

FOKAL

JURNAL KESEKRETARISAN DAN MANAJEMEN

Pengaruh Gaya Kepemimpinan Demokratis dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan di PT. Catur Bangun Mandiri Jakarta Barat

| *Dahlia Amelia & Sri Rei Nur Wulan* |

Mengelola Jurnal Umum dengan Ms. Excel

| *Amir Hamzah* |

Peran Sekretaris dalam Pembuatan Laporan Pertanggungjawaban Dokumen KITE (Kemudahan Import Tujuan Eksport

| *Hesti Umiyati* |

Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Pengambilan Keputusan Pelanggan di Properti PT. Ave Mulia Indonesia

| *Ipah Masripah & Friskayana Purba* |

Financial Leverage pada Portofolio Keuangan

| *Sumadi* |



AKADEMI SEKRETARI DAN MANAJEMEN LEPISI

FOKAL

JURNAL KESEKRETARISAN DAN MANAJEMEN AKSEMA - LEPISI

Vol. 03 | No. 02 | Desember 2016

Penanggung Jawab : Hesti Umiyati, S.E., M.M
(Direktur AKSEMA)
Ketua Dewan Redaksi : Meidy F. Lombogia, S.H., M.M
Anggota : Dahlia Amelia, S.E., M.M
Ir. Arvadi Hutagalung, M.M
Roberto Tomahuw, S.E., M.M
Editor Pelaksana : Amir Hamzah, S.E., M.M
Pelaksana Tata Usaha : Sri Wahyuningsih
Ferdy, S.E., M.M
Design dan Lay-Out : Widi Reza Prasetya

Alamat Penerbit/Redaksi:

LPPM AKSEMA-LEPISI

Jl. KS. Tubun No. 11 Pasar Baru

Tangerang-Banten

Telp. (021) 5589161-62

Fax. (021) 5589163

Website: www.lepisi.ac.id

Email: aksema@lepisi.ac.id

FOKAL

JURNAL KESEKRETARISAN DAN MANAJEMEN

Vol. 03 | No. 02 | Desember 2016

DAFTAR ISI

1. Pengaruh Gaya Kepemimpinan Demokratis dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan di PT. Catur Bangun Mandiri Jakarta Barat Dahlia Amelia & Sri Rei Nur Wulan	1
2. Mengelola Jurnal Umum dengan Ms. Excel Amir Hamzah	19
3. Peran Sekretaris dalam Pembuatan Laporan Pertanggungjawaban Dokumen KITE (Kemudahan Import Tujuan Eksport) Hesti Umiyati	31
4. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Pengambilan Keputusan Pelanggan di Properti PT. Ave Mulia Indonesia Ipah Masripah & Friskayana Purba	36
5. Financial Leverage pada Portofolio Keuangan Sumadi	60

PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN DEMOKRATIS DAN MOTIVASI KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN DI PT. CATUR BANGUN MANDIRI JAKARTA BARAT

Oleh:
DAHLIA AMELIA, S.E., M.M.
SRI REI NUR WULAN

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine how much influence the Democratic Leadership Style (X_1), Work Motivation (X_2) variables, partially and together on the Performance of PT Catur Bangun Mandiri West Jakarta Employees. The method used is quantitative method and analyze the effect of independent variables with the dependent variable, the method of measuring the method used is using a Likert scale by taking 55 respondents from the population as the research sample. For regression tests researchers used statistical analysis with the SPSS 20 for windows program.

From the results of the study, it is known that the multiple linear regression equation $Y = 17,533 (a) + 0,379 (X_1) + 0,329 (X_2)$. Partially, the Democratic Leadership Style (X_1) variable has a positive and significant effect on the sig value. 0,013, partially the Work Motivation variable (X_2) has a positive and significant effect on the sig value. 0,035. Taken together affect the variable Employee Performance (Y) seen from the significance F of 0,000, meaning that the value of sig is $0,000 < 0,05$.

Keywords: *Democratic Leadership Style, Work Motivation and Employee Performance.*

PENDAHULUAN

Sumber Daya Manusia merupakan faktor utama di dalam pengelolaan organisasi maupun perusahaan untuk mencapai tujuannya. Sumber daya manusia yang kompeten mempunyai kinerja yang bagus dan disiplin dapat menunjang keberhasilan suatu perusahaan. Dalam era persaingan usaha yang semakin ketat, kinerja yang dimiliki karyawan dituntut untuk terus meningkat. Salah satu langkah untuk mempertahankan dan meningkatkan kinerja karyawan dapat dilakukan dengan mengevaluasi kinerja karyawan dan melakukan serangkaian perbaikan agar selalu meningkatkan kualitas karyawan tersebut sehingga perusahaan tumbuh dan unggul dalam perusahaan, atau minimal dapat tetap bertahan. Peningkatan kinerja karyawan akan membawa kemajuan bagi perusahaan untuk dapat bertahan dalam suatu persaingan lingkungan bisnis kerja. Oleh karena itu upaya-upaya untuk meningkatkan kinerja karyawan merupakan tantangan manajemen yang paling serius, karena keberhasilan untuk mencapai tujuan dan kelangsungan hidup

perusahaan tergantung pada kualitas kinerja sumber daya manusia yang ada di dalamnya.

Untuk meningkatkan kinerja karyawan tergantung dari gaya kepemimpinan itu sendiri, dimana gaya kepemimpinan merupakan norma perilaku yang digunakan oleh seseorang pada saat orang tersebut mencoba mempengaruhi perilaku orang lain atau bawahan. Oleh karena itu, seorang pemimpin hendaknya dapat menciptakan integritas tinggi dan mendorong gairah kerja karyawan dengan gaya kepemimpinan yang dimilikinya. Para pemimpin yang sukses menetapkan contoh-contoh yang terlibat dalam simbolik untuk memberitahu bawahan apa yang diharapkan dari atasan, juga memberitahu perilaku pemimpin yang layak. Untuk mencapai umpan balik yang berguna dan tepat guna, harus ada ukuran kinerja yang cermat untuk menaksir tingkat sasaran yang optimal. Pemimpin diwajibkan merancang sebuah sistem dimana kinerja pegawai dapat diukur dengan secara obyektif.

Selain itu, kinerja pegawai juga dipengaruhi adanya motivasi. Motivasi merupakan aktivitas perilaku yang bekerja dalam usaha memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang diinginkan. Motivasi juga bisa di katakan sebagai rencana atau keinginan untuk menuju kesuksesan dan menghindari kegagalan. Seseorang yang mempunyai motivasi berarti ia telah mempunyai kekuatan untuk memperoleh kesuksesan dalam kehidupan.

TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

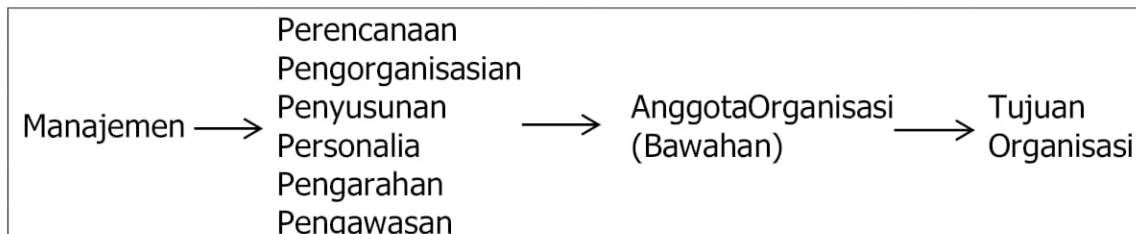
1. Untuk mengetahui besarnya pengaruh gaya kepemimpinan demokratis terhadap kinerja karyawan pada PT. Catur Bangun Mandiri Jakarta Barat.
2. Untuk mengetahui besarnya pengaruh motivasi kerja terhadap kinerja karyawan pada PT. Catur Bangun Mandiri Jakarta Barat.
3. Untuk mengetahui besarnya pengaruh gaya kepemimpinan dan motivasi kerja secara bersama-sama terhadap kinerja karyawan pada PT. Catur Bangun Mandiri Jakarta Barat.

TINJAUAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Manajemen

Manajemen dibutuhkan untuk semua jenis kegiatan yang diorganisasi, manajemen dibutuhkan dimana orang-orang bekerja bersama untuk mencapai suatu tujuan bersama. Menurut Stoner dalam Herlambang (2013: 4) manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya-sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan. Menurut Tead dalam Herlambang (2013: 4) manajemen sebagai sebuah proses dan perangkat yang mengarahkan dan membimbing kegiatan organisasi untuk mencapai tujuan.

Gambar 1
Proses Manajemen



Manajemen Sumber Daya Manusia

Manajemen sumber daya manusia merupakan bagian dari manajemen keorganisasian yang memfokuskan diri pada unsur sumber daya manusia. Manajemen sumber daya manusia mempunyai tugas untuk mengelola unsur manusia secara baik agar diperoleh tenaga kerja yang puas akan pekerjaannya. Menurut Simamora dalam Sutrisno (2016: 5) manajemen sumber daya manusia adalah pendayagunaan, pengembangan, penilaian, pemberian balas jasa, dan pengelolaan individu anggota organisasi atau kelompok pekerja. Menurut Schuler dalam Sutrisno (2016: 6) mengartikan manajemen sumber daya manusia merupakan pengakuan tentang pentingnya tenaga kerja organisasi sebagai sumber daya manusia yang sangat penting dalam memberi kontribusi bagi tujuan-tujuan organisasi dan menggunakan beberapa fungsi dan kegiatan untuk memastikan bahwa sumber daya manusia tersebut digunakan secara efektif dan adil bagi kepentingan individu, organisasi, dan masyarakat. Menurut Stoner dalam Sutrisno (2016: 6) manajemen sumber daya manusia meliputi penggunaan sumber daya manusia secara produktif dalam mencapai tujuan-tujuan organisasi dan pemuasan kebutuhan

pekerja secara individual. Menurut Umar dalam Sutrisno (2016: 7), dalam tugasnya manajemen sumber daya manusia dapat dikelompokkan atas tiga fungsi, yaitu:

- a. Fungsi manajerial: perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian.
- b. Fungsi operasional: pengadaan, pengembangan, kompensasi, pengintegrasian, pemeliharaan, dan pemutus hubungan kerja.
- c. Fungsi ketiga adalah kedudukan manajemen sumber daya manusia dalam pencapaian tujuan organisasi perusahaan secara terpadu.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa manajemen sumber daya manusia mempunyai definisi sebagai suatu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan atas pengadaan, pengembangan, kompensasi, pengintegrasian, pemeliharaan, dan pemutusan hubungan kerja dengan maksud untuk mencapai tujuan organisasi perusahaan terpadu.

