Uji T)

Tabel 12

Hasil perhitungan Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	sig
	B	Std.Error	Beta		
Rekrutmen	0,009	0,116	0,008	0,076	0,940
Seleksi	0,360	0,090	0,404	4,022	0,000

c. Uji parsial variabel Rekrutmen (X1) terhadap Kinerja Karyawan (Y).

Hipotesis : $0,05/2 = 0,025$ dengan $df (n-k-1) = (87-2-1) = 84$ $t_{tabel} = 1,98861$ $t_{hitung} = 0,076$.

Kesimpulan: Berdasarkan perhitungan dapat disimpulkan bahwa variabel Rekrutmen (X1) tidak berpengaruh secara parsial terhadap Kinerja Karyawan (Y). Hal ini, terlihat dari nilai signifikan $0,940 > 0,05$ dan $t_{hitung} 0,076 < t_{tabel} 1,99897$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

d. Uji parsial variabel Seleksi (X2) terhadap Kinerja Karyawan (Y).

Hipotesis : $0,05/2 = 0,025$ dengan $df (n-k-1) = (67-2-1) = 64$ dimana $t_{tabel} = 1,98861$ $t_{hitung} = 3,501$.

Kesimpulan: Berdasarkan perhitungan dapat disimpulkan bahwa variabel Seleksi (X2) berpengaruh secara parsial terhadap Kinerja Karyawan (Y). Hal ini, terlihat dari nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan $t_{hitung} 4,022 > t_{tabel} 1,99897$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

B. Pembahasan

1. Pengaruh rekrutmen dan seleksi terhadap kinerja karyawan

Berdasarkan analisa data melalui pengujian hipotesis secara simultan (Uji F) didapat bahwa F_{hitung} yaitu $(8,230) \geq F_{tabel} (3,11)$ dengan tingkat signifikan $0,001$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel Rekrutmen (X1) dan Seleksi (X2) mempunyai pengaruh secara simultan dan signifikan terhadap Kinerja Karyawan (Y) PT. Sukses Mitra Sejahtera Kabupaten Kediri.

Penelitian ini sama dengan adanya penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Muhammad Darwis Meyandie Nasution (2019) yang berjudul “Pengaruh Proses Rekrutmen dan Seleksi terhadap Kinerja Karyawan : Studi pada PT. Dian Bahari Sejati” hasil penelitiannya menyatakan bahwa rekrutmen dan seleksi berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja karyawan PT. Dian Bahari Sejati

2. Pengaruh Rekrutmen terhadap Kinerja Karyawan

Hasil pengujian hipotesis pengaruh secara parsial antara variabel Rekrutmen (X1) terhadap Kinerja karyawan (Y) dengan menggunakan uji t yang menghasilkan nilai $t_{hitung} (0,076) < t_{tabel} (1,99897)$ maka H_0 diterima dan H_1

ditolak. Yang artinya secara parsial tidak ada pengaruh antara Rekrutmen (X1) terhadap Kinerja karyawan (Y).

Penelitian ini sama dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Junior Pangkey, 2019) dengan judul “Pengaruh Rekrutmen, Seleksi, Promosi Jabatan, Penggajian Dan Pelatihan Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Air Manado” yang menyatakan bahwa rekrutmen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan.

3. Pengaruh Seleksi terhadap Kinerja Karyawan

Berdasarkan analisa data melalui pengujian hipotesis terdapat pengaruh proses seleksi terhadap kinerja karyawan PT. Sukses Mitra Sejahtera Kabupaten Kediri secara parsial, hal ini terlihat dari nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan thitung $4,022 >$ ttabel $1,99897$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini diartikan bahwa seleksi dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Aziz et al., 2017) yang berjudul Pengaruh Rekrutmen dan Seleksi Terhadap Kinerja di PT. Inalum Indonesia yang menyatakan bahwa variabel seleksi secara parsial berpengaruh terhadap kinerja karyawan. Karena semakin ketat suatu proses seleksi yang dilakukan perusahaan maka akan semakin meningkatkan kinerja yang dihasilkan oleh karyawan pada PT. Sukses Mitra Sejahtera.

Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan pembahasan yang sesuai dengan tujuan hipotesis Seleksi terhadap kinerja karyawan PT. Sukses Mitra Sejahtera Kabupaten Kediri, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Hasil uji simultan menyimpulkan bahwa variabel bebas Rekrutmen (X1), Seleksi (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat kinerja karyawan (Y) pada PT. Sukses Mitra Sejahtera Kabupaten Kediri .Hal ini dibuktikan dengan Fhitung lebih besar dari Ftabel.
2. Variabel bebas Rekrutmen (X1) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat kinerja karyawan (Y) pada PT. Sukses Mitra Sejahtera Kabupaten Kediri Hal ini dibuktikan dengan Thitung lebih kecil dari Ttabel.
3. Variabel bebas Seleksi (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat kinerja karyawan (Y) pada PT. Sukses Mitra Sejahtera Kabupaten Kediri Hal ini dibuktikan dengan Thitung lebih besar dari Ttabel.

BIBLIOGRAFI

- Afandi, P. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep dan Indikator)*. Riau: Zanafa Publishing.
- Aziz, T. A., Maarif, M. S., & Sukmawati, A. (2017). Pengaruh rekrutmen dan seleksi terhadap kinerja. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen (JABM)*, 3(2), 246.
- Junior Pangkey, V. P. K. L. dan Sjendry S. R. L. (2019). Pengaruh Rekrutmen, Seleksi, Promosi Jabatan, Penggajian Dan Pelatihan Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Air Manado. *Universitas Sam Ratulangi Manado*.
- Kasmir. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia Teori dan Praktik (Cetakan Ke)*. Penerbit PT. Raja Grafindo Persada.
- Nurjaman, K. (2014). *Manajemen Personalia (Manajemen Personalia dan Ruang Lingkupnya)*. Bandung: CV Pustaka Setia Bandung.
- Yusuf, B., & Al Arif, M. N. R. (2015). *Manajemen sumber daya manusia di lembaga keuangan syariah*. Jakarta: Rajawali Pers.



ANALISIS PELAKSANAAN BIMBINGAN SOSIAL TERHADAP ANAK BERHADAPAN DENGAN HUKUM (ABH) KASUS TINDAK ASUSILA

Efi Siti Fatonah

Bapas kelas I Bandung

Email: efipkbapasbandung@gmail.com

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
Diterima 11 Maret 2021	<i>Kasus kejahatan yang dilakukan oleh anak dan orang dewasa dalam proses penanganannya tentu berbeda. Mempertahankan hak-hak anak dalam proses perlindungan hukum terhadap anak berhadapan dengan hukum (ABH) diperlukan pemahaman yang komprehensif secara luas. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan tindak kejahatan yang dilakukan oleh anak serta penyebabnya dan menganalisis pelaksanaan bimbingan sosial terhadap anak berhadapan dengan hukum (ABH). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitain deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dengan melakukan observasi dan studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengimplementasian bimbingan sosial kemasyarakatan telah terlaksana cukup baik sehingga tujuan anak berhadapan dengan hukum dapat berkembang ke arah yang positif dapat tercapai untuk menjadi generasi muda yang diharapkan oleh bangsa dan negara.</i>
Kata kunci: <i>Anak Berhadapan Dengan Hukum (ABH); kejahatan; bimbingan sosial</i>	

Pendahuluan

Masa depan bangsa terletak pada generasi muda yang dihasilkannya. Pemerintah harus memberikan perhatian lebih terhadap anak sebagai penerus bangsa. Perlindungan anak merupakan salah satu dari pembangunan nasional. Anak merupakan sumber daya yang berperan penting dalam pembangunan nasional. Dalam persoalan perlindungan hukum bagi anak-anak, maka tercantum pada UUD Negara RI Tahun 1945 pasal 34 bahwa “Fakir miskin dan anak terlantar di pelihara oleh negara”.

Pengertian anak dalam hukum pidana mengutamakan terhadap hak-hak anak yang harus dilindungi karena secara kodrat anak memiliki substansi yang lemah dan rentan terhadap pertanggung jawaban atas dirinya sendiri. Pengertian anak jika ditinjau lebih lanjut lagi dari segi usia kronologis menurut hukum dapat berbeda-beda tergantung tempat, waktu, dan untuk keperluan apa, hal ini juga akan mempengaruhi batasan yang digunakan untuk menentukan umur anak (Abdussalam, 2007).

Rasa aman dan terlindungi harus dimiliki oleh setiap anak. Sehingga dapat tercipta rasa tanggung jawab dalam masyarakat. Anak seharusnya diperlakukan dengan baik dalam lingkungan keluarga yang bahagia, penuh kasih sayang dan perhatian dari keluarga. Seiring perkembangan zaman dan teknologi, kejahatan terhadap orang dewasa maupun terhadap anak semakin meningkat baik kualitas maupun kuantitas. Krisis sosial semakin meningkat dikarenakan norma-norma yang kurang begitu diperhatikan.

Perkembangan zaman membuat gaya hidup, pola pikir serta norma dan tata krama semakin menurun. Tidak sedikit dari tindak kejahatan anak sebagai pelakunya. Tingkat kenalakan anakpun meningkat dari tahun ke tahun. Berbagai macam kejahatan yang terjadi seperti narkoba, mencuri hingga tindak asusila yang menjadi kasus terbanyak.

Dalam kasus pidana anak sebagai korban maupun pelaku, mereka tetap membutuhkan perlindungan yang memadai dan hak-hak asasi mereka dilindungi dan dihormati setiap saat, sesuai dengan perundang-undangan tentang hak-hak anak (Rochaeti et al., n.d.). Keberadaan anak-anak dalam tempat penahanan dan lembaga pemasyarakatan yang sama dengan orang dewasa dapat memunculkan peluang korban eksploitasi maupun tindak kekerasan (Rochaeti et al., n.d.). Penanganan Anak yang Berhadapan Dengan Hukum (ABH) tidak dapat dilakukan seperti penanganan terhadap orang dewasa (Santoso & Darwis, 2017).

Suatu sistem permasyarakatan salah satu bagiannya adalah pembimbing kemasyarakatan. Pembimbing Kemasyarakatan adalah pejabat fungsional penegak hukum yang melaksanakan penelitian kemasyarakatan, pembimbingan, pengawasan, dan pendampingan terhadap anak di dalam dan di luar proses peradilan pidana (Zhurami 2020).

Pada masyarakat umum pembimbingan tersebut dinamakan bimbingan sosial bagi Anak yang Berhadapan dengan Hukum (ABH) dimana mempunyai tujuan agar klien dapat melaksanakan fungsi sosialnya sesuai dengan status dan perannya sebagai anak dengan diberi bimbingan sosial yang merupakan tindak lanjut dari Pembinaan bertujuan untuk mengarahkan Anak yang Berhadapan dengan Hukum, agar dapat bersikap lebih baik, menjadi orang yang jujur, sopan, lurus, mandiri dan berguna untuk keluarga dan masyarakatnya (Sofyan, 2020).

Menurut (Purnianti, Supadmi, Mamik S. dan Martin, 2002) menyatakan bahwa *restorative justice* menjadi pilihan yang harus diutamakan untuk melindungi anak. *Restorative justice* merupakan alternatif penyelesaian perkara dimana semua komponen yang terkait dengan perkara yang melibatkan anak untuk duduk bersama guna merumuskan secara kolektif cara mengatasi konsekuensi pelanggaran hukum yang dilakukan oleh anak dan implikasinya di masa mendatang (Firdaus, Moh. Syafari, 2008). Konsep keadilan restoratif pada intinya terletak pada konsep komunitas yang peduli dan inklusif (Hadi, 2010).

Pendekatan keadilan restorative merupakan penyelesaian dengan cara menumbuhkan rasa tanggung jawab terhadap anak akibat dari tindakan pidana yang dilakukannya dalam arti lain merupakan pemulihan keadaan. Keadilan restoratif

diharapkan memberikan rasa keadilan bagi anak sebab cara ini bukan dengan suatu cara pembalasan hukum yang berat.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Sahrial & Kasim, n.d.; Wahyudi, 2015), membuat peneliti ingin melakukan penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan peran bimbingan sosial terhadap ABH, tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui kejahatan serta penyebab tindak kejahatan yang dilakukan ABH selain itu untuk menelusuri peran bimbingan sosial yang dilakukan oleh pembimbing kemasyarakatan. Penelitian ini diharapkan bisa menjadi tolak ukur untuk peningkatan peran bimbingan sosial terhadap ABH dan dapat menjadi inspirasi selanjutnya untuk mengembangkan kembali sisi posisi anak yang terjerat kasus kejahatan.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Menurut (Whitney dalam Moh Nazir, 2013) yaitu penelitian untuk mencari fakta dengan interpretasi yang tepat. Mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, serta tata cara masyarakat serta situasi-situasi tertentu, termasuk tentang hubungan kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan-pandangan serta proses-proses yang sedang berlangsung dan pengaruh-pengaruh dari suatu fenomena. Data dalam penelitian ini akan dianalisis secara kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan suatu prosedur yang menghasilkan data deskriptif berupa kata tertulis, atau lisan orang-orang atau perilaku yang diamati (Moleong, 2006).

Teknik pengumpulan data dengan melakukan observasi dan studi literatur. Observasi merupakan salah satu kegiatan ilmiah empiris yang mendasarkan fakta-fakta lapangan maupun teks, melalui pengalaman panca indra tanpa menggunakan manipulasi apapun (Hasanah, 2017). Studi literatur merupakan aktivitas pengumpulan data dengan mempelajari dan mengutip berbagai teori dari berbagai buku, mempelajari dan mengutip data dari berbagai dokumen, mempelajari dan mengutip berbagai informasi dari internet dan media cetak.

Hasil dan Pembahasan

A. Pengertian, hak-hak anak dan faktor penyebab kenakalan anak

1. Pengertian anak

Anak merupakan cikal bakal penerus generasi lama. Menurut (Rumtianing, 2016), Anak adalah seorang yang masih ada di bawah usia tertentu dan belum dewasa serta belum kawin. Artinya, pengertian anak yaitu manusia yang dalam batasan umur tertentu serta belum menikah dan belum dikategorikan sebagai dewasa baik dari fisik maupun mental.

Penentuan batasan umur anak di beberapa negara memiliki perbedaan misalnya di Amerika Serikat menentukan batas umur anak yaitu antara 8-17 tahun, di negara Inggris menentukan batas umur anak antara 12-16 tahun, di negara Australia mayoritas negara bagiannya menentukan batas umur anak yaitu 8-16 tahun, di negara Belanda batas umurnya antara 12-18 tahun. Negara-

negara Asia misalnya Srilanka menentukan batas umur anak yaitu antara 8-16 tahun, Iran 6-18 tahun, Jepang dan Korea umur antara 14-18 tahun, Kamboja antara 15-18 tahun dan di Filipina umur antara 7-16 tahun.

Undang-undang Nomor 23 Tahun 2002 tentang Perlindungan Anak dalam Pasal 1 Angka (1) ditegaskan bahwa anak adalah seseorang yang belum berusia 18 (delapan belas) tahun, termasuk anak yang masih dalam kandungan.

Pasal 1 yang dimaksud anak dalam Konvensi ini adalah setiap orang yang berusia dibawah 18 (delapan belas) tahun, kecuali berdasarkan undang-undang bahwa usia dewasa dicapai lebih awal.

Perilaku anak tidak serta merta selalu menunjukkan positivisme. Mayoritas di beberapa negara memiliki kasus kenakalan yang dilakukan oleh anak sehingga menyebabkan terjeratnya anak ke dalam kasus hukum. Anak yang terjerat kasus hukum baik sebagai korban, saksi maupun pelaku di sebut anak yang berkaitan dengan hukum atau ABH.

Berdasarkan Pasal 1 ayat (2) UU No. 11 Tahun 2012 tentang Sistem Peradilan Pidana Anak, yang dimaksud dengan anak yang berhadapan dengan hukum (*children in conflict with the law*), adalah sebagai berikut :

“Anak yang Berhadapan dengan Hukum adalah Anak yang berkonflik dengan hukum, anak yang menjadi korban tindak pidana, dan anak yang menjadi saksi tindak pidana”

Pasal 1 Undang-Undang No. 11 Tahun 2012 tentang Sistem Peradilan Pidana Anak juga menentukan sebagai berikut :

1. Anak berkonflik dengan hukum yang selanjutnya disebut anak adalah anak yang telah berumur 12 (dua belas) tahun, tetapi belum berumur 18 (delapan belas) tahun yang diduga melakukan tindak pidana.
2. Anak yang menjadi korban tindak pidana yang selanjutnya disebut sebagai anak korban adalah anak yang belum berumur 18 (delapan belas) tahun yang mengalami penderitaan fisik, mental, dan/atau kerugian ekonomi yang disebabkan oleh tindak pidana.
3. Anak yang menjadi saksi tindak pidana yang selanjutnya disebut anak saksi adalah anak yang belum berumur 18 (delapan belas) tahun yang dapat memberikan keterangan guna kepentingan penyidikan, penuntutan, dan pemeriksaan di sidang pengadilan tentang suatu perkara pidana yang didengar, dilihat, dan/atau dialaminya sendiri.

2. Hak-hak anak

Hak merupakan sesuatu yang harus diperoleh oleh seseorang disamping melakukan kewajibannya. Setiap orang berhak untuk memajukan dirinya dalam memperjuangkan haknya secara kolektif. Hak merupakan unsur normatif yang melekat pada diri setiap manusia yang tidak dapat dipisahkan.

Analisis Pelaksanaan Bimbingan Sosial terhadap Anak Berhadapan dengan Hukum (ABH) Kasus Tindak Asusila

Anak merupakan bagian dari masyarakat dimana hak-haknya tersebut harus dilindungi. Hak-hak anak merupakan yang harus dijamin dalam pemenuhannya. Perlindungan anak adalah salah satu contoh hak anak yang wajib dipenuhi. Perlindungan anak berkaitan dengan lima pilar yakni orang tua, keluarga, masyarakat, pemerintah dan negara. Kelimanya memiliki keterkaitan satu sama lain sebagai penyelenggara perlindungan anak.

Undang-Undang Dasar 1945 telah mengatur mengenai hak anak yang diatur dalam 2 (dua) Pasal yaitu:

a. Pasal 28B ayat (2) yang berbunyi:

“Setiap anak berhak atas kelangsungan hidup, tumbuh dan berkembang serta berhak atas perlindungan dari kekerasan dan diskriminasi.”

b. Pasal 34 ayat (2) yang berbunyi :

“Fakir miskin dan anak terlantar dipelihara oleh negara”

Adapun hak-hak anak yang sedang dalam proses hukum harus dan wajib diutamakan kepentingannya dimana dalam kepentingan itu terdapat hak-hak dari anak. Dalam Pasal 3 Undang-Undang SPPA mengatur juga mengenai hak-hak anak yang sedang berhadapan dengan hukum, sebagai berikut:

1. Diperlakukan secara manusiawi dengan memperhatikan kebutuhan sesuai dengan umurnya;
2. Dipisahkan dari orang dewasa;
3. Memperoleh bantuan hukum dan bantuan lain secara efektif;
4. Melakukan kegiatan rekreasional;
5. Bebas dari penyiksaan, penghukuman atau perlakuan lain yang kejam, tidak manusiawi, serta merendahkan derajat martabatnya;
6. Tidak dijatuhi pidana mati atau pidana seumur hidup;
7. Tidak ditangkap, ditahan, atau dipenjara, kecuali sebagai upaya terakhir dan dalam waktu yang singkat;
8. Memperoleh keadilan dimuka pengadilan anak yang objektif, tidak memihak, dan dalam sidang yang tertutup untuk umum;
9. Tidak dipublikasikan identitasnya;
10. Memperoleh pendampingan orang tua/wali dan orang yang dipercaya oleh anak;
11. Memperoleh advokasi sosial
12. Memperoleh kehidupan pribadi
13. Memeperoleh aksesibilitas, terutama bagi anak cacat;
14. Memperoleh pendidikan;
15. Memeperoleh pelayanan kesehatan;
16. Memeperoleh hak lain sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

3. Faktor penyebab kenakalan anak

Kenakalan anak atau yang diambil dari istilah *juvenile delinquency*, Juvenile berarti anak sedangkan delinquency berarti kejahatan. Menurut Jensen

(dalam (Sarwono, 2013), Jenis-Jenis Kenakalan remaja dari kebiasaan atau melanggar hukum : (1) Kenakalan yang menimbulkan korban fisik pada orang lain: perkuliahian, perkosaan, perampokan, pembunuhan, dan lain-lain. (2) Kenakalan yang menimbulkan korban materi: perusakan, pencurian, pencopetan, pemerasan, dan lain-lain. (3)Kenakalan sosial yang tidak menimbulkan korban dipihak orang lain: pelacuran, penyalagunaan obat. (4) Kenakalan yang melawan status, misalnya mengingkari status anak sebagai pelajar dengan cara membolos, mengingkari status orangtua dengan cara minggat dari rumah atau membantah perintah orangtua, dan sebagainya.

Kecenderungan kenakalan anak di indonesia semakin meningkat. Menurut (Bartollas, 1985) ada beberapa faktor yang menjadi latar belakang karakteristik pribadi anak yang berisiko tinggi menjadi pelaku delinquency, yaitu faktor umur (anak yang lebih muda akan berisiko lebih tinggi), variable psikologis (sifat membantah, susah diatur, merasa kurang dihargai), school performance (bermasalah di sekolah dengan tingkah lakunya, membolos), home adjustment (kurang interaksi dengan orang tua dan saudara, kurang disiplin dan pengawasan, minggat), pengguna alkohol dan obat terlarang, lingkungan tetangga, dan adanya pengaruh kekuatan teman sebaya (Marlina, 2009).

Kenakalan anak terjadi karena beberapa faktor, yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal ialah faktor yang muncul dari dalam dirinya sendiri sedangkan faktor eksternal adalah faktor yang dipengaruhi oleh keadaan dari luar dirinya. Kedua faktor tadi adalah pemicu terjadinya penyimpangan/kenakalan yang dilakukan oleh anak karena faktor-faktor tadi tidak diperhatikan serta tidak dilalui dengan baik dalam prosesnya.

Beberapa contoh faktor internal diantaranya faktor usia. Faktor usia dimana anak masih memiliki pemahaman yang belum optimal layaknya orang dewasa serta ketidaktahuannya dalam mempersepsikan yang benar dan salah menjadi salah satu penyebab terjadinya kenakalan anak dan tindak pidana. Anak melakukan apa yang di inginkannya tanpa memikirkan akibat dari apa yang ia lakukan. Itulah pentingnya pendidikan etika serta norma dan pola pikir yang baik harus diawali dari keluarga terutama orang tua.

Faktor eksternal ialah faktor keluarga dan lingkungan, dimana didikan dalam keluarga serta lingkungan memiliki pengaruh yang cukup besar dalam membentuk prilaku anak. Selain itu juga faktor pendidikan serta lingkungan sekolah. Di dalam sekolah interaksi terjadi antara anak dengan teman seusianya, dimana karakter tiap-tiap anak itu berbeda-beda, diantara kawan anak-anak tersebut ada kemungkinan memberikan pengaruh negatif dalam pergaulannya contohnya saling membully atau mencuri bahkan sampai belajar berkelahi. Itulah pentingnya dilakukan pengawasan yang mendalam sebab anak masih sangat mudah terpengaruh oleh hal-hal diluar dirinya.

B. Peran pembimbing kemasyarakatan terhadap ABH

Secara harfiah pengertian bimbingan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah petunjuk (penjelasan) cara mengerjakan sesuatu; tuntunan; pimpinan. Pembimbing Kemasyarakatan adalah Seseorang yang memiliki keahlian dan keterampilan teknis dalam bidang ilmu pekerjaan sosial (Social Works) disamping disiplin ilmu lain khususnya ilmu hukum yang berkaitan dengan tugasnya.

Pembimbing Kemasyarakatan atau yang dulu disebut Pekerja Sosial Kehakiman (Social Worker in Correctional Field) adalah pejabat fungsional penegak hukum pada Balai Pemasyarakatan yang ditunjuk dan atau diangkat menjadi Pembimbing Kemasyarakatan, bertugas melaksanakan penelitian kemasyarakatan, pembimbingan, pengawasan, dan pendampingan terhadap Anak di dalam dan di luar proses peradilan pidana.

Fungsi pembimbing Kemasyarakatan dalam melaksanakan program pembimbingan terhadap klien adalah untuk :

- a. Melakukan registrasi Klien Pemasyarakatan;
- b. Melakukan pengawasan, pembimbingan, dan pendampingan bagi Klien Pemasyarakatan / anak yang berdasarkan putusan pengadilan dijatuhi pidana atau dikenai tindakan;
- b. Mengikuti sidang anak di pengadilan negeri dan sidang tim pengamat pemasyarakatan (TPP);

Tujuan yang hendak dicapai Pembimbing Kemasyarakatan sesuai dengan Tujuan sistem Pemasyarakatan dalam proses pembimbingan kemasyarakatan, yaitu :

- a. Klien dapat menyadari kesalahan-kesalahan yang telah dilakukannya;
- b. Klien tidak melakukan kembali perbuatan yang melanggar hukum tindak pidana;
- c. Klien dapat memperbaiki dirinya;
- d. Klien dapat diterima kembali oleh masyarakat di tempat tinggalnya;
- e. Klien dapat berperan aktif dalam pembangunan Indonesia;
- f. Klien dapat hidup secara wajar sebagai warga masyarakat yang baik dan bertanggung jawab

Ada 3 prosedur dalam pelaksanaan pembimbingan terhadap klien anak yang dilakukan oleh Pembimbing Kemasyarakatan.

Peraturan Pemerintah Nomor 31 Tahun 1999 tentang Pembinaan dan Pembimbingan Warga Binaan Pemasyarakatan Pasal 1 angka 1 jo juklak Menteri Kehakiman RI Nomor : E-39-PR.05.03 jo juknis Menteri Kehakiman RI Nomor : E.40-PR.05.03 Tahun 1987 tentang Bimbingan Klien Pemasyarakatan.

(1) Pembinaan tahap awal sebagaimana dimaksud dalam Pasal 17 ayat (2) huruf a meliputi:

- a. masa pengamatan, pengenalan dan penelitian lingkungan paling lama 1 (satu) tahun;
 - b. perencanaan program pembinaan kepribadian dan kemandirian;
 - c. pelaksanaan program pembinaan kepribadian dan kemandirian; dan
 - d. penilaian pelaksanaan program pembinaan tahap awal.
- (2) Pembinaan tahap lanjutan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 17 ayat (2) huruf b meliputi:
- a. perencanaan program pembinaan lanjutan;
 - b. pelaksanaan program pembinaan lanjutan;
 - c. penilaian pelaksanaan program pembinaan lanjutan; dan
 - d. perencanaan dan pelaksanaan program asimilasi.
- (3) Pembinaan tahap akhir sebagaimana dimaksud dalam Pasal 17 ayat (2) huruf c meliputi:
- a. perencanaan program integrasi;
 - b. pelaksanaan program integrasi; dan
 - c. pengakhiran pelaksanaan pembinaan tahap akhir.

Dalam hal pembimbingan anak, Sebelum dilakukannya bimbingan tersebut untuk klien anak, Pembimbing Kemasyarakatan mengadakan sidang TPP. Sidang TPP ini untuk membahas program bimbingan yang disesuaikan dengan latar belakang penyebab anak tersebut melakukan tindak pidana. Selain itu, sidang TPP diadakan guna menyampaikan permasalahan yang dihadapi dalam pelaksanaan pembimbingan, seperti klien anak yang jarang melapor dan menyampaikan perkembangan bimbingan pada klien anak sesuai dengan catatan masing-masing PK.

Bagi klien anak, pada bimbingan kepribadian berupa bimbingan konseling dan *sharing* secara psikologi, atau bimbingan agama maupun rehabilitasi disesuaikan dengan permasalahan dan kebutuhan klien anak. Terdapat juga Latihan keterampilan yang diberikan sebagai bagian dari wujud pembinaan klien anak. Nasehatpun diberikan kepada klien anak untuk tidak mengulangi perbuatan tindak pidana, diberikan arahan supaya bisa memiliki kegiatan dan menganjurkan untuk melanjutkan sekolah bagi klien anak yang putus sekolah.

Ketika pembebasan bersyarat ingin diajukan maka dilakukanlah pengawasan klien anak yang bertujuan untuk mencegah pengulangan tindak pidana dan mengembalikan narapidana kedalam masyarakat.

Metode pengawasan pertama terhadap klien pembebasan bersyarat, yaitu: Pengawasan internal dilakukan oleh PK dimana ia bertatap muka secara langsung dengan klien. Pengawasan ini dijalankan melalui kegiatan wajib lapor dan kunjungan rumah (*home visit*). Wajib lapor adalah keharusan klien untuk datang ke Balai Pemasyarakatan untuk bertemu dengan PK serta melakukan bimbingan secara rutin setiap bulannya. Sedangkan kunjungan rumah (*home visit*) adalah kewajiban PK untuk mengunjungi tempat tinggal klien untuk memberikan

Analisis Pelaksanaan Bimbingan Sosial terhadap Anak Berhadapan dengan Hukum (ABH) Kasus Tindak Asusila

pembimbingan selama masa pembebasan bersyarat sehingga klien dapat memenuhi persyaratan yang diberikan oleh hakim. Metode ini dilakukan untuk memastikan bahwa proses pembimbingan terhadap klien yang bersangkutan benar-benar dilaksanakan.

Adapun metode kedua yaitu Pengawasan eksternal merupakan kegiatan pengamatan dan penilaian yang dilakukan oleh pihak luar masyarakat, dalam hal ini adalah lingkungan masyarakat tempat klien menjalani pembebasan bersyarat. Metode ini dilakukan dalam upaya untuk mengawasi klien dalam mematuhi ketentuan-ketentuan berupa larangan maupun himbuan yang diberikan kepadanya.

Kesimpulan

Pelaksanaan pembimbingan terhadap klien anak yang dilakukan oleh Pembimbing Kemasyarakatan telah dilakukan. Hal tersebut terlihat dari prosedur yang dilaksanakan oleh Pembimbing kemasyarakatan. Peran pembimbingan kemasyarakatan terhadap anak sudah terlihat jelas sehingga tujuan dari pelaksanaan bimbingan kemasyarakatan pun dapat dicapai karena upaya yang telah dimaksimalkan.

BIBLIOGRAFI

- Abdussalam. (2007). *Hukum Perlindungan Anak*. Bogor: Restu Agung.
- Bartollas, C. (1985). *Correctional treatment: Theory and practice*. Prentice-Hall Englewood Cliffs, NJ.
- Firdaus, Moh. Syafari, et al. (2008). *Membongkar Ingatan Berbagai Pengalaman Kumpulan Catatan Pengalaman*. Pustaka Laha.
- Hadi, S. (2010). *Kriminalisasi anak*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Hasanah, H. (2017). Teknik-teknik observasi (sebuah alternatif metode pengumpulan data kualitatif ilmu-ilmu sosial). *At-Taqaddum*, 8(1), 21–46.
- Marlina, P. P. A. di I. (2009). pengembangan konsep diversi dan Restorative Justice. Bandung: Refika Aditama
- Moh Nazir. (2013). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Moleong, L. J. (2006). *Metode penelitian kualitatif edisi revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Purnianti, Supadmi, Mamik S. dan Martin, N. M. (2002). *Analisis Situasi Sistem Peradilan Pidana Anak di Indonesia*. UNICEF Perwakilan.
- Rochaeti, N., Hnienkswsatie, A. D., & Sularto, R. B. (n.d.). Implementasi Diversi Sebagai Sarana Non Penal Dalam Sistem Peradilan Pidana Anak Di Bapas Surakarta. *Pembaharuan Hukum Pidana*, 2(2).
- Rumtianing, I. (2016). Kota layak anak dalam perspektif perlindungan anak. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan*, 27(1).
- Sahrial, G., & Kasim, S. S. (n.d.). Penanganan Anak Bermasalah Dengan Hukum (Abh) Dalam Kasus Tindak Asusila (Studi di Lembaga Pembinaan Khusus Anak Kelas II Kendari). *Welvaart*, 1(1).
- Santoso, M. B., & Darwis, R. S. (2017). Peran Pembimbing Kemasyarakatan dalam Penanganan Anak Berkonflik dengan Hukum oleh Balai Pemasyarakatan. *Share: Social Work Journal*, 7(1), 61–70.
- Sarwono, S. W. (2013). *Psikologi Remaja Edisi Revisi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sofyan, A. (2020). Peran Pembimbing Kemasyarakatan dalam Perlindungan Anak yang Berhadapan dengan Hukum. *Jurnal of Admiration*, 1(8), 1029–1038.
- Wahyudi, D. (2015). Perlindungan Terhadap Anak yang Berhadapan dengan Hukum Melalui Pendekatan Restorative Justice. *Jurnal Ilmu Hukum Jambi*, 6(1), 43318.

Analisis Pelaksanaan Bimbingan Sosial terhadap Anak Berhadapan dengan Hukum
(ABH) Kasus Tindak Asusila

Zhurahmi, S. (2020). Peran Pembimbing Kemasyarakatan Dalam Pemenuhan Hak Anak Yang Berkonflik Dengan Hukum (Suatu Penelitian di Wilayah Hukum Balai Pemasyarakatan Kelas II Banda Aceh). *Repository Unmuha*.



ANALISA SIFAT FISIK DAN KIMIA PELUMAS PADA UJI KETAHANAN MOTOR DIESEL BERBAHAN BAKAR JME B20

Hadi Prasutiyon, Aguk Zuhdi Muhammad Fathallah dan Urip Prayogi

^{1,3}Universitas Hang Tuah Surabaya, Indonesia

²Institut Teknologi Sepuluh November Surabaya, Indonesia

Email: hadi.prasutiyon@hangtuah.ac.id, fathalaz@its.ac.id dan

suprayoginipun@gmail.com

INFO ARTIKEL

Diterima
5 Maret 2021

Kata kunci:

pelumas, bilangan yodium, jelantah methyl ester (JME), ketahanan komponen mesin diesel.

ABSTRAK

Penelitian ini difokuskan pada penilaian sifat fisik dan kimia pelumas saat dipakai pada uji ketahanan komponen utama motor diesel dengan bahan bakar biodiesel Jelantah Methyl Ester (JME) yang mengandung iodin dan pengaruhnya terhadap ketahanan komponen-komponen utama motor diesel. Penelitian ini dilakukan dengan pengujian eksperimen di laboratorium dan diperoleh hasil bahwa komponen-komponen diesel dengan bahan bakar biodiesel JME dengan varian kandungan iodin ini sangat terpengaruh ketahannya terutama JME yang mempunyai kandungan iodin yang lebih besar. Kandungan iodin dalam pengujian ini terbesar 67,14 (Gravitri), angka yang masih diijinkan oleh Standart SNI yaitu maks.115, namun hal ini sudah membawa dampak yang kurang bagus terhadap komponen-komponen yang mempunyai kandungan logam Fe dan Al, apalagi dengan water content sebesar 0,13%, cetane index sebesar 46,22, sediment content 9,78%, dengan flash point sebesar 188°C juga dengan kinematic viscosity pada 40°C sebesar 17,6 cSt, hal ini menyebabkan disamping proses pembakaran diruang bakar tidak sempurna, juga membuat komponen-komponen yang bersentuhan mengalami penurunan karakteristik propertis yang pada akhirnya membuat komponen tersebut mengalami keausan, berkerak dan berkarat. Oleh karenanya diperlukan performance biodiesel JME yang lebih bagus dengan tingkat nilai iodin yang rasional, dengan harapan biodiesel JME ini benar-benar menjadi bahan bakar alternatif secara ekonomis, fiesibel sebagai pengganti bahan bakar fosil.

Pendahuluan

Motor diesel masih menjadi pilihan dalam hal penggerak mula dengan alasan adalah mempunyai *durability* (ketahanan) dan *reliability* (keandalan) yang tinggi. Tentu dengan adanya alasan tersebut *durability* dan *reliability* yang dimiliki mesin diesel sedapat mungkin dapat dipertahankan atau diharapkan menjadi lebih baik ketika dicoba dengan menggunakan bahan bakar lain (Anton,1985). Terutama ketika dicoba dengan jelantah methyl ester yang mempunyai nilai viskositas lebih tinggi. Pemakaian campuran Jelantah Methyl Esther (JME) dan solar dengan perbandingan 10:90 menaikkan daya efektif motor diesel jika dibandingkan dengan menggunakan bahan bakar solar murni pada rpm dan beban tertentu. Kenaikan terjadi pula pada campuran 20:80 dan 30:70 (Adryan, 2002). Bahkan dengan komposisi bahan bakar JME 100% pada putaran 2000 rpm terjadi peningkatan daya efektif sebesar 30.34% jika dibandingkan dengan menggunakan bahan bakar solar JME akan dipromosikan sebagai bahan bakar pengganti solar dan kemudian akan luas digunakan sebagai bahan bakar dimasa mendatang (Ahadiat,1994).

JME mempunyai viskositas dan berat jenis yang masih dalam batas yang diijinkan sebagai bahan bakar motor diesel, pada suhu kamar viskositas kinematisnya 7.5 cst (lebih tinggi 27.11% dari minyak solar) dan berat jenisnya 800 kg/m³ (lebih kecil 3.75% dari minyak solar) serta memiliki cetane number yang lebih tinggi dari solar sehingga mempengaruhi proses pembakaran (Pradipta, 2008). Pencampuran minyak solar dengan JME berpengaruh terhadap daya yang dihasilkan dan konsumsi bahan bakar spesifik motor diesel jika dibandingkan dengan menggunakan minyak solar. Daya yang dihasilkan untuk JME 10, JME 20, JME 30 cenderung mengalami peningkatan pada putaran 2000 rpm dan 2400 rpm (Arismunandar,1997). Masalah ketika menggunakan bahan bakar biodiesel adalah kandungan atau *properties* dari pada biodiesel itu sendiri, termasuk minyak jelantah sebagai pengganti solar adalah sifat-sifat fisika dan kimia. Terutama viskositas dan titik bakarnya yang lebih tinggi dari pada minyak solar. Dua sifat minyak jelantah (JME) tersebut perlu diturunkan agar cocok menjadi bahan bakar (Pramesti, 2013). Selain itu, studi lain mengatakan kandungan asam tak jenuh dalam biodiesel (yang dinyatakan dengan jumlah iodin) meningkatkan resiko polimerisasi dalam minyak pelumas motor diesel dan dapat menyebabkan terjadinya laju keausan dan terbentuknya carbon deposit pada komponen-komponen utama motor diesel (Subiyanto, 1989). Panas yang dihasilkan sangat tinggi karena jumlah gesekan akan mencairkan logam yang mengakibatkan kerusakan. Untuk menghindari hal ini semua bagian yang bergerak harus dilapisi oleh minyak pelumas yang dipompa ke semua bagian yang bergerak (Baranescu, 1997). Umumnya pelumas yang digunakan kekentalannya (*viscositasnya*) menggunakan satuan SAE yang ditampung dan disimpan di bak penampungan pelumas (*olie carter*) yang didalamnya terdapat pompa. Pompa ini bekerja menghisap pelumas dari carter untuk didistribusikan keseluruh bagian-bagian yang membutuhkan setelah terlebih dahulu melewati filter dan pendingin pelumas (Sudik, 2013). Pelumas yang telah didistribusikan ke bagian-bagian seperti permukaan bantalan, poros engkol, roda gigi, silinder, pegas dan bagian bergerak

lainnya, maka akan kembali ke carter dan selanjutnya untuk dihisap pompa, begitu seterusnya (Fort, Ef, 1997.).

Salah satu penyebab kesalahan dalam memilih bahan pelumas adalah kurangnya pengetahuan dan ketrampilan mengenai kandungan bahan pelumas dan penggunaan yang tidak sesuai dengan standart yang ditetapkan oleh pembuat bahan pelumas. Sumber utama pelumas adalah minyak bumi yang merupakan campuran beberapa organic, terutama hidrokarbon (Trianto, 2004). Segala macam minyak bumi yang mengandung paraffin (C_nH_{2n-2}) naftena (C_nH_{2n}) dan aromatic (C_nH_n), jumlah susunan tergantung sumber minyaknya. Aromatik mempunyai sifat pelumasan yang baik tetapi tidak tahan terhadap oksidasi. Parafin dan Naftena lebih stabil tetapi tidak dapat menggantikan aromatik secara keseluruhan (Zuhdi, 2004). Karena type aromatik tertentu bertindak sebagai penghalang oksidasi dan parafin murni tidak mempunyai sifat pelumasan yang baik. Perbedaan yang lain yaitu aromatik mempunyai viscositas rendah, naftena mempunyai viscositas sedang, dan parafin mempunyai viscositas tinggi. Oksidasi minyak mineral umumnya menyebabkan meningkatkan viscositas serta terbentuknya asam dan zat yang tidak dapat larut (Fahruri, 2003)..

Apabila terjadi oksidasi besar-besaran akan menyebabkan korosi dan bahkan merusak logam yang dilumasi sehingga pelumas harus diperbaharui. Daya tahan oksidasi berkurang pada suhu yang tinggi. Dengan minyak pelumas yang baik, oksidasi berkurang perlahan-lahan sampai pada suhu $80^{\circ}C$ diatas suhu tersebut kecepatan oksidasi meningkat dengan cepat. Kecepatan oksidasi tergantung pada suhu udara dan macam bahan bantalan (*bearing*) (Georing, C,E, 1984). Oleh karena itu sangat sulit menentukan suhu operasi maksimum dan bagaimana seringnya minyak pelumas harus diganti. Angka iodine juga akan mempengaruhi ketahanan motor diesel utamanya adalah komponen-komponen utama pada system penggerak, mulai system penggerak disekitar ruang bakar hingga crank system. Berdasarkan pemikiran tersebut, maka perlu dilakukan pengujian pada motor diesel untuk mengetahui pengaruh kandungan angka iodine dan kondisi pelumas pada saat menggunakan bahan bakar biodiesel dari minyak jelantah (JME) terhadap ketahanan pada komponen utama (Hendra, 2013). Sudah beberapa peneliti yang menggunakan jelantah sebagai bahan pembuat methyl ester. Reed TB menggunakan minyak jelantah kedelai, biodiesel ini dipergunakan sebagai pencampur minyak solar sebagai bahan bakar diesel engine pada bus kota di Denver dan perubahan power tidak terjadi secara signifikan. Mittelback telah mengoleksi minyak jelantah dari restoran-restoran dan beberapa tempat lainnya untuk dibuat biodiesel serta peneliti lainnya telah mempelajari pengaruh physical dan chemical properties biodiesel pada kinerja mesin diesel tipe direct injection (Zuhdi, 2002). Setiap Engine Manufaktur tidak mengetes ketahanan (*durability*) enginnya dengan bahan bakar alternatif, oleh sebab itu apabila ada bahan bakar alternatif maka perlu adanya pengujian ketahanan engine (uji *durability*) (Zuhdi, 1996). Ada dua cara yang lazim digunakan dalam pengujian ketahanan engine yaitu pengujian laboratory dengan menggunakan engine test bed atau chasis dinamometer. Pengujian laboratory dengan menggunakan engine test bed atau chasis dinamometer mengikuti prosedur yang diberikan oleh Engine

Manufaktur Association (EMA). Peneliti yang memproduksi (membuat) bahan bakar alternatif dianjurkan untuk menguji ketahanan engine selama 200 jam dengan variasi dan waktu pembebanan yang telah ditentukan dan onroad durability test. Onroad durability test bukan pengujian yang dilakukan oleh engine manufaktur. Kelebihan dari pengujian semacam ini adalah kita dapat mengetahui ketahanan secara real dari engine (Imaduddin, 2011).