Kepemimpinan

Kepemimpinan itu merupakan fenomena interaksi sosial yang kompleks, dan sering kali sulit dibaca. Menurut Robbins dalam Sudaryono (2014: 4) mengatakan bahwa kepemimpinan adalah kemampuan mempengaruhi suatu kelompok ke arah pencapaian

tujuan. Menurut Terry dalam Sudaryono (2014: 6) mengatakan kepemimpinan adalah hubungan dimana seseorang yakni pimpinan mempengaruhi pihak lain untuk bekerjasama secara sukarela dalam mengusahakan atau mengerjakan tugas-tugas yang berhubungan, untuk mencapai hal-hal yang diinginkan pemimpin tersebut. Menurut Greenberg dan Bacon dalam Sudaryono (2014: 9) mengatakan bahwa kepemimpinan adalah suatu proses dimana seorang pemimpin mempengaruhi anggotanya untuk mencapai tujuan kelompok atau organisasinya. Menurut Siagian dalam Sudaryono (2014: 9) mengatakan bahwa kepemimpinan merupakan inti manajemen yakni sebagai motor penggerak bagi sumber-sumber dan alat-alat dalam organisasi.

Gaya Kepemimpinan Demokratis

Gaya kepemimpinan adalah pola tingkah laku yang dirancang sedemikian rupa untuk mempengaruhi bawahannya agar dapat memaksimalkan kinerja yang di miliki bawahannya sehingga kinerja perusahaan dan tujuan perusahaan dapat di maksimalkan.

Gaya kepemimpinan demokratis saat ini dianggap sebagai gaya kepemimpinan yang sangat tepat, karena membutuhkan pemimpin yang mau terlibat langsung dengan kegiatan organisasi, memberikan pengarahan serta mendengarkan saran atau masukan dari bawahannya sangat memperhatikan kepentingan dan kesejahteraan bawahan, menindak bawahan yang melanggar disiplin dengan pendekatan bersifat korektif dan edukatif. Menurut Daryanto dalam Sudaryono (2011: 34) menyatakan bahwa kepemimpinan demokratis menempatkan manusia sebagai faktor

utama serta yang paling penting dalam sebuah organisasi. Menurut Robbins dalam Kartono (2003: 167) gaya kepemimpinan demokratis menggambarkan pemimpin yang cenderung melibatkan karyawan dalam mengambil keputusan, mendelegasikan wewenang, mendorong partisipasi dalam memutuskan metode dan sasaran kerja, dan menggunakan umpan balik sebagai peluang untuk melatih karyawan. Menurut Robbins dalam Kartono (2003: 168) mengemukakan bahwa terdapat beberapa ciri gaya kepemimpinan demokratis yang membedakan dengan gaya kepemimpinan lain, yaitu:

- 1) Semua kebijakan terjadi pada kelompok diskusi dan keputusan diambil dengan dorongan dan bantuan pemimpin.
- 2) Kegiatan-kegiatan di diskusikan, langkah-langkah umum untuk tujuan kelompok di buat dan jika di butuhkan petunjuk-petunjuk teknis, pemimpin menyarankan dua atau lebih alternatif prosedur yang dapat dipilih.
- 3) Para anggota bebas bekerja dengan siapa saja yang mereka pilih dan pembagian tugas di tentukan oleh kelompok.
- 4) Lebih memperhatikan bawahan untuk mencapai tujuan organisasi.
- 5) Menekankan dua hal yaitu bawahan dan tugas.
- 6) Pemimpin adalah objektif dalam pujian dan kecamannya dan mencoba menjadi seorang anggota kelompok biasa dalam jiwa dan semangat tanpa melakukan banyak pekerjaan.

Menurut Nawawi dalam Sudaryono (2014: 215) mengimplementasikan nilai-nilai demokratis di dalam tipe kepemimpinan yang terdiri dari:

- 1) Mengakui dan menghargai manusia sebagai makhluk individual, yang memiliki perbedaan kemampuan antara yang satu dengan yang lain, tidak terkecuali antara para anggota di lingkungan organisasi.
- 2) Memberikan hak dan kesempatan yang sama pada setiap individu sebagai makhluk sosial dalam mengekspresikan dan mengaktualisasikan diri melalui prestasi masing-masing di lingkungan organisasinya sebagai sebuah masyarakat kecil.
- 3) Memberikan hak dan kesempatan yang sama pada setiap individu untuk mengembangkan kemampuannya yang berbeda antara yang satu dengan yang lain, dengan menghormati nilai-nilai atau norma-norma yang mengaturnya sebagai makhluk normatif di lingkungan organisasi masing-masing.
- 4) Menumbuhkan dan mengembangkan kehidupan bersama dalam kebersamaan melalui kerjasama yang saling mengakui, menghagai, dan menghormati kelebihan dan kekurangan setiap individu sebagai anggota organisasi.
- 5) Memberikan perlakuan yang sama pada setiap individu sebagai anggota organisasi untuk maju dan mengembangkan diri dalam persaingan yang fair dan sehat (jujur dan sportif).
- 6) Memikulkan kewajiban dan tanggung jawab yang sama dalam menggunakan hak masing-masing untuk mewujudkan kehidupan bersama yang harmonis.

Motivasi Kerja

Menurut Siagian dalam Sedarmayanti (2016: 257) motivasi adalah keseluruhan proses pemberian motivasi bekerja kepada bawahan

sedemikian rupa sehingga mereka mau bekerja dengan ikhlas demi tercapainya tujuan organisasi dengan efisien dan ekonomis. Kekuatan kecenderungan seorang individu melibatkan diri dalam kegiatan yang berarahkan sasaran dalam pekerjaan. Menurut Santoso dalam Fahmi (2014: 107) mengatakan bahwa motivasi suatu set atau kumpulan perilaku yang memberikan landasan bagi seseorang untuk bertindak dalam suatu cara yang diarahkan kepada tujuan spesifikasi tertentu. Menurut Hasibuan dalam Sutrisno (2016: 110) motivasi mempersoalkan bagaimana cara mendorong gairah kerja bawahan agar mereka mau bekerja keras dengan memberikan semua kemampuan dan keterampilan untuk mewujudkan tujuan perusahaan. Menurut Robbins dalam Sutrisno (2016: 111) mengemukakan motivasi sebagai suatu kerelaan berusaha seoptimal mungkin dalam pencapaian tujuan organisasi yang dipengaruhi oleh kemampuan usaha memuaskan beberapa kebutuhan individu. Menurut Hamalik dalam Sutrisno (2016: 111) mengatakan ada dua prinsip yang dapat digunakan untuk meninjau motivasi, yaitu:

- 1) Motivasi dipandang sebagai suatu proses.
- 2) Menentukan karakter dari proses ini.

Kinerja Karyawan

Setiap karyawan dituntut untuk memberikan kontribusi positif melalui kinerja yang baik, mengingat kinerja perusahaan tergantung pada kinerja karyawannya. Menurut Payaman dalam Zainal dkk (2014: 406) Kinerja adalah tingkat pencapaian hasil atau pelaksanaan tugas tertentu. Menurut

Helfert dalam Zainal dkk (2014: 447) kinerja adalah suatu tampilan keadaan secara utuh atas perusahaan selama periode waktu tertentu, merupakan hasil atau prestasi yang dipengaruhi oleh kegiatan operasional perusahaan dalam memanfaatkan sumber-sumber daya yang dimiliki. Menurut Amstrong dan Baron dalam Fahmi (2014: 127) mengatakan kinerja merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan konsumen dan memberikan kontribusi ekonomi. Menurut Indra dalam Fahmi (2014: 128) menyatakan bahwa kinerja adalah gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu kegiatan atau kebijaksanaan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, misi dan visi organisasi yang tertuang dalam perumusan skema strategis suatu organisasi. Menurut Nasucha dalam Fahmi (2014: 129) mengemukakan bahwa kinerja organisasi adalah sebagai efektifitas organisasi secara menyeluruh untuk memenuhi kebutuhan yang ditetapkan dari setiap

kelompok yang berkenaan dengan usaha-usaha yang sistemik dan meningkatkan kemampuan organisasi secara terus menerus mencapai kebutuhannya secara efektif.

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka hipotesis penelitian dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Di duga terdapat pengaruh gaya kepemimpinan demokratis terhadap kinerja karyawan pada PT. Catur Bangun Mandiri Jakarta Barat.
2. Di duga terdapat pengaruh motivasi kerja terhadap kinerja karyawan pada PT. Catur Bangun Mandiri Jakarta Barat.
3. Diduga terdapat pengaruh gaya kepemimpinan dan motivasi kerja secara bersama-sama terhadap kinerja karyawan pada PT. Catur Bangun Mandiri Jakarta Barat.



Gambar 2

Model keterkaitan Gaya kepemimpinan Demokrasi dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan

METODOLOGI PENELITIAN

Populasi, Sample, dan Pengumpulan Data

Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan staff PT. Catur Bangun Mandiri Jakarta Barat yang berjumlah 55 orang. Menurut Wiratna Sujarweni (2014:65), populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang

ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut Wiratna Sujarweni (2014:65), sampel adalah bagaian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian.

Dalam pengumpulan data peneliti menggunakan sumber primer. Menurut Sugiono (2017: 137) sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada

pengumpul data. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan kuesioner (angket). Menurut Sugiono (2017: 142) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Jenis data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah kualitatif yang dikuantitatifkan dengan kategorisasi, karakteristik berwujud pertanyaan adatu pernyataan yang dapat diangkakan dalam bentuk ordinal atau ranking kemudian dijadikan skala interval. Jawaban setiap instrument menggunakan skor, skor tertinggi 5 dan skor terendah 1.