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode eksperimen. Pada penelitian ini akan dilakukan eksperimen dalam mengidentifikasi kandungan iodine pada biodiesel dari Jelantah Methyl Ester (JME). Selain itu uji ketahanan (*durability*) pada motor diesel untuk mengetahuinya dengan menggunakan campuran bahan bakar biodiesel JME dan variasi beberapa besaran angka Iodin. Selanjutnya dilakukan pemeriksaan terhadap kondisi pelumas baik secara fisik maupun kimia.

Hasil dan Pembahasan

A. Analisa Hasil Pengujian Properties Minyak Pelumas.

Hasil Pengujian Properties Minyak Pelumas dengan Bahan Bakar JME dengan Variasi Iodin

Tabel 1
Parameter properties minyak pelumas

No	Parameter	B20	B20A	B20B	Metode
1	Viskositas 40°C (cSt)	43,24	44,88	26,96	Kohler
2	Viskositas 100°C (cSt)	17,89	17,22	11,44	Kohler
3	TTBN (mgr KOH/gr sampel)	11,27	8,39	6,61	Kohler
4	Flash Point (°C)	240	240	250	Gravimetri
5	Pour point (°C)	Tak terdeteksi	Tak terdeteksi	Tak terdeteksi	Gravimetri
6	Ash content (%)	1,21	1,12	1,05	Gravimetri
7	Sulfur (%)	0,028	0,026	0,036	Gravimetri
8	Fe (%)	0,01	0,83	1,06	AAS
9	Cu (ppm)	Tak terdeteksi	Tak terdeteksi	Tak terdeteksi	AAS
10	Pb (ppm)	Tak terdeteksi	Tak terdeteksi	Tak terdeteksi	AAS
11	Cr (ppm)	Tak terdeteksi	Tak terdeteksi	Tak terdeteksi	AAS
12	Al (%)	23,69	27,63	30,65	Gravimetri
13	Si (%)	0,26	0,16	0,13	Gravimetri

Unsur-unsur yang terkandung dalam minyak pelumas dapat dilihat pada tabel 1 di atas, secara umum logam yang terkandung dalam pelumasan seperti sulfur, Si, Pb, Cr dan Cu pada bahan bakar biodiesel tanpa varian iodin dengan bahan bakar biodiesel yang menggunakan varian iodin menunjukkan tidak adanya perbedaan yang sangat mencolok, mengingat selisih dan atau perbedaan kandungan logam pada pelumas disaat penggunaan masing-masing bahan bakar tersebut sangat kecil, kandungan Fe agak menonjol bahkan pada Al menunjukkan nilai yang sangat besar, namun disisi lain kandungan Cu, Pb dan Cr dengan metode AAS menunjukkan tidak terdeteksi. Hal ini menunjukkan bahwa komponen-komponen motor diesel yang terdapat kandungan unsur-unsur di atas tidak menunjukkan/ mengalami keausan, selama kurun waktu pengujian (kurang lebih 600 jam pemakaian). Unsur Si pada pelumas saat pemakaian bahan bakar B20=0,26%, B20A = 0,16% dan B20B=0,13%, hal ini mengindikasikan bahwa kotoran/jelaga/dirt yang terkandung dalam minyak pelumas yang bersumber dari udara yang masuk ke dalam ruang bakar pada motor diesel tidak tersaring secara sempurna, hal ini juga bisa diindikasikan bahwa kondisi filter udaranya kurang sempurna (terjadi kerusakan).

Salah satu kadar logam yang tergolong besar adalah Fe pada pemakaian bahan bakar B20B yaitu sebesar 1,06% hal ini sebagai akibat dari faktor aus yang diakibatkan oleh korosif, sebagai akibat dari reaksi kimia bahan bakar dan proses mekanis gesekan antar komponen, begitu pula yang terjadi pada kandungan Al. Selain itu juga kadar abu yang sangat tinggi pada pemakaian bahan bakar B20=1,21%, B20A=1,12% dan B20B=1,05%, nilai-nilai tersebut adalah nilai yang berada diatas batas maksimum yang diizinkan oleh SAE yaitu nilai 1 (satu). Kandungan abu ini merupakan kontamina yang larut dalam minyak pelumas sehingga pada pengujian laboratorium (metode Gravimetri) proses pemisahannya dengan jalan dibakar sampai menjadi abu, abu tersebut kemudian dihitung prosentasinya dari sampel yang diambil. Perlu diketahui bahwa beberapa kontaminan yang larut dalam minyak pelumas dapat meningkatkan viskositas minyak pelumas dan dapat membentuk deposit atau kotoran pada komponen. Deposit itulah yang mengeras dan menjadi abu sebagai akibat adanya temperatur yang tinggi saat terjadi proses pembakaran. Secara detail dapat diuraikan menurut masing-masing parameter seperti dibawah ini:

1. Viskositas

Viskositas pelumas dapat diartikan sebagai tahanan pelumas untuk mengalir, yang pada prakteknya pelumas digunakan untuk melindungi permukaan komponen saat terjadi kontak. Untuk viskositas pelumas pada 40°C dengan menggunakan bahan bakar B20 = 43,24 cSt, B20A = 44,88 cSt dan pada bahan bakar B20B = 26,90 cSt (Metode Kohler). Perubahan nilai viskositas pelumas pada suhu 100°C. Dari ketiga pemakaian minyak pelumas pada ketiga varian bahan bakar tersebut, mulai dari B20 viskositasnya = 17,89cSt, B20A=17,22 cSt dan B20B=11,44 cSt (metode Kohler). Kenaikan nilai viskositas ini dapat disebabkan oleh beberapa hal, penyebab utamanya adalah

karena terkontaminasi dengan sisa hasil pembakaran serta penurunan fungsi zat aditif pada pelumas itu sendiri. Pada proses pembakaran di ruang bakar pasti terdapat jelaga yang menempel pada sisi dinding silinder dan piston akibat pembakaran yang tidak sempurna, dan penguapan pelumas yang berlebihan. Jelaga itulah yang kemudian diikat oleh pelumas yang melapisi permukaan komponen tersebut dan akhirnya meningkatkan kekentalan dari pelumas. Viskositas minyak pelumas baru pada 40°C untuk SAE.B.40 sebesar 140 cSt.

Dalam praktek pengujian ketahanan ini dengan bahan bakar B20, B20A, B20B, jauh dibawah standart yang ditetapkan oleh SAE.B.40. Hal ini memberi isyarat bahwa biodiesel dengan kandungan iodine sangat berpengaruh terhadap properties pelumas. Hal ini sebagai akibat dampak dari perlakuan terhadap kualitas biodiesel JME yang sangat berpengaruh terhadap proses pembakaran. Secara singkat bisa diurai bahwa pelumas saat pemakaian bahan bakar B20 ada penurunan properties 96,76, saat pemakaian B20A ada penurunan 95,12, dan saat pemakaian B20B ada penurunan 113,1 cSt, rata-rata ada penurunan sekitar 100% dari kondisi yang diijinkan. Viskositas pada suhu 100°C pada pemakaian bahan bakar B20 sebesar 17,89 cSt, pada pemakaian bahan bakar B20A sebesar 17,22 cSt dan pada pemakaian bahan bakar B20B sebesar 11,44 cSt. Sedangkan viskositas pelumas pada suhu 100oC untuk SAE.B.40 yang diijinkan sebesar 16,3 cSt, sehingga untuk B20 ada kenaikan 1,59, pada B20A ada kenaikan 0,92, dan pada B20B ada penurunan sekitar 4,86 cSt. Kenaikan dan penurunan nilai vikositas ini sebagai dampak banyaknya penguapan minyak pelumas pada masing-masing bahan bakar disaat terjadi proses pembakaran pada ruang bakar, dan masih dalam nilai yang diijinkan.

2. Kandungan Logam (Fe dan Al)

Besi (Fe) merupakan salah satu material utama yang digunakan untuk membuat komponen – komponen motor diesel. Kandungan Fe mengalami fluktuasi besaran nilai dari kondisi awal pada pemakaian bahan bakar B20=1,01%, B20A=0,83% dan B20B=1,06%. Hal ini dikarenakan oleh biodiesel (JME) yang mengandung uap air serta hydrogen sulfide (H₂S) yang dapat mengakibatkan korosi pada permukaan komponen yang terbuat dari logam. Sehingga selain logam kasar yang terkikis, maka karat juga terkikis karena gesekan yang kemudian diikat oleh pelumas, sedangkan kandungan logam Cu, Pb dan Cr tidak terdeteksi (metode AAS). Kandungan logam aluminium (Al) juga merupakan salah satu material utama yang digunakan untuk membuat komponen- komponen motor diesel, bahkan saat ini merupakan material yang dijadikan bahan kajian mengingat sifatnya yang ringan dan mempunyai keuletan yang tinggi dan ini akan menjadi primadona komponen motor diesel di masa mendatang. Selama pengujian ketahanan 200 jam logam Al mengalami perubahan dari pemakaian bahan bakar B20 sebesar 23,69%, pemakaian bahan bakar B20A sebesar 27,63%, dan pada pemakaian bahan bakar

B20B sebesar 30,65%(metode Gravimetri). Kandungan Al ini merupakan kandungan logam dalam pelumas yang paling besar, hal ini menandakan bahwa komponen-komponen yang mempunyai kandungan Al ini,yang sangat besar mengalami keausan,terutama pada saat pemakaian bahan bakar JME yang mempunyai kadar iodine yang besar. Besar kandungan unsur Al ini,sudahberada diatas ambang batas yang diijinkan, mengingat ambang batas maksimum yang diijinkan yaitu 20 ppm. (Lab. Kimia MIPA ITS 2017).

Keberadaan kandungan logam yang terjadi pada pelumas baik besi(Fe), aluminium(Al), ini terjadi karena pengikisan permukaan-permukaan komponen yang masih kasar / tidak rata akibat kontak atau gesekan pada saat motor diesel beroperasi. Kekasaran / ketidak rataan dari komponen-komponen tersebut timbul karena kondisi motor diesel uji bukan motor diesel baru (sudah lama di pakai) sehingga banyak komponen komponen yang dalam bekerjanya sudah tidak optimal lagi. Komponen komponen utama motor diesel ditunjukkan pada tabel 2 dibawah.

Tabel 2
Indikator keausan komponen – komponen motor diesel

Logam	Indikasi Keausan Komponen
Besi (Fe)	Cam shaft, crank shaft, cylinder wall, exhaust valve, intake valve, piston.
Aluminium (Al)	Cylinder wall, piston, cylinder head

3. Kandungan Cu, Pb, Dan Cr.

Hasil analisa yang sudah dilakukan menunjukkan bahwa kandungan Cu, Pb, dan Cr tidak terdeteksi adanya. Hal ini memberi informasi kepada kita bahwa komponen komponen yang mengandung unsur unsur tersebut di atas tidak mengalami pengikisan / aus selama proses pengujian 600 jam, dan layak dipakai kembali karena masih dibawah batas maksimum yang diijinkan yaitu 30 ppm untuk Cu, 15 ppm untuk Cr, dan ppm untuk Pb.

4. Ash Content/Jelaga (Soot)

Ash content/jelaga (soot) merupakan residu hasil proses pembakaran yang tidak sempurna pada tabel 4.4 terlihat nilai-nilai pada pemakaian bahan bakar B20=1.21%, B20A=1,12% dan B20B=1.05% (metode gravimetri) hal ini menunjukkan trend yang menurun terhadap besaran nilai kandungan jelaga setelah masing-masing dipakai pengujian 200 jam. Namun demikian meskipun terjadi trend penurunan namun hal ini masih memberi isyarat yang kurang baik, mengingat masih berada diatas ambang batas maksimum yang diizinkan yaitu 1, untuk SAE.B.40.(Gravimetri Kimia MIPA ITS). Oksidasi dapat terjadi saat molekul oksigen secara kimiawi bersatu dengan molekul-molekul pelumas dan reaksi ini berjalan lebih cepat karena dipengaruhi oleh suhu yang sangat tinggi di dalam blok silinder. Kandungan abu dengan besaran seperti tersebut diatas adalah nilai yang sangat besar. Hal ini sebagai akibat dari adanya kontaminan – kontaminan yang terbawa dalam pelumas dan bereaksi

meningkatkan viskositas minyak pelumas dan membentuk deposit/kotoran pada piston, Injector, dan sekitar cylinder head yang selanjutnya membentuk kerak sebagai akibat dari temperature yang tinggi di ruang bakar.

5. Flash Point (Titik Nyala)

Flash point (titik nyala) pelumas SAE B40 adalah 244°C , namun setelah pengujian ketahanan dengan pemakaian bahan bakar B20= 240°C , B20A= 240°C dan B20B= 250°C (metode gravimetri). Kondisi ini memberi informasi kepada kita bahwa pelumas ini masih bisa dipakai untuk jangka waktu yang lebih panjang mengingat selisih nilai titik nyala yang berada dibawah titik nyala pelumas SAE B40 (titik nyala B20 dan B20A) yaitu 4°C dan kenaikan titik nyala pada B20B yang berada diatas SAE B40 sebesar 6°C , kondisi di bawah dan di atas titik nyala SAE B40 ini adalah masih pada batas-batas yang diizinkan dan ini menandakan bahwa pelumas tersebut masih layak untuk dipakai lebih lama. Batasan pemakaian akan diuraikan tersendiri pada sub bab prediksi umur pelumas..Hal ini sebagai akibat dari adanya pengembunan minyak pelumas selama sebelum dan sesudah dipakai namun tidak langsung diujikan.Juga kemungkinan adanya kebocoran air pendingin, lama pengendapan sebelum minyak pelumas ini diujikan juga sangat berpengaruh adanya kandungan kadar air, mengingat sewaktu mengujikan minyak pelumas ini bersamaan, hal ini berarti juga minyak pelumas yang sudah dipakai pengujian terlebih dahulu,B20, B20A menunggu sampai pengujian B20B selesai, rentang waktu inilah yang kemungkinan besar sebagai akibat adanya kandungan air yang besar pada minyak pelumas uji, padahal waktu yang diijinkan untuk pengambilan sample adalah maksimal 6 jam setelah motor uji dioperasikan. (Garnida, www.plnkc.or.id)

6. Total Base Number (TBN)

Total base number adalah suatu karakteristik kimia yang menunjukkan alkalinitas pelumas untuk menetralsir asam, baik asam hasil oksidasi pelumas, maupun asam yang terbentuk selama proses pembakaran dan mengkontaminasi pelumas. Semakin besar nilai TBN maka semakin besar kemampuan deterjensi, dispersi, dan netralisasi asam hasil oksidasi yang dapat mengakibatkan korosi. Perubahan nilai TBN selama 200 jam motor diesel beroperasi. Perubahan nilai TBN tidak boleh kurang dari setengah jumlah nilai awal. Jumlah TBN yang tinggi pada proses treatment akan menimbulkan adanya kerak hitam, terutama pada dinding sebelah dalam frame/crank case, karena senyawa calcium/barium/magnesium akan menempel pada dinding tersebut. Perubahan TBN cenderung fluktuatif, namun pada sampel pelumas saat pemakaian bahan bakar B20 = $11,27 \text{ mg KOH/gr}$, bahan bakar B20A= $8,39 \text{ mg KOH/gr}$, dan B20B = $6,61 \text{ mg KOH/gr}$ (metode titrasi), sedangkan nilai TBN SAE B 40 adalah sebesar $10,26 \text{ mg KOH/gr}$ pada kondisi baru. Hal ini berarti B20 mengalami kenaikan sebesar $1,01 \text{ mg KOH/g}$ atau B20A mengalami penurunan nilai TBN sebesar $1,87 \text{ mg KOH/gr}$ dari kondisi awalnya, sedangkan B20B juga

mengalami penurunan sebesar 3,65mgKOH/gr. Berdasarkan SAE.B.40 adalah sebesar 10,26 mg KOH/gr, nilai TBN pelumas saat pemakaian B20B yang tidak memenuhi persyaratan yang diizinkan yaitu minimal 2,6 mg KOH/gr.

7. Kontaminan Si

Kandungan Silikon (Si) pada pelumas saat pemakaian bahan bakar B20=0,26%, saat bahan bakar B20A=0,16% dan saat pemakaian bahan bakar B20B=0,13% . Setelah beroperasi selama 200 jam menggunakan bahan bakar biodiesel, kandungan Si mengalami trend menurun. Angka tersebut masih berada dibawah ambang batas yang diizinkan, yaitu sebesar ppm untuk Si (Methode Gravimetri Lab.Kimia MIPA ITS 2017). Kandungan Si berhubungan dengan kontaminasi yang berasal dari partikel debu atau kotoran yang masuk kedalam ruang pembakaran, kemudian terbawa ke penampung pelumas dan mengkontaminasi pelumas.Partikel Si juga bisa berasal dari komponen motor bakar yang materialnya mengandung Si. Selain itu Si juga bisa mengontaminasi pelumas lewat botol sampel yang digunakan sebagai wadah sampel.

8. Pour Point (Titik Tuang)

Pour point (Titik Tuang) adalah suhu terendah ,dimana pelumas masih dapat mengalir dengan sendirinya pada kondisi pengujian.Kemudahan mengalir ini dipengaruhi oleh komposisi hidro karbon minyak pelumas itu sendiri.Kegagalan untuk mengalir pada titik tuang umumnya berhubungan dengan kandungan lilin dari pelumas, tetapi dapat juga karena pengaruh viscositas yang sangat kental.Pelumas yang banyak mengandung paraffin (lilin) akan lebih mudah membeku dibanding dengan yang kandungan parafinnya rendah. Struktur lilin yang berhubungan dengan pendinginan,dapat diatasi dengan cara diberi tekanan yang relative kecil. Sifat ini juga memberi indikasi tentang sifat pemompaan pada suhu rendah. Nilai pour point pada pengujian ini adalah tidak terdeteksi (Metode Gravimetri Lab Kimia MIPA ITS), Hal ini mengindikasikan bahwa pelumas tersebut masih layak dipakai .

9. Kandungan Sulfur

Senyawaan sulfur banyak sekali jenisnya antara lain hydrogen sulfide (H₂S) , merkaptan(RSH), sulfide (RSR), disulfide (RSSR), siklo sulfida (CH₂)₅S, alkit sulfat (R₂SO₄), asam sulfonat (RSO₂OH), sulfoksida (RSOR), sulfona (RSO₂R), tiofena (C₄H₄S), dan benzotiofena (C₈H₆S). Oleh sebab itu dalam pengujiannya dikatakan sebagai sulfur jumlah. Sulfur ini penyebab bau tak sedap, pembentuk gum dan sludge yang dalam proses pembakaran akan menimbulkan asap dan meyebabkan korosi. Tidak semua sulfur merugikan.

Sulfur yang ada dalam aditif bersifat sebagai penghambat oksidasi (oxigation inhibitor) dalam minyak lumas, sementara ada senyawa sulfur yang bertindak penghambat korosi dalam lumas gear atau sebagai extreem pressure properties untuk cutting oil. Dalam penelitian ini hasil analisa kandungan sulfur pada pelumas saat pemakaian bahan bakar B20 = 0,028% ,saat pemakaian bahan bakar B20A = 0,026% dan saat pemakaian bahan bakar B20B = 0,36% (Metode

Gravimetri Lab. Kimia MIPA ITS 2017) kandungan sulfur tersebut diatas masih dalam batas yang diijinkan mengingat batas maksimum 0,5% massa. Kandungan sulfur yang lebih besar dari 0,5% massa akan menyebabkan penurunan nilai kalor, pencemaran udara, dan meningkatkan sifat korosifitas pada gas buang. Hal ini sebagai akibat dari kandungan sulfur yang ada di bahan bakar yang masuk kedalam pelumas saat terjadi proses pembakaran di ruang bakar. Setelah minyak pelumas dipakai pengujian selama masing-masing 200 jam maka didapat hasil uji / parameter uji sebagai berikut: Pour Point, Cu, Pb, dan Cr dalam pengujian ini memang tidak terdeteksi namun bukan berarti ini menjadi sinyal positif yang membawa dampak baik terhadap komponen motor diesel, mengingat pengujian ini kurun waktu 200 jam, oleh karenanya untuk mengetahui durability dan reability, dalam hal ini perlu masa uji lebih panjang lagi.

B. Perbandingan Tingkat Kerusakan Komponen dan Propertis Minyak Pelumas Selama Uji Ketahanan

Dalam menilai durability dari komponen engine, salah satu parameter yang harus diketahuialah kandungan/unsure material yang membentuk dari komponen-komponen engine tersebut dan diselaraskan dengan fungsinya untuk apa komponen itu dibuat. Pada saat komponen tersebut bekerja dan dengan kurun waktu yang ditentukan , maka indicator keausan, faktor lelah(faillur fatic),performance, dan indikasi-indikasi lain dari komponen tersebut bisa diketahui. Faktor mekanis, hal ini bisa diketahui setelah kita melakukan engine check up baik pada waktu komponen itu sebelum dan sesudah dipakai, pemeriksaan dan pengukuran kita lakukan pada komponen tersebut untuk mengetahui tingkat durabilitynya.

Disamping itu juga dilakukan pengamatan visual sebelum dan sesudah dipakai. Faktor kimiawi, hal ini juga sangat penting untuk diketahui. Komponen itu secara struktur material ada yang membentuk unsur -unsur kimia yang membentuk sebagai paduan, kelebihan dan kekurangan akan menentukan fungsi dari komponen tersebut, juga pengaruh proses pembakaran diruang bakar terhadap komponen tersebut. Hal ini juga bisa diuraikan seperti penjabaran dibawah ini :

1. Cylinder Head: Mengalami keausan dan lubang bahan bakar tertutup kerak, katub isap dan katub buang juga berkerak yang mengakibatkan kompresi hilang. Kepala silinder dipasang pada permukaan blok silinder dan membentuk sebagian ruang bakar utama. Pada kepala silinder dipasang nozzle untuk menginjeksi bahan bakar, manifold masuk untuk memasukkan udara yang diperlukan dalam pembakaran, manifold keluar untuk membuang gas pembakaran ke udara luar , system klep untuk mengatur penghisapan pembuangan, system pemanas untuk memanasi udara dalam ruang bakar pada waktu motor masih dingin untuk memudahkan menghidupkan motor. Kepala silinder umumnya dibuat dari besi tuang. Tipe ini adalah ruang tunggal, dimana bahan bakar di injeksi langsung kedalam ruang bakar yang dibuat berbentuk cekung pada bagian kepala torak. Bahan bakar ini terbakar dengan sendirinya oleh panas yang tinggi pada saat

kompresi. Keistimewaan tipe ini adalah konstruksinya sederhana, tenaga motor besar, serta efisiensi panas yang tinggi, kerugian pendinginan rendah yang berarti konsumsi bahan bakar rendah serta mudah menghidupkan motor tanpa pemanasan pendahuluan pada temperature biasa. Hal ini terlihat sangat jelas abu dan kerak yang terbentuk setelah pembakaran (B20A dan B20), sedangkan B20B abu tidak begitu banyak, namun kerak terlihat sangat jelas dan kondisi permukaan silinder basah. Hal ini sebagai akibat dari pembakaran yang cepat dan suhu kompresi dan suhu di ruang bakar terjadi kenaikan yang tiba-tiba, akibat dari tersumbatnya lubang nozzle oleh kerak di cylinder head dan dibarengi oleh kondisi katub isap dan katub buang yang juga berkerak. Pada bagian cylinder head terjadi beberapa pengerakkan akibat pembakaran yang tidak sempurna dan juga karat, yang membandingkan antara kondisi sebelum dan sesudah pengujian. Hal ini disebabkan karena bahan bakar biodiesel yang digunakan pada saat pengujian ketahanan selama 200 jam memiliki kandungan air yang cukup tinggi dan juga mengandung hidrogen sulfida (H₂S), dan kandungan iodin yang bersifat asam dan korosif.

2. Cylinder Liner: Sedikit mengalami keausan. Cylinder liner ini erat hubungannya dengan silinder blok. Diameter keliling harus diukur pada titik dekat puncak dimana ring piston bergerak, bagian tengah dan bagian bawah dari sisi kerja piston. Bila hasil pengukuran pada lubang silinder terdapat melebihi limit keausan yang ditentukan 0,15 mm (0,0059 inch), piston dan silinder liner harus diganti. Silinder liner dapat dilepas dengan menggunakan silinder liner remover (specia tool noo.09218-87301) dengan menggunakan palu. Mengukur celah piston dengan lubang liner. Celah spesifikasi 0,10-0,13 mm (0,0039-0,0051 inch). Pada komponen (B20, B20A dan B20B) tampak ada beberapa kerak/jelaga di beberapa tempat, namun selama pengujian tidak begitu besar pengaruhnya dan masih pada batas yang diijinkan setelah diadakan pengukuran selama pengujian 3 X 200 jam dengan bahan bakar yang berbeda (lihat tabel). Namun kondisi ini perlu di teliti lebih lanjut untuk keperluan penggunaan yang mempunyai life time lebih panjang.
3. Injector : Fisik tetap/ukuran tidak mengalami perubahan tetapi menghasilkan proses pembakaran yang tidak sempurna, hal ini akibat dari mutu bahan bakar yang kurang baik. Tampak perbedaan sebelum dan sesudah pengujian, tampak bersih (gambar sebelum run) dan kotor sampai kehitaman, cenderung basah (gambar B20 dan B20B) sedangkan kondisi yang sangat parah terlihat pada Injector saat pemakaian bahan bakar B20A. Disamping hampir seluruh permukaan kehitaman, penuh dengan abu/jelaga, hal inilah yang mengakibatkan motor pada waktu running dengan penggunaan bahan bakar B20A sempat terjadi “ Black Out “/mati tiba tiba saat jam ke 178, dari waktu running 200 jam yang direncanakan. Hal ini menandakan bila didaerah sekitar Injector terjadi pembakaran yang tidak sempurna. Salah satu unsur senyawa yang tidak mendukung pembakaran sempurna adalah adanya unsure sulfur (Pada bahan uji,

sulfur = 0,26%) yang bersifat korosif, (Pada bahan uji ash content = 0,012%) yang menandakan kualitas kebersihan dari bahan bakar, (Pada bahan uji cetane index = 46,22) yang sangat berpengaruh terhadap ignition quality/delay periode, (Pada bahan uji flash point = 188oC) faktor keselamatan dalam hal distribusi dan fungsinya sebagai bahan bakar, (viscosity kinematic=17,6 cSt) hal ini menunjukkan sulit dan mudahnya bahan bakar untuk mengalir. Hal inilah faktor-faktor penyebab dari tampilan Injector sehingga terlihat berbeda. Khusus pada saat penggunaan bahan bakar B20A dengan tampilan Injector seperti diatas tersebut, motor menjadi mati tiba-tiba, karena kompresinya hilang (loss) , nozzle tertutup kerak di cylinder headnya dan katub isap maupun katub buang juga berkerak.

4. Piston: Diameter piston tidak berubah namun permukaan piston mengalami keausan yang pesat akibat proses pembakaran yang tidak sempurna. Piston/Torak selalu bergerak bolak balik di dalam silinder dan dihubungkan dengan batang torak dengan pena torak. Torak memutar poros engkol melalui batang torak dan selalu bersinggungan dengan tekanan dan temperature tinggi. Oleh sebab itu torak harus dibuat oleh bahan yang ringan, kuat, tahan panas dan tahan aus. Bahan torak umumnya terbuat dari campuran aluminium. Tipe lainnya torak yang keliling luar dilapisi timah agar tahan singgungan dengan dinding silinder. Permukaan torak terbentuk atas bermacam-macam tipe. Tujuannya untuk membentuk ruang bakar dan menimbulkan pusaran bahan bakar pada saat penyemprotan. Tipe cekungan yang paling dalam dan tipe toroidal swirl kebanyakan digunakan untuk ruang bakar langsung (motor uji). Pada saat penggunaan bahan bakar B20 sangat terlihat kehitaman bekas kena bakaran/api, juga banyak abu/jelaga. Hal ini sebagai akibat fungsinya untuk membentuk ruang bakar dan menimbulkan pusaran bahan bakar pada saat penyemprotan/injeksi. Juga akibat dari pemakaian bahan bakar biodiesel yang mempunyai karakteristik berbeda dengan bahan bakar solar pada umumnya. Pada bagian piston terdapat beberapa pengerakkan yang terjadi dan juga terdapat karat yang terbentuk di bagian atas piston. Penyebabnya bisa disebabkan oleh pembakaran yang tidak sempurna, karena jumlah campuran bahan bakar biodiesel dan udara yang kurang optimal/komposisi tidak standart.
5. Ring Piston: Ring kompresi no.1 mengalami keausan sewaktu memakai bahan bakar B20 begitu pula Ring oli no.4 juga mengalami keausan. Keausan ini bukan karena bahan bakar tetapi karena teknis mengingat posisi Ring no.1 berada pada posisi paling atas dan Ring no.4 berada pada posisi paling bawah, hal ini menandakan bahwa ada gerakan zigzag dari piston ketika bergerak naik turun, hal ini bisa di karenakan pena torak atau connecting rod yang goyah. Ring piston ada dua macam yaitu Ring kompresi dan Ring olie. Ring kompresi terdiri dari 3 buah ring dan 1 Ring olie. Ring kompresi berfungsi untuk mencegah kebocoran kompresi dan gas pembakaran serta menyalurkan sebagian panas dari torak ke air pendingin melalui dinding silinder. Ring olie berfungsi untuk menyerut sisa

olie yang telah melumasi pada dinding dalam silinder serta memberi olie pelumas pada bagian ujung kecil batang torak. Hal ini tidak tampak perbedaan pada masing-masing penggunaan bahan bakar, mengingat umumnya Ring piston ini terbuat dari besi tuang yang mempunyai sifat tahan panas, tahan aus, dan mempunyai gaya pegas dan juga permukaan yang dilapisi chrome agar lebih tahan terhadap aus serta untuk memperbaiki penyesuaian permukaan antara ring dengan dinding silinder.

6. Bantalan: Tidak mengalami perubahan ukuran, namun secara visual terdapat goresan-goresan halus. Bantalan umumnya tri metal yang terdiri bagian atas dengan bahan helmet metal dan bagian belakang dibuat dari bahan baja lunak. Pada bantalan ini ada lubang dan alur oli untuk saluran oli dari blok silinder. Namun tidak ada perubahan berarti secara fisik, pengukuran sebelum dan sesudah pengujian juga tidak menunjukkan perubahan ukuran/tetap, hanya tampilan visual memperlihatkan adanya guratan - guratan halus akibat terkikis. Hal ini akan kelihatan/terdeteksi bila dipakai alat yang mempunyai ketelitian tinggi, semisal x ray atau alat foto yang mempunyai daya pembesaran yang tinggi.
7. Valve/Katup: Ukuran tidak ada perubahan hanya pada seluruh permukaan katup menghitam akibat terbakar terutama pada daerah eagle tampak hitam berkarat dan berkerak. Valve/klep berfungsi untuk memasukkan udara dan membuang gas hasil pembakaran dengan Dibagian silinder untuk memasukkan udara. Pembukaan klep oleh poros nok yang diputar oleh poros engkol dengan kecepatan putaran setengah putaran poros engkol, pada batang klep dipasang pegas klep dan dudukan pegas. Hampir semua klep terlihat menghitam bekas terbakar, dan pada penggunaan bahan bakar B20A sangat basah dibanding valve saat pemakaian bahan bakar B20 dan B20B. Hal ini sebagai akibat dari terbakarnya saat proses pembakaran, namun tidak mengakibatkan adanya keausan yang tinggi dan masih dalam batas-batas yang diijinkan.

Kesimpulan

Setelah dilakukan uji ketahanan dan dilakukan pengamatan terhadap kondisi pelumas, maka diperoleh kesimpulan bahwa propertis pelumas sangat terpengaruh terhadap pemakaian bahan bakar yang mengandung iodin. Hal inilah yang menimbulkan kerusakan yang sangat signifikan, utamanya pada komponen- komponen motor diesel yang saling bersinggungan dan dari material yang mengandung unsur Fe dan Al, sebagai akibat dari proses pembakaran yang tidak sempurna.

BIBLIOGRAFI

- Ahadiat, N .1994. Pengaruh Kualitas Minyak Solar pada Proses Pembakaran. Lembaga Publikasi Lemigas No.1. pp 69-73
- Adryan, F.T. 2002. Unjuk Kerja Motor Diesel Dengan Bahan Bakar Jelatah Methyl Ester. Tugas Akhir, Jurusan Teknik Sistem Perkapalan – Fakultas Teknologi Kelautan ITS.
- Anton W.L. 1985. Teknologi Pelumas. Lembaran Publikasi LEMIGAS No. 2, pp 3-52
- Anton W.L. 1985. Fungsi Minyak Lumas PadaMesin. Lembaran Publikasi LEMIGAS No.4,ppm 73-81.
- Arismunandar, W. dan Tsuda, K. 1997. Motor Diesel Putaran Tinggi. Cetakan Ke 8, Pradnya Paramitha, Jakarta.
- Baranescu, R.A. dan Lusco, J.J. 1997. Performance, Durability, And Low Temperature Evaluation Of Sun Flower Oil As Diesel Fuel Extender. American Society of Agricultural Engineer Publication, pp.312-328.
- Engine Manufacturers Association. Technical Statement On The Use Of Biodiesel Fuel In Compression Ignition Engines. www.enginemanufacturers.org Dikunjungi Tahun 2003.
- Fort, E.F. dan Blumberg, P.M. 1997. Performance And Durability Of A Turbocharged Diesel Fuelled With Cottonseed Oil Blend. American Society of Agricultural Engineer Publication.
- Fahruri, S. 2003. Studi Eksperimen Unjuk Kerja Motor Diesel Menggunakan Bahan Bakar Jelantah Ethyl Esther. Tugas Akhir Jurusan Teknik Sistem Perkapalan – Fakultas Teknologi Kelautan ITS.
- Georing, C.E. and Fry, B. 1984. Engine Durability Screening Test of a Diesel Oil/Soy Oil/Alcohol Microemulsion Fuel. Journal of The American Oil Chemist’s Society, 61 (10) pp 1627
- Hendra. 2013. Bahan Bakar Nabati Energi Untuk Masa Depan Indonesia. Artikel. www.teknologi.kompasiana.com
- Imaduddin, M. 2011. Optimasi Sistem Proses Produksi Biodiesel dari Minyak Jelantah dan Metanol dengan Katalisator Abu Tndan Kosong Sawit dan Uji Kerjanya pada Motor Diesel. Tesis Master. Jurusan Teknik Mesin dan Industri, Fakultas Teknik, UGM. Yogyakarta.
- La Puppung, P.1986. Penggunaan Minyak Kelapa Sebagai Bahan Bakar Motor Diesel. Lembaga Publikasi Lemigas No. 1, pp 39-54 Panggabean, A.G. 2009. Penentuan Bilangan Iodin Dalam Crude Palm Stearin dan Refined Bleached Deodorized

Palm Stearing. Kimia Analis. FMIPA-Universitas Sumatera Utara. Medan (Karya Ilmian Program Studi D-III)

Pradipta, Oksi Sigit. 2008. Studi Komparasi Unjuk Kerja Mesin Diesel. Tugas Akhir. Universitas Indonesia. Jakarta

Pramesti, Lely. 2013. Analisa Pengaruh Angka Iodin Pada Biodiesel Dari Waste Cooking Oil Terhadap Laju Keausan Dan Terbentuknya Carbon Deposit Pada Komponen Small Marine Diesel Engine. Teknik Sistem dan Pengendalian Kelautan. FTK-ITS. Surabaya (Tesis)

Subiyanto .1989. Jenis-Jenis Logam Yang Terdapat Minysk Lumas Bekas dan Sumber Asalnya. Lembaran Publikasi LEMIGAS No. 1, pp 32-37

Sudik. 2013. Perbandingan Performa Dan Konsumsi Bahan Bakar Motor Diesel Satu Silinder Dengan Variasi Tekanan Injeksi Bahan Bakar Dan Variasi Campuran Bahan Bakar Solar, Minyak Kelapa Dan Minyak Kemiri. Skripsi S-1. Fakultas Teknik. Universitas Negeri Semarang. Semarang

Trianto, N. 2004. Studi Pengujian Secara Kimia Terhadap Minyak Jarak Dengan Penambahan Zat Aditif Polimer Sebagai Pelumas Pada Motor Diesel. Tugas Akhir. Jurusan Teknik Sistem Perkapalan – Fakultas Teknologi Kelautan ITS.

Zuhdi, A. Asianto. Tjoek, S. 1996. Reduksi NOx dengan metode Perlambalan penginjeksian pada motor diesel putaran tinggi. Jurnal IPTEK ITS Vol. 7 No.2 November 1996 Hal.164 173

Zuhdi, A. 2002. Aplikasi Penggunaan Waste Methyl Ester Pada High Speed Marine Diesel Engine. Seminar Nasional Teori Aplikasi Teknologi Kelautan 2002 FTK ITS.

Zuhdi, A. 2003. Biodiesel Sebagai Alternatif Pengganti Bahan Bakar Fosil Pada Motor Diesel. Laporan Riset. Riset Unggulan Terpadu VIII bidang teknologi Industri. Kementrian Ri set dan Teknologi RI Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia.

Zuhdi, A. 2004. Uji Ketahanan Motor Diesel Dengan Bahan Bakar Komposisi Castor Methyl Esther, Palm Methyl Esther dan Minyak Solar. Prosiding Seminar Nasional Pasca Sarjana IV, Program Pasca Sarjana ITS



ANALISIS INVESTASI DAN MANAJEMEN RISIKO TERHADAP PROYEK PENGEMBANGAN BANDARA DI PT. ANGKASA PURA I (PERSERO)

Herdy Setiawan, Zulkifli dan Mombang Sihitec

Universitas Pancasila Jakarta

Email: herdystwn@gmail.com, zulkifli@univpancasila.ac.id,

mombangsihite@univpancasila.ac.id.

INFO ARTIKEL

Diterima
1 April 2021

Kata kunci:

pengembangan bandara, kelayakan finansial; manajemen risiko; capital budgeting, ISO 31000

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis kelayakan finansial serta risiko yang mempengaruhi kelayakan finansial pengembangan bandara dengan studi kasus yaitu Bandara Internasional Lombok. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Penelitian ini menggunakan Capital Budgeting sebagai alat untuk menganalisis kelayakan finansial serta dan ISO 31000 sebagai alat untuk menganalisis risiko. Pengumpulan data menggunakan studi dokumen serta wawancara dengan beberapa pemegang jabatan di lingkungan PT. Angkasa Pura 1 (Persero). Hasil penelitian menunjukkan bahwa proyek pengembangan bandara menunjukkan hasil yang layak terhadap seluruh indikator kelayakan dan terdapat 20 risiko yang mempengaruhi kelayakan dan masuk dalam kategori risiko tinggi dan sangat tinggi sehingga dibutuhkan perlakuan khusus dari perusahaan.

Pendahuluan

Pariwisata Nusa Tenggara Barat diharapkan dapat berkembang lebih cepat. Terlebih dengan ditetapkannya Nusa Tenggara Barat sebagai “Pintu Gerbang Pariwisata Nasional” bersama Bali dan Nusa Tenggara Timur dalam Koridor V MP3EI, sesuai Peraturan Presiden Nomor 32 Tahun 2011 tentang Masterplan Percepatan dan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia Tahun 2011-2025, maka bukan hal yang tidak mungkin lima tahun kedepan, Nusa Tenggara Barat akan menjadi salah satu destinasi pariwisata unggulan di Indonesia yang memiliki daya saing tinggi. Dengan kondisi tersebut, pemerintah beserta seluruh pemangku kepentingan lainnya harus dengan cepat merespon hal tersebut dengan melakukan peningkatan mutu pelayanan, penyediaan fasilitas-fasilitas baik fasilitas terkait keperluan umum maupun pariwisata, serta aksesabilitas dan konektivitas yang memadai antar obyek wisata.

PT Angkasa Pura 1 (Persero) merupakan salah satu pemangku kepentingan yang memiliki peran dalam perkembangan pariwisata di Nusa Tenggara Barat tersebut. Perkembangan trafik pesawat, penumpang, dan kargo Bandara Internasional Lombok dari periode ke periode. Manajemen PT. Angkasa Pura 1 (Persero) perlu dengan cepat merespon dan melakukan upaya-upaya untuk mendukung percepatan perkembangan pariwisata di Nusa Tenggara Barat tersebut. Upaya manajemen PT. Angkasa Pura 1 dalam merespon hal tersebut yaitu dengan melakukan beberapa percepatan proyek pengembangan Bandar Udara Internasional Lombok.

Rencana pengembangan Bandar Udara ini diharapkan akan meningkatkan pelayanan kepada pengguna jasa bandar udara, meningkatkan pendapatan PT Angkasa Pura I (Persero), serta membantu meningkatkan kegiatan pariwisata di Nusa Tenggara Barat. Beberapa rencana pengembangan yang telah disiapkan oleh PT Angkasa Pura 1 perusahaan yaitu sebagai berikut: 1) Pekerjaan perpanjangan runway dan pembangunan fasilitas penunjangnya serta peningkatan daya dukung runway. 2) Pekerjaan pembangunan rapid exit taxiway, paralel taxiway, perluasan apron sisi barat serta perbaikan sebagian access road airside dan fasilitas penunjangnya. 3) Pekerjaan perluasan terminal. 4) Pekerjaan penataan pengunjung bandara dan area parkir; (pembuatan gedung anjungan pengunjung, pelataran parkir motor, parkir minibus dan parkir roda 4 wisata). 5) Pekerjaan pengembangan fasilitas kargo; (perluasan pelataran terminal kargo, parkir truk & jalan akses khusus kargo) dan 6) pekerjaan penunjang lainnya.

Masalah yang timbul saat ini ialah adanya bandara yang mengalami kerugian setelah melaksanakan kegiatan proyek pengembangan. Seperti kasus yang terjadi pada Bandara Banjarmasin yang dimana baru saja menyelesaikan Proyek Pengembangan pada tahun 2019 dengan nilai total proyek kurang lebih sebesar Rp 2,5 triliun dimana manajemen Kantor Cabang Bandara Banjarmasin memiliki proyeksi laba dan rugi Bandara Banjarmasin pada usulan Rencana Kegiatan Anggaran (RKA) tahun 2020 untuk merugi dengan estimasi nilai kerugian kurang lebih sebesar Rp67 miliar rupiah. Hal tersebut salah satunya disebabkan oleh besarnya beban biaya penyusutan akibat kegiatan proyek pengembangan tersebut dengan peningkatan beban penyusutan dan amortisasi sebesar empat kali lebih besar dari beban pada tahun 2019.

Analisis manajemen risiko melalui asesmen risiko terhadap rencana pengembangan Bandara Internasional Lombok berdasarkan ISO 31000 sebagai acuan pelaksanaan asesmen tersebut. Hal tersebut didorong oleh penelitian terdahulu yang juga melakukan analisis manajemen risiko pada kegiatan perusahaan, salah satunya oleh (Abisay & Nurhadi, 2014), yang melakukan penelitian manajemen risiko yang mengacu pada ISO 31000 dalam meninjau pada dampak negatif yang ditimbulkan oleh suatu kejadian pada operasional bandar udara, khususnya Fasilitas Operasi. Kesimpulan yang didapati penulis pada penelitian tersebut yaitu pada bandara Soekarno Hatta terdapat 7 peristiwa risiko yang mempunyai potensi bahaya yaitu: pecahnya permukaan runway, kecelakaan pesawat saat take off/landing, terganggunya pelayanan navigasi dan

komunikasi penerbangan, kecelakaan pesawat di area apron, gangguan keamanan di bandara, jetblast pesawat, dan lolosnya barang berbahaya ke dalam pesawat.

Selain itu masalah lain yang timbul adalah terjadinya peningkatan biaya investasi yang melebihi dari batas wajar. Salah satu contohnya ialah pada salah satu proyek di Bandara I Gusti Ngurah Rai Bali yaitu pekerjaan Pekerjaan Design & Build Gedung VVIP, Base Ops TNI dan Penggantian Line Maintenance Airlines di Bandar Udara Internasional I Gusti Ngurah Rai Bali. Pada proyek tersebut terjadi peningkatan biaya investasi yang semula Rp50 miliar menjadi Rp90 miliar atau sekitar lebih dari 80% (delapan puluh persen) dari nilai kontrak. Sedangkan peningkatan biaya investasi maksimal sesuai peraturan yang berlaku di PT Angkasa Pura 1 (Persero) ialah maksimal dua puluh persen dari nilai kontrak. Hal tersebut disebabkan perencanaan yang kurang dan banyaknya permintaan dari user maupun stakeholders akan peningkatan kualitas baik dari segi fungsional maupun estetika di lapangan. Dari masalah-masalah yang pernah terjadi tersebut, penulis terdorong untuk melakukan penelitian tentang analisis investasi dan juga manajemen risiko proyek pengembangan yang akan dilaksanakan oleh PT. Angkasa Pura I (Persero) di Bandar Udara Internasional Lombok.

Investasi pada hakikatnya merupakan penempatan sejumlah dana, baik pada aset-aset finansial maupun riil pada saat ini dengan harapan untuk memperoleh keuntungan di masa mendatang (Yasri et al., 2020). Investasi adalah semua hal yang mengandung unsur pengorbanan atau pengeluaran untuk suatu harapan di masa yang akan datang (Prihastono & Hayati, 2015).

Manajemen keuangan merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan oleh sebuah organisasi ataupun perusahaan dalam merencanakan, menganggarkan, memeriksa, mengelola, mengendalikan, mencari, dan menyimpan dana perusahaan dengan tujuan utama yaitu untuk memaksimalkan nilai-nilai perusahaan, terutama nilai perusahaan dalam jangka panjang (Brigham & Houston, 2021). Manajemen keuangan berfokus pada keputusan yang berkaitan tentang berapa banyak dan jenis aset apa yang akan diperoleh, bagaimana cara meningkatkan modal yang diperlukan untuk membeli aset, dan cara menjalankan perusahaan untuk memaksimalkan nilainya (Wijaya, 2017).

Risiko merupakan suatu peristiwa yang disebabkan oleh alam atau ulah manusia yang kemungkinan terjadinya belum dapat dipastikan dan besar dampaknya pada sasaran juga belum jelas (Susilo, 2018). Manajemen risiko merupakan serangkaian metodologi dan prosedur yang digunakan untuk mengidentifikasi, mengukur, memantau, dan mengendalikan risiko yang timbul dari seluruh kegiatan usaha, baik risiko kredit, risiko pasar, risiko operasional, maupun risiko-risiko lainnya dalam upaya memaksimalkan nilai perusahaan (Rustam, 2020). Manajemen Risiko adalah suatu usaha untuk mengetahui, menganalisis serta mengendalikan risiko dalam setiap kegiatan perusahaan dengan tujuan untuk memperoleh efektifitas dan efisiensi yang lebih tinggi (Darmawi, 2014).

(Fattrio & Rafie, 2015) yang melakukan penelitian tentang analisa kelayakan secara ekonomis dari proyek perluasan Bandar Udara Supadio Pontianak. Kesimpulan yang didapati penulis pada penelitian tersebut yaitu cash flow PT Angkasa Pura II

(Persero) Cabang Supadio Pontianak tidak mampu mencerminkan nilai kelayakan investasi tahap satu dan tahap dua. (Pawestri, 2020) yang melakukan penelitian tentang kelayakan aspek finansial sebuah investasi, yaitu proyek pembangunan Bandar Udara Syamsuddin Noor Dengan Konsep Aerocity di Banjar Baru Kalimantan Selatan. Kesimpulan yang didapati penulis pada penelitian yaitu cash flow PT Angkasa Pura I (Persero) mencerminkan nilai kelayakan finansial. (Abisay & Nurhadi, 2014) menerangkan bahwa manajemen risiko yang mengacu pada ISO 31000 dalam meninjau pada dampak negatif yang ditimbulkan oleh suatu kejadian pada operasional bandar udara, khususnya Fasilitas Operasi.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis kelayakan dalam aspek finansial proyek pengembangan Bandara Internasional Lombok yang akan dilaksanakan PT Angkasa Pura 1 (Persero), menganalisis risiko dalam aspek finansial yang mungkin muncul akan proyek pengembangan Bandara Internasional Lombok dan menganalisis strategi-strategi yang perlu dilakukan perusahaan dalam memitigasi risiko sehingga perusahaan dapat mengurangi tingkat keparahan dari dampak yang mungkin akan timbul dari risiko finansial pelaksanaan proyek pengembangan Bandara Internasional Lombok.

Metode Penelitian

Obyek penelitian dilakukan pada Bandar Udara Internasional Lombok. Dalam pelaksanaan penelitian ini, penulis melakukan analisis kelayakan finansial serta analisis risiko finansial terhadap proyek pengembangan Bandara Internasional Lombok. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Untuk melaksanakan penelitian ini penulis membutuhkan data-data yang terbagi dalam dua jenis yaitu data primer dan sekunder. Penelitian ini menggunakan Capital Budgeting sebagai alat untuk menganalisis kelayakan finansial serta dan ISO 31000 sebagai alat untuk menganalisis risiko. Pengumpulan data menggunakan studi dokumen serta wawancara mendalam dengan beberapa pemegang jabatan di lingkungan PT. Angkasa Pura 1 (Persero).

Hasil dan Pembahasan

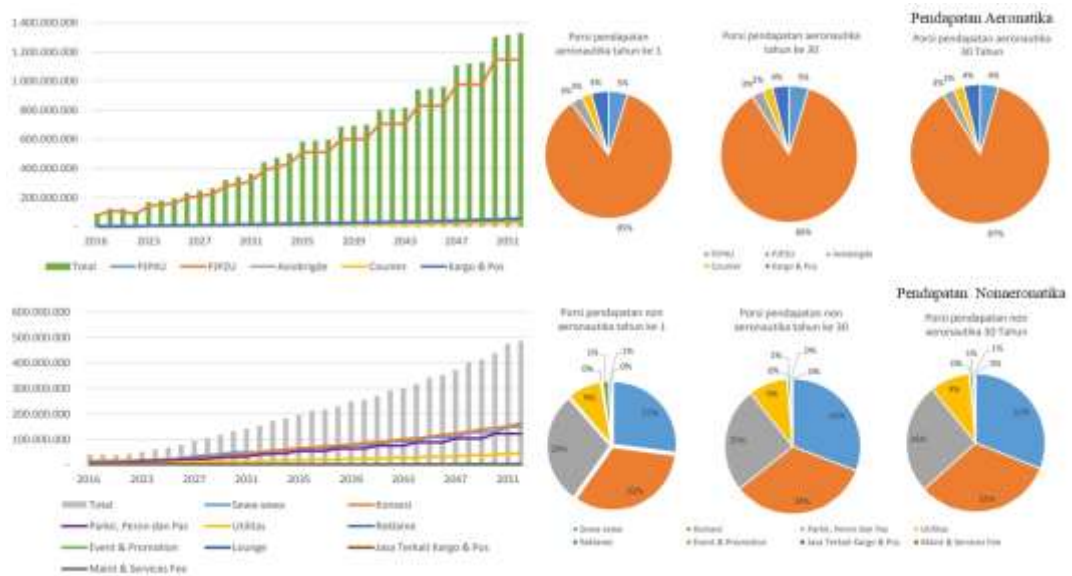
A. Perhitungan Kelayakan Finansial

Perhitungan kelayakan finansial perlu dilakukan analisis terhadap tingkat pengembalian proyek yang dapat dilihat dari proyeksi laba dan rugi, proyeksi arus kas, serta jadwal pembayaran cicilan dan bunga. Namun terlebih dahulu perlu dilakukan analisis terkait proyeksi pendapatan operasi dan proyeksi beban usaha sesuai asumsi-asumsi yang digunakan.

1. Proyeksi Pendapatan

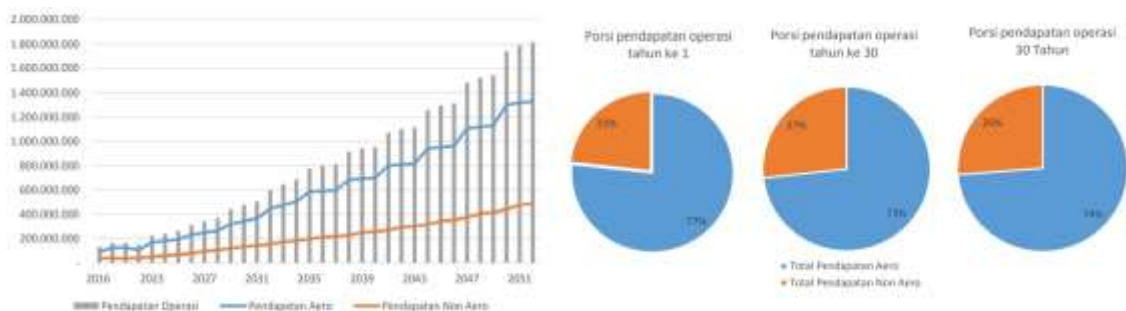
Proyeksi pendapatan merupakan bagian penting yang perlu diketahui dalam perhitungan kelayakan finansial, dimana pendapatan bersumber dari dua jenis yaitu pendapatan aeronautika dan non aeronautika. Hal ini ditujukan agar mengetahui perbedaan trend dari waktu ke waktu. Total pendapatan aeronautika pada tahun pertama yaitu sebesar Rp168,35 miliar dan bergerak menjadi

Rp1.329,05 triliun di tahun ke 30. PJP2U merupakan pendapatan yang memiliki kontribusi terbesar dalam pendapatan aeronautika. Sementara untuk proyeksi non aeronautika diketahui memiliki pendapatan non aero pada tahun pertama yaitu sebesar Rp51,08 miliar dan bergerak menjadi Rp485,99 miliar di tahun ke 30. Tiga kontributor terbesar dalam pendapatan non aero yaitu pendapatan sewa, konsesi, parkir peron dan pas. Pendapatan konsesi merupakan pendapatan yang memiliki kontribusi terbesar dalam pendapatan non aero. Adapun penggambaran disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1
Proyeksi Pendapatan Aeronautika dan Non Aeronautika

Komposisi proyeksi pendapatan aeronautika dan non aeronautika yang telah diketahui pada Gambar 1, dilakukan perbandingan agar mengetahui besaran persentase dari kedua sumber pemasukan perusahaan dari waktu ke waktu. Adapun sumber pendapatan aeronautika dan nonaeronautika disajikan pada Gambar 2.

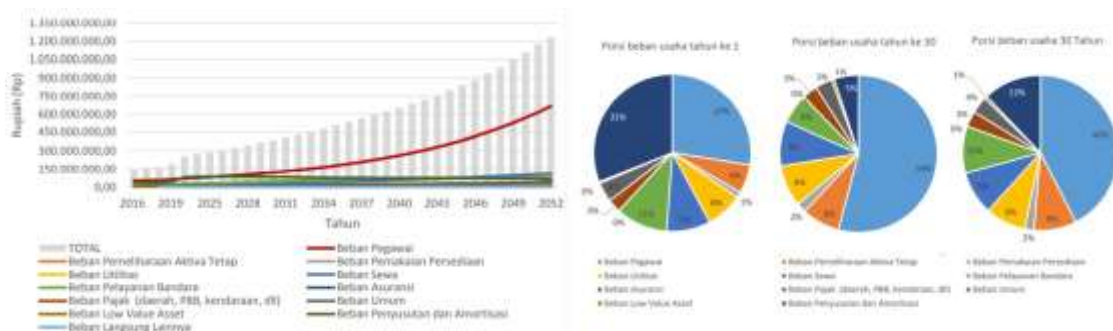


Gambar 2
Perbandingan Proyeksi Pendapatan Aeronautika dan Non Aeronautika

Pendapatan usaha bandara terdiri dari dua jenis yaitu pendapatan aeronautika dan pendapatan non aeronautika. Penjelasan mengenai jenis-jenis pendapatan, asumsi tarif, dan asumsi kenaikan tarif dari kedua kelompok pendapatan. Manajemen dalam hal ini dituntut untuk mampu mengelola post-post pendapatan baik aeronautika dan non aeronautika. Pada post pendapatan aeronautika memperhatikan pendapatan PJP4U, PJP2U, PJKP2U, Aviobridge dan check-in counter. sementara untu post pendapatan non aeronautika yang perlu diperhatikan adalah pendapatan sewa, konsensi, parker, utilitas, event, promotion, kargo, maintenance & services fee.

2. Proyeksi Beban

Beban operasi dari perusahaan terdiri dari gabungan berbagai beban yaitu beban pegawai, beban pemeliharaan, beban persediaan, beban utilitas, beban sewa, beban pelayanan bandara, beban asuransi, beban pajak, beban umum, beban low value asset dan beban penyusutan dan amortisasi. Perhitungan dilakukan dengan menggunakan asumsi-asumsi yang penting bagi perusahaan, adapun informasi hasil perhitungan disajikan pada Gambar 3.



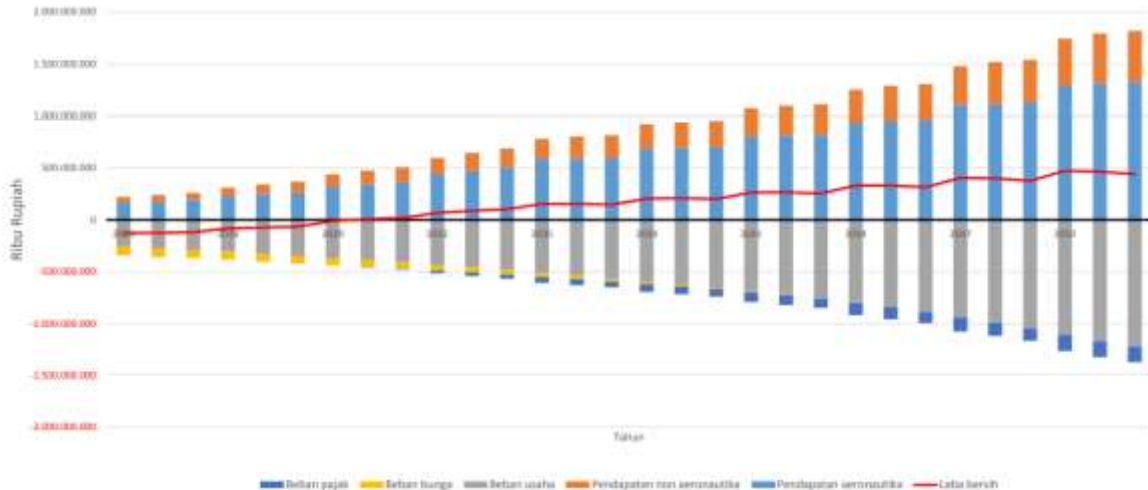
Gambar 3
Proyeksi Beban Perusahaan

Gambar 3 menjelaskan bahwa selama tiga puluh tahun terdapat perubahan porsi yang signifikan pada beban pegawai dimana pada tahun pertama kontributor terbesar ialah beban penyusutan dan amortisasi. Hal ini karena beban pegawai mengalami peningkatan dari waktu ke waktu selama masa proyeksi. Sedangkan beban penyusutan bertambah pada saat konstruksi selesai dan selanjutnya berkurang seiring habisnya masa penyusutan dari aset yang ada sampai dengan waktu penyusutan habis.

3. Proyeksi Laba Rugi

Proyeksi pendapatan dan beban usaha telah dilakukan, selanjutnya dapat diperoleh proyeksi rugi laba selama 30 tahun ke depan. Proyeksi laba rugi didasarkan pada perbandingan pendapatan dengan beban, dimana tetap

menggunakan proyeksi selama 30 tahun. Adapun informasi disajikan pada Gambar 4.

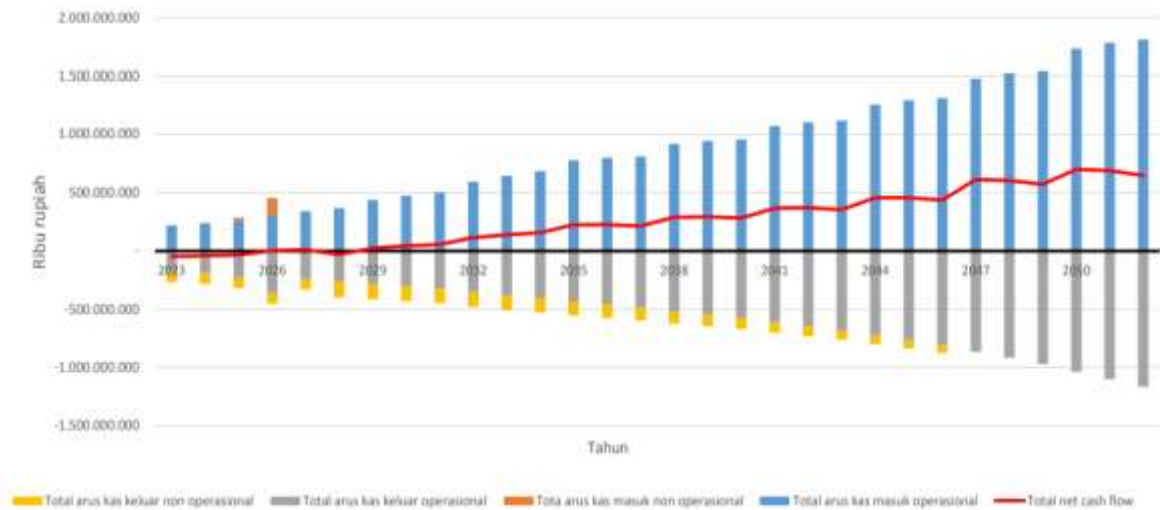


Gambar 4
Proyeksi Laba Rugi

Gambar 1.4 memberikan informasi bahwa laba bersih di awal tahun proyeksi masih menunjukkan nilai negatif sampai dengan tahun ketujuh. Pada tahun kedelapan laba bersih baru menunjukkan nilai yang positif. Setelah tahun kedelapan, laba bersih terus meningkat sampai dengan akhir tahun proyeksi. Selain itu akumulasi total laba bersih selama 30 tahun yaitu sebesar Rp5.05 triliun. Beban bunga membebani laba dari tahun pertama sampai dengan tahun ke 29. Hal tersebut terjadi, karena pada tahun ke 29 pokok utang sudah selesai dibayarkan. Perhitungan beban pajak baru membebani laba di tahun kedelapan, seiring dengan laba yang dihasilkan sudah menunjukkan nilai yang positif.

4. Proyeksi Arus Kas

Proyeksi laporan arus kas adalah bagian dari laporan keuangan suatu perusahaan yang dihasilkan pada suatu periode akuntansi yang menunjukkan aliran masuk dan keluar uang perusahaan. proyeksi arus kas, tahun nol diasumsikan waktu pelaksanaan berbagai proyek pengembangan tahap 1 yaitu mulai tahun 2020 s.d. tahun 2022. Sedangkan tahun pertama proyeksi dimulai dari tahun 2023. Adapun informasi arus kas disajikan pada Gambar 1.5.



Gambar 5
Proyeksi Arus Kas

Gambar 1.5 memberikan informasi bahwa terdapat beberapa informasi terkait arus kas antara lain yaitu Investasi sebesar Rp1,52 triliun dilaksanakan sebelum tahun pertama proyeksi yaitu pada tahun 2020-2023. Hal tersebut, menyebabkan timbulnya beban bunga di tahun pertama proyeksi yaitu sebesar Rp 89,143 miliar. Karena dari tahun pertama sampai dengan tahun kelima proyeksi masih termasuk dalam *grace period*, maka bunga yang harus dibayar tetap selama lima tahun dan pembayaran cicilan pokok belum dilaksanakan sampai dengan tahun kelima proyeksi. Pembayaran cicilan pokok hutang sebesar Rp49,52 miliar dalam bentuk arus kas keluar non operasional mulai terbayar ditahun keenam proyeksi. Selanjutnya pada tahun 2023-2024 atau tahun ke 3 dan 4 proyeksi dilaksanakan beberapa program investasi tambahan. Dengan adanya penambahan investasi tersebut menyebabkan bertambahnya biaya bunga dan cicilan yang harus dibayarkan mulai dari tahun kesepuluh proyeksi. Hal tersebut karena *grace period* juga berlaku pada investasi yang dilaksanakan pada tahun 2023 dan 2024 tersebut. Dari tahun keenam sampai dengan akhir masa proyeksi tidak dilakukan penambahan investasi, sehingga beban bunga yang perlu dibayarkan juga terus menurun diikuti dengan berkurangnya pokok utang yang harus di bayar setiap tahunnya. Pada tahun pertama proyeksi, total arus kas bersih menunjukkan nilai negatif. Hal tersebut karena pendapatan dari trafik masih rendah sehingga pendapatan operasi belum mampu menutupi total beban bunga dan cicilan. Kondisi defisit ini masih terus berlangsung dari tahun pertama proyeksi sampai dengan tahun keenam proyeksi, walaupun defisit dari tahun pertama sampai ke enam terus mengalami penurunan. Secara akumulatif dapat dilihat total defisit saldo kas akhir terus menambah dari tahun pertama sampai dengan tahun keenam. Total defisit yang harus ditutupi oleh PT Angkasa Pura 1 yaitu sebesar Rp135,65 miliar rupiah. Untuk menanggulangi defisit ini perlu dilakukan sebuah upaya. Opsi yang dapat dilakukan ialah dengan hutang

dari pemegang saham ataupun penambahan modal yang disubsidi dari keuntungan bandara PT. Angkasa Pura 1 yang lain. Arus kas bersih baru menunjukkan nilai positif di tahun ketujuh dan terus mengalami peningkatan sampai dengan akhir masa proyeksi. Hal ini disebabkan kondisi trafik yang terus berkembang dan pendapatan sudah mampu menutupi beban bunga dan cicilan pokok yang ada. Sedangkan untuk saldo kas akhir baru menunjukkan nilai positif di tahun kesepuluh. Hal tersebut akibat seiring dengan arus kas bersih yang dihasilkan pada tahun ketujuh baru mengalami nilai yang positif dan mulai mampu menutupi defisit yang terjadi sampai dengan tahun kesepuluh. Akumulasi total arus kas bersih selama 30 tahun yaitu sebesar Rp8,218 triliun rupiah.

5. Proyeksi Analisis Kelayakan Finansial selama 30 tahun

Analisis kelayakan finansial adalah alat yang digunakan untuk mengkaji kemungkinan keuntungan yang diperoleh dari suatu penanaman modal. Tujuan dilakukan analisis kelayakan finansial adalah untuk menghindari ketelanjuran penanaman modal yang terlalu besar untuk kegiatan yang ternyata tidak menguntungkan. Analisis yang telah dilakukan sebelumnya, penulis melakukan analisis terhadap aspek kelayakan finansial yang diukur dari NPV, payback period, IRR, dan PI. Ringkasan kinerja keuangan selama 30 tahun dan hasil analisis kelayakan finansial dengan waktu proyeksi selama 30 tahun disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1
Analisa Kelayakan Finansial 30 Tahun

No	Analisa	Nilai
1	<i>Payback period</i>	12,48 Tahun
2	<i>Net Present Value</i>	Rp327.556.655 (dalam ribuan)
3	<i>Interest Rate of Return</i>	11,83 %
4	<i>Profitability Index</i>	1,199

Sumber: Data primer (diolah penulis)

Hasil tabel di atas dapat terlihat bahwa Proyek Pengembangan Tahap 1 Bandara Internasional Lombok mampu memberikan kelayakan finansial karena *payback period* yang dihasilkan memiliki nilai lebih kecil dari waktu proyeksi (12,48 tahun < 30 tahun). Hal ini menunjukkan hasil yang baik. NPV yang dihasilkan dari proyek tersebut mampu memberikan nilai positif yaitu sebesar Rp327,55 miliar. IRR yang dihasilkan menunjukkan hasil yang memuaskan yaitu sebesar 11,83% dimana nilai tersebut lebih besar dari *discount rate* yang digunakan yaitu sebesar 10,62%. PI yang dihasilkan menunjukkan hasil yang memuaskan yaitu sebesar 1,19 dimana nilai tersebut lebih besar dari 1. Hasil analisis kelayakan finansial dengan waktu proyeksi selama 30 tahun menunjukkan hasil yang memuaskan terhadap semua indikator kelayakan.

Walaupun seluruh indikator kelayakan terdapat hasil yang baik, namun disisi lain, perlu diperhatikan arus kas yang mengalami defisit sebesar Rp135,65 miliar sampai dengan tahun keenam proyeksi akibat arus kas bersih yang terus menunjukkan nilai negatif selama 6 tahun pertama.

B. Manajemen Risiko

Manajemen risiko adalah proses mengidentifikasi, menganalisis, mengevaluasi, mengendalikan, dan berusaha menghindari, meminimalkan, atau bahkan menghilangkan risiko yang tidak dapat diterima. Analisis manajemen risiko meninjau risiko-risiko yang mungkin menyebabkan ketidakberhasilan atas kelayakan proyek tersebut. Karena dalam penelitian ini aspek kelayakan yang dikaji ialah aspek finansial, maka dalam melakukan analisis manajemen risikonya ditetapkan sasarannya ialah menjaga keberhasilan indikator-indikator keuangan yang berpengaruh terhadap kelayakan finansial tersebut.

Pelaksanaan identifikasi risiko digunakan metode *risk breakdown structure* berdasarkan struktur organisasi di perusahaan. Struktur organisasi berfungsi untuk memudahkan dalam kategorisasi atas potensi-potensi risiko yang mungkin terjadi. Berdasarkan analisis penulis terhadap struktur organisasi dan potensi risiko-risiko yang mungkin terjadi, risiko kemudian dibagi menjadi 6 kategori. Adapun identifikasi risiko seperti pada Tabel 2.

Tabel 2
Identifikasi Risiko

No	Kategori	Kode	Identifikasi
1	Risiko operasional. (OPS)	OPS1	Kerusakan alat navigasi selama kegiatan pembangunan infrastruktur sehingga terganggunya operasional dalam beberapa waktu.
		OPS2	Peningkatan <i>traffic</i> yang signifikan sehingga menyebabkan terbatasnya kapasitas sisi udara, sisi darat, maupun sisi <i>landside</i> . Sehingga terjadinya <i>delay</i> yang parah.
		OPS3	Matinya pasokan listrik selama kegiatan pembangunan infrastuktur sehingga berhentinya operasional dalam beberapa waktu.
		OPS4	Terjadinya kekurangan <i>supply</i> bahan bakar yang dibutuhkan pesawat udara akibat meningkatnya <i>traffic</i> .
		OPS5	Risiko bencana alam yang mampu menyebabkan berhentinya operasional dalam waktu tertentu (tsunami, gunung merapi, dll).
		OPS6	Risiko bencana alam yang mampu menyebabkan kerusakan infrastruktur.
		OPS7	Terganggunya operasional akibat adanya orang/oknum yang tidak bertanggung jawab masuk ke dalam area terbatas dan merusak fasilitas ataupun mengganggu daerah pergerakan pesawat.
		OPS8	Adanya gangguan dari masyarakat lokal/demonstrasi sehingga terganggunya operasional.

		OPS9	Terjadinya kemacetan lalu lintas dan lamanya waktu check in yang luar biasa akibat peningkatan trafik yang signifikan dan mengganggu kenyamanan penumpang.
		OPS10	Terjadinya keluhan pelanggan akan banyaknya kegiatan proyek yang dilaksanakan di daerah bandara.
		OPS11	Terjadinya wabah/penyakit yang menyebabkan turunnya trafik dan berhentinya operasional dalam jangka waktu tertentu.
2	Risiko teknis. (TKS)	TKS1	Kegagalan desain yang menyebabkan infrastruktur memiliki masa layan yang lebih kecil ataupun diperlukan biaya atas kegagalan desain tersebut (fasilitas ataupun reinvestasi yang melebihi biaya).
		TKS2	<i>Overdesign</i> atau desain yang tidak optimal sehingga biaya investasi meningkat.
		TKS3	Ketidaksesuaian desain yang mengakibatkan tidak bisa dilaksanakannya proyek pengembangan dan mundurnya waktu pelaksanaan.
		TKS4	Tidak tersedianya kebutuhan air yang dibutuhkan penumpang sehingga terjadinya komplain dari penumpang.
		TKS5	Terjadinya cekaman warga lokal atas kebisingan yang melebihi batas wajar seiring dengan meningkatnya penumpang.
		TKS6	Terjadi cekaman warga ataupun pemerintah atas limbah yang tidak terolah dan semakin meningkat akibat meningkatnya pertumbuhan penumpang.
		TKS7	Terjadinya kerusakan infrastruktur yang diakibatkan dari peralatan-peralatan selama masa kegiatan konstruksi.
		TKS8	Terjadinya kecelakaan yang menyebabkan terlukanya ataupun meninggalnya penumpang selama masa konstruksi.
		TKS9	Terjadinya sengketa antara kontraktor dan subkontraktor yang berdampak kepada PT Angkasa Pura 1.
		TKS10	Ketidaksanggupan kontraktor dalam menyelesaikan kontrak pekerjaan sehingga terjadinya sengketa dan mengharuskan PT Angkasa Pura 1 untuk putus kontrak.
		TKS11	Terjadinya perselisihan antara buruh sehingga menyebabkan mundurnya penyelesaian pekerjaan.
		TKS12	Tidak tercapainya waktu penyelesaian pekerjaan karena masalah teknis ataupun non teknis.
		TKS13	Tidak tercapainya mutu dari pekerjaan akibat waktu penyelesaian yang singkat.
		TKS14	Biaya <i>project</i> melebihi <i>budget</i> yang disediakan.
		TKS15	Terjadinya kesalahan ataupun kelalaian dalam melakukan pemeliharaan yang menyebabkan berhentinya operasional dalam beberapa waktu tertentu.
		TKS16	Kondisi tanah yang tidak baik dan sulit untuk diprediksi sehingga menyebabkan biaya pekerjaan meningkat sangat

			tinggi.
		TKS17	Akses dalam pelaksanaan pekerjaan sulit.
		TKS18	Lamanya izin pelaksanaan proyek dari berbagai pihak, baik pemerintah setempat ataupun masyarakat sekitar.
		TKS19	Kemungkinan di masa mendatang peningkatan teknologi sangat meningkat dan menyebabkan usangnya teknologi-teknologi yang sudah di investasikan saat ini dan diperlukan reinvestasi dengan nilai yang tinggi.
3	Risiko pemasaran dan pelayanan. (PNP)	PNP1	Terjadinya penurunan pertumbuhan trafik pesawat, penumpang, atau kargo.
		PNP2	Adanya kenaikan harga tiket yang signifikan pada seluruh maskapai sehingga turunnya minat terbang pelanggan.
		PNP3	Adanya protes dari konsumen ataupun airlines akibat kenaikan tarif aeronautika yang menyebabkan turunnya minat terbang pelanggan.
		PNP4	Hilangnya rute jarak panjang (<i>long haul</i>) akibat meningkatnya hub pada suatu lokasi dan hilangnya minat airlines tersebut beroperasi rute tersebut.
		PNP5	Terjadinya penurunan <i>passenger spending</i> di bandara.
		PNP6	Adanya protes dari mitra akibat kenaikan tarif sehingga kurangnya minat mitra untuk bekerjasama kembali oleh PT Angkasa Pura 1.
		PNP7	Layout yang tidak strategis sehingga tingkat keterisian sewa ruang tidak dapat mencapai nilai yang maksimal.
		PNP8	Tidak sesuainya perencanaan jangka panjang pengelolaan area komersial dengan proyek pengembangan bandara.
		PNP9	Kecaman dari pihak eksternal terkait sulitnya birokrasi dan peraturan di bandara sehingga dapat mengurangi kepercayaan mitra untuk bekerja sama.
		PNP10	Terjadinya permasalahan hukum antara AP1 dengan mitra usaha.
		PNP11	Tidak meningkatnya aktifitas pariwisata di Lombok.
		PNP12	Tidak sinerginya metode pemasaran atau <i>branding</i> bandara dengan program pemerintah.
		PNP13	Tidak dilakukannya <i>collaboration destination development</i> atau <i>collaboration government and stakeholder</i> .
		PNP14	Tidak dilakukannya diversifikasi usaha terhadap apa yang dibutuhkan penumpang/hanya melakukan <i>business as usual</i> .
4	Risiko keuangan. (KEU)	KEU1	Meningkatnya suku bunga dari rencana. Sehingga pembayaran bunga yang perlu dibayarkan lebih banyak.
		KEU2	Terganggunya likuiditas sehingga dapat meningkatkan kemungkinan defisit dikemudian hari.
		KEU3	Nilai tukar (kurs) yang cenderung melemah.
		KEU4	Naiknya inflasi yang menyebabkan produksi semakin tidak produktif.
		KEU5	Kegagalan pembayaran pokok cicilan hutang dan bunga

			hutang.
		KEU6	Terjadinya defisit yang berkepanjangan sehingga bandara tidak dapat menghasilkan laba sepanjang masa proyeksi.
5	Risiko kepatuhan, aset, dan pengadaan. (KAP)	KAP1	Ketidaksesuaian rencana pengembangan dengan undang-undang serta peraturan dan ketentuan yang ada. Kesesuaian terhadap Rencana Tata Ruang Wilayah baik pada tingkat Nasional, Provinsi, maupun Kabupaten/Kota. Kesesuaian dengan Rencana Induk Bandar Udara, dan peraturan lainnya.
		KAP2	Adanya permasalahan terhadap mitra kerja dengan PT Angkasa Pura 1 dan tidak bisa diselesaikan sehingga dibutuhkan pihak ketiga.
		KAP3	Risiko tidak patuhnya administrasi selama pelaksanaan proyek (dari pelelangan sampai penyerahan aset).
		KAP4	Terjadi tindakan korupsi kolusi dan nepotisme selama pelaksanaan proyeksi pengembangan.
		KAP5	Gagalnya proses lelang yang berlarut-larut.
		KAP6	Telatnya proses pengadaan sehingga mundurnya penyelesaian proyek.
6	Risiko lain-lain. (RLL)	RLL1	Meningkatnya kebutuhan SDM seiring peningkatan trafik dan peningkatan kapasitas fasilitas.
		RLL2	Meningkatnya biaya-biaya terkait pegawai yang signifikan (asuransi, standar upah pemerintah, dll)
		RLL3	Disinformasi kepada pihak eksternal (investor/pelanggan/masyarakat).
		RLL4	Pelaksanaan CSR yang tidak tepat sasaran sehingga dicekal oleh masyarakat sekitar.
		RLL5	Penghentian proyek oleh pemerintah sebelum selesainya waktu pelaksanaan pekerjaan
		RLL6	Perubahan kebijakan pemerintah terutama terkait dengan investasi dan industri penerbangan

Sumber: Data primer (diolah penulis)

a. Analisa Risiko

Analisis risiko dilakukan tinjauan dan penilaian terhadap tingkat keterjadian risiko tersebut (*likelihood*) dan dampaknya terhadap sasaran (*severity*) atas risiko yang telah teridentifikasi. Dalam penelitian ini, hasil identifikasi risiko tersebut kemudian dianalisis oleh narasumber yang terkait dengan risiko tersebut melalui wawancara yang dilakukan penulis sehingga dapat diperoleh tingkat keterjadian dan dampaknya terhadap finansial. Setelah diperoleh tingkat keterjadian dan dampaknya, selanjutnya dilakukan perkalian dari nilai tingkat keterjadian dan dampaknya yang kemudian hasil perkalian tersebut akan digunakan dalam mengevaluasi risiko. Setelah penilaian atas kemungkinan keterjadian dan dampak tersebut dilakukan, kemudian dilakukan evaluasi risiko dengan menggunakan hasil perkalian dari nilai *likelihood* dan *severity* yang telah diperoleh dan dituangkan dalam matriks risiko untuk

mengetahui tingkat risiko dari seluruh risiko tersebut. Namun sebelum dilakukan penilaian tingkat risiko tersebut, ditentukan terlebih dahulu tingkat risiko yang dimana dibagi dalam 4 tingkatan yaitu: 1) Warna merah (*extreme risk*). 2) Warna orange (*high risk*). 3) Warna kuning (*medium risk*) dan 4) warna hijau (*low risk*). Adapun hasil evaluasi risiko yang dituangkan dalam matriks tingkat risiko dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

TABEL TINGKAT RISSKO		LIKELIHOOD										
		VL		L		M		H		VH		
		1	2	3	4	5						
SEVERITY	VH	5	5	10	15	20	25					
	H	4	4	8	12	16	20					
	M	3	3	6	9	12	15					
	L	2	2	4	6	8	10					
	VL	1	1	2	3	4	5					

Gambar 6
Matriks Tingkat Risiko
Sumber: Data primer (diolah penulis)

Dari hasil yang diperoleh pada evaluasi risiko, kemudian dilakukan analisa untuk mengetahui perlakuan terhadap risiko-risiko tersebut. Pada penelitian ini, perlakuan risiko difokuskan terhadap risiko-risiko dengan tingkat risiko tinggi (*high risk*) dan sangat tinggi (*extreme risk*). Terdapat empat perlakuan risiko yang umum digunakan dalam memperlakukan risiko yaitu sebagai berikut: Menghindari risiko (*risk avoidance*) yaitu sebuah perlakuan dimana tidak dilaksanakan atau diteruskannya kegiatan yang menimbulkan risiko tersebut. Berbagi risiko (*risk sharing/risk transfer*) yaitu sebuah perlakuan dimana dilakukannya sebuah tindakan untuk mengurangi kemungkinan timbulnya risiko atau dampak dari risiko tersebut. Mitigasi (*mitigation*) yaitu sebuah perlakuan dimana dilakukannya pencegahan untuk mengurangi kemungkinan timbulnya risiko, atau mengurangi dampak risiko bila terjadi, atau mengurangi keduanya. Menerima risiko (*risk acceptance*) yaitu sebuah perlakuan dimana tidak dilakukannya perlakuan apapun terhadap risiko tersebut. Adapun beberapa strategi yang perlu dilakukan diantaranya:

Tabel 3
Strategi Pengelolaan Risiko

No	Kategori	Kode	Strategi
1	Risiko operasional. (OPS)	OPS11	Mempersiapkan prosedur-prosedur operasional di bandar udara terhadap penerapan protokol kesehatan apabila sebuah wabah timbul.
		OPS6	Mempersiapkan <i>safety procedure</i> terhadap berbagai kemungkinan risiko bencana alam yang mungkin terjadi.
2	Risiko	TKS3	Perlu dilakukan pengadaan dengan sistem kualitas sehingga

Analisis Investasi dan Manajemen Risiko Terhadap Proyek Pengembangan Bandara di
PT. Angkasa Pura I (Persero)

	teknis. (TKS)		konsultan perencana yang melakukan desain benar-benar melakukan perencanaan dengan akurat sesuai data terkini di lapangan. Sehingga penyesuaian desain di lapangan tidak terlalu banyak.
3	Risiko pemasaran dan pelayanan. (PNP)	PNP11	Membuat lebih dari satu strategi bandar udara. Sehingga apabila kegiatan pariwisata tidak meningkat, dapat menggunakan strategi lain untuk tetap produktif di masa mendatang.
		PNP11	Perlu dilakukannya <i>Collaboration Destination Development</i> bersama pemerintah setempat dan stakeholder terkait untuk terus mengembangkan lokasi pariwisata dan tarikan di daerah tersebut. Sehingga trafik dapat terus bertumbuh.
	PNP2	Risiko ini sepenuhnya kewenangan maskapai. Namun sebagai bandara harus terus berperan aktif untuk tetap melaksanakan pemasaran/branding bandara baik melalui social media awareness maupun upaya-upaya langsung di lapangan sehingga minat terbang pelanggan tetap terjaga.	
	PNP4	Perlu dilakukannya <i>Collaboration Destination Development</i> bersama pemerintah setempat dan stakeholder terkait untuk terus mengembangkan lokasi pariwisata dan tarikan di Lombok. Sehingga rute jarak panjang dapat terus terjaga dan berkembang.	
	PNP5	Perlu dilakukannya diversifikasi usaha terhadap apa yang dibutuhkan penumpang. Sehingga dapat menciptakan potensi revenue enhancement dengan melakukan sesuatu yang lebih dari biasa/tidak <i>business as usual</i> .	
	PNP6	Penyesuaian tarif perlu dilakukan <i>benchmark</i> kepada teman-teman diluar bandara. Selain itu kenaikan tarif harus disesuaikan waktu kenaikannya tidak dalam satu waktu yang bersamaan.	
	PNP7	Perlu dilakukannya strategi bundling untuk lokasi yang strategis dengan lokasi yang tidak strategis. Jadi tingkat keterisian dapat mencapai nilai yang maksimal.	
	PNP12	Perlu keaktifan yang lebih dari pihak operator bandara dalam beradaptasi dengan arah program pemerintah dan lebih kreatif dalam melakukan strategi pemasaran bandara.	
PNP13	Dapat dibuatkan tim internal khusus untuk terus aktif dalam berkoordinasi dengan stakeholder dan pemerintah untuk terus berkolaborasi dalam meningkatkan daya tarik di Lombok.		
4	Risiko keuangan. (KEU)	KEU5	Perlu dilakukannya monitoring yang komprehensif dalam melihat <i>cash flow</i> perusahaan serta penyediaan dana untuk menyelesaikan kewajiban.
		KEU6	Perlu dipertimbangkan untuk melakukan penundaan program investasi serta melakukan efisiensi dalam kegiatan operasional maupun non operasional di bandara.
5	Risiko kepatuhan, aset, dan pengadaan. (KAP)	KAP3	Perlu dilakukan pengawalan dari instansi pemerintah dalam melakukan pengawalan selama proyek berlangsung untuk memastikan seluruh kegiatan sudah berlangsung sesuai ketentuan yang berlaku. Selain itu peran besar Satuan Pengawas Internal (SPI) yang terus aktif secara berkala melakukan monitoring terhadap

			kepatuhan administrasi selama pelaksanaan proyek.
	KAP4		Perlu ditingkatkannya sosialisasi terhadap <i>whistleblowing system</i> (WBS) yang selama ini digunakan PT Angkasa Pura 1 dalam pencegahan, pengungkapan pelanggaran, atau kecurangan dalam perusahaan.
	KAP6		Perlu dilakukan pengecekan ulang dan penyesuaian dokumen teknis pelelangan untuk kesesuaian harga dan penilaian teknis yang relevan dengan kondisi terkini. Sehingga menarik minat vendor dalam bersaing untuk melaksanakan pekerjaan tersebut.
6	Risiko lain-lain. (RLL)	RLL6	Membuat strategi pengembangan yang dinamis dan fleksibel dengan melihat berbagai aspek sehingga apabila terjadinya perubahan tetap bisa menyesuaikan dengan arah kebijakan yang baru.
		RLL1	Perlu dilakukannya risk transfer dengan menambahkan pegawai <i>outsourc</i> e untuk unit yang membutuhkan penambahan pegawai, namun penambahan tersebut tidak pada bagian pada unit yang memiliki risiko kerja yang tinggi.
		RLL2	Perlu disiapkan opsi efisiensi dari aspek biaya lainnya. Karena aspek ini cenderung perlu mengikuti peraturan daerah setempat dan bersifat wajib. Sehingga untuk tetap mempertahankan pendapatan maka perlu dilakukannya efisiensi dari aspek biaya lainnya.