No	Pertanyaan/Pernyataan	Skor
1.	Sangat Setuju/Sagat Puas/Sangat Baik/Sangat Setuju	5
2.	Setuju/Puas/Baik/Selalu	4
3.	Netral/Cukup Puas/Kurang Baik/Cukup Kadang-kadang	3
4.	Tidak Setuju/Kurang Puas/Tidak Baik/Tidak Pernah	2
5.	Sangat Tidak Setuju/Sangat Tidak Puas/Sangat Tidak Baik/Sangat Tidak Pernah	1

Uji Validitas

. Menurut Sujarweni (2015: 108) Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakn butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variable. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan

di uji validitasnya. Hasil r hitung kita bandingkan dengan r table di mana $df = n - 2$ dengan sig 5%, Jika $r \text{ hitung} > r \text{ table}$ maka valid. Uji validitas menggunakan teknik korelasi Product Moment dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

- r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y
- $\sum xy$ = Jumlah perkalian antara variabel X dan Y
- $\sum x^2$ = Jumlah dari kuadrat nilai X
- $\sum y^2$ = Jumlah dari kuadrat nilai Y
- $(\sum x)^2$ = Jumlah nilai X kemudian dikuadratkan
- $(\sum y)^2$ = Jumlah nilai Y kemudian dikuadratkan

Uji Realibilitas

Menurut Sujarweni (2015: 110) uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu

variabel dan disusun dalam bentuk suatu kuesioner. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai Alpha > 0,60 maka reliabel, dengan rumus sebagai berikut:

$$r = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

r = koefisien reliability instrument

k = banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = total varians butir

σ_t^2 = total varians

Persamaan Model Regresi

Regresi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen yaitu: gaya kepemimpinan (X_1), motivasi kerja (X_2), dan variabel dependen yaitu: kinerja karyawan (Y). Persamaan regresi linier berganda adalah:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Keterangan:

Y = variabel dependen (kinerja karyawan)

a = konstanta

b_1, b_2, b_3 = koefisien regresi

X_1 = variabel gaya kepemimpinan demokratis

X_2 = variabel motivasi kerja

e = error/variabel pengganggu

HASIL ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Variabel Gaya Kepemimpinan Demokratis

Tabel 1

Hasil Uji Validitas Variabel X_1

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Pernyataan 1	0,653	0,2656	Valid
Pernyataan 2	0,926	0,2656	Valid

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Pernyataan 3	0,531	0,2656	Valid
Pernyataan 4	0,461	0,2656	Valid
Pernyataan 5	0,941	0,2656	Valid
Pernyataan 6	0,767	0,2656	Valid
Pernyataan 7	0,572	0,2656	Valid
Pernyataan 8	0,560	0,2656	Valid
Pernyataan 9	0,758	0,2656	Valid
Pernyataan 10	1	0,2656	Valid
Pernyataan 11	0,604	0,2656	Valid
Pernyataan 12	0,925	0,2656	Valid
Pernyataan 13	0,548	0,2656	Valid
Pernyataan 14	0,907	0,2656	Valid
Pernyataan 15	0,789	0,2656	Valid
Pernyataan 16	0,553	0,2656	Valid
Pernyataan 17	0,758	0,2656	Valid
Pernyataan 18	0,515	0,2656	Valid
Pernyataan 19	0,604	0,2656	Valid
Pernyataan 20	1	0,2656	Valid

Sumber: data primer yang diolah 2018

Berdasarkan tabel 1 di atas dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan untuk variabel gaya kepemimpinan demokratis adalah valid. *pearson correlation* atau r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,2656) dan signifikansi 0,05. Jadi dapat

Variabel Motivasi Kerja

Tabel 2
Hasil Uji Validitas Variabel X₂

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Pernyataan 1	0,612	0,2656	Valid
Pernyataan 2	0,916	0,2656	Valid
Pernyataan 3	0,678	0,2656	Valid
Pernyataan 4	0,612	0,2656	Valid
Pernyataan 5	0,939	0,2656	Valid
Pernyataan 6	0,710	0,2656	Valid
Pernyataan 7	0,527	0,2656	Valid
Pernyataan 8	0,612	0,2656	Valid
Pernyataan 9	0,678	0,2656	Valid
Pernyataan 10	1	0,2656	Valid
Pernyataan 11	0,590	0,2656	Valid
Pernyataan 12	0,924	0,2656	Valid
Pernyataan 13	0,513	0,2656	Valid
Pernyataan 14	0,906	0,2656	Valid
Pernyataan 15	0,734	0,2656	Valid
Pernyataan 16	0,562	0,2656	Valid
Pernyataan 17	0,678	0,2656	Valid
Pernyataan 18	0,562	0,2656	Valid
Pernyataan 19	0,590	0,2656	Valid
Pernyataan 20	1	0,2656	Valid

Sumber: data primer yang diolah 2018

Berdasarkan tabel 2 di atas dapat dilihat semua butir pernyataan memiliki nilai *pearson correlation* atau r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,2656) dan signifikansi 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan untuk variabel motivasi kerja adalah valid.

Variabel Kinerja Karyawan

Tabel 3
Hasil Uji Validitas Variabel Y

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Pernyataan 1	0,600	0,2656	Valid
Pernyataan 2	0,929	0,2656	Valid
Pernyataan 3	0,666	0,2656	Valid
Pernyataan 4	0,479	0,2656	Valid
Pernyataan 5	0,931	0,2656	Valid
Pernyataan 6	0,717	0,2656	Valid
Pernyataan 7	0.483	0,2656	Valid
Pernyataan 8	0,600	0,2656	Valid
Pernyataan 9	0,669	0,2656	Valid
Pernyataan 10	1	0,2656	Valid
Pernyataan 11	0.552	0,2656	Valid
Pernyataan 12	0,880	0,2656	Valid
Pernyataan 13	0,542	0,2656	Valid
Pernyataan 14	0,872	0,2656	Valid
Pernyataan 15	0,733	0,2656	Valid
Pernyataan 16	0,470	0,2656	Valid
Pernyataan 17	0,669	0,2656	Valid
Pernyataan 18	0,470	0,2656	Valid
Pernyataan 19	0,552	0,2656	Valid

Pernyataan 20	1	0,2656	Valid
---------------	---	--------	-------

Sumber: data primer yang diolah 2018

Berdasarkan tabel 3 diatas dapat dilihat semua butir pernyataan memiliki nilai *pearson correlation* atau r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,2656) dan signifikansi 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan untuk variabel kinerja karyawan adalah valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 4
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Gaya Kepemimpinan Demokratis	0,974	Reliabel
Motivasi Kerja	0,976	Reliabel
Kinerja Karyawan	0,972	Reliabel

Sumber: data primer yang diolah 2018

Hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa nilai cronbach alpha dari masing-masing variabel bernilai lebih dari 0,60. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dalam penelitian ini terdiri dari uji normalitas, uji multikolineritas dan uji heteroskedastisitas. Hasilnya akan dijelaskan satu per satu sebagai berikut:

Uji Normalitas

Tabel 5
Hasil Uji Normalitas

Variabel	Kolmogorov - Sminov	<i>p value</i>	Keterangan
Gaya Kepemimpinan Demokratis	0,915	0,373	Data Normal
Motivasi Kerja	1,079	0,194	Data Normal
Kinerja Karyawan	1,165	0,133	Data Normal

Sumber: data primer yang diolah 2018

Berdasarkan tabel 5 didapatkan nilai signifikansi (*p value*) masing-masing variabel sebagai berikut:

- 1) Variabel Gaya Kepemimpinan Demokratis (X_1) terdapat nilai

signifikansi (*p value*) yang diperoleh sebesar $0,373 > 0,05$, maka kesimpulannya H_a diterima dan H_o ditolak, artinya distribusi data tersebut normal.

- 2) Variabel Motivasi Kerja (X_2) terdapat nilai signifikansi (p value) yang diperoleh sebesar $0,194 > 0,05$, maka kesimpulannya H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya distribusi data tersebut normal.
- Variabel Kinerja Karyawan (Y) terdapat nilai signifikansi (p value) yang diperoleh sebesar $0,133 > 0,05$, maka kesimpulannya H_a diterima H_0 ditolak, artinya distribusi data tersebut normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 6
Hasil Uji Multikolinearitas

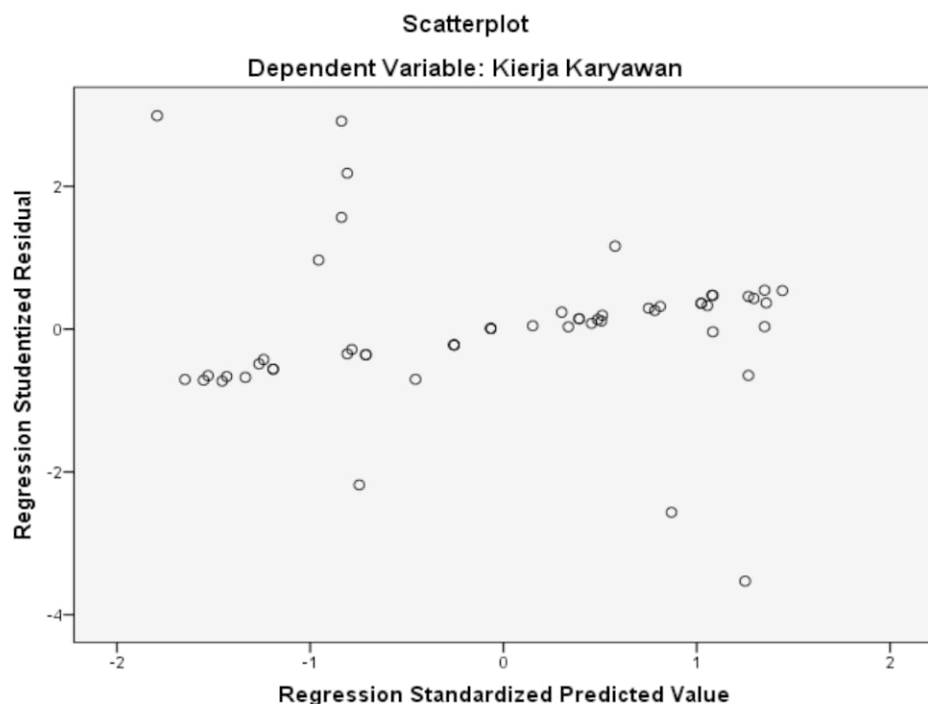
Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Gaya Kepemimpinan Demokratis	0,385	2,596	Tidak terjadi multikolineritas
Motivasi Kerja	0,385	2,596	Tidak terjadi multikolineritas

Sumber: data primer yang diolah 2018

Berdasarkan tabel 6 di atas menunjukkan bahwa masing-masing variabel mempunyai nilai VIF lebih kecil dari 10 dan nilai $tolerance$ lebih besar dari 0,1. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada gangguan multikolineritas dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Gambar 7
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan hasil pengujian seperti tampak pada charts di atas, dapat dilihat bahwa titik-titik data tidak membentuk pola tertentu dan data menyebar diatas dan dibawah angka 0

pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi gangguan asumsi heteroskedastisitas artinya model regresi ini sudah baik.

Koefisien Regresi Linear Berganda

Tabel 8
Hasil Uji Koefisien Regresi Linear Berganda

Variabel	<i>Unstandarlize d Coefficiennts</i>	T	Sig.	Keteranga n
	B			
Konstanta	17,533	2,877	0,006	
Gaya Kepemimpina n Demokratis (GKD)	0,379	2,571	0,013	Signifikan
Motivasi Kerja (MK)	0,329	2,161	0,035	Signifikan
R ²	= 0,500	f _{hitung}	= 25,956	
Adjusted R ²	= 0,480	f _{tabel}	= 3,17	
t _{tabel}	= 2,007			

Sumber: data primer yang diolah 2018

Dari hasil analisis regresi linear berganda di atas, dapat diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$KK = 17,533 + 0,379(GKD) + 0,329(MK) + e$$

Berdasarkan persamaan regresi linear berganda tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 17,533 dengan parameter positif menunjukkan bahwa apabila terdapat gaya kepemimpinan demokratis dan motivasi kerja oleh sebab itu kinerja karyawan meningkat.
- Koefisien regresi gaya kepemimpinan demokratis yaitu menunjukkan

koefisien yang positif sebesar 0,379 dengan demikian diketahui bahwa adanya gaya kepemimpinan demokratis dapat meningkatkan kinerja karyawan sebesar 0,379.