Sumber: Data primer (diolah penulis)

b. Analisa Sensitivitas

Analisis sensitivitas dilakukan untuk menguji sejauh mana kelayakan finansial dapat dipertahankan serta bagaimana pengaruh variabel-variabel penting dalam perhitungan mempengaruhi kelayakan finansial tersebut. Analisis ini merupakan alat untuk mensinergikan analisis finansial dengan manajemen risiko. Dalam analisis ini dilakukan penyesuaian sebesar 5% menunjukkan arah yang negatif untuk variabel-variabel penting dalam perhitungan, kemudian dilakukan beberapa kombinasi penyesuaian variabel diantaranya : 1) Nilai investasi 2) Pertumbuhan penumpang. 3) Tarif jasa pelayanan pesawat udara 4) *Passenger Service Charge* (PSC) Internasional dan Domestik 5) Kenaikan atau penurunan beban usaha dan 6) Tingkat suku bunga pinjaman.

Dalam hasil analisis sensitivitas yang dilakukan, perhitungan dengan waktu proyeksi selama 13 tahun menunjukkan apabila terdapat dua variabel paling berpengaruh, dimana variabel tersebut adalah pertumbuhan trafik dan peningkatan beban usaha. Apabila dua variabel tersebut bergerak menuju arah yang negatif sebesar 5%, maka dapat menyebabkan ketidaklayakan dari proyek pengembangan tersebut. Serta untuk analisis sensitivitas dengan perhitungan dengan waktu proyeksi selama 30 tahun menunjukkan apabila dua variabel tersebut bergerak menuju arah yang negatif sebesar 5% belum mampu menyebabkan ketidaklayakan dari proyek pengembangan tersebut. Namun hasil kelayakan yang diperoleh sangat dekat dengan ketidaklayakan dimana PI yang diperoleh sebesar 1.

Kesimpulan

Hasil penelitian analisis kelayakan finansial pada Proyek Pengembangan Tahap 1 Bandara Internasional Lombok menunjukkan hasil yang layak secara finansial apabila dihitung dengan waktu proyeksi selama 13 tahun maupun 30 tahun. Hasil asesmen risiko pada Pengembangan Tahap 1 Bandara Internasional Lombok menunjukkan bahwa terdapat 20 risiko yang berada pada tingkat tinggi dan sangat tinggi sehingga dibutuhkan perlakuan risiko terhadap 20 risiko tersebut. Dari 20 risiko tersebut, 9 risiko diantaranya berasal dari risiko pemasaran dan pelayanan. Hal ini menyimpulkan bahwa PT Angkasa Pura 1 perlu benar-benar memperhatikan risiko-risiko yang berada dalam kategori ini untuk tetap menjaga target guna mencapai kelayakan finansial proyek pengembangan yang akan dilaksanakan.

BIBLIOGRAFI

- Abisay, T. G., & Nurhadi. (2013). Manajemen Risiko Berbasis ISO 31000 Pada Bandara Soekarno Hatta. *Jurnal Teknik Industri*, Vol.14, No.2, Hal 116- 130
- Brigham, E. F. & Houston, J. F., 2019. *Fundamentals of Financial Management*. 15th penyunt. USA: Cengage Learning, Inc.
- Darmawi, H., 2014. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Fattrio. Rafie. Wardhani N. 2015. Analisis Capital Recovery Proyek Perluasan Bandar Udara Supadio Pontianak. *Jurnal elektronik laut, sipil, tambang*. 1(1): 1-12
- Pawestri, Pebrianti. 2020. Analisis Kelayakan Finansial Pengembangan Bandar Udara Syamsudin Noor Dengan Konsep Aerocity Di Banjarbaru Kalimantan Selatan [Tesis]. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta.
- Prihastono, E. & Hayati, E. N., 2015. Analisis Kelayakan Investasi Mesin Untuk Meningkatkan Kapasitas Produksi (Studi Kasus di CV Djarum Mulia Embroidery Semarang). *Dinamika Teknik*, IX(2), pp. 47-60.
- Rustam, B. R., 2019. *Manajemen Risiko Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. 1st penyunt. Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Susilo, L. J. & Kaho, V. R., 2018. *Manajemen Risiko Berbasis ISO 31000:2018 Panduan untuk Risk Leaders dan Risk Practitioners*. 1st penyunt. Jakarta: Penerbit PT Grasindo.
- Wijaya, D., 2017. *Manajemen Keuangan Konsep dan Penerapannya*. Jakarta: PT Grasindo
- Yasri, D., Widodo, H. & Setiani, Y., 2020. Kelayakan Finansial Pembangunan Batching Plant PT. Waskita Beton Precast, Tbk Provinsi Sulawesi Utara. *Bentang Jurnal Teoritis dan Terapan Bidang Rekayasa Sipil*, 8(1), pp. 1-10..



UPAYA MENINGKATKAN ETIKA WARGA MADRASAH MELALUI PENERAPAN LIMA PEMBIASAAN AKHLAK MULIA

Herijeni

Kepala MA Putri PUI Majalengka

Email: herijeni66@gmail.com

INFO ARTIKEL

Diterima
26 Maret 2021

Kata kunci:

*etika, lima pembiasaan,
dan akhlak mulia*

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi dengan tujuan untuk meningkatkan etika warga madrasah yang terdiri dari guru-guru, staf tata usaha dan semua siswi di MA Putri PUI Majalengka melalui penerapan pendekatan lima pembiasaan. Adapaun lima pembiasaan akhlak mulia itu Pelaksanaan Sholat Dhuha dan Pengajian Rutin Pagi hari, Shalat Dzuhur berjamaah, Shaum Senin dan Kamis, Hafalan surat-surat pendek, dan Penggunaan Seragam madrasah yang Islami. Penelitian ini terdiri dari 2 siklus dengan menggunakan Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek dengan teknik pengumpulan data dari penelitian tindakan madrasah ini adalah melalui data kualitatif yang diperoleh dari hasil pengamatan langsung observasi, maupun wawancara. Berdasarkan hasil dan pembahasan dari penelitian PTS dengan 2 siklus ini dapat disimpulkan, bahwa dengan penerapan lima pembiasaan akhlak mulia dapat meningkatkan Etika warga di MA Putri PUI Majalengka pada Tahun Pelajaran 2017/2018 Semester 2 seperti berikut ini. Sholat Dhuha dan Pengajian Rutin Pagi Hari pada peserta didik mencapai 85%, sedangkan pada guru/staf TU/penjaga mencapai 90 %. Shalat Dzuhur berjamaah pada peserta didik mencapai 90%, sedangkan pada guru/staf TU/penjaga mencapai 95 %. Shaum Senin dan Kamis pada peserta didik mencapai 35%, sedangkan pada guru/staf TU/penjaga mencapai 65 %. Hafalan surat-surat pendek pada peserta mencapai 65%, sedangkan pada guru/staf TU/penjaga mencapai 80 %. Penggunaan Seragam madrasah yang Islami pada peserta didik mencapai 90%, sedangkan pada guru/staf TU/penjaga mencapai 90 %. Keberhasilan penerapan lima Pembiasaan akhlak mulia seperti itu merupakan adanya peningkatan keimanan di warga MA Putri PUI Majalengka.

Pendahuluan

Terkait dengan upaya mewujudkan pendidikan karakter sebagaimana yang diamanatkan dalam RPJPN, sesungguhnya hal yang dimaksud itu sudah tertuang dalam fungsi dan tujuan pendidikan nasional, pada (Nasional, 2003) tentang sistem Pendidikan Nasional yaitu “ Pendidikan nasional berfungsi mengembangkan dan membentuk watak serta peradaban bangsa yang bermartabat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa , bertujuan untuk berkembangnya potensi peserta didik agar menjadi manusia beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa , berakhlak mulia, sehat berilmu, cakap , kreatif,mandiri,dan menjadi warga negara yang demokratis serta bertanggung jawab “

Berdasarkan *Pedoman Pelaksanaan Pendidikan Karakter* (Nasional, 2011), bahwa. pendidikan karakter bukan sekedar mengajarkan mana yang benar dan mana yang salah , lebih dari itu , pendidikan karakter menanamkan kebiasaan (habituation) tentang hal mana yang baik sehingga peserta didik menjadi paham (kognitif) tentang mana yang benar dan salah , maupun merasakan (afektif) nilai yang baik dan biasa melakukannya (psikomotor). Dengan kata lain, pendidikan karakter yang baik harus melibatkan bukan saja aspek “ pengetahuan yang baik (moral knowing), akan tetapi juga “ merasakan dengan baik atau (loving good) (moral feeling), dan perilaku yang baik (moral action). Pendidikan karakter menekankan pada habit atau kebiasaan yang terus menerus dipraktikan dan dilakukan (Nasional, 2011).

Kondisi ideal yang diharapkan di warga Madrasah Aliyah Putri PUI Majalengka sebagai komponen penting dalam pembangunan etika dan karakter bangsa melalui program operasional pendidikan bisa menerapkan budaya dan karakter bangsa yang bermoral dan berakhlak mulia apalagi kalau bisa meningkatkan etika warga madrasah seperti teridentifikasi 18 nilai karakter (R, 2008) yaitu (1) Religius, (2) Jujur, (3) Toleransi, (4) Disiplin (5) Kerja Keras, (6) Kreatif, (7) Mandiri, (8) Demokratis,(9) Rasa Ingin Tahu,(10) Semangat Kebangsaan,(11) Cinta Tanah Air,(12) Menghargai Prestasi (13) Bersahabat/Komunikatif,(14) Cinta Damai, (15) Gemar Membaca, (16) Peduli Lingkungan, (17) Peduli Sosial, dan (18) Tanggung Jawab.

Dari 18 jenis nilai karakter itu dengan berbagaikajian program madrasah, maka yang akan menjadi bahan penelitian ini terdiri dari 5 pembiasaan, yang meliputi::

- 1) Sholat Dhuha dengan Pengajian Rutin Pagi hari
- 2) Shalat Dzuhur berjamaah
- 3) Shaum Senin dan Kamis
- 4) Hafalan surat-surat pendek
- 5) Penggunaan Seragam madrasah yang islami

Dari beberapa pendapat dan dari kamus, bahwa dalam Kamus Bahasa Indonesia yang lama hanya terdapat satu arti saja yaitu etika sebagai ilmu. Sedangkan Kamus Bahasa Indonesia yang baru memuat beberapa arti. Kalau kita misalnya sedang membaca sebuah kalimat di berita surat kabar “Dalam dunia bisnis etika merosot terus” maka kata ‘etika’ di sini bila dikaitkan dengan arti yang terdapat dalam Kamus Bahasa Indonesia yang lama tersebut tidak cocok karena maksud dari kata ‘etika’ dalam kalimat tersebut bukan etika sebagai ilmu melainkan ‘nilai mengenai benar dan salah yang

dianut suatu golongan atau masyarakat'. Jadi arti kata 'etika' dalam Kamus Bahasa Indonesia yang lama tidak lengkap.

Pembiasaan dari etika itu akan terbentuk budaya madrasah. Budaya madrasah adalah nilai-nilai dominan yang didukung oleh madrasah atau falsafah yang menuntun kebijakan madrasah terhadap semua unsur dan komponen madrasah termasuk stakeholders pendidikan, seperti cara melaksanakan pekerjaan di madrasah serta asumsi atau kepercayaan dasar yang dianut oleh personil madrasah. Budaya madrasah merujuk pada suatu sistem nilai, kepercayaan dan norma-norma yang diterima secara bersama, serta dilaksanakan dengan penuh kesadaran sebagai perilaku alami, yang dibentuk oleh lingkungan yang menciptakan pemahaman yang sama diantara seluruh unsur dan personil madrasah baik itu kepala madrasah, guru, staf, siswi dan jika perlu membentuk opini masyarakat yang sama dengan madrasah (Sudrajat, 2010).

Beberapa manfaat yang bisa diambil dari upaya pengembangan budaya madrasah, diantaranya : (1) menjamin kualitas kerja yang lebih baik; (2) membuka seluruh jaringan komunikasi dari segala jenis dan level baik komunikasi vertikal maupun horisontal; (3) lebih terbuka dan transparan; (4) menciptakan kebersamaan dan rasa saling memiliki yang tinggi; (4) meningkatkan solidaritas dan rasa kekeluargaan; (5) jika menemukan kesalahan akan segera dapat diperbaiki; dan (6) dapat beradaptasi dengan baik terhadap perkembangan IPTEK. Selain beberapa manfaat di atas, manfaat lain bagi individu (pribadi) dan kelompok adalah : (1) meningkatkan kepuasan kerja; (2) pergaulan lebih akrab; (3) disiplin meningkat; (4) pengawasan fungsional bisa lebih ringan; (5) muncul keinginan untuk selalu ingin berbuat proaktif; (6) belajar dan berprestasi terus serta; dan (7) selalu ingin memberikan yang terbaik bagi madrasah, keluarga, orang lain dan diri sendiri.

Pada kenyataannya warga di Madrasah Aliyah Putri PUI Majalengka masih terjadi kesenjangan realitanya jauh dari yang diharapkan, permasalahan-permasalahan yang muncul seperti shalat dzuhur berjamaah tidak bisa dilaksanakan dengan lengkap, kebiasaan membaca ayat-ayat suci Al-quran pada awal sebelum proses pembelajaran masih belum serempak, Memelihara kebersihan diri dan lingkungan dengan melaksanakan kegiatan operasi bersih juga masih harus selalu diingatkan.

Sebagai Kepala Madrasah, perlu ada program untuk menunjang dan penyelesaian masalah tersebut dengan tujuan utamanya untuk meningkatkan Etika warga madrasah melalui penerapan lima pembiasaan akhlak mulia di MA Putri PUI Majalengka.

Dengan melihat kenyataan warga madrasah seperti ini peneliti menjadi gelisah dan merasa bersalah jika hal ini dibiarkan apa adanya. maka dengan ini pula peneliti merasakan pentingnya Penelitian Tindakan Sekolah/Madrasah dilakukan sesuai (Arikunto, 2002) dengan tujuan utamanya agar terjadi perubahan yang sangat mendasar guna mencapai warga madrasah yang berbudaya dan berkarakter. Maka dilaksanakanlah PTS ini dengan judul, "*Upaya Meningkatkan Etika Warga Madrasah Melalui Penerapan Lima Pembiasaan Akhlak Mulia di Madrasah Aliyah Putri PUI Majalengka.*"

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* yang dikemukakan oleh (Arikunto, 2002) Lokasi penelitian dilaksanakan di tempat unit kerja peneliti melaksanakan tugas sebagai Kepala Madrasah, yaitu Madrasah Aliyah Putri PUI Majalengka . Yang menjadi subjek penelitian tindakan madrasah ini adalah guru-guru di Madrasah Aliyah Putri PUI Majalengka , , sejumlah 14 orang guru, terdiri atas 24 orang guru PNS, dan 6 orang guru Non PNS.dan 236 orang siswi. Adapun waktu pelaksanaan penelitian dari Perencanaan 15 Januari 2018, Silus I mulai 25 Januari sampai 16 Februari 2018, Siklus II dari 26 Februari sampai 30 Maret 2018

Teknik pengumpulan data dari penelitian tindakan madrasah ini adalah melalui data kualitatif yang diperoleh dari hasil pengamatan langsung observasi, , maupun wawancara. Bentuk kegiatan observasi yang dilakukan dalam PTS ini menggunakan model observasi terbuka. Adapaun yang dimaksud observasi terbuka adalah apabila pengamat atau observer melakukan pengamatannya dengan mencatatkan segala sesuatu yang terjadi di kelas.

Hasil pengamatan dari mitra peneliti selanjutnya dijadikan catatan data lapangan. Hal ini sesuai dengan pendapat Prof Dr. Rochiati Wiriaatmaja yang menyatakan: “Sumber informasi yang sangat penting dalam penelitian ini (PTS) adalah catatan lapangan (field notes) yang dibuat oleh peneliti/mitra peneliti yang melakukan pengamatan atau observasi”

Untuk mengumpulkan data selama proses penelitian disetiap siklus dipergunakan beberapa instrumen antara lain.

Tabel 1
Kuisisioner

NO	Kegiatan yang dilakukan	Pilihan	Nilai
I	Shalat Dzuhur Berjamaah		
1	Saya melaksanakan shalat wajib lima waktu	a. sama sekali tidak b. hanya sedikit c. terkadang d. selalu	
2	Saya melaksanakan shalat wajib lima waktu berjamaah	a. sama sekali tidak b. hanya sedikit c. terkadang d. selaalu	
3	Saya melaksanakan shalat dzuhur berjamaah	a. sama sekali tidak b. hanya sedikit c. terkadang d. selalu	
4	Saya tidak melaksanakan shalat dzuhur berjamaah	a. sama sekali tidak b. hanya sedikit c. terkadang d. selalu	
II	Sholat Dhuha dengan Pengajian Rutin Pagi Hari		
5	Saya melaksanakan Sholat Dhuha	a. sama sekali tidak	

Upaya Meningkatkan Etika Warga Madrasah Melalui Penerapan Lima Pembiasaan
Akhlak Mulia

	dan Pengajian setiap hari	b. hanya sedikit c. terkadang d. selalu	
6	Saya membaca Al-Quran setiap hari	a. sama sekali tidak b. hanya sedikit c. terkadang d. selalu	
7	Saya membaca Al-Quran pagi hari sebelum belajar dimulai	a. sama sekali tidak b. hanya sedikit c. terkadang d. selalu	
8	Saya tidak pernah membawa Al-Quran ke madrasah	a. sama sekali tidak b. hanya sedikit c. terkadang d. selalu	
III	Shaum Sunat Senin , Kamis		
9	Saya melaksanakan Shaum wajib dibulan ramadhan	a. sama sekali tidak b. hanya sedikit c. terkadang d. selalu	
10	Saya melaksanakan Shaum Sunat hari senin	a. sama sekali tidak b. hanya sedikit c. terkadang d. selalu	
11	Saya melaksanakan shaum sunat hari kamis	a. sama sekali tidak b. hanya sedikit c. terkadang d. selalu	
12	Saya melaksanakan shaum sunat lainnya	a. sama sekali tidak b. hanya sedikit c. terkadang d. selalu	
IV	Hafalan Surat-surat Pendek		
13	Saya menghafal Al-Quran setiap malam	a. sama sekali tidak b. hanya sedikit c. terkadang d. selalu	
14	Saya menghafal Al-Quran Surat – surat Pendek setiap malam	a. sama sekali tidak b. hanya sedikit c. terkadang d. selalu	
V	Seragam Madrasah Islami		
15	Saya menggunakan pakaian muslim jika kemadrasah	a. sama sekali tidak b. hanya sedikit c. terkadang d. selalu	
16	Saya melepas pakaian muslim jika	a. sama sekali tidak	

	dirumah	b. hanya sedikit c. terkadang d. selalu	
17	Saya melepas pakaian muslim jika berolah raga	a. sama sekali tidak b. hanya sedikit c. terkadang d. selalu	
18	Saya setuju penerapan lima pembiasaan akhlak mulia dimadrasah	a. sama sekali tidak b. hanya sedikit c. terkadang d. selalu	

Tabel 2
indikator keberhasilan tindakan

Aspek	Siswi dengan jumlah 240 orang	Guru/staf Tu dan penjaga 44 Orang	Ket.
1. Sholat Dhuha dan Pengajian rutin pagi hari	80 %	90 %	
2. Shalat Dzuhur berjamaah	70 %	90 %	
3. Shaum sunat senin,kamis	30 %	60 %	
4. Hafalan surat pendek	50 %	80 %	
5. Seragam madrasah Islami	90 %	90 %	

Perlu diketahui, bahwa kondisi awalnya tampak seperti pada tabel berikut ini.

Tabel 3
Kondisi awal sebelum diterapkan tindakan

Aspek	Siswi dengan jumlah 240 orang	Guru/Staf Tu dan Penjaga	Ket
1. Sholat Dhuha dan Pengajian Rutin Pagi hari	50 %	70 %	
2. Shalat Dzuhur berjamaah	25 %	60 %	
3. Shaum Senin dan Kamis	2 %	10 %	
4. Hafalan surat-surat pendek	10 %	60 %	
5. Penggunaan Seragam madrasah yang Islami	60 %	50 %	

Hasil dan Pembahasan

A. Siklus I

Kegiatan pelaksanaan tindakan yang akan dilaksanakan pada Siklus 1 dimulai tanggal 15 Januari s.d 16 Februari 2018. Adapun hasil obeservasinya seperti tabel berikut ini.

Tabel 4
Hasil Observasi Selama 5 Pekan Pada Siklus I

Aspek	Siswi dengan jumlah 240 orang	guru/staf tu dan penjaga	ket
1. Sholat Dhuha dan Pengajian Rutin Pagi hari	65 %	75 %	

2. Shalat Dzuhur berjamaah	50 %	65 %
3. Shaum Senin dan Kamis	10 %	15 %
4. Hafalan surat-surat pendek	40 %	70 %
5. Penggunaan Seragam madrasah yang Islami	75 %	65 %

Hasil yang diperoleh dari siklus 1 ternyata mengalami perubahan pembiasaan dari kondisi awal pra siklus, terbukti dengan meningkatnya nilai prosentase:

- a. Sholat Dhuha dan Pengajian Rutin Pagi Hari
 - 1) pada peserta didik dari 50 % menjadi 65 % berarti ada penambahan 36 peserta didik.
 - 2) pada guru/staf TU/penjaga dari 70 % menjadi 75 % berarti ada penambahan 3 karyawan.
- b. Shalat Dzuhur berjamaah
 - 1) pada peserta didik dari 25 % menjadi 50% berarti ada penambahan 60 peserta didik.
 - 2) pada guru/staf TU/penjaga dari 60 % menjadi 65 % berarti ada penambahan 3 karyawan.
- c. Shaum Senin dan Kamis
 - 1) pada peserta didik dari 2 % menjadi 10% berarti ada penambahan 19 peserta didik.
 - 2) pada guru/staf TU/penjaga dari 10 % menjadi 15 % berarti ada penambahan 3 karyawan.
- d. Hafalan surat-surat pendek
 - 1) pada peserta didik 10 % menjadi 40% berarti ada penambahan 72 peserta didik
 - 2) pada guru/staf TU/penjaga dari 60 % menjadi 70 % berarti ada penambahan 5 karyawan.
- e. Penggunaan Seragam madrasah yang Islami
 - 1) pada peserta didik dari 60% menjadi 75% berarti ada penambahan 36 peserta didik.
 - 2) pada guru/staf TU/penjaga dari 50 % menjadi 65 % berarti ada penambahan 7 karyawan.

B. Siklus II

Pelaksanaan siklus dua (2) dilaksanakan pada tanggal 26 Februari sampai dengan 30 Maret 2018. Hasil observasinya tampak seperti tabel berikut ini.

Tabel 5
Hasil Observasi Selama 5 Pekan Pada Siklus II

Aspek	Siswi dengan jumlah 240 orang	guru/staf tu dan penjaga	ket
1. Sholat Dhuha dan Pengajian Rutin Pagi hari	85 %	90 %	
2. Shalat Dzuhur berjamaah	90 %	95 %	
3. Shaum Senin dan Kamis	35 %	65 %	
4. Hafalan surat-surat pendek	65 %	80%	
5. Penggunaan Seragam madrasah yang Islami	90 %	95 %	

Kalau kita bandingkan hasil dari siklus 1 dan siklus 2 maka terlihat adanya kenaikan dari beberapa aspek penelitian yaitu :

- a. Sholat Dhuha dan Pengajian Rutin Pagi Hari
 - 1) pada peserta didik dari 65 % menjadi 85% berarti ada penambahan 48 peserta didik.
 - 2) pada guru/staf TU/penjaga dari 75 % menjadi 90 % berarti ada penambahan 7 karyawan.
- b. Shalat Dzuhur berjamaah
 - 1) pada peserta didik dari 50 % menjadi 90% berarti ada penambahan 48 peserta didik.
 - 2) pada guru/staf TU/penjaga dari 65 % menjadi 95 % berarti ada penambahan 13 karyawan.
- c. Shaum Senin dan Kamis
 - 1) pada peserta didik dari 10 % menjadi 35% berarti ada penambahan 60 peserta didik.
 - 2) pada guru/staf TU/penjaga dari 15 % menjadi 65 % berarti ada penambahan 22 karyawan.
- d. Hafalan surat-surat pendek
 - 1) pada peserta didik 40 % menjadi 65% berarti ada penambahan 60 peserta didik
 - 2) pada guru/staf TU/penjaga dari 70 % menjadi 80 % berarti ada penambahan 5 karyawan.
- e. Penggunaan Seragam madrasah yang Islami
 - 1) pada peserta didik dari 75% menjadi 90% berarti ada penambahan 36 peserta didik.
 - 2) pada guru/staf TU/penjaga dari 65 % menjadi 90 % berarti ada penambahan 11 karyawan.

C. Pembahasan

Perbandingan sebelum diadakan tindakan dengan setelah tindakan (siklus 2) maka diperoleh kenaikan yang sangat signifikan yaitu :

- a. Sholat Dhuha dan Pengajian Rutin Pagi Hari
 - 1) pada peserta didik dari 50 % menjadi 85% berarti ada penambahan 84 peserta didik.
 - 2) pada guru/staf TU/penjaga dari 70 % menjadi 90 % berarti ada penambahan 9 karyawan.
- b. Shalat Dzuhur berjamaah
 - 1) pada peserta didik dari 25 % menjadi 90% berarti ada penambahan 156 peserta didik.
 - 2) pada guru/staf TU/penjaga dari 60 % menjadi 95 % berarti ada penambahan 16 karyawan.
- c. Shaum Senin dan Kamis
 - 1) pada peserta didik dari 2 % menjadi 35% berarti ada penambahan 79 peserta didik.
 - 2) pada guru/staf TU/penjaga dari 10 % menjadi 65 % berarti ada penambahan 22 karyawan.
- d. Hafalan surat-surat pendek

Upaya Meningkatkan Etika Warga Madrasah Melalui Penerapan Lima Pembiasaan Akhlak Mulia

- 1) pada peserta didik 10 % menjadi 65% berarti ada penambahan 132 peserta didik
 - 2) pada guru/staf TU/penjaga dari 60 % menjadi 80 % berarti ada penambahan 5 karyawan.
- e. Penggunaan Seragam madrasah yang Islami
- 1) pada peserta didik dari 60% menjadi 90% berarti ada penambahan 72 peserta didik.
 - 2) pada guru/staf TU/penjaga dari 50 % menjadi 90 % berarti ada penambahan 17 karyawan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan dari penelitian PTS dengan 2 siklus ini dapat disimpulkan, bahwa dengan penerapan lima pembiasaan akhlak mulia dapat meningkatkan Etika warga di MA Putri PUI Majalengka pada Tahun Pelajaran 2017/2018 Semester 2 seperti berikut ini. Sholat Dhuha dan Pengajian Rutin Pagi Hari pada peserta didik dari 50 % menjadi 85% berarti ada penambahan 84 peserta didik, sedangkan pada guru/staf TU/penjaga dari 70 % menjadi 90 % berarti ada penambahan 9 karyawan. Shalat Dzuhur berjamaah pada peserta didik dari 25 % menjadi 90% berarti ada penambahan 156 peserta didik, sedangkan pada guru/staf TU/penjaga dari 60 % menjadi 95 % berarti ada penambahan 16 karyawan. Shaum Senin dan Kamis pada peserta didik dari 2 % menjadi 35% berarti ada penambahan 79 peserta didik, sedangkan pada guru/staf TU/penjaga dari 10 % menjadi 65 % berarti ada penambahan 22 karyawan. Hafalan surat-surat pendek pada peserta didik 10 % menjadi 65% berarti ada penambahan 132 peserta didik, sedangkan pada guru/staf TU/penjaga dari 60 % menjadi 80 % berarti ada penambahan 5 karyawan. Penggunaan Seragam madrasah yang Islami pada peserta didik dari 60% menjadi 90% berarti ada penambahan 72 peserta didik, sedangkan pada guru/staf TU/penjaga dari 50 % menjadi 90 % berarti ada penambahan 17 karyawan.

BIBLIOGRAFI

- Arikunto, S. (2002). *Prosedur suatu penelitian: pendekatan praktek. Edisi Revisi Kelima. Penerbit Rineka Cipta. Jakarta.*
- Nasinonal, K. P. (2011). *Pedoman Pelaksanaan Pendidikan Karakter. Kemendiknas.*
- Nasional, D. P. (2003). *Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional. Depdiknas.*
- R, E. T. (2008). *Tentang Pembiasaan Akhlak Mulia di Sekolah. Makalah Seminar Karya Tulis Ilmiah.*
- Sudrajat, A. (2010). *Manfaat prinsip dan asas pengembangan budaya sekolah.[On Line]. Tersedia: [Http://Akhmadsudrajat. Wordpress. Com/2010/03/04/Manfaat-Prinsip-Dan-Asas-Pengembangan-Budaya-Sekolah/](http://Akhmadsudrajat.Wordpress.Com/2010/03/04/Manfaat-Prinsip-Dan-Asas-Pengembangan-Budaya-Sekolah/)[06 Oktober 2010].*



ANALISIS PENGARUH SOCIAL NETWORK MARKETING DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) TERHADAP MINAT BELI MELALUI KEPERCAYAAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Imelda Fitria Pratama Putri dan Lia Nirawati

Universitas Pembangunan Nasional (UPN) Veteran, Jawa Timur, Indonesia

Email: imeldaf044@gmail.com dan lianirawati@ymail.com

INFO ARTIKEL

Diterima
2 April 2021

Kata kunci:

*social network marketing;
electronic word of mouth;
kepercayaan konsumen;
minat beli*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) pengaruh social network marketing terhadap kepercayaan konsumen online shop hijabku, (2) pengaruh social network marketing terhadap minat beli konsumen online shop hijabku, (3) pengaruh electronic word of mouth terhadap kepercayaan konsumen online shop hijabku, (4) pengaruh electronic word of mouth terhadap minat beli konsumen online shop hijabku, (5) pengaruh kepercayaan konsumen terhadap minat beli konsumen online shop hijabku, (6) pengaruh social network marketing terhadap minat beli melalui kepercayaan konsumen online shop hijabku, (7) pengaruh electronic word of mouth terhadap minat beli melalui kepercayaan konsumen online shop hijabku. Data dikumpulkan menggunakan teknik kuesioner terhadap 100 sampel dengan teknik purposive sampling. Data dianalisis menggunakan model Partial Least Square dengan software smartPLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa social network marketing memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen. Social network marketing memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli. Electronic word of mouth memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen. Electronic word of mouth memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli. Kepercayaan konsumen memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli. Social network marketing memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli melalui kepercayaan konsumen. Electronic word of mouth memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli melalui kepercayaan konsumen..

Pendahuluan

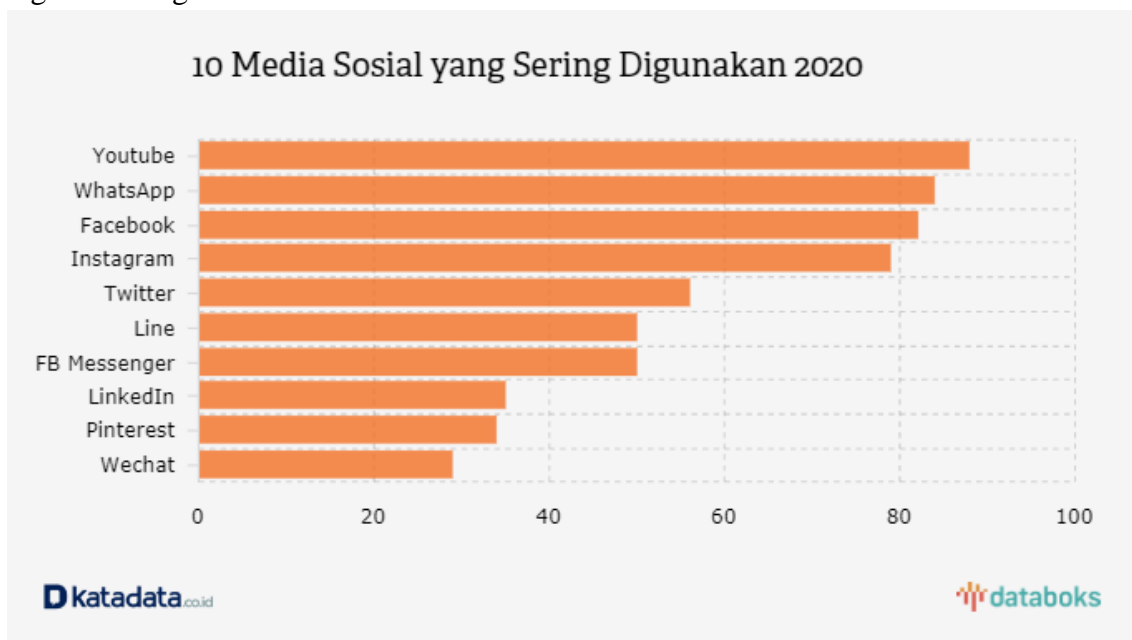
Pada zaman yang semakin berkembang dan masuknya era globalisasi yang mempengaruhi perkembangan serta kemajuan teknologi, bisnis, dan pertumbuhan ekonomi menjadi sangat pesat. Sehingga pertumbuhan laju bisnis global semakin ketat dalam perencanaan kemajuan perusahaan. Yang menjadi ancaman dan tantangan bagi pelaku bisnis adalah bagaimana strategi dan inovasi dalam memanfaatkan teknologi yang semakin canggih untuk melakukan pemasaran yang menarik untuk meningkatkan operasional perusahaan. Setiap perusahaan baik bergerak di bidang produk barang ataupun jasa harus berupaya dalam mempertahankan serta meningkatkan keuntungan operasional perusahaan sebagai bentuk dalam pencapaian tujuan dari perusahaan agar tetap hidup dan berkembang. Pemasaran saat ini juga terus berkembang dan berubah, dari konsep pemasaran konvensional menuju konsep pemasaran modern. Pengaruh teknologi menjadikan begitu bergantung akan kehadirannya. Terlebih setelah hadirnya internet sehingga memudahkan para penggunanya dalam memperoleh berbagai informasi. Hal ini juga menjadi peluang bagi para pelaku usaha untuk meningkatkan penjualannya melalui marketing online atau yang disebut juga pemasaran online. Melalui media sosial sebagai salah satu sarana agar dapat menarik perhatian konsumen untuk melihat produk yang ditawarkan melalui media online.

Penjualan produk dengan menggunakan strategi lewat media sosial untuk menarik pembeli dengan memberikan informasi-informasi terkait dengan produk-produk yang ditawarkan kepada masyarakat. Pemanfaatan media sosial dapat berimbas positif bagi sebuah produk yang akan memengaruhi faktor eksternal, mempengaruhi persepsi konsumen akan sebuah produk, dan akan mempengaruhi minat beli konsumen (Maoyan & Al, 2014). (D. D. Gunawan & Huarng, 2015) mengemukakan bahwa interaksi sosial dan resiko yang dipersepsikan melalui media sosial berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Media sosial digunakan sebagai alat komunikasi pemasaran untuk meningkatkan kesadaran konsumen terhadap produk, meningkatkan image produk, dan berakhir pada peningkatan penjualan (Kotler & Keller, 2016).

Pada zaman modern seperti saat ini internet menjadi media komunikasi yang paling banyak digunakan oleh semua orang. Diambil dari databooks.katadata.co.id bahwa hasil studi yang dilakukan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengungkapkan ada kenaikan jumlah pengguna internet di Indonesia saat ini. Hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) periode 2019-kuartal II/2020 mencatat, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 196,7 juta jiwa. Jumlah ini meningkat 23,5 juta atau 8,9% dibandingkan pada 2018 lalu.

menggunakan media *internet* untuk memperoleh barang yang akan dijual, tidak dari lingkungan sekitar, tapi bisa dari tempat lain yang belum pernah mereka kunjungi.

Melihat perkembangan media sosial yang semakin melekat bagi sebagian orang maka bisa dibilang media sosial dapat menjadi *tools* yang digunakan dalam dunia marketing. Salah satunya adalah instagram dan tik tok yang baru baru ini sedang populer diseluruh dunia. Berikut adalah presentase data 10 Sosial Media yang sering digunakan di Indonesia:



Gambar 2
Presentase Media Sosial yang sering digunakan di Indonesia

Sumber : *Databoks.katadata.co.id*

Dari data diatas menyatakan bahwa Youtube memperoleh presentase tertinggi dengan sosial media yang paling sering digunakan di Indonesia, disusul dengan WhatsApp yaitu aplikasi untuk bertukar pesan melalui media berbasis online. Yang ketiga merupakan Facebook, yaitu situs yang menyediakan informasi untuk bertukar informasi. Keempat diduduki oleh Instagram, Instagram adalah aplikasi untuk membagikan foto atau video kedalam jejaring sosial. Kemudian urutan kelima sampai dengan seterusnya diduduki oleh Twitter, Line, FB Messenger, LinkedIn, Pinterest, dan yang terakhir yaitu Wechat. Dengan keberadaan media sosial saat ini perusahaan semakin terpacu untuk melakukan kegiatan pemasaran.

Perkembangan Era digitalisasi semakin mempermudah perusahaan seperti saat ini, selain menggunakan media sosial sebagai salah satu alat untuk melakukan pemasaran *online* maka salah satunya dengan menggunakan metode *Electronic Word Of Mouth* (E-WOM). *Electronic Word Of Mouth* merupakan cara promosi dari mulut ke mulut yang memungkinkan komunikasi dapat menyebar melalui internet. Penyebaran informasi melalui e-WOM sangat membantu para pengusaha dalam mempromosikan

produknya. Dalam pelaksanaannya ada beberapa faktor yang memotivasi orang-orang melakukan *E-WOM* (Saragih, 2020) yaitu :

- 1) *Social Capital* yaitu kombinasi dari banyak sumber daya melalui interaksi sosial seperti informasi, kepercayaan, interpersonal, dukungan emosional, gagasan, dan kerja sama bagi konsumen.
- 2) *Trust* yaitu konsumen yang menggunakan ulasan pada situs jejaring sosial yang mereka percayai untuk mengambil keputusan. Kepercayaan ini juga mendorong orang untuk berbagi informasi dan mempromosikan produk melalui situs jejaring sosial mereka. Oleh karena itu, kepercayaan dianggap membantu arus informasi

Kepercayaan konsumen merupakan hal yang berpengaruh dalam situs jejaring sosial terhadap minat beli konsumen pada suatu online shop. Karena kepercayaan konsumen merupakan sebuah bentuk sikap yang menunjukkan rasa suka terhadap suatu produk ataupun merek untuk tetap bertahan dalam menggunakan produk atau merek tersebut (F. Gunawan, s 2011). Dengan kepercayaan yang sudah timbul dalam diri konsumen maka konsumen juga akan percaya akan kualitas produk yang ditawarkan oleh pelaku usaha. Kemudian konsumen juga tidak segan untuk memberikan rekomendasi produk tersebut kepada lingkungannya. Hal ini sangat mempengaruhi akan anggapan yang positif calon konsumen terhadap suatu produk.

Sadar akan peluang yang besar dalam melakukan promosi sebuah produk, Hijabku yang merupakan salah satu usaha di bidang fashion muslim khususnya yang menjual berbagai model dan jenis hijab menggunakan media sosial intagram untuk sarana publikasi produk atau promosi secara online. Selain instagram, Hijabku juga menggunakan whatsapp dan shopee sebagai sarana dalam penjualan produknya. Sementara untuk aktivitas promosi melalui media *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* dilakukan dengan cara *endorsement* kepada selebgram dengan cara membagikan informasi terkait produk yang dipasarkan untuk mendorong *followers* agar tertarik untuk mengikuti atau membeli produk. Kebanyakan calon konsumen akan membeli hijab yang sama saat di promosikan oleh selebgram tersebut. Selain itu pelanggan yang *me-review* produk Hijabku ketika di *posting* melalui media instagram dan melakukan *tag* melalui akun instagram @hijabku.1 aktivitas yang dilakukan adalah *me-repost* dari postingan konsumen tersebut. Sehingga dapat berdampak pada peningkatan jumlah *followers* media sosial Hijabku. Selain melakukan *Social Network Marketing* (Pemasaran melalui media sosial) dalam melakukan kegiatan bisnisnya, Hijabku selalu mengikuti *trend* produk hijab yang banyak dicari oleh para konsumen dengan menyediakan pilihan warna yang lengkap, serta melayani konsumen dengan sopan dan ramah untuk membuat konsumen nyaman untuk melakukan transaksi pembelian *online*. Seiring dengan pelayanan dan kualitas terbaik yang diberikan kepada konsumen, Hijabku telah dipercaya menjadi pilihan para konsumen sejak 2017 yang tersebar di beberapa Kota-kota besar di Indonesia dan dipercaya menjadi agen hijab untuk melakukan *supplying* ke beberapa online shop. Pencapaian yang cukup besar juga dirasakan ketika Hijabku dipercaya oleh konsumen dari Malaysia, Hong Kong, dan Filipina.

Tabel 1
Data Jenis Produk, Harga dan Jumlah terjual produk Hijabku Tahun 2017-2019

No	Jenis Hijab	Harga	Jumlah Terjual di Tahun 2017	Jumlah Terjual di Tahun 2018	Jumlah Terjual di Tahun 2019
1	Bella Square	Rp. 20.000	975 pcs	2.010 pcs	2.660 pcs
2	Pashmina Ceruti	Rp. 35.000	630 pcs	1.520 pcs	1.220 pcs
3	Bergo Ribon	Rp. 30.000	-	-	550 pcs
4	Schruncie	Rp. 15.000	-	145 pcs	125 pcs
5	Khimar Pet	Rp. 25.000	380 pcs	725 pcs	-
6	Saudia Ansanía	Rp. 17.000	460 pcs	445 pcs	-
7	Khaira Bergo	Rp. 25.000	-	670 pcs	835 pcs
Total			2.445 pcs	5.515 pcs	5.390 pcs

Sumber: Data Penjualan dari Online Shop Hijabku di Kota Gresik, 2019

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa harga produk tertinggi adalah Rp. 35.000 dan yang terendah Rp. 15.000. Data pada tabel ini di input berdasarkan produk yang dijual oleh online shop Hijabku. Hijab jenis Bella Square merupakan jenis hijab yang paling banyak di minati oleh konsumen dengan jumlah penjualan paling banyak di setiap tahunnya. Hal ini dikarenakan harga hijab jenis Bella Square tergolong dapat dijangkau oleh semua kalangan. Serta hijab Bella Square merupakan hijab segiempat yang paling disukai oleh para remaja karena hijab ini merupakan jenis kain terbaru dengan serat kain yang rapat sehingga semua kalangan dari yang remaja, dewasa, hingga ibu-ibu suka terhadap produk ini. Pada saat mendekati hari raya, penjualan semua jenis hijab mengalami peningkatan dari hari-hari biasa. Pembeli dari Hijabku didominasi oleh *followers* pengguna Instagram, melalui media sosial Instagram. Hijabku melakukan Social Network Marketing (pemasaran melalui jaringan sosial) dan menggunakan *Electronic Word Of Mouth* (E-WOM) sebagai media promosi secara efektif karena dilakukan melalui mulut ke mulut secara virtual menggunakan aplikasi seperti WhatsApp, Intagram. Dengan jumlah followers 8.550 oleh pengguna Instagram. Berdasarkan data penjualan setiap tahun dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa penjualan di tahun 2017-2018 mengalami peningkatan yang cukup signifikan, namun data penjualan ditahun 2019 berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa penjualan hijab jenis Bella Square mengalami peningkatan di setiap tahunnya dan hijab jenis Pashmina Ceruti Baby Doll sedikit mengalami penurunan penjualan dikarenakan mulai banyak pesaing yang menjual produk yang sama sehingga pangsa pasar yang awalnya luas menjadi lebih sempit. Berdasarkan latar belakang, dan data yang telah diuraikan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Pengaruh *Social Network Marketing* dan *Electronic Word of Mouth (E-WOM)* Terhadap Minat Beli Melalui Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Konsumen *Online Shop Hijabku*)”

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2017), penelitian deskriptif adalah metode penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri atau variabel bebas) tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan dengan variabel lain. Menurut (Sugiyono, 2017), penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Deskriptif kuantitatif dilakukan untuk menjawab pernyataan penelitian yaitu menganalisis pengaruh antar variabel.

Berdasarkan teori tersebut, penelitian deskriptif kuantitatif, merupakan data yang diperoleh dari sampel populasi penelitian yang dianalisis sesuai dengan metode statistik yang digunakan. Penelitian deskriptif dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran dan keterangan-keterangan mengenai Analisis Pengaruh Social Network Marketing dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) terhadap Minat Beli melalui Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Konsumen Online Shop Hijabku).

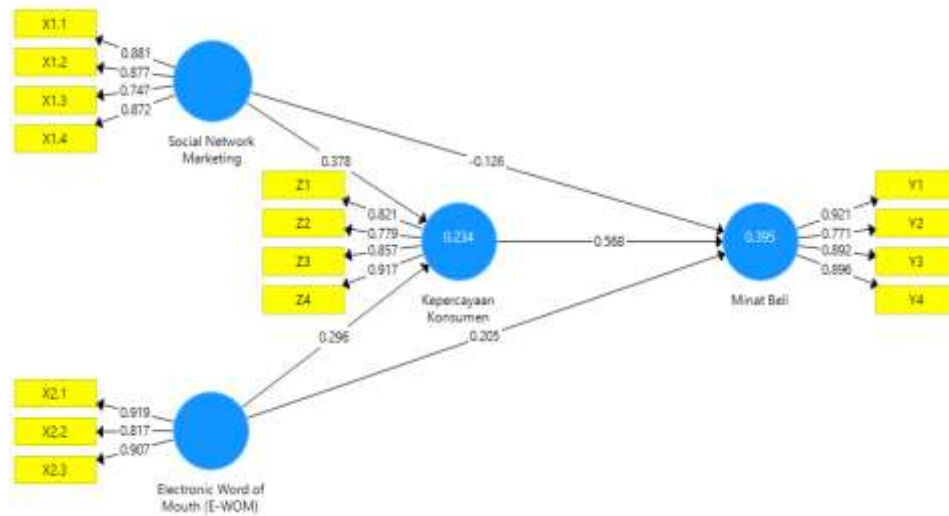
Hasil dan Pembahasan

A. Hasil Penelitian

1. Analisis dan Uji Hipotesis

a. Skema Model Partial Least Square (PLS)

Pada penelitian ini, pengujian hipotesis menggunakan teknik analisis *Partial Least Square* (PLS) dengan program smartPLS 3.0. berikut ini adalah skema model program PLS yang diujikan :

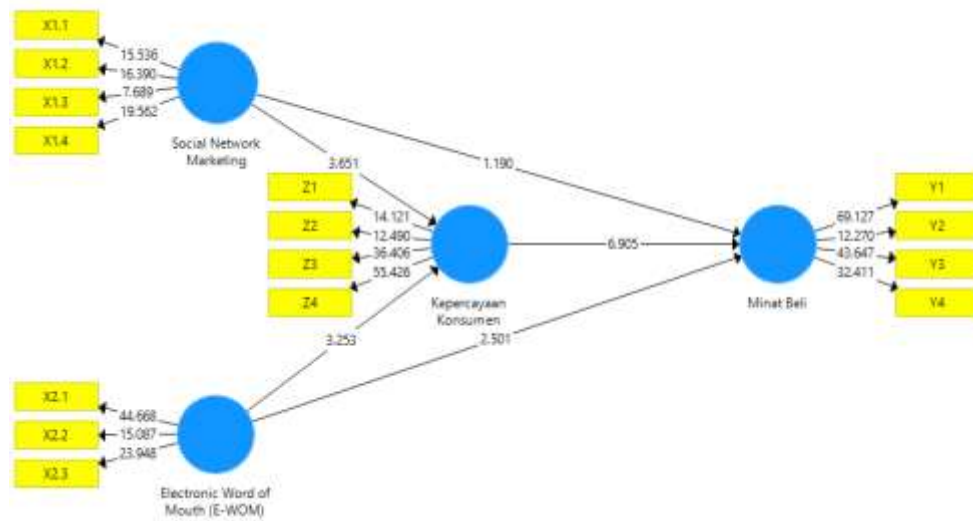


Gambar 3.
Outer Model

Berdasarkan skema outer model diatas dapat dijelaskan bahwa social network marketing mempunyai pengaruh positif terhadap kepercayaan konsumen, dengan nilai 0,378 dan mempunyai pengaruh negatif minat beli pelanggan dengan nilai -0,126. Electronic word of mouth (E-WOM) mempunyai pengaruh positif terhadap kepercayaan konsumen dengan nilai 0,296 dan mempunyai pengaruh positif juga terhadap minat beli dengan nilai 0,205 serta kepercayaan konsumen mempunyai pengaruh positif terhadap minat beli pelanggan dengan nilai 0,568.

Untuk masing-masing indikator pada variabel social network marketing (X1.1=0,881 ; X1.2=0,877 ; X1.3=0,747 ; X1.4=0,872), electronic word of mouth (E-WOM) (X2.1=0,919 ; X2.2=0,817 ; X2.3=0,907), kepercayaan konsumen (Z1=0,821 ; Z2=0,779 ; Z3=0,857 ; Z4=0,917) dan minat beli (Y1=0,921 ; Y2=0,771 ; Y3=0,892 ; Y4=0,896) mempunyai nilai outer loading > 0,7 yang berarti dinyatakan layak atau valid untuk digunakan penelitian dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Analisis Pengaruh Social Network Marketing dan Electronic Word of Mouth (E-Wom) terhadap Minat Beli Melalui Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening



Gambar 4.
Inner Model

Berdasarkan skema inner model diatas dapat dijelaskan bahwa social network marketing mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepercayaan konsumen dan minat beli dengan nilai t-statistic sebesar 3,651 dan 1,190. Electronic word of mouth (E-WOM) mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepercayaan konsumen dan minat beli dengan nilai t-statistic sebesar 3.253 dan 2,501 serta kepercayaan konsumen juga mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat beli dengan nilai t-statistic sebesar 6,905. Dapat dikatakan signifikan karena nilai t- statistic pada masing masing variabel lebih besar daripada t tabel serta nilai p-value kurang dari 0,05. Untuk nilai dari masing-masing indikator pada setiap variabel dihiraukan karena hanya digunakan untuk mengukur kelayakan atau validitas. Hasil inner model diperoleh dengan prosedur bootstrapping.

b. Uji Hipotesis

Berdasarkan olah data yang telah dilakukan, hasilnya dapat digunakan untuk menjawab hipotesis pada penelitian ini. Uji hipotesis pada penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai *T-Statistics* dan nilai *P-Values*.

Hipotesis penelitian dapat dinyatakan diterima apabila nilai *t-statistic* > 1,985 dan *P-Values* < 0,05. Berikut ini adalah hasil uji hipotesis yang diperoleh dalam penelitian ini melalui inner model :

Tabel 2.
T-Statistic dan P-Values

Pengaruh	Original Sample Estimate	T Statistic	P Values	Hasil
Social Network Marketing → Kepercayaan Konsumen	0,378	3,651	0,000	Diterima

<i>Social Network Marketing</i> → Minat Beli	0,226	3,115	0,001	Diterima
<i>Electronic Word of Mouth</i> → Kepercayaan Konsumen	0,296	3,253	0,001	Diterima
<i>Electronic Word of Mouth</i> → Minat Beli	0,205	2,501	0,013	Diterima
Kepercayaan Konsumen → Minat Beli	0,568	6,905	0,000	Diterima

Sumber : Lampiran 7

Berdasarkan tabel 4.19 di atas, dapat diketahui bahwa dari lima hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, Hipotesis 1,3,4 dan 5 dapat diterima karena masing- masing pengaruh yang ditunjukkan memiliki nilai koefisien (*original sample estimate*) yang positif dan nilai *t-statistic* > 1,985 ; *P-Values* < 0,05. Sehingga dapat dinyatakan variabel independen ke dependennya memiliki pengaruh yang positif dan signifikan. Akan tetapi, untuk Hipotesis 2 tidak dapat diterima karena memiliki nilai koefisien (*original sample estimate*) yang negatif dan nilai *t-statistic* > 1,985 ; *P-Values* < 0,05, itu artinya variabel independen ke dependennya memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan.

B. Pembahasan

1. Pengaruh Social Network Marketing terhadap Kepercayaan Konsumen

Berdasarkan hasil analisis, menunjukkan bahwa variabel social network marketing diperoleh nilai t-statistic sebesar 3,651 dengan p-values sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), yang artinya social network marketing berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan konsumen. Besarnya nilai koefisien pengaruh social network marketing sebesar 0,378 memberikan makna bahwa social network marketing berpengaruh positif terhadap kepercayaan konsumen. Maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis pertama yang menyatakan “social network marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen Online Shop Hijabku di Kota Gresik.

Dalam konsep Social Network Marketing (Assaad & Gómez, 2011), Inti dari bisnis adalah konsumen dan jejaring sosial yang merupakan peluang untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan konsumen dan lebih menguntungkan, dan perusahaan harus memadukan kelima elemen dasar Social Network Marketing yaitu content creation, content sharing, connecting, dan community building untuk mendeteksi proses pembelian oleh konsumen. Kepercayaan Konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya adalah komentar atau ulasan positif dari konsumen melalui media sosial. Hal ini akan meningkatkan kepercayaan konsumen dan akan mengurangi persepsi risiko ketika konsumen belum mempunyai pengalaman berbelanja secara langsung. Hal tersebut sesuai dengan teori dari (Wang et al., 2014). Yang mengungkapkan

bahwa ulasan dari konsumen lain merupakan pengukuran kepercayaan konsumen.

Penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Dewi, 2020) dengan judul “Pengaruh SNM dan Komunikasi Electronic Word Of Mouth Terhadap Buying Interest melalui Trust sebagai Variabel Intervening pada Online Shop Shopee” yang hasilnya menunjukkan bahwa SNM berpengaruh positif signifikan terhadap Trust.

Dengan demikian, semakin kuat dan jelas social network marketing yang diberikan oleh online shop Hijabku Gresik maka semakin besar kemungkinan konsumen untuk semakin percaya saat membeli produk melalui jejaring sosial atau media online.

2. Pengaruh Social Network Marketing terhadap Minat Beli

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa variabel social network marketing diperoleh nilai t-statistic sebesar 1,998 dengan p-values sebesar 0,034 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), yang artinya social network marketing berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Besarnya nilai koefisien pengaruh social network marketing sebesar 0,378 memberikan makna bahwa social network marketing berpengaruh positif terhadap kepercayaan konsumen. Maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis pertama yang menyatakan “social network marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen Online Shop Hijabku di Kota Gresik.

3. Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WOM) terhadap Kepercayaan Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Electronic Word of Mouth (E-WOM) diperoleh nilai t-statistic sebesar 3,253 dengan p-values sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), yang artinya electronic word of mouth berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan konsumen. Besarnya nilai koefisien pengaruh electronic word of mouth sebesar 0,296 memberikan makna bahwa electronic word of mouth berpengaruh positif terhadap kepercayaan konsumen. Maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis ketiga yang menyatakan “electronic word of mouth berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen Online Shop Hijabku di Kota Gresik.

Kesimpulan

Berdasarkan uji analisis, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Social Network Marketing berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Kepercayaan Konsumen Online Shop Hijabku di Kota Gresik memiliki nilai sebesar 0,378 dengan p-values sebesar 0,000
2. Social Network Marketing berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Minat Beli Konsumen Online Shop Hijabku di Kota Gresik memiliki nilai sebesar 0,226 dengan p-values sebesar 0,001

3. Electronic Word of Mouth (E-WOM) berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Kepercayaan Konsumen Online Shop Hijabku di Kota Gresik memiliki nilai sebesar 0,296 dengan p-values sebesar 0,001
4. Electronic Word of Mouth (E-WOM) berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Minat Beli Online Shop Hijabku di Kota Gresik memiliki nilai sebesar 0,205 dengan p-values sebesar 0,013
5. Kepercayaan Konsumen berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Minat Beli Online Shop Hijabku di Kota Gresik memiliki nilai sebesar 0,568 dengan p-values sebesar 0,000
6. Social Network Marketing berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Minat Beli melalui Kepercayaan Konsumen Online Shop Hijabku di Kota Gresik memiliki nilai sebesar 0,168 dengan p-values sebesar 0,001
7. Electronic Word of Mouth (E-WOM) berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Minat Beli melalui Kepercayaan Konsumen Online Shop Hijabku di Kota Gresik memiliki nilai sebesar 0,215 dengan p-values sebesar 0,000.

BIBLIOGRAFI

- Assaad, W., & Gómez, J. M. (2011). Social network in marketing (social media marketing) opportunities and risks. *International Journal of Managing Public Sector Information and Communication Technologies*, 2(1), 13.
- Dewi, S. P. (2020). Pengaruh Komunikasi Electronic Word of Mouth dan Security terhadap Buying Interest melalui Trust Sebagai Variabel Intervening pada Online Shop Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa UST Yogyakarta). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 3(1), 20–29.
- Gunawan, D. D., & Huarng, K.-H. (2015). Viral effects of social network and media on consumers' purchase intention. *Journal of Business Research*, 68(11), 2237–2241.
- Gunawan, F. (2011). Pengaruh Persepsi Merek dan Kepercayaan Konsumen terhadap Brand Switching atas Produk Smartphone (Blackberry) pada Mahasiswa UNP. *E-Jurnal UNP*, 1–11.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15th Edition*. England. Pearson Education, Inc.
- Maoyan, & Al, E. (2014). Consumer Purchase Intention Research Based on Social Media Marketing. *International Journal of Business and Social Science*, 5(10), 92–97.
- Saragih, L. (2020). Pengaruh E-Wom Facebook Terhadap Minat Beli Mahasiswa Perempuan Berbelanja Online (Studi Pada Fakultas Ekonomi USI Pematangsiantar, Sumatera Utara, Indonesia). *Jurakunman (Jurnal Akuntansi Dan Manajemen)*, 13(1).
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfaberta.
- Wang, L., Law, R., Hung, K., & Guillet, B. D. (2014). Consumer trust in tourism and hospitality: A review of the literature. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 21, 1–9.



KONSEP PENGELOLAAN WAKAF TUNAI UNTUK KESEJAHTERAAN EKONOMI UMAT DALAM DISTRIBUSI KEKAYAAN: TELAHAH SURAT AL-HASYR AYAT 7

Neni Hardiati dan Hasan Bisri

Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung

Email: nenihardiati@gmail.com, hasanbisri.uinsgd@gmail.com

INFO ARTIKEL

Diterima
27 Februari 2021

Kata kunci:

wakaf tunai; distribusi
kekayaan

ABSTRAK

Konsep pengelolaan wakaf yang baik adalah memiliki tujuan untuk mensejahterakan perekonomian umat terkhusus dalam pendistribusian wakaf tunai sesuai yang terkandung dalam al-Qur'an surat Al-Hasyr ayat 7 bahwa harta itu boleh beredar pada orang kaya saja melainkan harus distribusikan kepada orang-orang miskin, anak-anak yatim serta ibnu sabil atau orang sedang dalam perjalanan di jalan Allah yang kehabisan bekalnya dalam mewujudkan suatu keadilan. Metode penelitian yang digunakan pada artikel ini adalah telaah literatur melalui studi pustaka yakni menelaah tentang wakaf tunai sebagai distribusi kekayaan sesuai yang terkandung dalam Al-Quran surat Al-Hasyr ayat 7. Wakaf tunai merupakan pendistribusian harta yang berbentuk secara tunai atau cash. Sistem ekonomi yang berbasis Islam menghendaki bahwa dalam perihal pendistribusian wajib bersumber pada 2 sendi, yaitu sendi kebebasan dalam mengeluarkan harta serta keadilan dalam kepemilikan. Di era modern seperti sekarang ini, pendistribusian harta tidak menyeluruh sehingga terjalin kesenjangan sosial yang kronis. Perkara semacam ini salah satunya bisa diatasi dengan membagikan peluang kerja secara mandiri lewat wirausaha usaha kecil-kecilan melalui modal yang dikumpulkan dari wakaf tunai, dimana melalui metode ini diharapkan bisa menghasilkan lapangan kerja serta kurangi kesenjangan sosial. Sebab wakaf tunai ini jika dikelola dengan baik oleh lembaga wakaf secara tidak langsung akan menurunkan angka kemiskinan maupun pengangguran negeri ini.

Pendahuluan

Wakaf ialah merupakan sebuah sedekah jariyah yang terus menerus. Sehingga dari wakaf sumber ekonomi tidak hanya tertuju pada orang-orang berada saja, akan tetapi juga dapat memungkinkan menyalurkan atau mendistribusikan terhadap orang yang membutuhkan. wakaf dalam bentuk tunai menjadi pilihan yang pas untuk dijadikan wakaf sebagai tujuan yang lebih optimal jika dimanfaatkan dalam suatu bentuk investasi untuk usaha yang lebih produktif (Saadati, 2014). Model pengelolaan wakaf tunai ini menurut Monzer Kahf ialah sebuah gerakan dalam menginvestasikan dana wakaf contohnya dalam mengubah benda tidak bergerak menjadi benda bergerak. Bahkan di Negara Islam seperti Turki, Saudi Arabia, Mesir, Bangladesh dan negara lainnya sudah mengelola dana wakaf tunai yang mampu membuktikan hasil kegunaan bagi masyarakat secara menyeluruh. Bahkan negara barat seperti di Inggris dan Amerikan Serikat telah memperdayakan wakaf tunai dalam bentuk usaha produktif yang diperuntukan untuk kesejahteraan dalam bidang ekonomi, pendidikan, kesehatan maupun sarana pendidikan keagamaan (Han & goleman, daniel; boyatzis, Richard; Mckee, 2019). Walaupun pengelolaan dan perkembangan wakaf mengalami kemajuan yang pesat namun wakaf tunai masih mendapatkan beberapa kendala seperti kendala dalam pelaksanaannya (Huda et al., 2014). Dalam Islam ibadah wakaf mempunyai kedudukan yang sangat berguna seperti halnya zakat maupun sedekah. Wakaf mewajibkan umat muslim agar merelakan harta yang diberikannya agar dimanfaatkan untuk kepentingan ibadah dan kemaslahatan. Benda wakaf yang telah diserahkan sudah menjadi hak milik umat bukan milik pribadi lagi. Wakaf dapat di buat untuk Lembaga yang potensial dalam mengelola agar berkembang dengan optimal, sebab lembaga perwakafan ialah suatu aset kebudayaan nasional dari aspek sosial yang harus mendapatkan perhatian dalam mepenopang perekonomian bangsa (Hazami, 2016). Ide pokok wakaf uang ialah suatu kegiatan yang sesuai syariat Islam yang ingin hidup manusia di dunia maupun di akhirat dengan kesejahteraan, meskipun ada beberapa perbedaan pendapat mengenai hukum wakaf tunai dari para ulama. Namun para ulama sepakat bahwasanya ketentuan-ketentuan wakaf tunai yakni harus bentuk benda, memiliki manfaat, tidak sekali pakai harta wakaf milik wakif sepenuhnya dan terhindar dari zat haram (Hardiati, 2020). Indonesia ialah negara muslim terbesar di dunia. Sebab hal itu menjadi suatu potensi agar di dimanfaatkan untuk implementasi peran wakaf demi membuat sebuah keadilan sosial yang memang tujuan membentuk kemaslahtan umat dalam mengentaskan kemiskinan yang sangat melanda Indonesia. Namun wakaf di Indonesia yang kurang mengarah ke pemberdayaan ekonomi Masyarakat karena pemahaman wakaf hanya ke aspek ibadah (Hazami, 2016). Wakaf mempunyai potensi yang besar sebagai sebuah institusi dalam mengembangkan dan kemaslahatan umat. Mengingat kegiatan ekonomi ialah salah satu fasilitas dalam hidup sejahtera di dunia, dan diharapkan bisa mendukung sebagai fasilitas dalam mencapai kemaslahatan di akhirat (Fikri et al., 2018). Sehingga kegiatan ekonomi ialah anjuran islam dalam ke setiap manusia, yang hal ini bisa dari wakaf tunai. Artikel ini menjelaskan bagaimana konsep surat Al-Hasyr dalam wakaf tunai untuk distribusi kekayaan dalam mensejahteraan ekonomi umat. Wakaf juga dipandang mempunyai kaitan yang sangat erat dengan proses

pengarsipan, melalui wakaf dianggap sangat efektif dalam pelaksanaan pelestarian penyimpanan jangka panjang. Anggapan ini sebagian besar bergantung pada kelanggengan hukum wakaf, diharapkan memberikan dokumen yang diperoleh selama proses wakaf lebih panjang legal, dan oleh sebab itu penyimpanan, masa hidup daripada yang terkait dengan proses pembuatan dokumen lainnya (Livingston, 2021).

Penghapusan kesenjangan sosial dan ketidakstabilan dalam masyarakat merupakan salah satu prinsip yang selalu diupayakan oleh setiap negara sebagai upaya perwujudan keadilan masyarakat. Keadilan bukan hanya mengenai keadilan ekonomi akan tetapi dalam keadilan dalam berbagai bidang keadilan seperti dalam politik, sosial maupun hukum sebab semuanya menyangkut dalam suatu keadilan sosial. Suatu aspek yang mempengaruhi kemaslahtan warga, ekonomi dalam keadilan dan keadilan sosial sangat kuat ikatannya. Perekonomian yang kuat dapat menunjang kesejahteraan sosial maupun masyarakat pun bisa merasakan kegunaan dari kekuatan ekonomi ini secara adil. Melalui kesejahteraan ekonomi sehingga dapat menjadi pemisah antara masyarakat yang memiliki harta berlebih dan masyarakat kurang mampu bisa diperkecil (Syauqi, 2014).

Islam ialah agama yang paling banyak di anut masyarkat Indonesia sehingga hal ini mempunyai berbagai lembaga yang diharapkan dapat menopang pemerintah untuk membentuk kesejahteraan warganya secara sosial, salah satunya melauai ibadah wakaf. Sehingga wakaf yang merupakan salah satu sumber keuangan umum yang dapat menaikkan derajat kehidupan ekonomi masyarakat (Budiman, 2011).

(Atabik, 2016), menyatakan bahwa wakaf yakni amalan dalam Islam yang mempunyai peran yang baik dalam perekonomian dan sosial yang dipakai sebagai pergerakan kehidupan umat untuk suatu capaian kesejahteraan warga yang adil, sejahtera dan makmur.

Negara Indonesia sendiri telah memiliki peraturan resmi yang membuat aturan dalam perwakafan, ialah Peraturan Pemerintah No. 28 Tahun 1977 mengenai Perwakafan tanah milik dan Peraturan Menteri agama No. 1 Tahun 1978 mengenai Peraturan Pelaksanaan Peraturan Pemerintah No. 28 Tahun 1977 tentang Perwakafan tanah milik serta Kompilasi Hukum Islam Buku III tentang Hukum Perwakafan. Dalam Peraturan Pemerintah ini namun yang diatur yakni hanya wakaf tanah milik (Muntaqo, 2015). Akan tetapi seiring berkembangnya suatu peraturan ini tidak lagi dapat mencangkup berkembangnya di masyarakat secara khusus yang mengakomodir mengenai wakaf. Lembaga keuangan seperti bank pun tidak mau menerima tanah maupun asset yang lain agar bisa dijadikan jaminan. Sebab benda wakaf bukanlah hak milik, namun hak guna pada manfaat dari benda wakaf itu (Zainul Arifin, 2012). Sejalan dengan itu, wakaf tunai memiliki potensi sebagai wadah dalam keuangan Islam dalam memperoleh pendapatan bagi kemaslahatan masyarakat. Meski demikian, terdapat kesulitan dan tantangan dalam pelaksanaannya. Masalah kritis yang mempengaruhi pelaksanaan wakaf tunai seperti tidak memadainya undang-undang dan kerangka peraturan yang komprehensif, kurangnya keterampilan manajemen antar entitas terkait, tidak adanya mekanisme regulasi untuk memastikan pengumpulan wakaf tunai transparan dan lengkap serta kurangnya transparansi dalam penyaluran dana ke penerima manfaat tertentu harus

ditangani jika wakaf tunai ingin sepenuhnya mengambil peran yang berarti dalam memenuhi kebutuhan sosial-ekonomi umat muslim (Ali & Markom, 2020).

Dalam membentuk pengelolaan wakaf wajib dilakukan dengan keadilan melalui aktivitas ekonomi supaya bisa mensejahterakan masyarakat. Pelaksanaan ekonomi dalam mengelola wakaf wajib sesuai prinsip-prinsip syariah. Namun, fakta yang ada yakni bahwa yang terlanjur mengakomodir sumber daya semakin giat mengumpulkan assetnya sendiri. Sedangkan yang memiliki kesusahan dalam menjangkau sumber daya sehingga tidak berdaya. Artinya, distribusi kekayaan di kalangan umat sangat tidak adil sehingga menimbulkan permasalahan kesenjangan sosial dan ekonomi hingga saat ini.

Metode Penelitian

Metode yang dipakai oleh penulis dalam artikel ini yakni metode kajian literature. (Sugiyono, 2015), menyatakan kajian literature ialah metode yang digunakan dalam mengumpulkan sumber-sumber data yang memiliki hubungan dengan topik yang diangkat pada suatu penelitian. Studi literatur diperoleh dari beberapa sumber seperti karya tulis ilmiah jurnal, buku, internet, dan lain-lain. Dalam penulisan artikel ini, studi literatur yang digunakan oleh penulis ialah dengan melaksanakan pencarian terhadap beberapa sumber ilmiah, baik berupa buku-buku, arsip, majalah, artikel, maupun jurnal atau dokumen-dokumen yang relevan dengan topik yang dikaji. Kegiatan penunjang yang dilaksanakan dalam kegiatan kajian literature ini yakni meliputi mencari, membaca, dan menelaah pendapat – pendapat dari para ahli dan bahan pustaka yang memuat teori-teori yang relevan.

Hasil dan Pembahasan

A. Konsep Pengelolaan Wakaf di telaah dari Surat Al-Hasyr Ayat 7

(Huda et al., 2014), menyatakan bahwa kesenjangan sosial ekonomi dalam ajaran Islam wajib dihindari sebab kemiskinan hendak mendekatkan pada kekufuran serta kerawanan sosial, perihal ini antara lain disebutkan dalam Al- Quran surah Al-Hasyr: 7 yang menekankan supaya kekayaan tidak cuma tersebar digolongan orang kaya, tetapi pula bias tersebar pada golongan orang miskin sehingga kesejahteraan serta kebahagiaan bisa dialami bersama.

مَا أَفَاءَ اللَّهُ عَلَى رَسُولِهِ مِنْ أَهْلِ الْقُرَىٰ فَلِللَّهِ وَلِلرَّسُولِ وَلِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ
وَالْمَسْكِينِ وَابْنِ السَّبِيلِ كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ ۚ وَمَا آتَاكُمُ الرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَمَا
نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya:

“Apa saja harta rampasan (fai-i) yang diberikan Allah kepada Rasul-Nya (dari harta benda) yang berasal dari penduduk berbagai negeri yakni untuk Allah, untuk Rasul,

kaum kerabat, anak-anak yatim, orang-orang kurang mampu maupun mereka yang sedang dalam perjalanan, suoya harta itu tidak berputar dalam kalangan orang-orang berada saja di antara kamu. Apa yang diberikan Rasul kepadamu, maka terimalah. Dan apa yang dilarangnya bagimu, maka tinggalkanlah. Dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah amat keras hukumannya”.

B. Konsep Distribusi Kekayaan dalam hukum ekonomi Islam

Distribusi dalam perspektif Al-Quran yakni pembagian dalam bentuk kesyukuran atas nikmat dari Allah SWT, namun bila di hubungkan dengan harta sehingga distribusi ialah wujud pembagian harta seseorang atau negara bagi orang lain baik individu ataupun lembaga sebagai rasa syukur terhadap Allah SWT ada sebagian instrumen yang dijadikan selaku fasilitas distribusi. Instrumen distribusi kekayaan dalam ekonomi Islam meliputi; zakat, wakaf, waris, infaq serta shadaqah. Disebutkan bila instrumen distribusi meliputi; zakat, peninggalan, wasiat, wakaf, zakat fitri, infaq, shadaqah, qard hasan, kurban serta aqiqah musa' adah, huquq jiran, huquq dhuyuf serta berikan makan kalangan miskin.(Ika Yunia Fauzia, 2015). Wadah dalam distribusi yakni; zakat, waris, wasiat, wakaf, zakat fitri, uang tebusan, infaq shadaqah, berikan makan kalangan miskin, piutang yang baik kepada Allah, menginfakkan kelebihan, larangan menumpuk numpuk harta, dan hal- hal yang terlarang (Zakiah, 2017).

(Takhim, 2016), menyatakan bahwa kebebasan dalam distribusi ekonomi Islam yakni kebebasan yang dibingkai oleh nilai- nilai tauhid serta keadilan, semacam uraian kalangan kapitalis, yang menyatakannya selaku aksi melepaskan manusia buat berbuat serta berperan tanpa campur tangan pihak mana juga, namun selaku penyeimbang antara orang dengan faktor modul serta spiritual yang dimilikinya, penyeimbang antara orang serta warga dan antara sesuatu warga dengan warga yang lain. Sebaliknya keadilan dalam pendistribusian ini tercermin dari larangan dalam al-Qur' an(QS. Al- Hasyr: 7, supaya supaya harta kekayaan tidak hanya berada di antara orang- orang kaya saja, sehingga diharapkan dapat memberikan donasi pada kesejahteraan warga sebagai sesuatu totalitas. Sehingga dalam sistem ekonomi Islam, penimbunan kekayaan oleh sekelompok orang wajib dihindarkan serta langkah- langkah dicoba secara otomatis buat mengalihkan harta kekayaan terhadap warga yang lemah. Namun tidak hanya itu, sendi kebebasan sistem ekonomi Islam membagikan kesempatan serta akses yang sama serta membagikan hak- hak natural kepada seluruh orang. Kepemilikan orang dilindungi namun butuh diimbangi dengan rasa tanggung jawab serta dibatasi oleh landasan moral serta hukum. Dalam kerangka moral Islam tiap orang tidak hendak melakukan dominasi, aksi korupsi, mengabaikan kepentingan orang lain buat diri sendiri, keluarga ataupun saudara (Rahmawaty, 2013).

C. Tafsir Surat Al-Hasyr Ayat 7

Harta fai' dari orang-orang kafir yang Allah berikan kepada Rasulullah yakni bagi Allah dan rasul-Nya, dan dapat disalurkan dalam kemaslahatan kaum muslimin, untuk para kerabat Rasulullah dari Bani Hasyim dan Abdul Mutthalib, anak-anak

yatim, orang-orang fakir, maupun para musafir yang kehabisan bekalnya. Pembagian ini supaya harta tidak berputar di warga kaya saja. Sehingga pemberian atau syariat yang Rasulullah SAW tetapkan, yakni terima dan laksanakanlah; sementara sesuatu yang Rasulullah larang untuk dilaksanakan, sehingga jauhilah itu. Kemudian takutlah kalian pada penciptanya yakni Allah SWT yakni melalui menjalankan perintah-Nya sebab sungguh Allah Maha berat siksaan-Nya bagi orang yang tidak mentaatinya.

Umar bin Khattab berkata: Berkumpullah untuk memusyawarahkan perkara harta fai' ini, sungguh aku membaca ayat-ayat al-Qur'an yang cukup bagiku (untuk perkara ini). Allah berfirman:

وَمَا أَفَاءَ اللَّهُ عَلَى رَسُولِهِ مِنْهُمْ فَمَا أَوْجَفْتُمْ عَلَيْهِ مِنْ خَيْلٍ وَلَا رِكَابٍ وَلَكِنَّ اللَّهَ يُسَلِّطُ رَسُولَهُ عَلَى
مَنْ يَشَاءُ ۚ وَاللَّهُ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ

Dan apa saja harta rampasan (fai-i) yang diberikan Allah kepada Rasul-Nya (dari harta benda) mereka, maka untuk mendapatkan itu kamu tidak mengerahkan seekor kudapun dan (tidak pula) seekor untapun, namun Allah yang memberikan kekuasaan pada Rasul-Nya terhadap apa saja yang dikehendaki-Nya. Dan Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu. [al-Hasyr: 6]

مَا أَفَاءَ اللَّهُ عَلَى رَسُولِهِ مِنْ أَهْلِ الْقُرَىٰ فَلِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ وَلِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَابْنِ
السَّبِيلِ كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ ۚ وَمَا آتَاكُمُ الرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا ۚ
وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

“Apa saja harta rampasan (fai-i) yang diberikan Allah kepada Rasul-Nya (dari harta benda) yang berasal dari penduduk kota-kota maka adalah untuk Allah, untuk Rasul, kaum kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin dan orang-orang yang dalam perjalanan, supaya harta itu jangan beredar di antara orang-orang kaya saja di antara kamu. Apa yang diberikan Rasul kepadamu, maka terimalah. Dan apa yang dilarangnya bagimu, maka tinggalkanlah. Dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah amat keras hukumannya. (al-Hasyr: 7)”

Demi Allah, harta fai' ini bukan untuk mereka saja. Lalu Umar membaca ayat:

لِلْفُقَرَاءِ الْمُهَاجِرِينَ الَّذِينَ أُخْرِجُوا مِنْ دِيَارِهِمْ وَأَمْوَالُهُمْ يُبْتَغُونَ فَرَضًا مِنَ اللَّهِ وَرِضْوَانًا وَيَنْصُرُونَ
اللَّهَ وَرَسُولَهُ ۚ أُولَٰئِكَ هُمُ الصَّادِقُونَ

(Juga) bagi orang fakir yang berhijrah yang diusir dari kampung halaman dan dari harta benda mereka sebab mencari karunia dari Allah dan keridhaan-Nya dan mereka menolong Allah dan Rasul-Nya. Mereka itulah orang-orang yang benar. [al-Hasyr: 8] Demi Allah, harta fai' ini juga bukan untuk mereka saja. Kemudian Umar membaca ayat:

وَالَّذِينَ جَاءُوا مِنْ بَعْدِهِمْ يَقُولُونَ رَبَّنَا اغْفِرْ لَنَا وَلِإِخْوَانِنَا الَّذِينَ سَبَقُونَا بِالْإِيمَانِ وَلَا تَجْعَلْ فِي قُلُوبِنَا غِلًّا لِلَّذِينَ ءَامَنُوا رَبَّنَا إِنَّكَ رَءُوفٌ رَحِيمٌ

Dan orang-orang yang datang sesudah mereka (Muhajirin dan Anshor), mereka berdoa: "Ya Rabb kami, beri ampunlah kami dan saudara-saudara kami yang telah beriman lebih dulu dari kami, dan janganlah engkau membiarkan kedengkian dalam hati kami pada orang-orang yang beriman; Ya Rabb kami, Sesungguhnya engkau Maha Penyantun lagi Maha Penyayang". (al-Hasyr: 10).

D. Asbabun Nuzul ayat tersebut

Surat al-Hasyr diturunkan pada waktu peperangan bani Nadhir (4H/625M). Kaum yahudi bani Nadhir ialah penduduk yang dahulu di zaman Nabi Muhammad bertempat tinggal dan berkebun kurma di luar kota Madinah. Sebab pengkhianatan mereka terhadap Rasulullah, maka Rasul pun mengepung mereka dan mengusirnya seraya Rasul membolehkan mereka membawa harta kekayaannya sejauh yang mereka mampu mengangkutnya dengan binatang-binatang mereka, dengan catatan mereka tidak diperbolehkan membawa senjata. Mereka pun kemudian pergi sampai ke Syam (Syria). Allah menurunkan ayat 1 sampai 5 surat al-Hasyr yang pada intinya adalah membenarkan tindakan Rasulullah itu termasuk tindakannya untuk mengambil alih sisa-sisa harta yang ditinggalkan mereka (kaum bani Nadhir).