Koefisien regresi motivasi kerja yaitu menunjukkan koefisien yang positif sebesar 0,329 dengan demikian dapat diketahui adanya motivasi kerja yaitu kebutuhan fisiologis, kebutuhan keamanan, kebutuhan sosial, kebutuhan pengakuan dan kebutuhan aktualisasi dapat meningkatkan kinerja karyawan sebesar 0,329.

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 8
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R square	Adjusted R square	Std. error of the estimate
1	0,707	0,500	0,480	12,042

Sumber: data primer yang diolah 2018

Berdasarkan data pada tabel 8 di atas, diperoleh nilai *R square* sebesar 0,500 yang berarti variabilitas variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen sebesar 50%. Angka tersebut mengandung arti bahwa gaya kepemimpinan demokratis dan motivasi kerja berpengaruh terhadap kinerja karyawan sebesar 50%. Sedangkan sisanya (100% – 50% = 50%) dipengaruhi oleh variabel lain di luar model regresi ini.

Uji T (Uji Parsial)

Dalam penelitian ini di uji kebenarannya dengan menggunakan uji parsial. Pengujian dilakukan dengan melihat taraf signifikansi (*p value*), jika taraf signifikansi yang dihasilkan dari perhitungan lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis diterima, sebaliknya jika taraf signifikansi hasil hitung lebih besar dari 0,05 maka hipotesis ditolak.

Tabel 9
Hasil Uji T

Variabel	t_{hitung}	t_{tabel}	Sig.	Keterangan
Gaya Kepemimpinan Demokratis	2,571	2,007	0,013	Diterima
Motivasi Kerja	2,161	2,007	0,035	Diterima

Sumber: data primer yang diolah 2018

Uji F (Uji Bersama-sama)

Tabel 10
Hasil Uji F

Model	f_{hitung}	f_{tabel}	Sig.	Keterangan
Regression	25,956	3,17	0,000	Diterima

Sumber: data primer yang diolah 2018

Berdasarkan tabel 10 di atas, pengujian pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya dengan menggunakan uji F. Hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ sebesar $25,956 > 3,17$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa hipotesis menyatakan

secara bersama-sama variabel gaya kepemimpinan demokratis dan motivasi kerja mempunyai pengaruh terhadap kinerja karyawan.

KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan sesuai dengan permasalahan yang ada, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan uji t menunjukkan bahwa dari hasil t_{hitung} variabel gaya kepemimpinan demokratis sebesar 2,571 dan motivasi kerja sebesar 2,161 dengan nilai $t_{tabel} = 2,007$, ini berarti bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 di tolak sehingga ada pengaruh yang signifikan gaya kepemimpinan demokratis dan motivasi kerja terhadap kinerja karyawan secara individu.
2. Berdasarkan uji f menunjukkan bahwa nilai f_{hitung} sebesar 25,956, angka tersebut berarti $f_{hitung} > f_{tabel}$, sehingga keputusannya H_0 di tolak. Dengan demikian secara bersama-sama variabel gaya kepemimpinan demokratis dan motivasi kerja signifikan mempengaruhi variabel kinerja karyawan.
3. Dari hasil perhitungan determinasi (R^2) sebesar 0,500, hal ini berarti bahwa variabel independen dalam model (gaya kepemimpinan dan motivasi kerja) berpengaruh terhadap kinerja karyawan sebesar 50% dan 50% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain di luar model.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariani, Novi. 2015. *Kepemimpinan*. Makassar: Media Pustaka.
- Fahmi, Irham. 2014. *Perilaku Organisasi: Teori, Aplikasi, Dan Kasus*. Bandung: Alfabeta.
- Herlambang, Susatyo. 2013. *Pengantar Manajemen: Cara Mudah Memahami Ilmu Manajemen*. Yogyakarta: Pustaka Baru.
- Hasibuan, Malayu, S.P. 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Kartono, Kartini. 2003. *Pimpinan dan Kepemimpinan Edisi 1*. Jakarta: PT Grafindo Persada.
- Mangkunegara, Anwar Prabu AA. 2015. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mangkunegara, Anwar Prabu AA. 2015. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Cetakan kedua belas. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rivai, Veithzal dkk. 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia: Untuk Perusahaan Dari Teori Dan Praktek*. Cetakan Keenam. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Robbins, Stephen P. 2006. *Perilaku Organisasi Edisi Kesepuluh*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Grmedia.
- Sedarmayanti. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia: Reformasi Birokrasi Dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil (Edisi Revisi)*. Cetakan kelima. Bandung: PT Refika Aditama.

- Siagian, Sondang P. 2014. *Kiat Meningkatkan Produktivitas Kerja*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sudaryono. 2014. *Leadership: Teori dan Praktek Kepemimpinan*. Cetakan Pertama. Jakarta: Lentera Ilmu Cendikia.
- Sugiono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiono. 2017. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Cetakan kedua puluh enam. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian: Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka baru.
- Sutrisno, Edy. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi I*. Jakarta: Kencana.
- Wirawan. 2009. *Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia: Teori, Aplikasi, dan Penelitian*. Jakarta: Salemba Empat.

MENGELOLA JURNAL UMUM DENGAN MS EXCEL

(Bagian I)

Oleh: Amir Hamzah, SE., MM *)
(Jurnal Non-Riset)

ABSTRAK

Pekerjaan mengelola administrasi jurnal secara manual akan terasa sulit jika volume transaksi banyak. Dalam mengelola administrasi jurnal pekerjaan yang dilakukan mulai mendisain kode akun dan buku jurnal. Dengan bantuan aplikasi excel, membuat kode akun akan lebih mudah. Kode akun dapat dibuat dengan pendekatan kode kelompok sehingga dihasilkan daftar kode akun yang fleksibel, artinya jika dibutuhkan akun baru sangat mudah dilakukannya. Kode akun tadi akan menjadi dasar dan referensi ketika mengentri data jurnal. Entri data jurnal sangat mudah dilakukan dengan memanfaatkan fungsi VLOOKUP() sehingga kesalahan mengentri kode akun dapat diperkecil. Pengisian data akuntansi kedalam jurnal juga sangat mudah dilakukan dengan bantuan layar isian atau Form yang tersedia dalam excel. Form excel ini menyediakan fasilitas New, Find Prev, Find Next, Form, Delete, dan Close. Adanya fasilitas ini akan sangat mempermudah dalam entri data dengan megklik tombol-tombol tersebut.

Kata Kunci: Kode akun kelompok, Jurnal, Fungsi Vlookup(), Form, dan Fungsi sum().

A. Pendahuluan

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi banyak menghasilkan perubahan terhadap berbagai aspek kehidupan manusia. Manusia selalu berusaha untuk mengikuti perkembangan zaman dengan menciptakan alat-alat untuk mempermudah pekerjaan mereka dengan hasil yang sangat memuaskan. Salah satu alat yang berhasil diciptakan oleh manusia adalah perangkat lunak komputer sehingga dengan beberapa klik tombol mouse dan input seperlunya, pengguna informasi dapat memperoleh informasi keuangan di media yang praktis yaitu media visual. Kecepatan dan akurasi merupakan sumbangan yang nyata dari komputer akuntansi.

Dengan perkembangan teknologi informasi yang sedemikian canggih, maka sekarang komputer menjadi alat sangat penting dalam kegiatan operasional perusahaan terutama dalam penyusunan laporan keuangan. Akan tetapi, tidak semua perusahaan sudah menggunakan komputer dalam penyusunan laporan keuangannya. Padahal dengan menggunakan teknologi komputer dapat membantu serta mempermudah perusahaan dalam menyusun laporan keuangan. Penyusunan laporan keuangan dapat dilakukan dengan beberapa program, seperti Microsoft Access, Microsoft Excel, Accurate, MYOB Accounting, Visual Basic (VB) dan lain-lain.

Salah satu MS Office yang paling banyak digunakan saat ini adalah program Excel. Excel merupakan salah satu program aplikasi komputer yang dapat digunakan dalam mengolah data dan menyajikan laporan keuangan perusahaan. Dengan Excel, data keuangan dapat diolah secara cepat dan akurat, sehingga menghemat waktu, aktivitas dan kegiatan operasional perusahaan.

Excel juga merupakan salah satu aplikasi yang sering digunakan di dunia usaha terutama perusahaan kecil menengah. Sampai saat sekarang ini, Excel terbukti memiliki aspek kemudahan, efektif dan efisien. Dalam akuntansi, program ini dapat disesuaikan dengan kondisi yang ada dan hadir sebagai solusi yang praktis dalam pencatatan akuntansi.

Pada saat ini perusahaan kecil dan menengah sudah melakukan pencatatan laporan keuangan secara manual, akibatnya laporan yang disajikan sering terlambat, sehingga tidak diketahui informasi yang akurat tentang keadaan finansial perusahaan dan kemungkinan terjadi kesalahan cukup besar.

Berdasarkan kelemahan tersebut, maka penulis tertarik untuk mengolah data transaksi perusahaan tersebut dengan menggunakan program excel, hingga menghasilkan suatu laporan kode akun dan jurnal yang lebih cepat, tepat, mudah, dan akurat.

Microsoft Excel sudah banyak dikenal dan digunakan oleh masyarakat umum. Oleh sebab itu penulis tertarik untuk menulis pengelolaan administrasi jurnal dengan excel dalam bentuk jurnal non-riset.

B. Rumusan Masalah

Latar belakang masalah di muka menjelaskan, bahwa masalah dalam pengelolaan jurnal umum dengan MS Excel dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apa yang dimaksud dengan MS Excel ?
2. Apa yang dimaksud dengan Akuntansi ?
3. Apa yang dimaksud jurnal umum dalam akuntansi ?
4. Bagaimana merancang kode akun ?
5. Fungsi Excel apa saja yang dapat digunakan untuk mengelola jurnal umum ?
6. Bagaimana mengelola jurnal umum dengan MS Excel ?.