Dalam riwayat lain dijelaskan yakni ketika Rasulullah sampai di suatu tempat kaum bani Nadhir, mereka bersembunyi dalam benteng. Kemudian Rasulullah membuat para sahabat agar menebang pohon-pohon kurma supaya kemudian membakarnya sampai berasap tebal yang menyebabkan bani Nadhir tidak dapat lagi bertahan di dalam benteng. Kemudian mereka berteriak-teriak memanggil Nabi Muhammad sambil mengatakan: "Hai Muhammad! Kamu sudah melarang orang merusak bumi, dan mencela orang yang berbuat kerusakan di muka bumi tapi kenapa kamu sendiri justru menebangi pohon-pohon kurma dan lalu membakarnya?" Terkait teriakan mereka itu, sehingga turunlah ayat 7 dari surat al-Hasyr.

E. Analisis Penafsiran

Dalam ayat tersebut menjelaskan bahwa supaya harta benda tidak hanya beredar pada orang kaya saja, sebab seharusnya harta tersebut juga di nikmati orang-orang miskin, hamba sahaya, fakir miskin, dan orang yang sedang melakukan perjalanan di jalan Allah SWT.

F. Istibath al-Ahkam

Dari ayat di atas dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Harta fa'i itu pada dasarnya dan dalam kenyataannya diproyeksikan untuk kesejahteraan umum seperti yang dijalankan oleh kebijakan dan kebajikan Rasulullah, sehingga untuk masyarakat miskin tertentu dalam hal ini keluarga Nabi sendiri (khusus Bani Hasyim dan Bani Abdul Muthalib), anak-anak yang sudah tidak memiliki ayah, orang-orang tidak memiliki harta, dan ibnu sabil.
- b. Tujuan utama dari pembagian harta fai (ke dalam lima bagian) yang dilakukan secara profesional, proporsional, dan prosedural itu, semata-mata agar mencegah

- kemungkinan peredaran harta kekayaan sering maupun selamanya hanya berada di dalam genggaman segelintir orang-orang yang memiliki banyak harta.
- c. Semua dan setiap hukum yang dijalankan Rasulullah, wajib diikuti oleh umatnya. Sebaliknya, setiap hukum yang tidak dibolehkan oleh Rasulullah, wajib di jauhi oleh umatnya.
 - d. Mengikuti hukum Rasulullah itu merupakan bagian dari perintah ketakwaan kepada Allah, melanggarnya tergolong ke dalam perbuatan dosa yang akan disiksa oleh Allah.

G. Pengertian Wakaf Tunai

Secara bahasa, kata wakaf berasal dari bahasa Arab: Al-Waqf bermaksud harta yang diwakafkan; Al-Habs bermakna harta itu ditahan, Al-Mana' bermaksud dihalang. Dari segi syara' Wakaf bermaksud seseorang yang menyerahkan hak miliknya (harta yang boleh digunakan tanpa susut fizikalnya kepada pengguna wakaf tersebut dari mula harta diwakafkan hingga ke akhirnya semata-mata kerana Allah S.W.T. Hanya tidak boleh diambil kembali atau dimiliki oleh mana-mana individu (Syamsuri et al., 2020).

Menurut Faishal Haq, kata Waqf (wakaf) dapat diartikan sebagai sesuatu yang substansinya (wujud aktiva) dipertahankan, sementara hasil/manfaatnya digunakan sesuai dengan keinginan Waqif (orang yang mewakafkan hartanya). Namun dalam perkembangannya terdapat implementasi wakaf dengan "tunai" sebagaimana yang dilakukan pada masa kekhalifahan Utsmaniyah. Wakaf dengan sistem "tunai" membuka peluang yang unik bagi penciptaan investasi bidang keagamaan, pendidikan, serta pelayanan sosial (Haq, 2012). Sedangkan tabungan dari warga negara yang berpenghasilan tinggi dapat digunakan dalam penukaran sertifikat wakaf tunai, sedangkan pendapatan yang diperoleh dari pengelolaan wakaf tunai tersebut dapat digunakan untuk berbagai kepentingan kemaslahatan umat (Syafiq, 2016).

Dari pengertian tersebut dapat dirumuskan bahwa "wakaf tunai" merupakan dana atau uang yang dihimpun oleh institusi pengelola wakaf (nadzir) melalui penerbitan sertifikat wakaf tunai yang dibeli oleh masyarakat. Dalam pengertian lain Wakaf Tunai dapat juga diartikan mewakafkan harta berupa uang atau surat berharga yang dikelola oleh institusi perbankan atau lembaga keuangan syaria'ah yang keuntungannya akan disedekahkan, tetapi modalnya tidak bisa dikurangi untuk sedekahnya, sedangkan dana wakaf yang terkumpul selanjutnya dapat digulirkan dan diinvestasikan oleh nadzir ke dalam berbagai sektor usaha yang halal dan produktif, sehingga keuntungannya dapat dimanfaatkan untuk pembangunan umat dan bangsa secara keseluruhan (Suganda, 2014).

Sedangkan pengertian wakaf tunai yang lainnya, Wakaf tunai adalah wakaf yang dilakukan seseorang, kelompok orang, dan lembaga atau badan hukum dalam bentuk uang tunai. Bank Indonesia mendefinisikan wakaf tunai adalah penyerahan asset wakaf berupa uang tunai yang tidak dapat dipindahtangankan dan dibekukan selain untuk kepentingan umum yang tidak mengurangi ataupun menghilangkan jumlah pokoknya (Tho'in & Prastiwi, 2015).

(Rusyiana, 2018), menyatakan Komisi Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) mendefinisikan tentang wakaf tunai, sebagai berikut:

- a. Wakaf uang (cash waqaf/ waqf al nuqud) adalah wakaf yang dilakukan seseorang, kelompok orang atau lembaga atau badan hukum dalam bentuk uang tunai.
- b. Termasuk dalam pengertian uang adalah surat-surat berharga.
- c. Wakaf uang hukumnya boleh.
- d. Wakaf uang hanya boleh disalurkan dan digunakan untuk hal-hal yang dibolehkan secara syar'i.
- e. Nilai pokok wakaf uang harus dijamin kelestariannya, tidak boleh dijual, dihibahkan, dan atau diwariskan.

(Ibrahim & Ab, 2021), menyatakan di Negara tetangga yakni Malaysia pemberian wakaf dalam bentuk tunai ini lebih fleksibel dalam pengurusannya. Sebab terdapat beberapa masalah berbangkit berkenaan pentadbiran tanah wakaf berdasarkan peruntukan Kanun Tanah Negara Institusi wakaf negeri telah menawarkan skim wakaf berbentuk tunai kepada orang ramai melalui dua kaedah iaitu melalui skim wakaf tunai dan saham wakaf. Walaupun begitu, kedua-dua kaedah pelaksanaan wakaf tunai ini adalah merujuk kepada matlamat yang sama iaitu rancangan mengumpulkan wang tunai untuk tujuan wakaf. Skim wakaf tunai ialah rancangan untuk mengumpulkan dana berbentuk wang tunai untuk tujuan wakaf bagi maksud kebajikan sama ada umum atau khusus menurut hukum Syara.

Kesimpulan

Wakaf tunai adalah wakaf yang dilakukan seseorang, kelompok orang, dan lembaga atau badan hukum dalam bentuk uang tunai. Al-Quran surah Al-Hasyr : 7 yang menekankan agar kekayaan tidak hanya beredar dikalangan orang kaya, namun juga bias beredar pada kalangan orang miskin sehingga kesejahteraan dan kebahagiaan dapat dirasakan bersama. Islam sebagai agama yang rahmatanlilalamin memberikan motifasi pada umatnya untuk mau berbagi dalam upaya menciptakan kesejahteraan umat manusia secara kolektif dengan konsep saling membantu diantara sesama umat manusia karena hakekatnya manusia itu bersaudara dan merupakan makhluk sosial yang memiliki ketergantungan satu sama lainnya, ada yang kaya dan ada juga yang miskin. Dalam agama Islam orang kaya memiliki kewajiban untuk menafkahkan sebagian rizkinya untuk orang miskin. Salah satu cara untuk mengatasi kesenjangan ekonomi adalah dengan pemberdayaan masyarakat kecil dalam usaha yang dibantu dengan modal dari wakaf produktif/wakaf uang sebagaimana kami sebut diatas karena wakaf uang memiliki potensi dapat memberdayakan masyarakat kecil sehingga kesenjangan ekonomi dapat ditekan.

BIBLIOGRAFI

- Ali, N. A., & Markom, R. (2020). *The Challenges in Implementing Cash Waqf in Malaysia*. 1–8.
- Atabik, A. (2016). Manajemen pengelolaan wakaf tunai di Indonesia. *ZISWAF: Jurnal Zakat Dan Wakaf*, 1(1), 1–26.
- Budiman, A. A. (2011). Akuntabilitas lembaga pengelola wakaf. *Walisongo: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 19(1), 75–102.
- Fikri, A. L., Yasin, M., & Jupri, A. (2018). Konsep Pengelolaan Koperasi Pesantren untuk Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat: Telaah Surah Al-Hasyr Ayat 7. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4(02), 103. <https://doi.org/10.29040/jiei.v4i2.249>
- Han, E. S., & goleman, daniel; boyatzis, Richard; Mckee, A. (2019). Model Pengelolaan Wakaf Tunai [Waqf Al Nuqud] Sebagai Sarana Pemberdayaan Ekonomi Umat. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Haq, A. F. (2012). Wakaf kontemporer, dari teori ke aplikasi. *Maliyah: Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 2(2).
- Hardiati, N. (2020). Wakaf Tunai (Cash Waqf) menurut Perspektif Ulama dan tinjauan Maqashid Syariah. *Akselerasi*, 2(3), 106–117.
- Hazami, B. (2016). Peran dan aplikasi wakaf dalam mewujudkan kesejahteraan umat di Indonesia. *Analisis*, XVI, 173–204.
- Huda, N., Anggraini, D., Rini, N., Hudori, K., & Mardoni, Y. (2014). Akuntabilitas sebagai sebuah solusi pengelolaan wakaf. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 5(3), 485–497.
- Ibrahim, A., & Ab, A. (2021). Peranan Ijtihad Jama'i dalam Pembentukan Skim Wakaf Tunai di Malaysia. *JFatwa*, 23(1), 53–70.
- Livingston, D. (2021). Documentary Constellations in Late-Mamlūk Cairo: Property- and Waqf -Related Archiving on the Eve of the Ottoman Conquest of Egypt . *Itinerario*, 44(3), 1–24. <https://doi.org/10.1017/s0165115320000315>
- Muntaqo, F. (2015). Problematika dan prospek wakaf produktif di indonesia. *Al-Ahkam*, 1(25), 83–108.
- Rahmawaty, A. (2013). Upaya Pemerataan Kesejahteraan Melalui Keadilan Distributif. *Equilibrium*, 1(1), 1–17.
- Rusydiana, A. (2018). Aplikasi Interpretive structural modeling untuk strategi pengembangan wakaf tunai di Indonesia. *JEBIS (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 4(1), 1–17.

- Saadati, N. (2014). *Pengelolaan Wakaf Tunai dalam mekanisme Pemberdayaan Ekonomi Pesantren*. Tesis, Yogyakarta: UIN Kalijaga.
- Suganda, A. D. (2014). Konsep Wakaf Tunai. *ISLAMICOMIC: Jurnal Ekonomi Islam*, 5(2).
- Sugiyono. (2015). Metode penelitian pendidikan. In *Jakarta : mitra wacana merdeka* (pp. 286–288).
- Syafiq, A. (2016). Wakaf Tunai untuk pemberdayaan usaha kecil. *ZISWAF: Jurnal Zakat Dan Wakaf*, 1(2), 1–25.
- Syamsuri, Perdi, P. F. R., & Aris Stianto. (2020). Potensi Wakaf di Indonesia (Kontribusi Wakaf dalam Mengurangi Kemiskinan). *Malia (Terakreditasi)*, 12(1), 79–94. <https://doi.org/10.35891/ml.v12i1.1939>
- Syauqi, M. A. (2014). Optimalisasi pengelolaan wakaf uang untuk kesejahteraan umum. *Kanun Jurnal Ilmu Hukum*, 16(2), 369–383.
- Takhim, M. (2016). Sistem Ekonomi Islam dan Kesejahteraan Masyarakat. *Al-Mabsut: Jurnal Studi Islam Dan Sosial*, 10(2), 436–451.
- Tho'in, M., & Prastiwi, I. E. (2015). Wakaf Tunai Perspektif Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 1(02).
- Zainul Arifin, M. B. A. (2012). *Dasar-dasar manajemen bank syariah*. Pustaka Alvabet.
- Zakiah, K. (2017). Peran Negara Dalam Distribusi Kekayaan (Perspektif Ekonomi Islam). *Al-Falah: Journal of Islamic Economics*, 2(1), 37–52.



PENERAPAN STRATEGI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN (STUDI KASUS PADA NISSI FURNITURE SURABAYA)

Shintiya Anggi Erfariani dan Ety Dwi Susanti

Universitas Pembangunan Nasional (UPN) Veteran, Jawa Timur, Indonesia

Email: shintiyaae98@gmail.com dan etydwisantoso@gmail.com

INFO ARTIKEL

Diterima
7 April 2021

Kata kunci:

strategi; customer relationship management; loyalitas

ABSTRAK

Sejalan dengan perkembangan teknologi sistem informasi, perkembangan dunia pemasaran juga menjadi salah satu faktor utama perusahaan dalam memperbaiki sistem pemasaran produk maupun jasanya. Sehingga hal tersebut menyebabkan sebagian besar pelaku bisnis maupun perusahaan mulai memfokuskan strategi khusus untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Strategi pemasaran yang berbasis upaya menciptakan hubungan baik antara perusahaan dengan pelanggan dikenal dengan istilah Customer Relationship Management (CRM). Penelitian skripsi ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan penerapan strategi Customer Relationship Management (CRM) yang dilakukan oleh Nissi Furniture Surabaya dalam usahanya meningkatkan loyalitas pelanggan. Metode penelitian yang digunakan yaitu pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data penelitian ini dilakukan dengan cara reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Penelitian ini menunjukkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang menyatakan bahwa penerapan strategi Customer Relationship Management (CRM) yang dilakukan oleh Nissi Furniture Surabaya dalam meningkatkan loyalitas pelanggan yaitu dengan melakukan beberapa proses yaitu Identifikasi Pelanggan yang dilakukan oleh seluruh karyawan khususnya Customer Service dengan meminta data pelanggan berupa nama pelanggan, nomer telepon pelanggan, alamat pelanggan, serta nama, design dan bahan-bahan untuk furniture yang dipesannya. Diferensiasi Pelanggan yang dilakukan dengan membagi dan membedakan pelanggan menjadi 3 (tiga) tipe yaitu pelanggan sistem borongan (proyek), pelanggan sistem

perorangan, dan pelanggan yang bertanya mengenai informasi pemesanan furniture. Interaksi Dengan Pelanggan yang dilakukan dengan 2 (dua) cara yaitu melalui tatap muka secara langsung dan melalui sosial media yaitu Whatsapp, Instagram (Direct Message), dan E-mail. Personalisasi yang dilakukan dengan menyesuaikan dengan konsep Nissi Furniture Surabaya yaitu design custome furniture, sehingga lebih banyak mengikuti dan menyesuaikan keinginan serta kebutuhan pelanggannya. Proses penerapan strategi Customer Relationship Management (CRM) di Nissi Furniture Surabaya yang dilakukan untuk meningkatkan rasa loyalitas pelanggan juga direalisasikan dengan usaha memberikan pelayanan dengan baik, ramah, sopan, dan sesuai dengan komitmen atau kesepakatan antara pelanggan dan Nissi Furniture Surabaya. Oleh karena itu, pelanggan membalasnya dengan cara merekomendasikan dan mempromosikan Nissi Furniture Surabaya kepada orang lain serta dengan cara pelanggan tersebut melakukan repurchase (pembelian/pemesanan ulang) furniture kepada Nissi Furniture Surabaya.

Pendahuluan

Persaingan pada industri bisnis di era globalisasi saat ini semakin mengalami kemajuan yang cukup konsisten. Hal tersebut disebabkan pula karena pesatnya perkembangan teknologi sistem informasi yang mengakibatkan pelaku bisnis maupun perusahaan berupaya untuk terus meningkatkan kemampuan dan keunggulannya dengan memanfaatkan seluruh potensi yang ada disekitarnya. Persaingan bisnis saat ini tidak hanya terfokus pada kualitas produk yang baik, melainkan pada kualitas pelayanan prima yang akan mendorong pelanggan memiliki keinginan kembali untuk membeli produk maupun menggunakan jasa yang ditawarkan perusahaan. Sehingga hal tersebut juga akan meningkatkan kualitas hubungan antara perusahaan dengan pelanggan. Saat ini para pelaku bisnis juga dituntut untuk lebih inovatif dan kreatif dalam mengelola perusahaan agar dapat bertahan dalam persaingan yang dinilai semakin ketat. Dalam mengelola perusahaan, pelaku bisnis tak lepas dari strategi khusus agar para pelanggan tidak beralih kepada pesaing sejenis. Strategi tersebut harus mampu memahami kondisi internal maupun eksternal perusahaan yang menjadi sasaran utama perusahaan dalam mencapai tujuannya. Apabila strategi tersebut berjalan sesuai yang diharapkan oleh perusahaan maka artinya perusahaan telah menemukan jalan keluar dalam menghadapi para pesaingnya.

Sejalan dengan perkembangan teknologi sistem informasi, perkembangan dunia pemasaran juga dirasa menjadi salah satu faktor utama perusahaan dalam memperbaiki sistem pemasaran produk maupun jasanya. Sehingga hal tersebut menyebabkan

sebagian besar pelaku bisnis maupun perusahaan tidak hanya fokus pada usaha untuk mencari konsumen sebanyak-banyaknya, namun mereka mulai memfokuskan strategi khusus untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan lama yang telah konsisten menggunakan produk maupun jasanya. Sun Tzu (2004) dalam (Jannah, 2019) menyatakan bahwa usaha penjualan atau pemasaran produk maupun jasa yang paling baik adalah penjualan yang melangkah lebih jauh dan mengoptimalkan usahanya untuk mengubah pelanggan menjadi client.” Kutipan tersebut dapat menjadi bukti mengenai pentingnya hubungan jangka panjang antara perusahaan dengan pelanggan. Apabila pelanggan dan perusahaan memiliki hubungan yang baik, maka perusahaan tersebut kemungkinan besar akan dapat bertahan dalam persaingan, dan bahkan dapat mencapai visinya sebagai tujuan utama operasional perusahaan. Strategi pemasaran yang berbasis upaya menciptakan hubungan baik antara pihak perusahaan dengan pihak pelanggan dikenal dengan istilah Customer Relationship Management (CRM), dalam Bahasa Indonesia diterjemahkan menjadi Manajemen Hubungan pelanggan.

Customer relationship Management atau yang biasa disebut Manajemen Hubungan Pelanggan merupakan strategi pemasaran yang menggabungkan antara proses, manusia dan teknologi. Customer relationship Management (CRM) juga disebut sebagai strategi pemasaran terbaik dalam mempertahankan pelanggan yang telah ada dengan cara mengelolanya agar melakukan pembelian berulang, sehingga tingkat kepercayaan pelanggan kepada perusahaan semakin meningkat. Hal tersebut yang menjadi faktor pendukung munculnya rasa loyalitas pelanggan kepada perusahaan.

Adapun pengertian Customer Relationship Management menurut (Kumar & Reinartz, 2018) sebagai berikut Customer Relationship Management (CRM) is the strategic process of selecting customers that a firm can most profitably serve and shaping interactions between a company and these customers. The ultimate goal is to optimize the current and future value of customers for the company. Artinya: Manajemen Hubungan Pelanggan adalah proses strategi dalam memilih pelanggan untuk dilayani oleh perusahaan dengan membentuk hubungan yang paling menguntungkan antara perusahaan dan pelanggan. Tujuan utamanya adalah untuk mengoptimalkan nilai pelanggan saat ini dan masa depan bagi perusahaan. Customer Relationship Management (CRM) diketahui juga melibatkan otomatisasi sistem informasi dalam peningkatan proses bisnis yang mengutamakan loyalitas pelanggan, termasuk dalam hal penjualan, pemasaran, dan layanan prima pelanggan. Bukan hanya mengotomatisasikan proses tersebut, CRM juga fokus untuk memastikan implementasi otomatisasi tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, sehingga mengakibatkan peningkatan loyalitas pelanggan dan dengan demikian juga dapat mempengaruhi laba perusahaan.

Menurut Nadeem dalam (Kumar & Reinartz, 2018) menyatakan With Customer Relationship Management, a company creates an environment and flexible support system that can deal readily with issues surrounding product innovation, increasing customer expectations, globalization, emergence of new technologies, and new customer contact channels. Artinya: Dengan Manajemen Hubungan Pelanggan, suatu

perusahaan dapat menciptakan lingkungan kerja yang sehat dengan sistem informasi pendukung yang fleksibel sehingga perusahaan dengan mudah menangani masalah mengenai produk inovasi, usaha dalam meningkatkan harapan pelanggan, penyesuaian pada era globalisasi, kemunculan teknologi baru, dan saluran kontak pelanggan baru.

Pelanggan yang telah melakukan pembelian berulang kali secara teratur maupun pelanggan yang telah memakai jasa suatu perusahaan lebih dari dua kali disebut sebagai pelanggan yang loyal (setia). Tanpa menjaga loyalitas pelanggan dan tanpa adanya hubungan baik antara pelanggan dengan pihak perusahaan, maka dapat dipastikan proses pemasaran yang dijalankan perusahaan akan kurang maksimal dan roda bisnis yang dijalankan belum berhasil memenangkan persaingan pasar tujuan yang semakin hari semakin ketat. Oleh karena itu, suatu perusahaan membutuhkan strategi Customer Relationship Management (CRM) untuk mempertahankan kejayaan dan performance bisnisnya dalam jangka waktu yang panjang. Loyalitas pelanggan terhadap perusahaan merupakan bentuk imbal balik pelanggan terhadap perusahaan karena pelanggan tersebut merasakan kepuasan akibat keinginan dan kebutuhannya terpenuhi sesuai dengan harapan. Hal ini dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan baik dalam hal materi maupun relasinya dengan pelanggan tersebut. Menurut Marlius dalam (Jannah, 2019) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan merupakan sikap setia dan komitmen yang diberikan oleh pelanggan untuk perusahaan dalam melakukan pembelian jangka panjang terhadap produk maupun jasa perusahaan. Sikap loyalitas pada pelanggan akan tumbuh ketika rasa kepercayaan terhadap perusahaan meningkat. Dengan adanya penerapan Customer Relationship Management (CRM) sebagai strategi yang optimal, maka perusahaan dapat memperoleh pelanggan dengan rasa percaya dan sikap loyalitas yang tinggi terhadap perusahaan. Loyalitas pelanggan akan berlanjut hanya sepanjang pelanggan merasakan bahwa ia menerima kualitas yang lebih baik dibandingkan dengan tawaran dari perusahaan lain. Menurut Gasperz, dalam (Zahro & Prabawani, 2018) juga menyatakan pendapatnya bahwa pelanggan bukanlah orang yang tergantung pada perusahaan, tetapi perusahaan yang tergantung pada pelanggan. Pelanggan merupakan orang yang menjadikan perusahaan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya, sehingga pelanggan harus dipuaskan. Kelangsungan hidup bertahannya suatu perusahaan ditentukan oleh tata cara penerapan strategi yang digunakan oleh perusahaan tersebut dalam memuaskan keinginan dan kebutuhan para pelanggan harus sesuai dengan apa yang diharapkan bahkan dapat melampauinya. Mempertahankan pelanggan yang sudah ada lebih sulit dibandingkan mencari pelanggan baru yang tentunya memakan biaya yang lebih tinggi seperti melakukan promosi atau iklan yang lebih sering.

Dalam melakukan penelitian mengenai strategi Customer Relationship Management (CRM) untuk upaya meningkatkan loyalitas pelanggan, peneliti menggunakan Nissi Furniture Surabaya yang berlokasi di Jalan Dewi Sartika B7A Perumahan Makarya Binangun sebagai objek penelitian. Nissi Furniture Surabaya merupakan usaha bisnis yang bergerak dibidang jasa custome desain berbagai jenis furniture seperti sofa, kursi, meja, lemari, dipan dan lain sebagainya yang dapat dipesan

khusus sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Nissi Furniture Surabaya didirikan pada tahun 2009 oleh John William Supandi. Awal mula berdirinya Nissi Furniture Surabaya yaitu berawal pada tahun 2008 ketika pendiri perusahaan yang akrab disapa William pada saat itu membutuhkan beberapa furniture untuk keperluan interior rumahnya, namun ia merasa kesulitan mendapatkan jasa desain furniture di Surabaya yang mampu melakukan custom furniture dengan produk yang berkualitas sesuai dengan keinginannya. Menurut William pada saat itu masih belum terlalu banyak bisnis furniture yang dapat menangani pelayanan jasa custom di Surabaya sesuai keinginannya. Arti custom sendiri yaitu desain khusus dengan menyesuaikan dari keinginan, kebutuhan, maupun fungsi yang diminta oleh seorang konsumen kepada penjual atau pelaku bisnis yang bersangkutan. Demi memuaskan keinginannya untuk menemukan jasa custom desain furniture, akhirnya William memutuskan untuk mendirikan bengkel desain furniture kecil pada tahun 2009. Bengkel tersebut didirikan dengan tujuan mampu untuk melayani jasa custom design furniture sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan. William memberi nama bengkel tersebut dengan nama Nissi Furniture. Menurut William pemberian nama Nissi sendiri memiliki arti tertentu yaitu sebagai simbol seseorang yang memiliki bakat seni yang selalu gigih menghasilkan inovasi karya seni baru. Nissi Furniture Surabaya memulai usahanya dengan membuat sofa dan kursi untuk kebutuhan furniturnya sendiri dengan fokus pada keindahan desainnya yang membuat sebuah furniture tersebut terlihat pas dan menyatu dengan interior rumah. Setelah berjalannya waktu, Nissi Furniture Surabaya mencoba menangani beberapa proyek yang diberikan oleh desainer lokal sebagai pelanggan awal. Usaha bisnis jasa custom desain furniture ini secara bertahap mulai tumbuh dan dikenal oleh masyarakat karena mampu membuat desain furniture dengan proporsi dan kualitas yang baik. Bahkan pada saat ini Nissi Furniture Surabaya telah mampu menangani proyek besar dari desainer terkenal untuk furniture café, restoran, apartement, perumahan dan bahkan hotel ternama dengan memberikan jasa custom sesuai keinginan dan kebutuhan pelanggan yang bersangkutan.

Persaingan bisnis terutama pada industri jasa furniture juga menjadi salah satu faktor utama yang harus dipikirkan oleh Nissi Furniture Surabaya. Karena apabila Nissi Furniture Surabaya tidak memiliki strategi yang optimal dalam mempertahankan usahanya, maka bisa dikatakan bahwa Nissi Furniture akan mengalami ketertinggalan dari para pesaing sejenisnya. Sehingga untuk mempertahankan eksistensinya agar tetap dapat bertahan dalam industri jasa ini, Nissi Furniture Surabaya memiliki strategi tersendiri untuk mendapatkan pelanggan baru setiap harinya. Strategi yang digunakan oleh Nissi Furniture Surabaya merupakan strategi yang tidak hanya bertujuan untuk mendapatkan pelanggan baru namun juga bertujuan untuk mendapatkan kepercayaan pelanggan sehingga menumbuhkan rasa loyalitas pada pelanggan terhadap produk yang dihasilkan oleh Nissi Furniture Surabaya. Salah satu strategi yang digunakan oleh Nissi Furniture Surabaya yaitu strategi Customer Relationship Management (CRM) sebagai strategi yang bertujuan untuk mempertahankan eksistensi usahanya serta menjalin dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan baru maupun pelanggan lama.

Melalui penerapan strategi Customer Relationship Management (CRM) yang dilakukan oleh Nissi Furniture tersebut maka peneliti akan menyajikan data mengenai jumlah perkembangan pelanggan dan pemesanan produk Nissi Furniture Surabaya perbulan pada tahun 2019 sampai Oktober 2020. Data tersebut disajikan dengan tujuan dapat dijadikan sebagai bukti dari hasil penerapan strategi Customer Relationship Management (CRM) yang dilakukan oleh Nissi Furniture Surabaya yang dalam penerapan strategi tersebut, Nissi Furniture Surabaya dapat mempertahankan pelanggan yang telah melakukan pembelian atau pemesanan ulang dan bahkan Nissi Furniture Surabaya juga bisa memperoleh pelanggan baru.

J.P. Morgan pada tahun 2019 melalui data Top E-commerce Merchant Segment yang dikutip pada <https://binus.ac.id/> (publish in Desember 2019) menyatakan bahwa Furniture and Household Goods (Industri Furniture dan Peralatan Rumah Tangga) menempati urutan ketiga setelah Travels (Travel) dan Clothes and Apparel (Fashion) dengan total minat masyarakat yaitu sebesar 8.7%.

Gambar 1
Top E-commerce Merchant Segment of Furniture and Household Goods



Sumber : <https://binus.ac.id/>

Melalui data diatas telah menunjukkan bahwa industri furniture seperti Nissi Furnitre Surabaya masih dibilang cukup menjanjikan dengan pertumbuhan pasar yang luas. Bahkan industri furniture seperti Nissi Furniture Surabaya juga cukup banyak diminati oleh calon pelaku usaha bahkan pebisnis dengan alasan bisnis pada industri furniture ini akan menguntungkan dalam jangka waktu yang panjang dan luas secara umum. Maka karena itu dalam penelitian yang akan peneliti lakukan kali ini, peneliti akan menggali lebih dalam mengenai penerapan strategi *Customer Relationship Management* (CRM) yang dilakukan oleh Nissi Furniture Surabaya. Karena mengingat banyak bisnis jasa yang sejenis dengan angka minat masyarakat yang cukup tinggi, mengharuskan Nissi Furniture Surabaya menginovasi strategi usahanya melalui penerapan strategi *Customer Relationship Management* (CRM) untuk menjalin hubungan baik dengan pelanggan sehingga pelanggan akan merasa percaya dan loyal

atau setia dalam melakukan pembelian atau pemesanan produk yang dihasilkan oleh Nissi Furniture Surabaya.

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai penerapan strategi *Customer Relationship Management* (CRM) yang dilakukan oleh Nissi Furniture Surabaya, dalam usahanya meningkatkan loyalitas pelanggan. Sehingga dalam hal ini peneliti memilih judul yaitu “Penerapan Strategi *Customer Relationship Management* (CRM) Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Nissi Furniture Surabaya)”.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan penerapan strategi Customer Relationship Management (CRM) yang dilakukan oleh Nissi Furniture Surabaya dalam upaya meningkatkan loyalitas pelanggan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa masukan dan saran kepada Nissi Furniture Surabaya sebagai bahan evaluasi mengenai strategi Customer Relationship Management (CRM) untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

Metode Penelitian

Metode penelitian menurut pendapat (Sugiyono, 2018) merupakan cara ilmiah yang dilakukan oleh peneliti untuk mendapatkan data dengan beberapa tujuan dan kegunaan tertentu dalam penelitiannya. Metode penelitian bertujuan untuk menganalisis data yang telah diperoleh sesuai dengan judul penelitian yang sedang dilakukan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif menurut pendapat (Moleong, 2019) merupakan suatu metode penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, tindakan, persepsi dan lain sebagainya. Menurut Lexy J penelitian ini dilakukan secara holistik dengan cara mendeskripsikannya dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada konteks ilmiah khusus yang memanfaatkan berbagai metode ilmiah.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Menurut pendapat (Moleong, 2019) jenis penelitian deskriptif merupakan jenis penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data berupa kata-kata, gambar dan bukan angka berdasarkan fakta yang terlihat dan apa adanya. Penelitian ini tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis, karena penelitian ini bersifat menggambarkan keadaan yang diteliti secara apa adanya. Melalui pendekatan kualitatif deskriptif ini, peneliti berharap dapat memperoleh data yang lengkap dan akurat sehingga peneliti dapat fokus mendeskripsikan pembahasan mengenai penerapan strategi Customer Relationship Management dalam meningkatkan loyalitas pelanggan di Nissi Furniture Surabaya.

Dalam penelitian ini, pemilihan informan yang dilakukan oleh peneliti menggunakan teknik purposive sampling. Menurut Burhan Bungin dalam (Zulfa, 2017) menyatakan bahwa teknik purposive sampling merupakan teknik mengelompokkan sampel (informan) dengan mempertimbangkan kriteria-kriteria tertentu sesuai dengan tujuan penelitian.

Teknik pengumpulan data merupakan langkah-langkah dalam penelitian yang digunakan peneliti dengan tujuan untuk memperoleh data penelitian secara jelas dan akurat. Menurut (Sugiyono, 2018) menyatakan teknik pengumpulan data dalam penelitian terdiri dari wawancara, observasi, dokumentasi, dan triangulasi. Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah teknik analisis interaktif. Teknik analisis interaktif menurut (Sugiyono, 2018) merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi dengan mengorganisasikan data kedalam kategori dan menjabarkan ke dalam unit-unit serta menyusun, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh peneliti maupun orang lain.

Hasil dan Pembahasan

A. Hasil Penelitian

1. *Customer Relationship Management (CRM)*

a. Konsep Dasar Pelanggan

Pelanggan ialah orang yang telah menggunakan jasanya dengan melakukan pemesanan furniture untuk kedua kalinya maupun untuk pertama kalinya. Pelanggan juga merupakan orang yang mempunyai ketertarikan untuk bertanya informasi mengenai Nissi Furniture Surabaya sehingga karyawan Nissi Furniture Surabaya memberikan pelayanan baik agar informasi yang diinginkannya dapat tercukupi, sehingga hal itu kemungkinan akan membuat orang tersebut melakukan pemesanan furniture di Nissi Furniture Surabaya.

Nissi Furniture Surabaya melayani semua orang (pelanggan) yang membutuhkan furniture khususnya untuk furniture dengan *design custome* yang pelanggan tersebut dapat menyesuaikan dengan keinginan dan kebutuhannya seperti digunakan untuk kebutuhan bisnis maupun kebutuhan pribadi. Nissi Furniture Surabaya melayani semua pelanggan tanpa memandang status sosialnya. Dan diketahui berdasarkan hasil wawancara dengan informan diatas yang menyatakan bahwa pelanggan Nissi Furniture Surabaya terdiri dari 2 (dua) tipe pelanggan yaitu pelanggan sistem borongan dan pelanggan sistem perorangan. Pelanggan sistem borongan biasanya merupakan pelanggan yang berasal dari Jakarta, namun berbeda dengan pelanggan sistem perorangan yang merupakan pelanggan berasal dari Surabaya dan sekitarnya.

Arti dari keberadaan pelanggan yang ada di Nissi Furniture Surabaya menyatakan bahwa arti keberadaan pelanggan bagi Nissi Furniture Surabaya sangat penting layaknya seorang raja yang harus dilayani dengan baik. Oleh karena itu, Nissi Furniture Surabaya selalu memberikan pelayanan yang terbaik bagi para pelanggannya dari awal pemesanan furniture sampai tahap akhir pemesanan furniture tersebut yang akhirnya sampai ke tangan pelanggan yang bersangkutan. Sehingga hal itu akan menjadikan pelanggan

tersebut menjadi pelanggan yang loyal dan tetap bertahan untuk melakukan pemesanan ulang furniture di Nissi Furniture Surabaya.

b. Komponen Dasar *Customer Relationship Management* (CRM)

Dalam menjalankan strategi *Customer Relationship Management* (CRM), Nissi Furniture Surabaya memerlukan beberapa komponen dasar *Customer Relationship Management* (CRM) yang bertujuan untuk mendukung lancarnya hubungan antara usaha bisnisnya dengan para pelanggannya. Komponen dasar *Customer Relationship Management* (CRM) tersebut terdiri dari *Person* (Manusia), *Process* (Proses), dan *Technology* (Teknologi).

2. Analisis SWOT

Dalam menjalankan strategi *Customer Relationship Management* (CRM), dapat diketahui bahwa Nissi Furniture Surabaya memiliki beberapa faktor pendukung maupun faktor penghambat yang dapat mempengaruhi implementasi dari strategi *Customer Relationship Management* (CRM). Sehingga berdasarkan hasil penelitian yang peneliti jabarkan mengenai strategi *Customer Relationship Management* (CRM), maka peneliti dapat memformulasikannya ke dalam analisis SWOT, sebagai berikut :

Tabel 1
Analisis SWOT Strategi CRM Nissi Furniture Surabaya

Faktor Internal	
1. <i>Strengths</i> (Kekuatan)	a. Konsep <i>custome</i> design furniture
	b. Konsisten dengan komitmen konsep <i>custome</i> design furniture
	c. Pelayanan <i>full treatment</i> kepada pelanggan
2. <i>Weakness</i> (Kelemahan)	a. Keterbatasan tukang pekerja
	b. Keterbatasan alat produksi
	c. Saluran komunikasi yang kurang <i>diupgrade</i>
	d. Promosi hanya melalui mulut ke mulut
Faktor Eksternal	
1. <i>Opportunities</i> (Peluang)	a. Mengikuti event furniture untuk menambah partner dan pelanggan
	b. Bekerjasama dengan <i>supplier</i> terbaik
	c. Pelanggan yang merekomendasikan ke orang lain
2. <i>Threats</i> (Ancaman)	a. Pesaing sejenis
	b. Pandemi Covid-19

3. Loyalitas Pelanggan

Penerapan strategi *Customer Relationship Management* (CRM) yang dilakukan oleh Nissi Furniture Surabaya bertujuan untuk meningkatkan rasa loyalitas para pelanggannya. Pelanggan yang loyal merupakan asset yang sangat berharga bagi Nissi Furniture Surabaya karena dengan itu usaha bisnis yang

dijalankannya akan tetap bertahan. Pelanggan yang loyal diketahui memiliki masing-masing dasar penyebab rasa loyalitas tersebut dapat meningkat yang tergantung dari sudut pandang masing-masing pelanggan tersebut setelah melakukan pemesanan furniture di Nissi Furniture Surabaya.

Usaha yang dilakukan Nissi Furniture Surabaya dengan memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan baik, ramah, sopan, dan sesuai dengan komitmen atau kesepakatan antara pelanggan dan Nissi Furniture Surabaya. Maksud dari sesuai dengan komitmen atau kesepakatan yaitu Nissi Furniture Surabaya yang selalu berusaha untuk menciptakan produk furniture yang sesuai dengan *custome* yang diinginkan oleh pelanggan dalam hal design furniture (sesuai dengan gambar 3D) dan bahan yang digunakan pada furniture. Dan Nissi Furniture Surabaya juga memberikan pelayanan dengan membagikan informasi yang jelas ke pelanggan potensial yang akan melakukan pemesanan furniture karena kebutuhan informasi yang diinginkannya terpenuhi.

Bentuk rasa loyalitas yang ditunjukkan dan diberikan pelanggan Nissi Furniture Surabaya menyatakan bahwa pelanggan menunjukkan dan memberikan loyalitasnya kepada Nissi Furniture Surabaya dengan cara merekomendasikan sekaligus mempromosikan Nissi Furniture Surabaya kepada orang lain seperti teman-temannya, keluarganya, dan orang terdekatnya yang membutuhkan furniture dalam konsep *custome design*. Selain hal itu pelanggan juga dapat menunjukkan dan memberikan loyalitasnya dengan cara melakukan *repurchase* (pembelian/pemesanan ulang) furniture kepada Nissi Furniture Surabaya. Hal itu dilakukan pelanggan karena pelanggan sudah merasa puas, nyaman, dan percaya pada hasil produk furniture yang diberikan oleh Nissi Furniture Surabaya kepadanya, sehingga rasa loyalitas pelanggan tersebut tumbuh dan meningkat.

B. Pembahasan Penelitian

1. *Customer Relationship Management* (CRM)

a. Konsep Dasar Pelanggan

Dalam menjalankan strategi *Customer Relationship Management* (CRM), arti dari keberadaan pelanggan bagi Nissi Furniture Surabaya sangat penting layaknya seorang raja yang harus dilayani dengan baik. Oleh karena itu, Nissi Furniture Surabaya selalu memberikan pelayanan yang terbaik bagi para pelanggannya dari awal pemesanan furniture sampai tahap akhir pemesanan furniture tersebut yang akhirnya sampai ke tangan pelanggan yang bersangkutan. Sehingga hal itu akan menjadikan pelanggan tersebut menjadi pelanggan yang loyal dan tetap bertahan untuk melakukan pemesanan ulang furniture di Nissi Furniture Surabaya. Target dari pelanggan Nissi Furniture Surabaya yaitu semua orang (pelanggan) yang membutuhkan furniture khususnya untuk furniture dengan *design custome* yang pelanggan tersebut dapat menyesuaikan dengan keinginan dan kebutuhannya seperti digunakan untuk kebutuhan bisnis maupun kebutuhan

pribadi. Pelanggan Nissi Furniture Surabaya diketahui terdiri dari 2 (dua) golongan pelanggan yaitu pelanggan sistem borongan dan pelanggan sistem perorangan. Pelanggan sistem borongan biasanya merupakan pelanggan yang berasal dari Jakarta, namun berbeda dengan pelanggan sistem perorangan yang merupakan pelanggan berasal dari Surabaya dan sekitarnya. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa Nissi Furniture Surabaya dalam menjalankan strategi *Customer Relationship Management* (CRM) menyebutkan istilah pelanggan bagi beberapa orang dibawah ini, yaitu :

1. Orang-orang yang masih bertanya dan membutuhkan informasi mengenai pemesanan furniture dan belum dapat ditentukan akan melakukan pemesanan furniture di Nissi Furniture Surabaya.
2. Orang-orang yang telah melakukan pemesanan furniture di Nissi Furniture Surabaya.
3. Orang-orang yang melakukan pemesanan ulang furniture berkali-kali di Nissi Furniture Surabaya.