C. Kajian Teori

C.1 Pengertian Akuntansi

Akuntansi dapat dipandang sebagai suatu sistem informasi yang mengolah data keuangan menjadi informasi keuangan yang dapat dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan. Pengertian akuntansi ini sudah banyak diberikan oleh para ahli dan lembaga profesi akuntansi, di USA disebut "American Institute Certified Of Public Accountant", di Indonesia disebut "Ikatan Akuntan Indonesia".

Salah seorang ahli dibidang akuntansi, yaitu Rudianto(2010:10) memberikan pengertian, bahwa yang dimaksud dengan akuntansi adalah "aktivitas mengumpulkan, menganalisis, menyajikan dalam

bentuk angka, mengklasifikasikan, mencatat, meringkas, dan melaporkan aktivitas/transaksi suatu badan usaha dalam bentuk informasi keuangan”.

Pengertian Akuntansi American Accounting Association dalam Soemarso (2008:5) mendefinisikan “Akuntansi sebagai proses mengidentifikasi, mengukur dan melaporkan informasi ekonomi untuk memungkinkan adanya penilaian dan keputusan yang jelas dan tegas bagi mereka yang menggunakan informasi tersebut.”

Kedua pengertian akuntansi di atas mempunyai beberapa aspek pengertian, yaitu:

- a) Proses
Bahwa akuntansi mengikuti urutan kegiatan tertentu.
- b) Identifikasi
Bahwa akuntansi merupakan kegiatan yang mengikuti suatu proses mengidentifikasi peristiwa ekonomi yang terjadi yang disebut transaksi.
- c) Pengumpulan Data
Bahwa akuntansi merupakan kegiatan mengumpulkan data atau peristiwa ekonomi.
- d) Menganalisis
Pekerjaan akuntansi meliputi kegiatan menganalisa atau memilah data dan mengelompokkannya menurut kategori tertentu, seperti kode akun.
- e) Mengklasifikasi
Kegiatan dalam akuntansi termasuk mengelompokkan atau mengklasifikasi transaksi menjadi kelompok aktiva, hutang, modal, pendapatan, dan biaya.
- f) Mencatat

Data yang telah dianalisa, diklasifikasi, kemudian dicatat dalam catatan akuntansi yaitu jurnal dan buku mbesar umum.

- g) Meringkas
Dalam kegiatan akuntansi, data yang telah dicatat dalam buku besar selanjutnya diikhtisarkan atau diringkas dalam bentuk neraca saldo dan laporan keuangan.
- h) Melaporkan
Kegiatan melaporkan ini meliputi pembuatan laporan keuangan dan mengkomunikasikannya kepada para pemakai.

C.2 Pengertian Jurnal

Secara umum, jurnal sering diartikan sebagai catatan kronologis mengenai peristiwa ekonomi atau transaksi dengan menunjuk nama akun debit dan akun kredit serta jumlah atau nilai transaksinya.

Menurut Mulyadi (2008,101), “Jurnal merupakan catatan akuntansi permanen yang pertama, yang digunakan untuk mencatat transaksi keuangan perusahaan.”

Jurnal menurut Soemarso S.R (2004:110) dalam bukunya yang berjudul *Akuntansi Suatu Pengantar* menjelaskan bahwa “Jurnal Umum (General Journal) bentuk jurnal yang terdiri dari dua kolom. Jurnal umum kadang-kadang disebut juga buku memorial atau Jurnal Standar”.

Sedangkan Jurnal Umum menurut Rudianto (2010:43) dalam bukunya yang berjudul *Akuntansi Koperasi* mengatakan bahwa : “Jurnal umum adalah aktivitas meringkas dan mencatat transaksi koperasi

berdasarkan dokumen dasar secara kronologis beserta penjelasan yang diperlukan dalam buku harian.”

Berdasarkan uraian di atas penulis dapat menyimpulkan bahwa jurnal adalah sebuah tabel yang berbentuk dua kolom yang digunakan untuk mencatat proses transaksi akuntansi keuangan yang dijadikan sebagai bukti memorial.

Dalam mendisain jurnal diperlukan prinsip tertentu, yaitu: Prinsip-prinsip dasar yang melandasi pembuatan jurnal. Menurut Mulyadi (2010:104) adalah sebagai berikut:

1. Harus tersedia jurnal dalam jumlah yang cukup memadai sehingga memungkinkan perusahaan untuk menggunakan karyawan dalam mencatat dengan segera transaksi keuangan yang terjadi.
2. Jurnal akan digunakan untuk memisahkan transaksi ke dalam penggolongan pokok tertentu, seperti penerimaan kas, pengeluaran kas, penjualan dan pembelian.
3. Untuk mengurangi pekerjaan pembukuan yang terinci harus digunakan kolom-kolom khusus dalam jurnal, sehingga memungkinkan pembukuan (*posting*) jumlah per kolom ke dalam rekening yang bersangkutan di dalam buku besar.
4. Nama kolom dalam jurnal harus sesuai dengan nama rekening yang bersangkutan dalam buku besar, yang akan menerima jumlah yang akan dibukukan dari jurnal.
5. Kolom-kolom dalam jurnal digunakan untuk mengumpulkan angka yang

akan diringkas dalam rekening yang bersangkutan dalam buku besar.

6. Sedapat mungkin jurnal harus dirancang sedemikian rupa sehingga pekerjaan menyalin informasi dari dokumen sumbernya dibuat sangat minimum.
7. Harus ditetapkan hubungan antara dokumen sumber tertentu dengan jurnal sehingga pertanggungjawaban kebenaran informasi dapat ditentukan.

Berdasarkan pengertian di atas, kolom dalam jurnal harus menunjukkan tanggal transaksi, nomor bukti atau nomor urut transaksi, keterangan atau nama akun, referensi atau kode akun yang akan menerima jumlah yang akan dibukukan dari jurnal, jumlah debit dan jumlah kredit. Berikut ini penulis sajikan disain buku jurnal.

JURNAL UMUM				SALDO	
TGL/BLN/	KODE	NAMA AKUN	KETERANGAN	DEBIT	KREDIT

Gambar 1
Format Jurnal Umum

C.3 Kode Akun

Kode akun adalah pemberian tanda/nomor tertentu dengan memakai angka, huruf atau kombinasi angka dan huruf pada setiap akun atau rekening. Kode akun harus membantu memudahkan pencatatan, pengelompokan dan penyimpanan setiap akun. Kode akun harus mempunyai sifat sebagai berikut:

1. Mudah diingat
2. Sederhana dan singkat
3. Konsisten

- Memungkinkan adanya akun baru tanpa mengubah kode akun yang sudah ada.

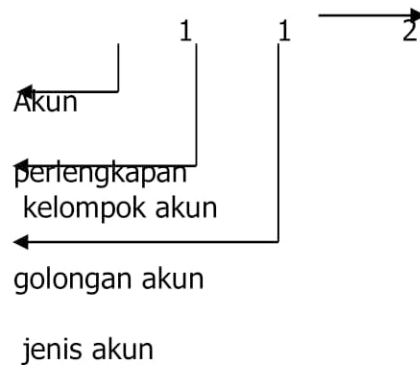
Dalam sistem akuntansi perusahaan, pemberian kode akun tergantung pada keanekaragaman transaksi dan jumlah yang terjadi. Semakin beraneka ragam transaksi maka semakin banyak kode akun yang digunakan. Kode akun meliputi kode *numerical*, *decimal*, *mnemonik* serta kode kombinasi huruf dan angka, yaitu:

- Kode Numerikal**
Kode numerikal adalah cara pengkodean akun berdasarkan nomor urut, yang dapat dimulai dari angka 1,2,3 dan seterusnya.
- Kode Desimal**
Kode desimal adalah cara pemberian kode akun dengan menggunakan lebih dari satu angka.
- Kode Mnemonik**
Kode mnemonik adalah cara pengkodean akun dengan menggunakan huruf tertentu, misalnya akun harta dengan kode 'H', akun hutang dengan huruf 'U', dan akun modal dengan huruf 'M'.
- Kode Akun dengan Sistem Kombinasi Huruf dan Angka**

Sistem kombinasi huruf dan angka adalah cara pengkodean dengan kombinasi antara huruf dan angka. Misalnya akun harta dengan huruf 'H' dan akun kas dengan menggunakan angka, yang jika digabungkan menjadi H.L.101.

Dibawah ini contoh kode akun kelompok. Kode kelompok adalah cara pemberian kode akun dengan mengelompokkan akun. Setiap kelompok akun diberi nomor kode

sendiri-sendiri. Cara pemberian kode kelompok dapat dilihat bagan berikut ini:



Tabel 1

Contoh Kode Akun Kelompok

Kode Akun	Kelompok Akun	Golongan Akun	Jenis Akun
1	Harta		
1.1		Harta Lancar	
1.1.1			Kas
1.1.2			Piutang Usaha
1.1		
...		

C.4 Pengertian *Microsoft Excel*

Menurut Madcoms (2010, 2), "*Microsoft Excel* merupakan program *spreadsheet* yang digunakan untuk mengolah data".

Berikut adalah beberapa jenis fungsi dalam *Microsoft Excel* menurut Heri Hidayat (2012, 23) :

- SUM*
- IF*
- VLOOKUP*

4. Data Form
5. Data Filter, Advanced Filter
6. Copy Paste
7. Format Cells Coloumn Hide
8. Aritmatika

Fungsi **Sum**

Untuk menjumlahkan nilai-nilai yang ada pada suatu range data.

Syntax:

SUM(number1,number2, ...)

Number1, number2...merupakan argumen angka 1 sampai dengan 255 yang ingin dijumlahkan.

Fungsi Logika **IF**

Fungsi ini digunakan untuk menentukan suatu keputusan berdasarkan suatu kondisi atau syarat tertentu. Biasanya selalu dikombinasikan dengan beberapa operator seperti operator perhitungan, operator perbandingan, operator relasi, operator logika.

Syntax

=IF(logical_test,value_if_true,value_if_false)

Logical_test adalah suatu nilai atau ekspresi yang dapat dievaluasi dengan True atau False. Misal, A10=100 merupakan ekspresi logika, jika pada sel A10 berisi nilai yang sama dengan 100 maka ekspresi dievaluasi True.

value_if_true merupakan nilai yang dihasilkan/ditampilkan jika logical_test adalah True.

value_if_false merupakan nilai yang dihasilkan/ditampilkan jika logical_test adalah False.

Tabel 2

Contoh Fungsi Logika IF

	A	B
--	---	---

1	Data	
2	75	

=If(A2<=100,"Within budget","Over budget")

Hasil yang ditampilkan adalah "Within budget".

Fungsi Pembacaan Tabel **VLOOKUP**

Fungsi ini digunakan untuk membaca suatu nilai yang ada pada suatu range data tabel yang digunakan. Untuk mengikat atau mengabsolutkan nilai yang ada dalam suatu tabel yang digunakan tombol fungsi F4.