Berdasarkan data informasi hasil wawancara yang peneliti dapatkan dan penjelasan dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa hasil penelitian tersebut sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh (Kasmir, 2017) yang menyatakan bahwa dalam praktiknya, pelanggan dibagi dalam 3 (tiga) golongan yaitu pelanggan baru, pelanggan biasa (sekunder), pelanggan utama (primer). Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa pelanggan Nissi Furniture yaitu orang-orang yang masih bertanya dan membutuhkan informasi mengenai pemesanan furniture dan belum dapat ditentukan akan melakukan pemesanan furniture di Nissi Furniture Surabaya dapat disebut sebagai pelanggan baru. Sedangkan orang-orang yang telah melakukan pemesanan furniture di Nissi Furniture Surabaya dapat disebut sebagai pelanggan biasa (sekunder). Dan orang-orang yang telah melakukan pemesanan ulang furniture berkali-kali di Nissi Furniture Surabaya dapat disebut sebagai pelanggan utama (primer).

b. Komponen Dasar *Customer Relationship Management* (CRM)

1. *Person* (Manusia)

Dalam menjalankan strategi *Customer Relationship Management* (CRM), Nissi Furniture Surabaya memerlukan komponen dasar strategi *Customer Relationship Management* (CRM) yaitu *person* (manusia) sebagai karyawan. Berdasarkan hasil penelitian tersebut diketahui bahwa hampir semua karyawan yang ada di Nissi Furniture Surabaya terlibat berinteraksi dengan pelanggan terutama *owner* selaku pemilik dari Nissi Furniture Surabaya dan *Customer Service* yang memiliki tanggung jawab dalam memberikan pelayanan bagi pelanggan yang membutuhkan informasi mengenai Nissi Furniture dan pelanggan ingin melakukan pemesanan furniture serta *Customer Service* juga menangani berbagai keluhan yang diberikan oleh pelanggan. Sedangkan

owner Nissi Furniture Surabaya sebagai pelaku strategi *Customer Relationship Management* (CRM) terlibat berinteraksi dengan pelanggan yang berstatus sebagai kenalnya yang ingin melakukan pemesanan furniture. Namun selain itu juga terdapat pelanggan biasa yang membutuhkan *owner* Nissi Furniture Surabaya untuk diajak berdiskusi mengenai furniture yang dipesannya agar mencapai kesepakatan BQ yang dijadikan pedoman untuk proses pengerjaan furniture. Selain itu terdapat juga beberapa karyawan yang terlibat berinteraksi dengan pelanggan yang ingin menyampaikan keinginannya maupun berdiskusi langsung dengan beberapa karyawan yang bersangkutan seperti *Project Manager*, Pengawas Lapangan sekaligus para tukang pekerjanya, dan *Purchasing*.

Berdasarkan data informasi hasil wawancara yang peneliti dapatkan dan penjelasan dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa hasil penelitian tersebut sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Kincaid dalam (Maulana & Rahmatillah, 2018) yang menyatakan bahwa salah satu dari 3 (tiga) komponen utama dalam *Customer Relationship Management* (CRM) yaitu *people* (manusia) yang dapat dijelaskan sebagai salah satu faktor utama dalam penerapan CRM, dikarenakan perusahaan membutuhkan Sumber Daya Manusia (SDM) yaitu karyawan perusahaan yang menjalankan hubungan langsung dengan para pelanggan. Kehadiran karyawan juga menjadi pelaksana tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan, sehingga karyawan akan berusaha untuk memenuhi tujuan tersebut.

2. **Process (Proses)**

Dalam menjalankan strategi *Customer Relationship Management* (CRM), Nissi Furniture Surabaya memerlukan komponen dasar strategi *Customer Relationship Management* (CRM) yaitu *process* (proses) yang berupa adanya peraturan serta kebijakan, *reward* serta *punishment* yang diterapkan Nissi Furniture kepada karyawan, dan cara karyawan Nissi Furniture Surabaya dalam menghadapi *complain* atau keluhan pelanggan.

3. **Technology (Teknologi)**

Dalam menjalankan strategi *Customer Relationship Management* (CRM), Nissi Furniture Surabaya memerlukan komponen dasar strategi *Customer Relationship Management* (CRM) yaitu *technology* (teknologi). Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat dijelaskan bahwa Nissi Furniture Surabaya memanfaatkan sosial media seperti Whatsapp, Instagram (Direct Message), dan E-mail sebagai teknologi pendukung untuk menjalin hubungan dengan pelanggan. Informan diatas juga menyakan bahwa dari ketiga sosial media yang digunakan Nissi Furniture Surabaya tersebut paling sering menggunakan

aplikasi chat Whatsapp untuk berkomunikasi dengan pelanggan. Melalui Whatsapp, Nissi Furniture Surabaya dapat membagikan informasi tentang Nissi Furniture ke pelanggan pernah melakukan pemesanan furniture atau pernah menghubungi Nissi Furniture Surabaya melalui Whatsapp. Informasi yang diberikan Nissi Furniture Surabaya kepada pelanggan itu berupa informasi mengenai promo produk furniture dengan pemesanan tertentu dan promo untuk ekspedisi pengiriman ke tempat-tempat tertentu. Apabila ada pelanggan yang menghubungi Nissi Furniture Surabaya melalui Instagram ((Direct Message) maupun E-mail maka Customer Service sebagai admin Nissi Furniture Surabaya akan mengarahkan pelanggan untuk melakukan komunikasi melalui Whatsapp. Hal tersebut dilakukan Nissi Furniture Surabaya dengan alasan dengan menggunakan Whatsapp, komunikasi yang dilakukan karyawan Nissi Furniture Surabaya dengan pelanggan akan lebih cepat dan efisien. Begitu juga apabila Nissi Furniture Surabaya akan membagikan informasi kepada pelanggan, maka informasi tersebut akan cepat tersampaikan kepada pelanggan yang bersangkutan.

Berdasarkan data informasi hasil wawancara yang peneliti dapatkan dan penjelasan dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa hasil penelitian tersebut sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Kincaid dalam (Maulana & Rahmatillah, 2018) yang menyatakan bahwa salah satu dari 3 (tiga) komponen dasar dalam Customer Relationship Management (CRM) yaitu technology (teknologi) yang berperan sebagai alat bantu untuk mempercepat dan mempermudah perusahaan dalam menjalin hubungan dengan para pelanggannya. Oleh karena itu perusahaan diharapkan dapat memanfaatkan teknologi yang ada dalam penerapan strategi Customer Relationship Management (CRM) sebagai bentuk kemudahan yang diberikan kepada pelanggan dalam mengakses informasi perusahaan. Hasil penelitian tersebut juga sejalan dengan teori Pepper dan Regers dalam Rasatul Mahmudah (2018:30) yang mengemukakan bahwa sosial media dapat dimanfaatkan sebagai teknologi yang harus digunakan oleh perusahaan dalam penerapan strategi Customer Relationship Management (CRM) sebagai otomatisasi pelayanan untuk sarana pendukung penerapan strategi *Customer Relationship Management* (CRM).

2. Analisis SWOT

a. Faktor Internal

1. *Strengths* (Kekuatan)

a. Konsep custome design furniture

Nissi Furniture Surabaya merupakan usaha bisnis dalam bidang furniture yang mempunyai konsep custome pada design furniturnya. Konsep custome yang dimaksud yaitu pelanggan dibebaskan untuk

menyesuaikan dengan keinginan dan kebutuhannya pada furniture yang dipesannya. Dalam konsep *custome* tersebut, pelanggan dapat menyesuaikan mengenai design furniture, bahan yang digunakan pada furniture, serta harga pada furniture yang dapat didiskusikan sesuai dengan budget pelanggan. Selain menggunakan konsep *custome*, Nissi Furniture Surabaya juga menggunakan konsep American Classic bagi pelanggan yang tidak memesan furniture secara *custome*.

- b. Konsisten dengan komitmen konsep *custome* design furniture
Sejalan dengan konsep bisnisnya yaitu konsep *custome* design pada furniture yang dipesan oleh pelanggannya. Maka pada proses produksi furniturnya, Nissi Furniture Surabaya selalu konsisten pada komitmen konsep *custome* design furniturnya dengan cara selalu berusaha untuk menghasilkan produksi furniture yang semirip mungkin dengan gambar 3D design furniture yang telah disepakati dengan pelanggan.
 - c. Pelayanan *full treatment* kepada pelanggan
Dalam usaha meningkatkan rasa loyalitas pelanggan, Nissi Furniture Surabaya memberikan pelayanan *full treatment* pada pelanggannya. Pelayanan *full treatment* yang diberikan Nissi Furniture Surabaya pada pelanggannya yaitu berupa pemberian pelayanan dalam 24 jam pada jam kerja maupun diluar jam kerja. Namun pada saat diluar jam kerja kapasitas dalam membalas chatting pelanggan agak sedikit *slowrespond*, namun pelanggan tersebut akan tetap dilayani. Selain itu Nissi Furniture Surabaya memberikan pelayanan berupa *repair* dan *refund* kepada pelanggan yang memang berhak mendapatkannya. Pelayanan *repair* yang diberikan Nissi Furniture Surabaya dilakukan dengan cara mengirimkan pekerja tukang ke rumah pelanggan yang bersangkutan untuk segera diperbaiki, sehingga pelanggan tidak perlu mengirim ulang furniture tersebut kembali ke kantor Nissi Furniture Surabaya.
2. *Weakness* (Kelemahan)
- a. Keterbatasan tukang pekerja
Jumlah tenaga kerja pada Nissi Furniture Surabaya yang bertugas untuk mengerjakan pemesanan furniture pelanggan masih kurang, sehingga hal tersebut *kadang* membuat waktu jatuh tempo yang telah disepakati dengan pelanggan menjadi molor.
 - b. Keterbatasan alat produksi
Sejalan dengan keterbatasan tukang pekerja yang dimiliki, Nissi Furniture Surabaya *juga* mempunyai keterbatasan mengenai alat produksi yang digunakan untuk mengerjakan pemesanan furniture. Keterbatasan alat produksi yang dimaksudkan yaitu jumlahnya yang

dinilai masih kurang. Sehingga hal itu juga menyebabkan apabila terdapat pemesanan furniture yang cukup banyak akan menyebabkan waktu pengerjaan yang molor.

c. Saluran komunikasi yang kurang *diupgrade*

Saluran komunikasi yang dimiliki oleh Nissi Furniture Surabaya saat ini adalah Whatsapp, E-mail dan sosial media Instagram (*Direct Message*). Namun saluran *komunikasi* yang digunakan karyawan untuk berinteraksi dengan pelanggan seperti memberikan informasi maupun pelayanan paling sering hanya menggunakan *Whastapp*. Hal itu dirasa menjadi kelemahan bagi Nissi Furniture Surabaya, karena melihat pesaing sejenis lain yang telah memiliki saluran komunikasi yang lebih baik seperti *Website* dan selalu mengupdate hasil produk furniture maupun informasinya melalui Instagram maupun *Website* tersebut. Namun saat ini Nissi Furniture Surabaya masih nyaman menggunakan *Whatsapp* sebagai saluran komunikasi dengan pelanggan karena dirasa informasi yang dibagikan lebih cepat sampai kepada pelanggan dan lebih efisien.

d. Promosi hanya melalui mulut ke mulut

Sejalan dengan saluran komunikasi yang dimiliki Nissi Furnitruer Surabaya masih dikatakan kurang karena lebih sering menggunakan *Whatsapp* saat berinteraksi dengan pelanggan, maka hal tersebut sejalan dengan adanya promosi yang dilakukan Nissi Furnitruer Surabaya juga dikatakan masih kurang baik karena hanya menggunakan promosi dari mulut ke mulut. Promosi dari mulut ke mulut yang dilakukan Nissi Furniture Suarabay yaitu berupa promosi yang dilakukan oleh owner maupun karyawan kepada orang-orang disekitarnya maupun terdekatnya yang membutuhkan furniture. Selain itu promosi tersebut juga bisa dilakukan oleh pelanggan yang memberikan rekomendasi kepada orang-orang disekitarnya maupun terdekatnya yang membutuhkan furniture juga. Hal itu dikatakan sebagai kelemahan Nissi Furniture Surabaya karena pesaing sejenis lainnya yang telah melakukan promosi dengan menggunakan Instagram maupun *Website* yang selalu update serta melakukan penyebaran brosur atau pemasangan pamflet.

b. Faktor Eksternal

1. *Opportunities* (Peluang)

a. Mengikuti event furniture untuk menambah partner dan pelanggan

Peluang yang dimiliki oleh Nissi Furniture Surabaya dibuktikan dengan owner Nissi Furniture Surabaya yang sering mengikuti event. Hal tersebut dilakukan agar Nissi Furniture Surabaya mendapatkan peluang eksternal berupa partner untuk bekerja sama dan pelanggan baru dari event furniture tersebut. Sebagai contohnya apabila terdapat

pelanggan berdomisili Jakarta maupun kota yang jauh dari Surabaya yang meminta pelayanan *repair* pada Nissi Furniture Surabaya, maka Nissi Furniture Surabaya tidak perlu membuang waktunya untuk mengirim pekerja tukang kesana, namun owner Nissi Furniture Surabaya akan menghubungi partner yang dikenalnya dikota tersebut untuk meminta tolong dalam melakukan pelayanan *repair* kepada pelanggan tersebut. Sehingga pelayanan pada pelanggan akan cepat teratasi dan pelanggan tidak merasa khawatir.

b. Bekerjasama dengan *supplier* terbaik

Nissi Furniture Surabaya bekerjasama dengan *supplier* yang dapat memasok bahan-bahan furniture dengan kualitas yang baik. Dengan adanya kerjasama tersebut, maka Nissi Furniture Surabaya dapat menghasilkan produk furniture dengan kualitas yang baik, sehingga pelanggan yang memesan furniture kepada Nissi Furniture Surabaya dapat menggunakan furniture dalam waktu yang lama (awet).

c. Pelanggan yang merekomendasikan ke orang lain

Pelanggan yang telah melakukan pemesanan furniture pada Nissi Furniture dapat dianggap menjadi peluang yang dimiliki Nissi Furniture Surabaya dalam menambah pelanggan baru. Hal itu dilakukan dengan cara pelanggan tersebut merekomendasikan Nissi Furniture Surabaya kepada orang-orang disekitarnya maupun terdekatnya yang membutuhkan furniture. Alasan pelanggan tersebut berani dalam melakukan rekomendasi kepada orang lain karena pelanggan tersebut telah merasa puas dan tercukupi keinginan serta kebutuhannya.

2. *Threats* (Ancaman)

a. Pesaing sejenis

Pesaing sejenis dapat menjadi ancaman bagi Nissi Furniture Surabaya. Termasuk pesaing sejenis yang lebih baik dari Nissi Furniture Surabaya dalam memberikan pelayanan, memberikan informasi, mempromosikan bisnisnya, maupun dalam menghasilkan detail furniture.

b. Pandemic Covid-19

Pandemic Covid-19 yang telah ada selama setahun terakhir ini juga dapat menjadi ancaman bagi Nissi Furniture Surabaya karena membuat bisnisnya berjalan sedikit berantakan. Hal itu dibuktikan dengan pengiriman furniture yang mengalami kendala karena adanya PSBB dan harus menyesuaikan waktu yang telah ditetapkan. Selain itu terdapat juga pelanggan yang melakukan pembayaran/pelunasan terlambat yang disebabkan juga karena pandemic Covid-19. Sehingga hal tersebut dapat dijadikan ancaman bagi Nissi Furniture Surabaya dalam menjalankan bisnisnya.

Berdasarkan penjelasan dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa hasil penelitian tersebut sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Rangkuti dalam (Yasfi, 2018) yang menyatakan analisis SWOT merupakan keputusan strategis perusahaan dengan mempertimbangkan faktor internal dan faktor eksternal perusahaan. Penjelasan dari hasil penelitian juga diketahui sejalan dengan penelitian terdahulu peneliti yaitu Zaqiah Yasqi (*Strategi Customer Relationship Management PT Kereta Api Indonesia DAOP 6 Yogyakarta Terhadap Loyalitas Pelanggan Kereta Api, Skripsi 2018*) yang menyajikan analisis SWOT sebagai hal yang mempengaruhi kinerja serta aktivitas *Customer Relationship Management (CRM) PT Kereta Api Indonesia DAOP 6 Yogyakarta* terhadap loyalitas pelanggan kereta api.

3. **Loyalitas Pelanggan**

Berdasarkan penjelasan dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa hasil penelitian tersebut sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh (Griffin, 2002) yang menyatakan bahwa loyalitas pelanggan merupakan konsep perilaku pelanggan dalam melakukan pembelian produk maupun jasa pada suatu perusahaan yang mengarah kepada pola perilaku pembelian yang teratur dan dalam waktu yang lama. Griffin juga menyatakan bahwa pelanggan yang loyal merupakan seseorang yang melakukan pembelian secara teratur terhadap produk maupun jasa perusahaan, merekomendasikan produk maupun jasa tersebut ke orang lain, dan menunjukkan sikap tegas terhadap tarikan atau tawaran dari pesaing lain.

Berdasarkan penjelasan dari hasil penelitian mengenai bentuk loyalitas pelanggan Nissi Furniture Surabaya juga dapat diketahui sejalan dengan teori bentuk-bentuk loyalitas pelanggan yang dikemukakan oleh Dick dan Basu dalam (Priansa, 2017) yang menyatakan bahwa bentuk-bentuk loyalitas berdasarkan sikap dan perilaku dibagi menjadi 4 (empat) yaitu *true loyalty* (loyalitas asli), *latent loyalty* (loyalitas lemah), *spurious loyalty* (loyalitas semu/tersembunyi), dan *non loyalty* (tidak ada loyalitas). Berdasarkan hasil penelitian yang mengarah pada teori Dick dan Basu dalam (Priansa, 2017) yang menyatakan bentuk-bentuk loyalitas berdasarkan sikap dan perilaku menunjukkan bahwa bentuk loyalitas yang ditunjukkan oleh pelanggan Nissi Furniture Surabaya bisa dikatakan termasuk dalam *true loyalty* (loyalitas asli) dan *spurious loyalty* (loyalitas semu/tersembunyi). Hal itu dikarena pelanggan Nissi Furniture Surabaya yang dapat dikatakan memiliki sikap *true loyalty* (loyalitas asli) karena usaha dari Nissi Furniture Surabaya dalam menciptakan rasa loyalitas itu sendiri. Sedangkan pelanggan Nissi Furniture Surabaya yang dapat dikatakan memiliki sikap *spurious loyalty* (loyalitas semu/tersembunyi) dikarenakan rasa mudah terpengaruh yang dimiliki oleh pelanggan tersebut terhadap pesaing sejenis dari Nissi Furniture Surabaya akibat dari beberapa kelemahan yang dimiliki oleh Nissi Furniture Surabaya.

Kesimpulan

Dalam menjalankan penerapan Customer Relationship Management (CRM) pada Nissi Furniture Surabaya target pelanggan dari Nissi Furniture merupakan pelanggan yang membutuhkan furniture untuk keperluan bisnis maupun pribadi. Penerapan Customer Relationship Management (CRM) upaya meningkatkan loyalitas pelanggan dilakukan oleh hampir seluruh karyawan termasuk owner Nissi Furniture Surabaya itu sendiri dengan melakukan beberapa proses yaitu sebagai berikut :

a. Identifikasi Pelanggan

Proses identifikasi pelanggan dapat dilakukan oleh seluruh karyawan Nissi Furniture Surabaya khususnya Customer Service dan karyawan yang mendapatkan pelanggan. Proses identifikasi pelanggany tersebut dengan meminta data pelanggan berupa nama pelanggan, nomer telefon pelanggan, alamat pelanggan, serta nama, design dan bahan-bahan untuk furniture yang dipesannya. Data tersebut diperlukan untuk pembuatan BQ bagi pelanggan sebagai pedoman dalam mengerjakan furniture yang dipesannya.

b. Diferensiasi Pelanggan

Proses diferensiasi pelanggan dapat dilakukan dengan membagi dan membedakan pelanggan menjadi 3 (tiga) tipe yaitu pelanggan sistem borongan (proyek), pelanggan sistem perorangan, dan pelanggan yang bertanya mengenai informasi pemesanan furniture.

c. Interaksi Dengan Pelanggan

Proses interaksi antara Nissi Furniture Surabaya dengan pelanggan dapat dilakukan dengan 2 (dua) cara yaitu melalui tatap muka secara langsung dan melalui sosial media yaitu Whatsapp, Instagram (Direct Message), dan E-mail. Namun Nissi Furniture Surabaya lebih sering berinteraksi dengan pelanggan menggunakan Whatsapp karena dinilai lebih cepat dan efisien.

d. Personalisasi

Proses personalisasi pelanggan dilakukan dengan menyesuaikan dengan konsep Nissi Furniture Surabaya yaitu design custome furniture. Sehingga dalam mengembangkan dan menginovasi produk furniturnya, Nissi Furniture Surabaya lebih banyak mengikuti dan menyesuaikan keinginan serta kebutuhan pelanggannya.

Dalam proses penerapan strategi Customer Relationship Management (CRM) di Nissi Furniture Surabaya tersebut dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan rasa loyalitas para pelanggannya. Hal tersebut juga direalisasikan oleh Nissi Furnitruce Surabaya dengan usaha memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan baik, ramah, sopan, dan sesuai dengan komitmen atau kesepakatan antara pelanggan dan Nissi Furniture Surabaya. Sehingga dengan usaha yang dilakukan oleh Nissi Furniture Surabaya tersebut dapat diketahui terbukti dibalas oleh pelanggan dengan bentuk rasa loyalitasnya dengan cara merekomendasikan sekaligus mempromosikan Nissi Furniture Surabaya kepada orang lain dan dengan cara pelanggan tersebut melakukan repurchase (pembelian/pemesanan ulang) furniture kepada Nissi Furniture Surabaya..

BIBLIOGRAFI

- Griffin, J. (2002). *Customer loyalty: How to earn it, how to keep it*. Jossey-Bass San Francisco, CA.
- Jannah, R. K. (2019). *Penerapan Customer Relationship Management (CRM) dan kualitas pelayanan sebagai upaya mempertahankan loyalitas Jamaah Umrah di Intanaya Tour and Travel*. UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kumar, V., & Reinartz, W. (2018). *Concept, Strategy, and Tools Third Edition*.
- Maulana, M. S., & Rahmatillah, K. (2018). Penerapan Customer Relationship Management dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal MADANI*, 1(1), 1–19.
- Moleong, L. J. (2019). *Metodologi penelitian kualitatif*.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Yasfi, Z. (2018). *Strategi Customer Relationship Management PT. Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP 6 Yogyakarta Terhadap Loyalitas Pelanggan Kereta Api*.
- Zahro, N. U., & Prabawani, B. (2018). Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan TV Kabel di Kecamatan Tembalang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada PT. MNC Sky Vision-Indovision Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(4), 9–15.
- Zulfa, I. (2017). *Penerapan Customer Relationship Management dalam Memberikan Pelayanan pada PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Peunayong Banda Aceh*. UIN Ar-Raniry Banda Aceh.



CURIOSITY DAN THAHARAH PADA PAI EKSPERIMEN DI SMP NEGERI 218 JAKARTA

Suhardin

Universitas Ibnu Chaldun (UIC) Jakarta

Email: suhardin@yahoo.com

INFO ARTIKEL

Diterima
18 Maret 2021

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh curiosity terhadap pengetahuan siswa tentang thaharah pada pembelajaran PAI. Penelitian ini Eksperiment kuantitatif yang dilaksanakan di SMP 218 Jakarta dengan desain eksperiment 2X1 dan mengambil 60 siswa sebagai sampelnya. Analisis dan penafsiran terhadap data ditemukan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan pengetahuan siswa tentang thaharah antara yang memiliki curiosity tinggi dan curiosity rendah. Penelitian ini menyimpulkan bahwa curiosity berpengaruh terhadap pengetahuan thaharah siswa pada pelajaran Pendidikan Agama Islam.

Kata kunci:

Curiosity; thaharah; PAI

Pendahuluan

Qs.(2) Al-Baqarah ayat 222 terjemahannya sebagai berikut “Dan mereka menanyakan kepadamu (Muhammad) tentang haid. Katakanlah “Itu sesuatu yang kotor, jauhilah istri pada waktu haid dan jangan kamu dekati mereka sebelum mereka suci. Apabila mereka telah suci, campurilah mereka sesuai dengan ketentuan yang diperintahkan Allah kepadamu. Sungguh Allah menyukai orang yang tobat dan menyukai orang-orang yang menyucikan diri. (RI, 2015)

Guru yang hanya mengandalkan kepada materi, bahan ajar, buku paket, buku reffrensi, tentang thaharah, akan mengalami kegagalan karena anak cenderung kurang paham dan tidak menguasai secara utuh pengetahuan tentang thaharah, boleh jadi siswa akan mengalami *mis conseption* terkait dengan hal-hal tentang ke-thaharah-an. Materi tentang thaharah relatif agak tabu, rahasia, sungkan untuk di bahas secara detail di hadapan kelas. Banyak diantara materi ajar thaharah yang agak bersifat *privacy*. Pembelajarannya lebih tepat dengan pendekatan personal, konsultasi, klienis ketimbang penyuluhan di ruang terbuka kelas.

Potensi personality bagi siswa untuk menguasai thaharah lebih dalam dan lebih terbuka dengan banyak menanyakan secara terperinci dan rigit. Potensi personal tersebut dalam psikologi disebut dengan *curiosity*. Para pakar menyebut bahwa *curiosity*

adalah rasa ingin tahu yang ada pada diri secara lebih dalam, ia merupakan sifat positif yang bertujuan untuk mendapatkan segala sesuatu yang menarik dan menyenangkan melalui eksplorasi ataupun kegiatan-kegiatan menarik lainnya. Esensi dari *curiosity* adalah bertanya dan bertanya, tidak puas dengan pengetahuan yang didapati, tetapi berusaha semaksimal mungkin untuk menggali, mengeksplorasi sumber pengetahuan lebih jauh mendalam dan menggaitkan dengan hal lain yang kontekstual, sehingga pengetahuannya melebar secara horizontal.

Pengetahuan thaharah secara normatif terkait dengan dalil thaharah, air dan benda yang mensucikan, dan bererkaitan dengan najis serta cara mensucikannya. Topik global tersebut apabila dibahas, diuraikan, dikaji lebih detail dan rigid sangat panjang dan menyita banyak waktu dalam pembelajaran, tetapi jika siswa memiliki tingkat *curiosity* yang tinggi, ia akan menelaah dengan seksama dan mempertanyakan kepada guru dan tempat baik secara privasi melalui konsultasi ataupun dengan diskusi terbuka, sehingga tingkat pengetahuan, pemahaman, penghayatan dan pengamalannya lebih tinggi dibandingkan dengan siswa yang tingkat *curiosity*nya rendah. Berdasarkan latar belakang pemikiran di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang pengaruh *curiosity* siswa terhadap pengetahuan tentang thaharah. Treatment yang peneliti lakukan dengan mengelompokkan siswa berdasarkan tingkat *curiosity* siswa dalam mengembangkan materi thaharan dan menguji pengetahuan ke-tharaha-annya. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh *curiosity* terhadap penguasaan siswa tentang konsep thaharah dalam pelajaran Pendidikan Agama Islam.

Pengetahuan dalam arti luas merupakan keadaan dari suatu perasaan sebagai kesesuaian antara dua pengalaman yang berbeda. Pengalaman dari persepsi dunia luar dan sebagai perangkat teori, skema dan suatu sintesa tentang suatu pengertian. (Charles Tart, 1995) Bloom membagi pengetahuan menjadi tiga ranah; (1) kognitif; (2) afektif; (3) psikomotorik. (Marzano & Kendall, 2007) Ranah kognitif terdapat enam tingkatan; (1) knowledge; (2) comprehension; (3) application; (4) analysis; (5) syntesis; (6) evaluation. Anderson membagi pengetahuan pada empat dimensi; (1) factual; (2) conceptual; (3) prosedural; (4) metacognitive. (Krathwohl, 2001) Gagne membagi pengetahuan dalam bentuk fact, skills, concept dan priciples. (Robert M, Gagne, Walter W. Wager, Katharine C. Golas, 2005) Pengetahuan secara umum merupakan sesuatu yang diketahui dari semua yang dilihat, didengar, dirasa dan alami, pengetahuan pengalaman sejati yang dialami manusia yang dituangkan dalam bentuk bahasa, hasil racikan logika (Masykur & Ag, 2019). Pengatahuan bagian dari kualitas personal manusia, orang yang berpengatahuan deajat kemanusiaannya lebih tinggi dibandingkan dengan orang yang kurang pengetahuannya.

Menurut Sayyid Sabiq taharah itu meliputi; (1) Air dan jenisnya; air mutlak, musta'mal, bercampur dengan barang yang suci, bernajis; (2) Asy-Syu'ar ; (sisa minuman) manusia, binatang boleh dimakan, yang tidak boleh dimakan, yang haram; (3) Najis; bangkai,darah, daging babi, muntah, kencing, kotoran manusia, wadi, madzi, mani, kamar, arak, anjing (Sabiq, 1365). Dalam Fighi, materi pembelajaran taharah di samping memang bagian dari kehidupan, tetapi di sisi lain banyak hal-hal yang tabu di

bicarakan. Untuk itu diperlukan pengkajian, penelaahan dan eksplorasi yang mendalam. Untuk melakukan itu disamping memang diperlukan guru yang aktif dan kreatif memberikan pemahaman terhadap siswa, juga diperlukan curiosity siswa tinggi untuk dapat mengetahui dan memahami lebih jauh tentang pengetahuan taharah. Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa pengetahuan taharah adalah pengetahuan siswa; faktual, konseptual, prosedural dan metakognisi yang berkaitan dengan (1) Air dan jenisnya; air mutlak, musta'mal, bercampur dengan barang yang suci, bernajis; (2) Asy-Syu'ar ; (sisa minuman) manusia, binatang boleh dimakan, yang tidak boleh dimakan, yang haram; (3) Najis; bangkai, darah, daging babi, muntah, kencing, kotoran manusia, wadi, madzi, mani, kamar, arak, anjing. Lebih khusus adalah taharah istinja, membersihkan qubul dan dubur, agar terpilihara dan sehat. (Ahmad Zainudin Hasibuan, Fahrur Rizal, 2017) taharah kajian yang bersifat biologis, aurat manuia, malu diungkapkan, tabu diperbincangkan, tetapi sangat penting dipelajari, karena menyangkut permasalahan sah dan tidak sahnya ibadah seseorang, juga menyangkut tentang perilaku kehidupan manusia, yang sangat mendukung kesehatan diri seseorang.

Rasa ingin tahu atau *curiosity* berasal dari bahasa latin yaitu *curiosus* (*"careful, diligent, curious, cura"care*) adalah emosi yang berkaitan dengan perilaku ingin tahu alam seperti eksplorasi, investigasi, dan belajar, terbukti dengan observasi pada spesies hewan dan manusia. Istilah ini juga dapat digunakan untuk menunjukkan perilaku rasa ingin tahu yang merupakan dorongan untuk mengetahui hal-hal baru. Rasa ingin tahu merupakan bahan bakar dari ilmu dan semua disiplin ilmu lainnya tentang studi manusia." (Charles Tart, 1995) *curiosity* telah dipuji sebagai tujuan utama dalam pendidikan, memberikan kesadaran tentang perlunya menggali pengetahuan lebih khusus. (Berlyne, 1978) keingintahuan berawal dari kesenjangan antara yang diketahui dan yang tidak diketahui, sehingga menimbulkan kepentingan, arti penting dan kejutan pengetahuan baru (Markey & Loewenstein, 2014). *Curiosity* berawal dari motivasi intrinsik untuk tahu, paham, mengerti tentang hal-hal yang telah membuat seseorang menjadi penasaran tentang sesuatu.

Menurut The Latent State-Trait theory dalam Fernandez-Bellesteros, "*States of curiosity as a property of the person in situation and trait curiosity as a property of a person*" rasa ingin tahu yang dimiliki oleh semua orang ternyata bisa meningkat oleh stimulus yang diberikan pada keadaan tertentu. (Fernandez-Bellesteros, 2003) Abraham Maslow membagi motivasi ke dalam 6 tingkatan hirarki; (1) *physiological*; (2) *security and safety*; (3) *love and feelings of belonging*; (4) *competence, prestige, and esteem*; (5) *self-fulfillment*; and (6) *curiosity and the need to understand*. (Maslow, 1993) Rasa ingin tahu yang tinggi dapat dikaitkan dengan teori maslow, yang menyatakan bahwa manusia memiliki kebutuhan yang salah satunya kebutuhan untuk mengetahui dan kebutuhan untuk memahami. Alasan dan tujuan memunculkan perilaku tertentu disebut motif, motif inilah yang mendasari lahirnya motivasi. Dapat disimpulkan bahwa *curiosity* merupakan hal penting dalam meningkatkan keingintahuan siswa.

Adanya rangsangan dan dorongan ini menyebabkan siswa termotivasi untuk merespon pembelajaran melalui kegiatan ilmiah, yaitu mencari jawaban dari

pertanyaan. Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan guru menimbulkan ketidak pastian atau konflik konseptual dalam diri siswa. Konflik konseptual ini akan menimbulkan rasa ingin tahu yang besar dalam diri siswa. Untuk menjawab rasa ingin tahunya, siswa harus memiliki banyak pengetahuan, yang dapat diperoleh dari berbagai macam sumber belajar. Siswa yang masuk dalam kategori atau tingkat optimal di zona rasa ingin tahu (*Zone of Curiosity*) beberapa karakteristik yaitu sifat lebih eksploratif, lebih ekspresif, dan lebih berminat terhadap pembelajaran. Sedangkan siswa yang memiliki *curiosity* rendah dicirikan dengan kurang termotivasi, tidak berminat mempelajari yang baru, dan tidak efisien (Kashdan et al., 2004).

Menurut penelitian Maw and Maw's, siswa sekolah dasar yang memiliki *curiosity*, dapat dilihat ketika siswa (1) memberikan reaksi positif terhadap sesuatu yang baru, asing, tidak pantas atau misterius di lingkungannya, (2) mempunyai keinginan yang lebih untuk mengetahui lingkungannya, (3) melakukan pengamatan terhadap lingkungannya untuk mendapatkan pengalaman baru, (4) terus melakukan eksperimen dan eksplorasi. (Kashdan et al., 2004).

Dari uraian di atas berkaitan dengan rasa ingin tahu tersebut dapat disimpulkan bahwa sifat karakteristik siswa yang lebih eksploratif, lebih ekspresif, dan melakukan investigasi terhadap pembelajaran dan informasi dan sikap bereaksi positif terhadap sesuatu yang baru, asing, tidak pantas atau misterius dalam perilaku dan kehidupannya..

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode eksperimen dengan variabel sebagai berikut: variabel terikat adalah Pengetahuan tentang thaharah, variabel atributif adalah *curiosity*. Variabel attribute ini di bagi menjadi dua tingkatan, yaitu *curiosity* tinggi dan *curiosity* rendah. Adapun desain penelitian yang digunakan adalah factorial sederhana (simple factorial design) 2×1 dengan matrik rancangan eksperimen yang diadaptasi dari Jack R. Fraenkel dan Norman E Wallen (Norman E. Wallen, 2001) yang ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 1
Desain Eksperiment

Curiosity	Pengetahuan tentang thaharah (A)
Tinggi (B₁)	>
Rendah (B₂)	<

Populasi yang diteliti meliputi populasi target adalah siswa SMP se Kecamatan Pasar Minggu dan populasi terjangkau (target population) (Schratz, 2020) adalah siswa SMP Negeri 218 Jakarta, dengan sampel kelas tertentu yang akan diambil secara simple random sampling. (Suwanda, 2011)

Sampel diambil dengan menggunakan tehnik sampling *purposive random sampling*, dimana penelitian ini mengambil sampel dengan strata tertentu yakni siswa yang tengah belajar thaharah dan siswa yang memiliki *curiosity* tinggi dan rendah. Siswa yang memiliki *curiosity* di sekitar rata-rata tidak dimasukkan dalam sampel. Dalam pemilihan sampel juga terlibat random sampling untuk menentukan siswa kelas

mana yang akan terlibat dalam penelitian. Dilakukan dengan mengambil secara random bukan individu namun kelompok-kelompok yang mempunyai karakteristik yang relatif sama. (Nazir, 2003)

Sebelum dilaksanakan treatment, masing-masing diberikan pengukuran *curiosity* siswa, skor yang diperoleh kemudian di ranking, skor di atas rata-rata di jadikan kelas *curiosity* tinggi, dan skor di bawah rata-rata dijadikan kelas *curiosity* rendah. Peserta yang memiliki skor *curiosity* rata-rata, tidak diambil karena kurang dapat mengidentifikasi apakah peserta tersebut termasuk pada kelompok siswa yang memiliki *curiosity* rendah atau tinggi.

Instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data tentang pengetahuan tentang thaharah adalah test kemampuan siswa menguasai pengetahuan tentang thaharah, dalam bentuk *multiple choice*. Validitas Instrumen diuji validitasnya, penunjukan kesesuaian, keberartian, dan kegunaan dari kesimpulan spesifik yang telah dibuat, berdasarkan pada data yang dikumpulkan dalam suatu penelitian. (Gravetter & Forzano, 2018)

Uji Validitas yang diperlukan adalah uji validitas konstruk dan validitas isi. Validitas konstruk diperiksa dengan penilaian para ahli, sedangkan validitas isi menunjuk kepada sifat dari isi dan spesifikasi yang peneliti gunakan untuk merumuskan isi. Sejauhmana isi instrumen sesuai dengan pandangan responden, bagaimana responden memahaminya, dan bagaimana jumlah item pertanyaan dalam instrumen menggambarkan atau mewakili isi yang akan dinilai.

Validitas isi sudah cukup memenuhi persyaratan untuk menguji validitas suatu instrument. Mengukur validitas isi digunakan metode internal konsisten, yang mengukur besarnya korelasi antara skor butir dengan skor total pertanyaan dan atau pernyataan, untuk mengukur validitas instrumen digunakan product moment.

Untuk menguji hipotesis penelitian dan memperkirakan besarnya perbedaan antara variable, digunakan analisis varians. Agar analisis varian dapat digunakan, maka persyaratan analisis harus dipenuhi. Persyaratan analisis adalah bahwa data harus diambil secara acak, variabel-variabel harus independen, data penelitian yang diperoleh harus berdistribusi normal, dan semua variansnya homogen. Dari hipotesis yang telah di kemukakan di atas, maka dengan ini peneliti mengemukakan hipotesis statistika sebagai berikut: $H_0 : \mu B1 \leq \mu B2$ $H_1 : \mu B1 > \mu B2$.

Hasil dan Pembahasan

Deskripsi hasil penelitian berupa skor pengetahuan siswa tentang thaharah yang memiliki *curiosity* tinggi (B1) dihitung melalui sampel berjumlah 30 responden. Ukuran statistik deskriptif yang dihitung antara lain : mean = 133,93 median = 133,00 modus = 124,00 dan simpangan baku = 12,25. Ketiga ukuran central of tendency (mean, median dan modus) di atas ternyata sama besar sehingga kurva distribusi normal data penelitian ini simetris. Berdasarkan sebaran skor pengetahuan siswa tentang thaharah yang memiliki *curiosity* tinggi maka dapat disusun dalam distribusi frekuensi sebagai berikut:

Tabel 2
Distribusi Frekuensi Skor Pengetahuan siswa tentang thaharah yang memiliki curiocity Tinggi (B1).

No	Kelas Interval	Batas Bawah	Batas Atas	Frekuensi Absolut	Frekuensi Relatif	Frekuensi Kumulatif
1.	108 - 117	107,5	117,5	1	3,3%	3,3%
2.	118 - 127	117,5	127,5	11	37,3%	40,7%
3.	128 - 137	127,5	137,5	6	20,2%	60,9%
4.	138 - 147	137,5	147,5	7	23,7%	84,6%
5.	148 - 157	147,5	157,5	5	15,4%	100%
Jumlah				30	100%	

Berdasarkan distribusi frekuensi di atas, dapat diperlihatkan bahwa kedudukan skor yang berada di bawah mean ($133,93$) = 12 (dua belas) responden (40,70%), skor yang berada dalam rentangan mean = 6 (enam) responden (20,20%), dan skor yang berada di atas mean = 12 (dua belas) responden (40,70%). Sebaran skor seimbang antara di atas mean dan di bawah mean.

Deskripsi hasil penelitian berupa skor pengetahuan siswa tentang thaharah yang memiliki curiosity rendah (B2) dihitung melalui sampel berjumlah 30 responden. Ukuran statistik deskriptif yang dihitung antara lain : mean = 128,83 median = 126,00 modus = 126,00 dan simpangan baku = 10,33. Ketiga ukuran central of tendency (mean, median dan modus) di atas ternyata sama besar sehingga kurva distribusi normal data penelitian ini simetris. Berdasarkan sebaran skor pengetahuan siswa tentang thaharah yang memiliki curiosity rendah maka dapat disusun dalam distribusi frekuensi sebagai berikut :

Tabel 3
Distribusi Frekuensi Skor Pengetahuan siswa tentang thaharah yang memiliki *curiosity* rendah (B2)

No	Kelas Interval	Batas Bawah	Batas Atas	Frekuensi Absolut	Frekuensi Relatif	Frekuensi Kumulatif
1.	108 - 116	107,5	116,5	2	6,4%	6,4%
2.	117 - 125	116,5	125,5	9	29,2%	35,6%
3.	126 - 134	125,5	134,5	9	29,2%	64,8%
4.	135 - 143	134,5	143,5	7	22,6%	97,0%
5.	144 - 152	143,5	152,5	3	9,7%	100%
Jumlah				30	100%	100%

Berdasarkan distribusi frekuensi di atas, dapat diperlihatkan bahwa kedudukan skor yang berada di bawah mean ($128,83$) = 11 (sebelas responden (35,60%)), skor yang berada dalam rentangan mean = 9 (sembilan) responden (29,20%), dan skor yang

berada di atas mean = 10 (sepuluh) responden (32,30%). Sebaran skor terbanyak di bawah mean.

Pada penelitian ini pengujian hipotesis dengan menggunakan uji analisis varian (ANOVA) dua jalur. Penggunaan anava ini untuk menguji hipotesis bertujuan menguji pengaruh mayor atau utama (*main effect*). Main effect dalam penelitian ini adalah yakni perbedaan pengaruh *curiosity* tinggi dengan *curiosity* rendah terhadap pengetahuan tentang thaharah. Hasil perhitungan ANOVA dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4
Ringkasan Hasil Uji Anava satu Arah Pengaruh *curiosity* tinggi dan rendah Terhadap Pengetahuan tentang thaharah.

Sumber Variansi	Dk	JK	RJK	F _{hitung}	F _{tabel}	
					$\alpha 0.05$	$\alpha 0.01$
Antar kelompok	1	1.795,117	1.795,117			
Dalam kelompok	56	6.047,067	107,983	5,541**	2,769	4,152
Baris (B)	1	780,300	780,300	7,226**	4,004	7,085
Jumlah	59	7.842,18				

Keterangan :

dk = derajat kebebasan

JK = Jumlah Kuadrat

RJK = Rerata Jumlah Kuadrat

B = Rasa Ingin Tahu, *curiosity* (Atribut)

*) = Signifikan pada $\alpha = 0,05$.

***) = Signifikan pada $\alpha = 0,01$.

Pengetahuan tentang thaharah antara siswa yang memiliki *curiosity* tinggi dan *curiosity* rendah.

Hipotesis statistik yang di uji adalah:

H₀ : $\mu B_1 = \mu B_2$

H₁ : $\mu B_1 \neq \mu B_2$

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diperoleh hasil uji bahwa hipotesis nol ditolak yang menyatakan tidak ada perbedaan “Pengetahuan tentang thaharah antara siswa yang memiliki *curiosity* tinggi (B1) dan siswa yang memiliki *curiosity* rendah (B2). Hal ini berarti hipotesis nol ditolak. Hal ini ditunjukkan dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada signifikansi ($\alpha = 0,01$).

Hasil perhitungan uji Anava Dua Arah yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 22 for Windows dapat dirangkum dalam tabel anava. Harga F_{tabel} diperoleh sebagai berikut $F(0,05)(56) = 4,004$. Sedangkan untuk $\alpha=0,01$ diperoleh harga $F(0,01)(56) = 7,085$. Dari ringkasan uji pada Tabel 4.11 kolom sumber variasi pada baris *curiosity* tinggi dan rendah memberikan hasil bahwa

$F_{hitung}=7,226 > F(0,05)(52)=7,085$. Hasil uji menunjukkan F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} berarti tolak H_0 pada $\alpha =0,01$.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang sangat signifikan pengetahuan tentang thaharah siswa yang memiliki *curiosity* tinggi dengan yang memiliki *curiosity* rendah. Hal ini berarti hipotesis kerja diterima dan hipotesis nol ditolak. Dengan hasil uji hipotesis di atas, ini berarti *curiosity* siswa tinggi dan rendah berpengaruh secara sangat signifikan terhadap pengetahuan tentang thaharah.

Merujuk kepada hasil pengujian hipotesis, bahwa terdapat perbedaan yang sangat signifikan pengetahuan tentang thaharah siswa yang memiliki *curiosity* tinggi dan rendah. Hal ini terlihat pada tabel ANAVA, F_{hitung} 7,226 lebih besar dari F_{tabel} 7,085 pada taraf signifikan 1%. Data skor rata-rata siswa yang memiliki *curiosity* tinggi 133,43 lebih besar dari skor rata-rata siswa memiliki *curiosity* rendah 129,33. Berdasarkan hasil yang diperoleh tersebut dapat dijelaskan bahwa siswa yang memiliki *curiosity* tinggi memiliki pengetahuan tentang thaharah lebih tinggi dibandingkan dengan siswa yang memiliki *curiosity* rendah.

Curiosity bagian potensi diri pada siswa yang sangat berpengaruh dalam memberikan penguasaan lebih dalam dan lebih luas terhadap pengetahuan thaharah yang disampaikan guru kepada siswa. Seperti teori yang dikemukakan oleh Maw and Maw's, siswa sekolah dasar yang memiliki *curiosity*, dapat dilihat ketika siswa (1) memberikan reaksi positif terhadap sesuatu yang baru, asing, tidak pantas atau misterius di lingkungannya, (2) mempunyai keinginan yang lebih untuk mengetahui lingkungannya, (3) melakukan pengamatan terhadap lingkungannya untuk mendapatkan pengalaman baru, (4) terus melakukan eksperimen dan eksplorasi. (Kashdan et al., 2004)

Selain intelegensia pada siswa, *curiosity* perlu menjadi perhatian guru juga dalam memberikan pelajaran, karena *curiosity* motivasi intrinsik siswa yang ditunjukkan dengan karakteristik lebih eksploratif, lebih ekspresif, dan lebih berminat terhadap pembelajaran yang diberikan. Sikap positif terhadap sesuatu yang baru, asing, sehingga membangkitkan libidonya dalam bentuk keinginan yang lebih untuk mengetahui secara detail dan mendalam tentang sesuatu hal. Maka dengan demikian teori tentang *curiosity* secara empirik telah dapat dibuktikan, untuk itu bagi para pendidik ke depan perlu memupuk dan menumbuhkan kembangkan potensi *curiosity* ini pada diri anak. Hal ini merupakan potensi personality baru yang perlu dikembangkan selain dari kecerdasan, intelektual, emosional dan spiritual.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan hasil penelitian pada terdahulu, maka dapat diperoleh temuan penelitian sebagai berikut: Pengetahuan tentang thaharah siswa yang memiliki *curiosity* tinggi lebih tinggi dibandingkan dengan siswa yang memiliki *curiosity* rendah. Dengan temuan tersebut peneliti menyimpulkan bahwa *curiosity* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengetahuan tentang thaharah.

Berdasarkan kesimpulan di atas, peneliti menyarankan sebagai berikut; **pertama**, *curiosity* merupakan sebuah potensi personality pada masing-masing individual selain dari potensi intelegensia dan potensi lainnya; **Kedua**, *curiosity* perlu diteliti lebih jauh dan dikaji lebih dalam lagi terkait bagaimana pengelolaan, pemanfaatan dan pengembangannya dari dalam diri individu, sehingga potensi tersebut dapat memberikan effect terhadap kegiatan pembelajaran; **Ketiga**, perlu dilakukan penelitian lanjutan terkait dengan pengembangan model pembelajaran yang berbasis pada pengembangan *curiosity* siswa, sehingga didapatkan pola, model, dan strategi pembelajaran yang dapat mengembangkan *curisity* siswa.

BIBLIOGRAFI

- Ahmad Zainudin Hasibuan, Fahrur Rizal, R. S. (2017). *Penerapan metode demonstrasi untuk meningkatkan pemahaman siswa pada materi thaharah istinja' mata pelajaran fiqih di mts. s al- washliyah tg. mulia km. 6" skripsi, fakultas agama islam prodi pendidikan agama islam universitas dharmawangsa medan 2017*. 65–77.
- Berlyne, D. E. (1978). Curiosity and learning. *Motivation and Emotion*, 2(2), 97–175. <https://doi.org/10.1007/BF00993037>
- Charles Tart. (1995). *The Nature of Human Conciousness*. WH Freeman and Company.
- Fernandez-Bellesteros, R. (2003). Encyclopedia of Psychological Assesment (Vols 1-2). In *London* (p. 500). Sage Publications Ltd.
- Gravetter, F. J., & Forzano, L.-A. B. (2018). *Research methods for the behavioral sciences*. Cengage Learning.
- Kashdan, T. B., Rose, P., & Fincham, F. D. (2004). Curiosity and Exploration: Facilitating Positive Subjective Experiences and Personal Growth Opportunities. *Journal of Personality Assessment*, 82(3), 291–305. https://doi.org/10.1207/s15327752jpa8203_05
- Krathwohl. (2001). Lorin W. Anderson, David R. Krathwohl - A taxonomy for learning teaching and assessing_ a revision of Bloom`s taxonomy of educational objetives- Longman (2001). In *Book1*.
- Markey, A., & Loewenstein, G. (2014). Curiosity. In *International handbook of emotions in education*. (pp. 228–245). Routledge/Taylor & Francis Group.
- Marzano, R. J., & Kendall, J. S. (2007). Praise for the Second Edition of The New Taxonomy of Educational Objectives. *Corwin Press*, i–ii. <https://doi.org/10.1016/B978-1-85617-816-7.10013-X>
- Maslow, A. (1993). *Motivasi dan kepribadian; teori Motivasi dan pendekatan kebutuhan manusia; terjemahan nurul iman*. LPPM dan Pustaka Binaman Pressindo.
- Masykur, O. F., & Ag, S. (2019). *Tarbawi Vol 1, Februari 2019. 1*.
- Nazir. (2003). *Metode Penelitian*. Ghalia.
- Norman E. Wallen, J. R. F. (2001). *Educational Research A Guide to the process* (pertama). Lawrence Erbaum Associate.
- RI, K. (2015). *Al-Qur'an dan Terjemahan*. Kementerian Agama.
- Robert M, Gagne, Walter W. Wager, Katharine C. Golas, J. M. K. (2005). *Principle of*

Instructional Design. Thomson Wadsworth.

Sabiq, S. (1365). *Fighi Sunnah*. Al-Azhar.

Schatz, M. (2020). Voices in Educational Research: An Introduction. In *Qualitative Voices in Educational Research* (pp. 1–6).
<https://doi.org/10.4324/9781003008064-1>

Suwanda. (2011). *Desain Eksperimen untuk Penelitian Ilmiah (Pertama)*. Alfabeta.



ANALISIS STRATEGI BERSAING DALAM PERSAINGAN USAHA DI BIDANG KULINER AYAM GEPREK (STUDI KASUS PADA RUMAH MAKAN MI3 SETAN DAN AYAM GEPREK JUMBO WARU SIDOARJO)

Titis Puspita Sari dan Ety Dwi Susanti

Universitas Veteran Pembangunan (UPN) Veteran, Indonesia

Email: titis21puspitasari@gmail.com, bimbinganskripsiety@gmail.com

INFO ARTIKEL

Diterima
8 April 2021

Kata kunci:

kuliner ayam geprek; lima strategi bersaing porter; strategi bersaing

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi bersaing yang sudah diterapkan oleh Rumah Makan Mi3 Setan dan Ayam Geprek Jumbo Waru Sidoarjo guna menghadapi ketatnya persaingan. Penelitian ini dilakukan dengan melakukan pendekatan studi deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif ini bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai analisis strategi bersaing pada usaha di bidang ayam geprek Rumah Makan Mi3 Setan dan Ayam Geprek Jumbo Waru Sidoarjo berdasarkan lima strategi bersaing Porter. Penelitian ini dilakukan dengan melihat implementasi strategi yang dilakukan oleh Rumah Makan Mi3 Setan dan Ayam Geprek Jumbo Waru Sidoarjo dalam usahanya untuk bertahan di tengah ketatnya persaingan dalam bidang industri makanan dan minuman. Dalam penelitian ini pengumpulan data subjek penelitian dilakukan dengan cara non probability sampling dengan teknik purposive sampling. Penelitian ini menggunakan teknik observasi dan disertai dengan wawancara pada pemilik dan dua orang karyawan serta 60 pelanggan rumah makan yang sesuai dengan kriteria. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi strategi bersaing yang diterapkan oleh Rumah Makan Mi3 Setan dan Ayam Geprek Jumbo Waru Sidoarjo memberikan kontribusi terhadap keberlangsungan perusahaan. Strategi fokus biaya, fokus diferensiasi, dan pelayanan dengan intensitas komunikasi secara terus menerus dapat meningkatkan loyalitas konsumen terhadap produk. Rumah Makan Mi3 Setan dan Ayam Geprek Jumbo Waru Sidoarjo mengimplementasikan strategi diferensiasi terhadap produk, promosi dan pelayanan yang dapat berdampak positif terhadap perkembangan Rumah Makan berkaitan dengan peningkatan profit,

serta lebih dikenal oleh konsumen. Diharapkan Rumah Makan Mi3 Setan dan Ayam Geprek Jumbo Waru Sidoarjo lebih aktif, kreatif, dan inovatif dalam mengembangkan usaha untuk meningkatkan ketertarikan konsumen.

Pendahuluan

Persaingan industri dibidang kuliner sangat berkembang pesat, hal ini disebabkan karena semakin banyaknya ide manusia yang semakin kreatif dan inovatif dalam menciptakan peluang usaha baru. Munculnya persaingan dalam dunia bisnis merupakan hal yang tidak dapat dihindari, banyaknya usaha baru bermunculan menimbulkan kompetisi diantara perusahaan-perusahaan. Untuk dapat terus bertahan dalam persaingan di dunia bisnis, setiap perusahaan harus mampu merumuskan strategi yang tepat dalam menjalankan kegiatan usahanya. Menurut (Robbin & Coulter, 2010), strategi bersaing atau kompetitif adalah tentang bagaimana organisasi akan bersaing dalam bisnisnya.

Strategi bersaing adalah langkah-langkah strategis yang terencana maupun tidak terencana untuk memiliki keunggulan bersaing, sehingga dapat menarik perhatian konsumen, memperkuat posisi dalam pasar serta bertahan terhadap tekanan persaingan (Hariadi, 2003). Untuk membangun keunggulan kompetitif, setiap organisasi harus dapat merinci apa saja manfaat yang mereka berikan kepada target pasar dengan cara yang tidak biasa dilakukan pesaing lain. Strategi jangka panjang dari suatu usaha yang dilakukan perusahaan untuk mencari keunggulan bersaing dimana dalam dunia industri yang sama semakin ketat persaingannya diperoleh berdasarkan salah satu atau dari ketiga strategi generik. Strategi generik tersebut adalah strategi keunggulan biaya, strategi diferensiasi, serta strategi focus.

Manajemen strategi di definisikan sebagai serangkaian keputusan dan tindakan yang menghasilkan formulasi dan implementasi rencana yang dirancang untuk meraih tujuan suatu perusahaan (Perace, 2013).

Menurut (David, 2009) menjelaskan bahwa proses manajemen strategis terdiri dari tiga tahapan, yaitu, memformulasikan strategi, mengimplementasikan strategi dan mengevaluasi strategi. Tahap memformulasikan strategi antara lain menetapkan visi dan misi, mengidentifikasi peluang dan tantangan yang dihadapi organisasi dari sudut pandang eksternal, menetapkan kelemahan dan keunggulan yang dimiliki organisasi dari sudut pandang internal, menyusun rencana jangka panjang, membuat strategi-strategi alternatif dan memilih strategi tertentu yang akan dicapai.

Ketiga strategi generik tersebut di atas adalah pendekatan alternatif yang dapat digunakan untuk menanggulangi kekuatan-kekuatan persaingan. Porter menekankan perlunya ahli strategi perusahaan untuk melakukan analisis biaya manfaat untuk mengevaluasi di antara perusahaan yang sudah ada. Berbagai aktifitas dan sumber daya untuk memperkuat keunggulan bersaing tergantung pada berbagai faktor seperti tipe

Analisis Strategi Bersaing dalam Persaingan Usaha di Bidang Kuliner Ayam Geprek (Studi Kasus pada Rumah Makan Mi3 Setan dan Ayam Geprek Jumbo Waru Sidoarjo)

industri, ukuran perusahaan, dan sifat persaingan. Beberapa strategi yang dapat dikembangkan adalah keunggulan biaya, diferensiasi atau fokus.

Oleh karena itu untuk mencapai keunggulan bersaing tersebut, pemilik bisnis harus mengambil langkah-langkah strategik tersebut untuk mencapai keunggulan biaya, mengarahkan dirinya pada target tertentu (fokus) atau mencapai kekhasan tertentu (diferensiasi). menurut (Porter, 2008) strategi bersaing adalah pencarian akan posisi bersaing, yang menguntungkan dalam suatu industri arena fundamental tempat persaingan terjadi.

Perusahaan yang mampu bertahan dalam persaingan adalah perusahaan yang dapat menyesuaikan diri pada perubahan-perubahan yang terjadi dalam dunia bisnis. Dimana perusahaan memiliki keunggulan melebihi pesaing yang diperoleh dengan menawarkan nilai yang lebih besar kepada konsumen daripada tawaran pesaing hal ini merupakan tuntutan pasar untuk dapat mampu bersaing. Semakin tinggi persaingan meningkatnya kompleksitas pasar dan konsumen yang mulai kritis akan pasar, mengakibatkan kegiatan pemasaran perlu dilakukan dengan profesional dan agresif.

Lapangan usaha dalam bidang kuliner yaitu rumah makan merupakan salah satu strategi bisnis. Semakin banyaknya rumah makan yang bermunculan baik rumah makan kecil maupun rumah makan besar, baik yang sejenis maupun tidak sejenis. Di Jawa Timur bisnis jasa makanan dan minuman sudah menjamur dimana-mana. Di daerah yang memiliki jumlah penduduk sebesar 240.526 jiwa (bedasarkan data dinas kependudukan dan catatan sipilk Kab. Sidoarjo 2020) ini sudah banyak dijumpai usaha jasa makanan dari tingkat kecil hingga besar. Bisnis jasa makanan dan minuman merupakan bisnis yang sangat menarik perhatian para wirusahawan. Semakin sengitnya persaingan pada bisnis makanan dan minuman, strategi pemasaran memegang peranan penting dalam menentukan keunggulan dan kelemahan produk kita dengan produk pesaing di mata pelanggan serta mencapai target pasar yang dituju.

Industri bisnis dibidang kuliner yang semakin menjamur membuat perusahaan berlomba untuk memiliki ciri khas yang menarik hati konsumen. Di dunia kuliner kini sudah tidak asing lagi dengan menu makanan ayam geprek. Ayam geprek adalah makanan ayam goreng tepung khas Indonesia yang diulek atau dilumatkan bersama sambal bajak. Kini ayam geprek telah menjadi hidangan populer yang dapat ditemukan di hampir semua kota besar di Indonesia, tetapi asal mula ayam geprek berasal dari Kota Yogyakarta. Geprek adalah istilah dalam Bahasa Jawa yang berarti "dipukul", "ditekan", atau "dilumatkan", maka ayam geprek berarti "ayam yang dipukul". Ayam geprek menjadi fenomena populer, seiring dengan banyaknya gerai yang menyajikan makanan ini di Indonesia pada tahun 2017. Asal mula ayam geprek bermula di Kota Yogyakarta, hasil kreasi Ruminah atau dikenal sebagai Bu Rum. Pada tahun 2003, Bu Rum diminta oleh pelanggannya untuk menambahkan sambal ulek di atas ayam goreng tepungnya. Hidangan ayam goreng tepung yang dilumat bercampur sambal ini menjadi populer, kemudian banyak restoran lain yang meniru hidangan ini, dan menjadi kian populer di seluruh Indonesia. (sumber: https://id.wikipedia.org/wiki/Ayam_geprek)

Perkembangan bisnis ayam geprek, sebagai salah satu kuliner idola masyarakat, bisa dibilang sangat cepat, karena rasa dan harga bisa dijangkau dan dinikmati dari segala usia dan kalangan. Salah satu rumah makan yang memiliki menu khas ayam geprek yaitu rumah makan Mi3 Setan dan Ayam Geprek Jumbo yang terletak di Waru Sidoarjo Jawa Timur. Mi3 Setan dan Ayam Geprek Jumbo berdiri pada tahun 2016, dan dimiliki oleh Bapak Detak Resa Malawan. Mi3 Setan dan Ayam Geprek Jumbo terletak di jalan Brigjend Katamso No.401, Kec Waru kab Sidoarjo, Jawa Timur. Saat ini Mi3 Setan dan Ayam Geprek Jumbo dihadapkan oleh banyaknya rumah makan baru yang juga mengeluarkan menu ayam geprek yang menjadi pesaing.

Strategi yang tepat untuk bertahan di tengah ketatnya pesaing sangat diperlukan untuk mempersiapkan rumah makan Mi3 Setan dan Ayam Geprek Jumbo dalam menghadapi persaingan dalam bidang industri makanan dan minuman. Mi3 Setan dan Ayam Geprek Jumbo berusaha menciptakan produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih dari produk pesaing. Terbukti sejak Mi3 Setan dan Ayam Geprek Jumbo dibuka, produk tersebut mendapat respons yang baik dari pelanggan. Di Indonesia terutama di daerah Waru Sidoarjo ada berbagai rumah makan yang menawarkan jenis makanan yang serupa dengan menu ayam geprek, beberapa diantaranya yaitu Ayam Geprek Momike, Ayam Geprek Mbok Na, dan Ayam Geprek Mas Jati Jempol.

Mi3 Setan dan Ayam Geprek Jumbo hadir menjadi solusi dengan menawarkan berbagai produk olahan ayam dengan rasa yang unik dan harga yang terjangkau. Banyaknya tempat rumah makan yang serupa tentu saja turut meramaikan persaingan yang ada. Oleh karenanya perusahaan dituntut mampu dalam melakukan strategi yang tepat untuk memenangkan keunggulan bersaing. Meskipun berada di wilayah yang memiliki persaingan ketat, penghasilan yang didapat oleh rumah makan Mi3 Setan dan Ayam Geprek Jumbo bisa dikatakan baik. Berikut pencapaian pengunjung dan pendapatan yang sudah didapatkan oleh Mi3 Setan dan Ayam Geprek Jumbo:

Tabel 1
Penjualan ayam geprek di Rumah Makan Mi3 Setan dan Ayam Geprek Jumbo

Bulan (2017)	Jumlah Pelanggan	Total Penjualan
Januari	316	Rp 31.103.000
Februari	298	Rp 29.759.000
Maret	265	Rp 25.000.000
April	331	Rp 31.987.000
Mei	277	Rp 25.571.000
Juni	342	Rp 33.120.000
Juli	358	Rp 36.945.000
Bulan (2018)	Jumlah Pelanggan	Total Penjualan

Analisis Strategi Bersaing dalam Persaingan Usaha di Bidang Kuliner Ayam Geprek (Studi Kasus pada Rumah Makan Mi3 Setan dan Ayam Geprek Jumbo Waru Sidoarjo)

Januari	339	Rp 32.279.000
Februari	235	Rp 22.721.000
Maret	260	Rp 24.974.000
April	296	Rp 29.832.000
Mei	391	Rp 38.650.000
Juni	278	Rp 25.583.000
Juli	345	Rp 34.000.000
Bulan (2019)	Jumlah Pelanggan	Total Penjualan
Januari	287	Rp 25.951.000
Februari	306	Rp 30.860.000
Maret	325	Rp 31.705.000
April	298	Rp 29.320.000
Mei	241	Rp 23.340.000
Juni	364	Rp 38.761.000
Juli	275	Rp 25.248.000

(Sumber : Rumah Makan Mi3 Setan dan Ayam Geprek Jumbo)

Mi3 Setan dan Ayam Geprek Jumbo merupakan salah satu rumah makan yang berada di Waru Sidoarjo yang bisa dikatakan mampu bertahan ditengah kerasnya persaingan. Saat ini rumah makan Mi3 Setan dan Ayam Geprek Jumbo Waru Sidoarjo sudah memiliki beberapa cabang yang berada di Kota Gresik dan di depan perumahan Puri Indah Sidoarjo.

Namun dibalik kesuksesan tersebut, tidak terlepas dari ancaman pesaing-pesaingnya. Dengan demikian Mi3 Setan dan Ayam Geprek Jumbo harus mampu mengembangkan strategi yang tepat untuk terus bertahan. Rumah makan yang berhasil menjaga eksistensinya adalah yang memiliki keunggulan dari rumah makan lain yang sejenis.

Dengan penjelasan yang telah diuraikan, peneliti tertarik untuk membahas masalah ini sebagai objek penelitian skripsi dengan judul “Analisis Strategi Bersaing Dalam Persaingan Usaha Di Bidang Kuliner Ayam Geprek (Studi Kasus Pada Rumah Makan Mi3 Setan Dan Ayam Geprek Jumbo Waru Sidoarjo).”

Metode Penelitian

Penelitian yang digunakan oleh peneliti, menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Menurut (Sukmadinata, 2011), penelitian deskriptif kualitatif ditujukan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena-fenomena yang ada. Secara alamiah maupun rekayasa manusia. Yang perlu diperhatikan mengenai karakteristik, kualitas, keterkaitan antar kegiatan. Penelitian deskriptif tidak memberikan perlakuan manipulasi

atau perubahan pada variabel-variabel yang diteliti. Melainkan menggambarkan suatu kondisi yang apa adanya. Satu-satunya bentuk yang diberikan hanyalah penelitian itu sendiri yang dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti mencoba memahami fenomena-fenomena yang terjadi pada rumah makan Mi3 Setan dan Ayam Geprek Jumbo Waru Sidoarjo. Dengan mengumpulkan data dan mempelajari data-data yang telah diperoleh dari informan, yang telah didapatkan di lokasi penelitian. Fenomena yang dimaksud oleh peneliti yakni membahas seputar strategi bersaing yang diterapkan rumah makan Mi3 Setan dan Ayam Geprek Jumbo Waru Sidoarjo,

Data yang diperoleh dari informan akan dibentuk kata-kata sehingga peneliti menggunakan deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian, tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Jadi penelitian deskriptif merupakan penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala. Peristiwa yang terjadi pada saat sekarang atau masalah actual (Sugiyono, 2017).

Hasil dan Pembahasan

A. Implementasi Strategi Bersaing Rumah Makan Mi3 Setan dan Ayam Geprek Jumbo Waru Sidoarjo

Dalam teorinya, Porter dalam (Kuncoro, 2005) mengemukakan bahwa terdapat dua faktor yang diperhitungkan dalam menciptakan strategi bersaing yang “tepat”. Pertama didasarkan pada keunggulan kompetitif organisasi. Menurut Porter, keunggulan kompetitif hanya akan diperoleh lewat salah satu dari dua sumber: bisa dari keunggulan menciptakan biaya rendah (cost leadership), atau dari kemampuan organisasi untuk menjadi berbeda (differentiation) dibandingkan pesaingnya. Gabungan dari dua faktor ini membentuk dasar dari strategi bersaing Generic Porter, yaitu: a) Kepemimpinan Biaya (cost leadership), b) Diferensiasi (differentiation), dan c) Fokus (berbasis biaya atau diferensiasi).

Berdasarkan observasi dan dari hasil wawancara dengan pemilik rumah makan, pengunjung, dan karyawan Mi3 Setan dan Ayam Geprek Jumbo yang ikut meramaikan persaingan bisnis kuliner di Waru Sidoarjo, menerapkan strategi fokus melalui biaya rendah dan diferensiasi.

Mudrajad (Kuncoro, 2005) dalam teorinya menjelaskan bahwa perusahaan dengan strategi fokus melayani kebutuhan spesifik ceruk pasar (Market Niche). Ia bisa memilih strategi fokus berbasis biaya atau diferensiasi. Perbedaanannya terletak pada segmentasinya yang lebih kecil. Tiga cara untuk melakukan segmentasi celah pasar: (1) geografis, (2) Tipe konsumen, (3) Segmen lini produk.

1. Implementasi Strategi Bersaing Rumah Makan Mi3 Setan dan Ayam Geprek Jumbo Dalam Menghadapi Persaingan

a. Keunggulan Biaya

Keunggulan biaya adalah strategi yang digunakan organisasi apabila ingin menjadi pemimpin pasar berbasis biaya rendah dengan basis pelanggan

yang luas. Biaya di sini merupakan total biaya produksi, dan bukan pada harga. Pada strategi ini organisasi berfokus pada bagaimana perusahaan mampu memproduksi barang dan jasa dengan biaya yang rendah. Perusahaan yang mampu menciptakan biaya produksi yang rendah tentu saja mampu menjual produknya dengan harga yang lebih rendah dari pesaing, tetapi masih bisa menghasilkan keuntungan bagi perusahaannya. Perusahaan semacam ini tidak takut terhadap ancaman pesaing yang menurunkan harga (Kuncoro, 2005).

Kepemimpinan biaya merupakan salah satu tipe strategi kompetitif dimana organisasi secara agresif berupaya menjadi lebih efisien (melakukan reduksi biaya) dari pesaing-pesaingnya dengan memotong biaya produksi dan pengawasan biaya yang sangat ketat. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik rumah makan, karyawan, dan pelanggan Mi3 Setan dan Ayam Geprek Jumbo informasi bahwa rumah makan Mi3 Setan dan Ayam Geprek Jumbo mampu menjual produknya dengan harga yang lebih rendah dari pesaing.

(Kotler & Keller, 2009) menjelaskan bahwa harga merupakan faktor yang menentukan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. (Porter, 2008) memasukkan keunggulan biaya dan keuangan sebagai alat untuk mencapai keunggulan bersaing. Biaya juga sangat penting bagi strategi diferensiasi karena diferensiator harus mempertahankan deketan biaya dengan para pesaing. Apabila premi harga yang dihasilkan melebihi biaya diferensiasi, diferensiator akan tidak berhasil mencapai kinerja unggul. Perilaku biaya juga menimbulkan pengaruh kuat terhadap struktur industri secara menyeluruh.

Biaya yang diperoleh dari keuntungan yang berasal dari penetapan harga yang sangat berpengaruh bagi biaya operasional Rumah Makan Mi3 Setan dan Ayam Geprek Jumbo dan juga biaya dari keluarga sendiri karena memang secara kepemilikan masih milik perorangan atau keluarga. Keuntungan diperoleh dari pendapatan tiap bulan begitu juga untuk biaya pengelolaan produk. Oleh karenanya harus ada peningkatan jumlah pelanggan dengan secara intens mempromosikan Rumah Makan Mi3 Setan dan Ayam Geprek Jumbo baik lewat online, spanduk, brosur ataupun yang lainnya dengan begitu banyak konsumen yang tertarik.

b. Diferensiasi

Mudarajad (Kuncoro, 2005) mengungkapkan bahwa perusahaan akan menggunakan strategi diferensiasi bila ingin bersaing dengan pesaingnya dalam hal keunikan produk dan jasa yang ditawarkan. Keunikan tersebut dapat dilihat dari ciri produk yang menawarkan nilai-nilai yang dicari konsumen sehingga menjadikan produk tersebut unik dan berbeda dimata konsumen. Diferensiasi dapat dilakukan dalam banyak bentuk, seperti diferensiasi dalam : Gengsi (prestige), Teknologi, Inovasi, Fitur, Jasa

Pelayanan. (Kotler & Keller, 2009) mengatakan bahwa inovasi merupakan hal yang wajib dilakukan oleh perusahaan jika ingin bertahan. Inovasi sebagai instrument utama untuk memenangkan sebuah persaingan. Joewono (2006:) dalam (Setyawan, 2011) menyebutkan bahwa inovasi merupakan salah satu strategi kompetitif yang selama perusahaan ingin tetap survive harus dilakukan.

Peneliti berpendapat, Rumah Makan Mi3 Setan dan Ayam Geprek Jumbo melakukan inovasi atau diferensiasi dalam hal produk, promosi maupun pelayanan sebagai alasan untuk menarik minat konsumen dan perubahan strategi pesaing. Pemanfaatan teknologi merupakan hal yang penting dalam rangka perancangan strategi informasi dan pemenuhan kebutuhan bagi pelanggan. (Porter, 2008) menempatkan teknologi sebagai salah satu kekuatan didalam menciptakan keunggulan bersaing.

(Dirgantoro & Putra, 2002) mengungkapkan bahwa satu hal yang mungkin bisa menjadi pegangan bagi perusahaan atau orang untuk terus melakukan inovasi adalah kesuksesan dari perusahaan – perusahaan yang menjadi pemimpin produk. Agar dapat menjadi pemimpin produk, perusahaan harus menunjukkan bahwa mereka dapat menciptakan arus yang konsisten dari produk-produk yang menonjol yang akan mampu membuat para pelanggan akan terus menanti dengan penuh harap produk-produk baru yang diluncurkan. Inovasi produk merupakan suatu proses yang berusaha memberikan solusi terhadap permasalahan yang ada. Permasalahan yang sering terjadi di dalam bisnis adalah produk yang bagus tetapi mahal atau produk yang murah tetapi tidak berkualitas. Sebagai pelaku usaha, harus peka terhadap keinginan client yang kadang sulit kita terima. Keinginan yang paling umum adalah client menginginkan produk yang bagus dengan harga yang murah (www.proweb.co.id).

Untuk pelayanan, Rumah Makan Mi3 Setan dan Ayam Geprek Jumbo sangat peduli dan memperhatikan konsumennya. (Setyawan, 2011) mengungkapkan bahwa Dalam memberikan pelayanan hal sekecil apapun harus diperhatikan seperti senyum, ramah, komunikasi yang sopan dan santun serta menyenangkan. Menjalin hubungan dengan konsumen hendaknya tidak hanya jangka pendek tapi juga jangka panjang. Lupiyoadi dan Hamdani (2006:6) dalam (Setyawan, 2011) menjelaskan bahwa ketika membicarakan jasa akan menitikberatkan kepada produk intangibility, yang mana menyebabkan produk dan jasa hanya dapat dirasakan sehingga menyebabkan kualitas pelayanan (*service quality*) sangat menentukan. Rumah Makan Mi3 Setan dan Ayam Geprek Jumbo terus berusaha meningkatkan pelayanan untuk memberikan yang terbaik kepada pelanggan dengan melakukan penilaian setiap tiga bulannya terhadap semua karyawan. Selain itu, menjaga hubungan baik dan kepercayaan dengan pelanggan.

Foster (2003:11) dalam (Setyawan, 2011) menyatakan bahwa kegiatan promosi dibagi dalam empat kegiatan masing-masing yaitu Advertising, Public Relation, Sales Promotion, Personal Selling. Pernyataan tersebut selaras dengan strategi promosi yang dilakukan Rumah Makan Mi3 Setan dan Ayam Geprek Jumbo.

c. Strategi Fokus

Mudrajad (Kuncoro, 2005) mengungkapkan bahwa perusahaan dengan strategi fokus melayani kebutuhan spesifik ceruk pasar (market niche). Ia bisa memilih strategi fokus berbasis biaya atau diferensiasi. Untuk segmentasi pasar, masih belum detail dipetakan. Peneliti berpendapat, hal tersebut dipengaruhi dengan target yang dibidik masih untuk semua orang.

2. Dampak Implementasi Strategi Bersaing Generik Porter Pada Rumah Makan Mi3 Setan dan Ayam Geprek Jumbo Waru Sidoarjo

Pertumbuhan Rumah Makan Mi3 Setan dan Ayam Geprek Jumbo merupakan salah satu dampak dari implementasi strategi yang diterapkan. Melalui penerapan strategi yang tepat telah memberikan kontribusi bagi kelangsungan perusahaan. Strategi fokus biaya melalui biaya rendah dan fokus diferensiasi melalui program promosi online, pelayanan dengan intensitas komunikasi secara terus menerus yang akhirnya menambah loyalitas konsumen, kemudian banyaknya lini produk yang masih jarang di miliki pesaing lain membuat Rumah Makan Mi3 Setan dan Ayam Geprek Jumbo.

Dampak positif dari strategi yang diterapkan Rumah Makan Mi3 Setan dan Ayam Geprek Jumbo tidak terlepas dari implementasi strategi yang baik juga. Namun dampak positif itu juga tidak kemudian membuat pihak rumah makan merasa puas, dan tidak berhenti sampai disitu saja, tapi pihak Rumah Makan Mi3 Setan dan Ayam Geprek Jumbo terus berusaha untuk menjadi yang terbaik dengan terus mempertahankan kualitas, pelayanan dan biaya yang rendah.

Sedangkan dampak lain dari perkembangan Rumah Makan Mi3 Setan dan Ayam Geprek Jumbo dengan berdirinya cabang yang terletak Wage Sidoarjo dan di ruko Delta Sari. Berdasarkan observasi dan hasil wawancara pertumbuhan Rumah Makan Mi3 Setan dan Ayam Geprek Jumbo juga dapat dilihat dari data kunjungan pelanggan yang mengalami peningkatan. Serta data keuangan atau pendapatan yang juga mengalami peningkatan. Untuk lebih jelasnya maka dapat dilihat pada tabel dibawah ini

Tabel Data 1
Kunjungan Rumah Makan Mi3 Setan dan Ayam Geprek Jumbo 2017-2019

Tahun	Pengunjung di rumah makan	Pengunjung pembelian melalui jasa kirim online
2017	13.649	8.310
2018	15.280	7.400

2019	16.931	8.695
------	--------	-------

(Sumber Data: Rumah Makan Mi3 Setan dan Ayam Geprek Jumbo)

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa adanya kenaikan data pengunjung dan data keuangan yang akhirnya memberikan dampak positif dengan bertambahnya profit, hal ini terungkap dari hasil wawancara dengan pemilik Rumah Makan Mi3 Setan dan Ayam Geprek Jumbo Waru Sidoarjo.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil kajian tentang analisis strategi bersaing rumah makan Mi3 Setan dan Ayam Geprek Jumbo Waru Sidoarjo maka diakhir penelitian ini disampaikan beberapa kesimpulan dan saran terkait strategi bersaing rumah makan Mi3 Setan dan Ayam Geprek Jumbo Waru Sidoarjo yang dapat disimpulkan sebagai berikut:

Rumah Makan Mi3 Setan dan Ayam Geprek Jumbo Waru Sidoarjo menerapkan strategi fokus melalui biaya rendah dan diferensiasi. Biaya rendah diperoleh dari meminimalisir pada biaya promosi bukan pada pengelolaan produk, sehingga kualitas tetap bagus dengan harga yang rendah. Rumah Makan Mi3 Setan dan Ayam Geprek Jumbo Waru Sidoarjo melakukan diferensiasi dalam hal produk, promosi maupun pelayanan.

a. Produk

Rumah Makan Mi3 Setan dan Ayam Geprek Jumbo Waru Sidoarjo memiliki banyak lini produk seperti pemberian tambahan topping keju di atas menu ayam geprek seperti keju cedar atau keju mozarella, memiliki sambal yang berbeda dari menu ayam geprek yang lain, seperti sambal ijo, sambal matah, sambal dabu-dabu.

b. Pelayanan

Rumah Makan Mi3 Setan dan Ayam Geprek Jumbo Waru Sidoarjo sangat peduli dan memperhatikan konsumennya. Rumah Makan Mi3 Setan dan Ayam Geprek Jumbo Waru Sidoarjo terus berusaha meningkatkan pelayanan untuk memberikan yang terbaik kepada pelanggan dengan melakukan training setiap tiga bulannya. Selain itu, menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Memberikan informasi terkait produk menu makanan baru. Memberikan bentuk voucher senilai Rp 25.000 jika melakukan transaksi pembelian diatas 100.000 tidak hanya potongan harga ada juga gratis menu tambahan atau minuman.

c. Promosi

Untuk promosi Rumah Makan Mi3 Setan dan Ayam Geprek Jumbo Waru Sidoarjo melalui pemanfaatan teknologi melalui media online seperti facebook, Instagram, whatsapp dan melalui jasa pengiriman online seperti grab dan gojek.

Strategi-strategi yang diterapkan oleh Rumah Makan Mi3 Setan dan Ayam Geprek Jumbo Waru Sidoarjo memberikan dampak positif bagi perkembangan Rumah Makan seperti bertambahnya profit, selain itu konsumen juga bertambah melalui pengiriman

Analisis Strategi Bersaing dalam Persaingan Usaha di Bidang Kuliner Ayam Geprek
(Studi Kasus pada Rumah Makan Mi3 Setan dan Ayam Geprek Jumbo Waru Sidoarjo)

jasa online sehingga Rumah Makan Mi3 Setan dan Ayam Geprek Jumbo lebih mudah dikenal oleh konsumen.

BIBLIOGRAFI

- David, F. R. (2009). *Strategic Management: Manajemen Strategis Konsep*. Jakarta [ID]. Penerbit Salemba Empat.
- Dirgantoro, C., & Putra, R. M. S. (2002). *Keunggulan bersaing melalui proses bisnis*. Gramedia Widiasarana Indonesia (Grasin do).
- Hariadi, B. (2003). *Strategi Manajemen*. Bayumedia Publishing.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*, edisi ketiga belas. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, M. (2005). *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Erlangga.
- Perace, J. A. dan R. B. R. (2013). *Manajemen Strategis* (Edisi 12 B). Penerbit Salemba.
- Porter, M. E. (2008). *Strategi Bersaing (Competitive Strategy)*. Karisma Publishing Group.
- Robbin, S. P., & Coulter, M. (2010). *Manajemen* edisi kesepuluh. Jakarta: Erlangga.
- Setyawan, A. Y. (2011). *Analisis Pergeseran Strategi Keunggulan Bersaing*. Skripsi.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfaberta.
- Sukmadinata, N. S. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. PT Remaja Rosdakarya.



PENGARUH REKRUTMEN DAN SELEKSI TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT. SUKSES MITRA SEJAHTERA KABUPATEN KEDIRI
Agus Diana Faridiningrum dan Budi Prabowo

ANALISIS PELAKSANAAN BIMBINGAN SOSIAL TERHADAP ANAK BERHADAPAN DENGAN HUKUM (ABH) KASUS TINDAK ASUSILA
Efi Siti Fatonah

ANALISA SIFAT FISIK DAN KIMIA PELUMAS PADA UJI KETAHANAN MOTOR DIESEL BERBAHAN BAKAR JME B2
Hadi Prasutiyon, Agung Zuhdi Muhammad Fathallah dan Urip Prayogi

ANALISIS INVESTASI DAN MANAJEMEN RISIKO TERHADAP PROYEK PENGEMBANGAN BANDARA DI PT. ANGKASA PURA I (PERSERO)
Herdy Setiawan, Zulkifli dan Mombang Sihitec

UPAYA MENINGKATKAN ETIKA WARGA MADRASAH MELALUI PENERAPAN LIMA PEMBIASAAN AKHLAK MULIA
Herjieni

ANALISIS PENGARUH SOCIAL NETWORK MARKETING DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) TERHADAP MINAT BELI MELALUI KEPERCAYAAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
Imelda Fitria Pratama Putri dan Lia Nirawati

KONSEP PENGELOLAAN WAKAF TUNAI UNTUK KESEJAHTERAAN EKONOMI UMAT DALAM DISTRIBUSI KEKAYAAN: TELAHAH SURAT ALHASYR AYAT 7
Neni Hardiati dan Hasan Bisri

PENERAPAN STRATEGI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN (STUDI KASUS PADA NISSI FURNITURE SURABAYA)
Shintiya Anggi Erfariani dan Ety Dwi Susanti

CURIOSITY DAN THAHARAH PADA PAI EKSPERIMEN DI SMP NEGERI 218 JAKARTA
Suhardin

ANALISIS STRATEGI BERSAING DALAM PERSAINGAN USAHA DI BIDANG KULINER AYAM GEPREK (STUDI KASUS PADA RUMAH MAKAN MI3 SETAN DAN AYAM GEPREK JUMBO WARU SIDOARJO)
Titis Puspita Sari dan Ety Dwi Susanti

INDEXED BY :