Syntax:

=VLOOKUP(lookup_value,table_array,col_index_num,range_lookup)

lookup_value merupakan kriteria atau nilai yang ingin dicari pada tabel lain.

table_array merupakan rentang yang ingin dicari nilainya pada tabel lain. Misal A10:D25. Rentang ini harus dikunci atau diabsolutkan dengan menekan tombol F4.

col_index_num merupakan nomor kolom dalam rentang berisi nilai kembali yang dicari.

range_lookup merupakan hasil yang sama persis atau hasil yang mendekati – yang terindikasi sebagai 0/FALSE atau 1/TRUE

Fungsi pembacaan tabel inilah yang digunakan ketika mengentri data jurnal, tabel yang dibaca adalah tabel atau daftar kode akun.

Menu **DATA FORM**

Menu ini digunakan untuk membantu pengguna dalam memasukkan data ke dalam format yang sudah disiapkan sebelumnya.

Menu **DATA FILTER, ADVANCED FILTER**

Menu ini digunakan untuk melakukan pencarian data berdasarkan kriteria yang diinginkan dari suatu kumpulan data yang tersedia (data query).

Menu **COPY PASTE**

Menu ini digunakan untuk menyalin data dari suatu data range ke data range tertentu.

Menu **FORMAT CELLS COLOUMN HIDE**

Menu ini digunakan untuk menyembunyikan kolom data yang tidak lagi dibutuhkan dalam tampilan data.

Fungsi **Arimatika**

Fungsi ini digunakan untuk membuat formula yang berkaitan dengan kalkulasi data yang akan diproses.

Untuk dapat menggunakan Microsoft Excel sebagai salah satu paket software lembar kerja elektronik dalam bidang akuntansi ini, yang jelas dibutuhkan pengetahuan dibidang akuntansi itu sendiri kemudian pengetahuan atau keterampilan pengoperasian Microsoft Excel. Tidak bisa disangkal lagi saat ini Microsoft Excel sudah sangat familiar dikalangan umum sebagai bagian dari Microsoft Office yang bisa dijadikan alat untuk membantu permasalahan di dalam mengolah data-data angka.

Penerapan akuntansi menggunakan Microsoft Excel adalah salah satu

solusi alternative yang relative sederhana namun bisa dibilang efektif. Sangat sederhana dan tidak menuntut orang yang mengerjakannya untuk tahu dan bisa membuat suatu program aplikasi komputer tetapi cukup mengerti akuntansi dan bisa mengoperasikan Microsoft excel. Untuk itu penulis akan mencoba memberikan contoh penyelesaian kasus akuntansi menggunakan Microsoft excel.

D. Pembahasan

Untuk dapat menyelesaikan kasus akuntansi menggunakan Microsoft excel ada beberapa langkah utama yang harus dilakukan. Adapun langkah-langkah tersebut adalah sebagai berikut:

1. Mendisain kode akun
2. Mendisain buku jurnal
3. Mempersiapkan neraca awal
4. Mengumpulkan bukti transaksi
5. Mengentri bukti transaksi ke jurnal.

D.1 Mendisain kode akun

Disain kode akun dalam pembahasan ini menggunakan kode desimal dengan mengelompokkan akun sesuai kelompok akun dalam laporan keuangan dan strukturnya sebagai berikut:

X	X	X	X
---	---	---	---

Angka pertama:

Merupakan kelompok akun induk dalam laporan keuangan:

1. untuk kelompok harta
2. untuk kelompok hutang
3. untuk kelompok modal

4. untuk kelompok pendapatan
5. untuk kelompok biaya

Angka kedua:

Merupakan kode sub kelompok/golongan dalam laporan keuangan, yaitu:

1. untuk sub kelompok aktiva lancar
2. untuk sub kelompok aktiva tetap
3. untuk sub kelompok aktiva lainnya

Angka ketiga dan keempat:

Merupakan kode jenis akun pada setiap sub kelompok. Misal : 01 untuk kas

Contoh:

1101 Kas

Artinya kas merupakan:

Kelompok aktiva

Sub kelompok/golongan aktiva lancar

dengan nomor urut 01.

Contoh yang ada pada daftar kode akun mengacu pada format struktur kode yang penulis buat. Tentu saja jumlah kode atau nomor akun ini dapat dibuat sesuai dengan kebutuhan dalam setiap kasus akuntansi.

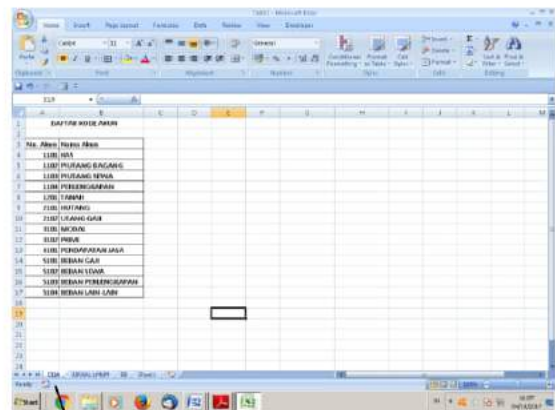
Setelah didisain daftar kode akun yang digunakan untuk dalam pembahasan ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3
Daftar Kode Akun

No. Akun	Nama Akun
1101	KAS
1102	PIUTANG DAGANG
1103	PIUTANG SEWA
1104	PERLENGKAPAN
1201	TANAH

2101	HUTANG
2102	UTANG GAJI
3101	MODAL
3102	PRIVE
4101	PENDAPATAN JASA
5101	BEBAN GAJI
5102	BEBAN SEWA
5103	BEBAN PERLENGKAPAN
5104	BEBAN LAIN-LAIN

Daftar kode akun ini harus dibuat dalam excel, sebagai berikut:



Gambar 2
Daftar Kode Akun

Ganti sheet1 menjadi
atau dengan nama COA

D.2 Mendisain buku jurnal

Disain buku jurnal umum dalam tulisan ini terdiri dari kolom : Tgl/Bln/Thn;Kode;Nama Akun;Debit;Kredit. Dengan menggunakan excel, anda dapat

membuat disain jurnal sebagai berikut:

JURNAL UMUM					
TGL/ BLN/ THN	KO DE	NAMA AKUN	KETERANG AN	DEB IT	KRE DIT

Gambar 3
Jurnal Umum

Pada point D.1 daftar kode akun dibuat pada sheet 1, jurnal ini dibuat pada sheet 2(ganti nama sheet 2 menjadi Jurnal).

D.3 Mempersiapkan neraca awal.

Untuk perusahaan yang telah berjalan, tentu sudah mempunyai saldo awal. Dalam kasus ini, neraca awal perusahaan adalah sebagai berikut:

Tabel 4
Neraca Awal
Per: 1 April 2016

Kode	Nama Akun	Debit	Kredit
1101	KAS	5.000.000	
1102	PIUTANG	8.000.000	
1103	PIUTANG SEWA	1.200.000	
1104	PERLENGKAPAN	600.000	
1201	TANAH	35.000.000	
2101	HUTANG		4.400.000
2102	HUTANG GAJI		
3101	MODAL		42.500.000
3102	PRIVE	2.100.000	
4101	PENDAPATAN JASA		7.100.000
5101	BEBAN GAJI	1.800.000	
5102	BEBAN SEWA		

5103	BEBAN LAIN-LAIN	300.000	
5104	BEBAN PERLENGKAPAN		
	Jumlah	54.000.000	54.000.000

D.4 Mengumpulkan bukti transaksi

Dalam praktek bisnis, bukti transaksi yang harus dikumpulkan antara lain, bukti kas masuk, bukti kas keluar, bukti pembelian, bukti penjualan, dan bukti transaksi lainnya.

Dalam tulisan ini bukti transaksi yang digunakan adalah contoh bukti transaksi saja, yang diringkas dan dijelaskan dalam keterangan, sebagai berikut

Tanggal 16:Penerimaan Kas sebesar Rp. 4.000.000 dari seorang klien

Tanggal 17:Memberikan pelayanan jasa perpajakan kepada klien dengan imbalan jasa sebesar Rp. 1.700.000. yang akan dibayar dikemudian hari.

Tanggal 19:Membayar biaya lain-lain sebesar Rp. 200.000.

Tanggal 21:Membayar kewajiban yang telah jatuh tempo sebesar Rp. 2.600.000.

Tanggal 22:Membeli perlengkapan secara kredit sebesar Rp. 200.000.

Tanggal 23:Menggunakan uang sebesar Rp. 2.100.000 untuk keperluan pribadi pemilik.

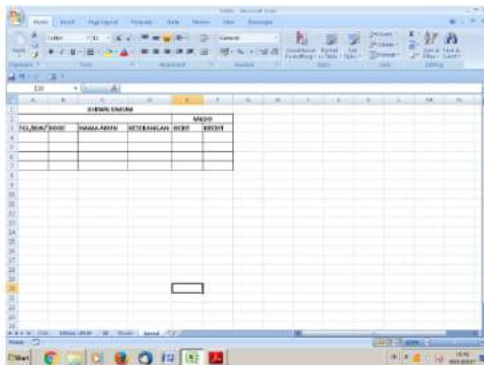
Tanggal 25: menerima pendapatan jasa audit yang telah selesai dilakukan sebesar Rp. 1.900.000.

Tanggal 30: Membayar gaji pegawai sebesar Rp. 1.800.000.

D.5 Mengentri bukti transaksi ke jurnal

Data yang harus anda masukkan ke jurnal, selain bukti transaksi, juga data saldo awal dengan maksud untuk mempermudah saat posting dari jurnal ke buku besar.

Disain jurnal yang telah dibuat dengan excel pada sheet 2(ganti namanya menjadi jurnal), seperti terlihat pada gambar berikut ini:



Gambar 4
Jurnal umum

Selanjutnya, pada kolom NAMA AKUN, tulis atau tetapkan fungsi VLOOKUP() sebagai suatu cara untuk membaca tabel COA dan sekaligus mengambil nama akun, dengan rumus sebagai berikut:

=VLOOKUP(B4;COA!\$A\$4:\$B\$17;2;FALSE)

Keterangan:

=VLOOKUP() merupakan fungsi untuk membaca nilai B4 pada tabel COA.

B4 merupakan sel pada tabel jurnal yang berisi kriteria nilai yang akan dicari pada tabel COA.

COA merupakan tabel yang berisikan kode dan nama akun yang akan dicari dan diambil.

!\$A\$4:\$B\$17 merupakan rentang pencarian pada tabel COA. Rentang ini harus diabsolutkan atau dengan istilah lain 'dikunci' dengan menekan tombol F4.

2 merupakan nomor kolom dalam rentang berisi nilai kembali yang dicari yaitu nama akun.

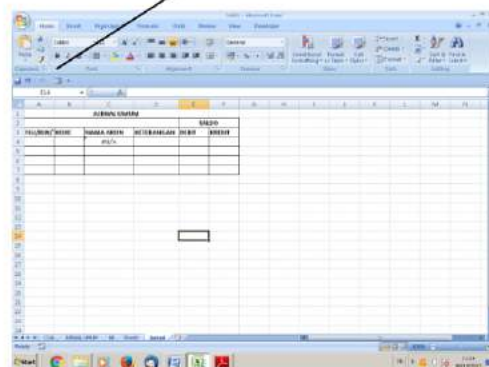
FALSE merupakan indikasi hasil yang sama persis dengan data pada kolom 2 dalam rentang tabel COA.

Setelah rumus tersebut selesai dibuat, selanjutnya membuat form entri data dengan memanfaatkan Data Form. Kebanyakan pada Excel sekarang ini, form ini sudah tidak tampil dalam excel, namun dapat ditampilkan sebagai berikut:

Dari Menu OFFICE BUTTON EXCEL OPTION CUSTOMIZE CHOOSE COMMAND FROM PILIH COMMAND NOT IN THE RIBBON KLIK FORM KLIK ADD KLIK OK.

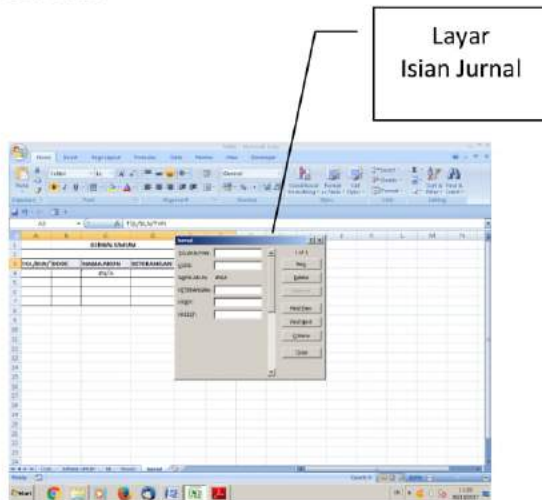
Tombol Form akan ditampilkan pada excel, sebagai berikut:

Tombol Form



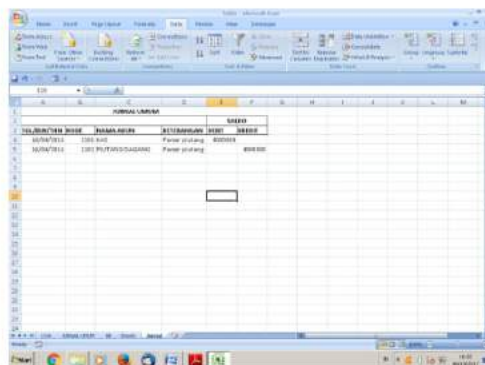
Gambar 5
Tombol Form

Untuk mulai mengentri data, blok semua header jurnal, mulai dari kolom TGL/BLN/THN;KODE;NAMA AKUN;DEBIT;KREDIT dan Klik tombol Form, maka layar atau form isian jurnal akan tampil, sebagai berikut:



Gambar 6
Layar Isian Jurnal

Untuk memulai mengisi jurnal, klik New lalu isikan data jurnal, sebagai berikut:

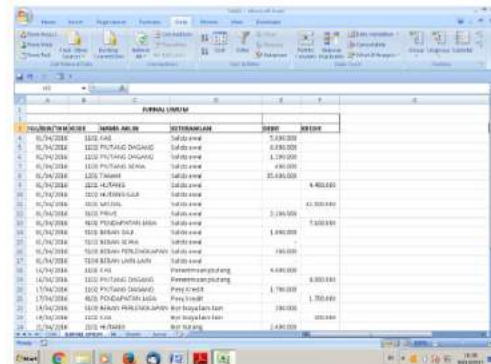


Gambar 7
Contoh pengisian jurnal

Jika, ingin mengisi data baru pada keesokan harinya, maka blok seluruh header jurnal dan record terakhir, lalu klik tombol form, lanjutkan dengan New, data baru dapat diisi.

Pengisian kotak dialog, untuk pindah ke data item/field berikutnya cukup menekan tombol Tab, untuk mengisi data record berikutnya tekan tombol Enter atau klik menu pilihan New. Sedangkan untuk pindah ke record sebelum atau sesudah record yang aktif tekan tombol Find Prev/Find Next. Jika pengisian data jurnal telah selesai klik pilihan Close.

Sesudah data satu periode selesai dientri , maka kolom debit dan kredit dijumlahkan dengan fungsi sum(), jurnal akan tampak sebagai berikut:



Gambar 8
Jurnal secara lengkap

E. Penutup

Mengolah data keuangan tidak hanya semata menggunakan aplikasi program yang sudah jadi(package), tetapi dapat juga memanfaatkan MS Office, khususnya Excel.

Salah satu penerapannya adalah mengelola administrasi jurnal. Mengelola administrasi jurnal dapat dilaksanakan dengan mudah dengan memanfaatkan:

- 1) Fungsi VLOOKUP(). Dengan fungsi ini penjurnalan dapat dilakukan dengan lebih cepat dengan hanya mengetik nomor akun, maka nama akun akan tampil secara otomatis.
- 2) Entri data keuangan dapat dilakukan dengan lebih mudah dengan memanfaatkan tombol form, sehingga kolom yang akan diisi seperti tanggal, kode akun, nama akun, keterangan, jumlah debit dan jumlah kredit dapat dilakukan dengan lebih mudah dan lebih cepat.
- 3) Pada akhir periode, setelah semua data di entri ke dalam jurnal, maka untuk menjumlah kolom debit dan jumlah kolom kredit dapat dilakukan dengan fungsi Sum().

Daftar Pustaka:

Fess, Warren Reeve, 2008, *Pengantar Akuntansi*, Edisi Dua Satu, Buku Satu, Salemba Empat, Jakarta.

Hidayat, Heri, 2012, *Akuntansi Excel untuk Orang Awam & Pemula*, Dunia Komputer, Jakarta.

Madcoms, 2010, *Microsoft Excel 2010 untuk Pemula*, Andi, Yogyakarta.

Mulyadi, 2008, *Sistem Akuntansi*, Edisi Ketiga, Salemba Empat, Jakarta.

Rudianto, 2010, *Akuntansi Koperasi*, Edisi Kedua, Erlangga, Jakarta.

Soemarso, 2009, *Akuntansi Suatu Pengantar*, Edisi Lima, Buku Satu, Salemba Empat, Jakarta.

*) Penulis adalah Dosen Tetap pada Aksema Lepisi Tangerang - Program Studi Manajemen Admintrasi Akuntansi.

PERAN SEKRETARIS DALAM PEMBUATAN LAPORAN PERTANGGUNGJAWABAN DOKUMEN KITE (KEMUDAHAN IMPORT TUJUAN EKSPORT)

Oleh:

HESTI UMIYATI, S.E., M.M.

Dosen Akademi Sekretari dan Manajemen LEPISI
(Jurnal Non-Riset)

ABSTRAK

Bersamaan dengan perkembangan perusahaan serta kemajuan teknologi saat ini dunia ekspor impor perkembangannya sangat pesat, perdagangan Internasional dapat diartikan sebagai perdagangan antara lintas negara, yang mencakup ekspor impor. Ekspor dan impor pada hakekatnya adalah suatu transaksi yang sederhana seperti yang telah kita kenal, yaitu jual beli barang. Hanya perbedaannya, pembeli dan penjual berada di negara yang berbeda. Pengaruh perdagangan ekspor impor ini adalah saling memberikan keuntungan bagi negara-negara yang melakukan transaksi ekspor dan impor. Salah satu peranan sekretaris dalam pembuatan laporan pertanggungjawaban dokumen KITE sangat penting dimana sekretaris harus menyiapkan, pemeriksaan dan penginputan dokumen tersebut sebagai pelaporan pertanggungjawaban.

Keywords: *sektaris, laporan, dokumen KITE.*

PENDAHULUAN

Dalam memasuki era globalisasi saat ini semakin banyak persaingan antara perusahaan satu dengan yang lainnya, kemajuan teknologi di bidang komunikasi dan transportasi telah membawa dampak yang besar terhadap hubungan antar bangsa-bangsa di dunia terutama dalam hubungan ekonomi. Secara ringkas dapat dikatakan bahwa di dunia yang sudah terbuka ini hampir tidak ada lagi satu negara pun yang benar-benar

mandiri, karena satu sama lain memang saling membutuhkan dan saling mengisi. Kenyataannya ini lebih meyakinkan kita betapa pentingnya peranan perdagangan internasional di masa sekarang maupun di masa mendatang bagi kepentingan ekonomi nasional kita.

Bersama dengan perkembangan perusahaan dengan menggunakan Fasilitas yang ada di Bea Cukai, berupa KITE (Kemudahan Impor Tujuan Ekspor).

Pembebasan Bea Masuk (BM, Impor Barang), akan menjadi barang yang akan di ekspor tanpa bayar Bea Masuk (BM) jadi bebas bayar (free). Dan wajib

melapor ke kantor Bea Cukai berupa laporan yang sesuai dan sudah lunas pertanggung jawabannya atas realisasi Impor dan Ekspor.

TINJAUAN TEORI

Menurut Lawalata (2012:2) "Sekretaris adalah orang yang bertanggungjawab mempersiapkan berbagai macam tugas dan pekerjaan yang berhubungan dengan *clerical* (ketatausahaan) dan administrasi perkantoran, agar perusahaan dapat menjalankan perusahaannya dengan efisien, lancar dan sekretaris bukan sekedar pembantu atasan semata tetapi seseorang dengan kualifikasi tugas, pekerjaan dan tanggung jawab yang sangat tinggi".

Menurut Jingga Gemilang (2013:13) Istilah Sekretaris berasal dari kata "*secretum*" yaitu bahasa latin yang artinya rahasia. Kata "*secretum*" lalu kemudian berubah menjadi kata "*secretarius*" yaitu dalam bahasa Perancis, lalu "*secretary*" dalam bahasa Inggris, lalu akhirnya menjadi kata "*secretaries*" yaitu dalam bahasa Belanda, dan masuk ke Indonesia yang dikenal dengan istilah "Sekretaris" yang berasal dari kata "*secretaries*" bahasa Belanda.

Peran dan Tugas Sekretaris

Sekretaris memegang peranan yang penting dan dapat menentukan berhasil tidaknya tujuan perusahaan. Pentingnya peranan seorang Sekretaris ini tentunya sesuai dengan jabatan Sekretaris pada masing-masing organisasi. Peranan Sekretaris secara umum dapat diketahui sebagai berikut :

Pengertian Sekretaris

1. Peranan Sekretaris terhadap atasan yaitu :
 - a. Sebagai perantara saluran komunikasi dan pembinaan hubungan yang baik bagi orang yang Ingin berhubungan dengan pimpinan;
 - b. Sebagai sumber informasi yang diperlukan pimpinan dalam memenuhi fungsi, tugas, dan Tanggung jawab;
 - c. Sebagai pelanjut keinginan pimpinan kepada bawahan dalam pelaksanaan tugas;
 - d. Alternatif pemikiran dari pimpinan dalam ide-ide;
 - e. Sebagai faktor penunjang dalam keberhasilan pekerjaan dan cerminan pimpinan dan bawahan.
2. Peranan Sekretaris terhadap bawahan (pimpinan):
 - a. Penentuan kebijakan yang berlaku bagi pegawai bawahan secara adil, yaitu:
 - 1) Mengenai peraturan penempatan pegawai yang sesuai dengan kecakapan dan kemampuan;
 - 2) Memberikan motivasi kerja kepada pegawai bawahan sehingga pekerjaan dapat berjalan lancar dan berhasil dengan baik;
 - 3) Memberikan rasa bangga dan puas kepada pegawai

- bawahan dalam menjalankan pekerjaan;
- 4) Menerima pendapat dan usul bawahan dalam berbagai masalah;
 - 5) Mengadakan pendekatan kepada pegawai bawahan untuk lebih mengerahkan dan mengetahui kelemahan dan kehendak pegawai bawahan.
- b. Peranan Sekretaris terhadap bawahan merupakan penilaian dari bawahan sehingga sikap dan tingkah laku Sekretaris akan berpengaruh terhadap pekerjaan pegawai bawahan. Bagi Sekretaris yang ramah dan komunikatif akan memberikan suasana hubungan kerja yang baik bagi bawahan sehingga segala permasalahan dapat didiskusikan dan dicari cara penyelesaiannya.

Berkaitan dengan peranan Sekretaris dalam menjalankan tugas dan fungsi jabatannya, hal yang sangat penting adalah mengenai pendekatan yang dapat dilakukan oleh seorang Sekretaris. Beberapa cara seorang Sekretaris dalam mengadakan pendekatan kepada pegawai bawahan, yaitu:

- 1) Memberi perintah atau instruksi kepada bawahan secara resmi, baik secara lisan maupun tertulis;
- 2) Mengadakan pengawasan secara langsung pada saat-saat tertentu kepada pegawai bawahan yang sedang melaksanakan tugasnya.

Pengertian Laporan

Laporan merupakan suatu bentuk pertanggungjawaban atas suatu tindakan atau kegiatan yang dilakukan. Berikut ini merupakan pengertian laporan yang disampaikan oleh beberapa ahli.

Menurut Keraf (2001:284) "laporan adalah suatu cara komunikasi dimana penulis menyampaikan informasi kepada seseorang atau suatu badan karena tanggung jawab yang dibebankan kepadanya".

Pengertian Ekspor Impor

Menurut Astuti Purnawati dan Sri Fatmawati (2013:11) transaksi perdagangan luar negeri yang lebih dikenal dengan istilah "ekspor impor pada hakikatnya adalah suatu transaksi yang sederhana seperti membeli dan menjual barang antara individu-individu atau perusahaan-perusahaan yang bertempat di negara-negara yang berbeda. Transaksi ekspor dan impor secara langsung akan berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi dari negara-negara yang terlibat".

Pengertian Ekspor

Menurut Astuti Purnawati (2013:12) "ekspor adalah kegiatan menjual barang atau jasa dari daerah pabean sesuai peraturan dan perundang-undangan yang berlaku. Daerah pabean adalah seluruh wilayah nasional dari suatu negara, dimana dipungut bea masuk dan bea keluar untuk semua barang yang melewati batas-batas (borderline) wilayah itu, kecuali bagian tertentu di wilayah itu yang secara tegas (berdasarkan undang-undang)

dinyatakan sebagai wilayah diluar wilayah pabean”.

Pengertian Impor

Menurut Sri Fatmawati (2013:13) “impor adalah kebalikan dari ekspor. Impor suatu negara merupakan ekspornya negara mitra dagang. Impor dapat diartikan membeli barang-barang dari luar negeri sesuai dengan ketentuan pemerintah yang dibayar dengan mempergunakan valuta asing. Dalam pelaksanaan impor terdapat aneka perantara, perwakilan penjual, agen-agen, pembeli kulakan, para penjual, dan para distributor yang bertugas mengantarkan barang dagangan ke pasar dalam negeri. Para importir terdiri dari para profesional pemasaran yang bekerja khusus untuk pasar dalam negeri. Seringkali, satu-satunya aspek perdagangan internasional tercermin pada kontrak perdagangan saja”.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2011:427) impor adalah pemasukan barang dan sebagainya. Sedangkan menurut undang-undang No. 10 Tahun 1995 tentang kepabeanan, impor adalah kegiatan memasukan barang kedalam daerah pabean atau Bea Cukai.

Transaksi Ekspor dan Impor

Menurut Astuti Purnawati(2013:40) transaksi ekspor dan impor adalah merupakan transaksi perdagangan luar negeri, yaitu kegiatan jual beli yang melintasi batas teritorial negara yang pada dasarnya dimiliki oleh dua pihak, yaitu penjual (eksportir) dan pembeli (importir). Transaksi ini pada dasarnya adalah transaksi yang sederhana seperti

yang dilakukan di dalam negeri, perbedaannya pembeli dan penjualnya bertempat di negara-negara yang berbeda. Perbedaan tempat di negara yang berbeda, yang harus melewati lautan atau daratan sering timbul berbagai masalah antara pengusaha-pengusaha yang memiliki bahasa, kebudayaan adat-istiadat, mata uang, dan juga cara yang berbeda-beda.

Proses transaksi ekspor pada umumnya melalui 5 (lima) tahapan yaitu:

1. Tahap I Promosi (upaya eksportir memperkenalkan produknya kepada importir);
2. Tahap II *Inquiry* (eksportir dan importir masih mencari informasi mengenai pembelian/penjual barang);
3. Tahap III *Offersheet* (eksportir dan importir saling tawar menawar mengenai harga barang);
4. Tahap IV *Ordersheet* (terjadi pemesanan barang oleh importir pada harga disepakati);
5. Tahap V Kontrak Dagang (harga barang dan syarat-syarat dituangkan dalam kontrak dagang ditandatangani eksportir dan importir).

Pengertian KITE

Berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan Nomor: 580/ KMK. 04/2003 tanggal 13 Desember 2003 sebagai pengganti KMK Nomor: 129/ KMK. 04/2003 Fasilitas KITE (Kemudahan Impor Tujuan Ekspor) adalah pemberian pembebasan dan atau Cukai serta Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Pajak Penjualan Barang Mewah (PPnBM) tidak dipungut atas impor barang dan atau

bahan baku untuk diolah, dirakit atau dipasang pada barang lainnya yang hasilnya terutama untuk tujuan ekspor, pemberian fasilitas ini merupakan perwujudan salah satu tugas Direktorat Jenderal Bea dan Cukai untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat sebagai pengguna jasa.

KITE (Kemudahan Impor Tujuan Ekspor) adalah salah satu fasilitas dari Departmen Keuangan/Ditjen Bea Cukai

untuk meningkatkan ekspor Non Migas. Definisi yang dapat dipahami dari berbagai peraturan yang ada bahwa KITE (Kemudahan Impor Tujuan Ekspor) adalah Pemberian pembebasan dan/atau pengembalian Bea Masuk (BM) dan/atau Cukai serta PPN dan PPnBM tidak dipungut atas impor barang dan/atau bahan untuk diolah, dirakit, atau dipasang pada barang lain yang hasilnya terutama untuk tujuan ekspor.

KESIMPULAN

Untuk bisa mendapatkan pembebasan bea masuk KITE (Kemudahan Impor Tujuan Ekspor) perusahaan harus menyerahkan dokumen-dokumen ekspor secara lengkap yaitu *Invoice, Packing List, Bill Of Lading*, Pemberitahuan Ekspor Barang (PEB), Nota Pelayanan Ekspor (NPE), Laporan Pemeriksaan Ekspor (LPE), dan Bukti Pelunasan berupa Laporan Penerimaan Pembayaran serta Rekening Koran dari Bank sesuai dengan yang disyaratkan oleh Bea Cukai. Sebelum diserahkan ke Bea Cukai, dokumen-dokumen ekspor harus diperiksa terlebih dahulu agar memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh Bea Cukai. Jika dokumen-dokumen tersebut belum diserahkan dengan lengkap dan benar, maka Bea Cukai tidak akan mengeluarkan keterangan bahwa bahan baku impor telah diekspor, yang berarti belum dipertanggungjawabkan pengeksporannya.

DAFTAR PUSTAKA

Purnawati, Astuti dan Fatmawati, Sri. 2013. *Dasar-Dasar ekspor impor*, UPP STIM YKPN, Yogyakarta.

Lawalata, Caroline, F.Ch. 2012. *Panduan lengkap pekerjaan sekretaris*. Akademia Permata. Padang.

Gemilang Jingga, 2013. *Sekretaris*. Yogyakarta: Araska

<http://dilihatya.com/1706/pengertian-prosedur-menurut-para-ahli>

<http://odazzander.blogspot.com/2011/11/definisi-laporan.html>

<http://www.elib.unikom.ac.id/download.php?id=66266>

<http://www.kite-beacukai.com/2013/10/definisi-kite-kemudahan-impor-tujuan.html>

**ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN (4P) TERHADAP
PENGAMBILAN KEPUTUSAN PELANGGAN DI PROPERTI
PT. AVE MULIA INDONESIA**

**Oleh:
IPAH MASRIPAH
FRISKAYANA PURBA**

ABSTRACT

The Analysis of marketing Mix Effect (4P) on customer Decision Making on property at PT. Ave Mulia Indonesia. The purpose of this study is to determine how much influence of marketing mix variables (4P) on customer decision making at PT. Ave Mulia Indonesia.

The method used is quantitative method by analyzing the relationship between independent variables with dependent variables, the measuring tool used method that is using Likert scale by taking 50 respondents from exiting population as sample of research. For regression test the researches used statistical analysis with SPSS 21 program.

From result of research known that multiple linear regression equation $Y = 1,116 + 0,419X_1 + 0,272X_2 + 0,151X_3 + 0,133X_4$. Partial way has significant effect seen from four variable that is value of product sig $0,000 < 0,05$, value of price sig $0,000 < 0,05$, value of place sig $0,014 < 0,05$ and value of promotion sig $0,029 < 0,05$ together influencing customer decision making of significance F of 0.000, it means the value is sig $0.000 < 0.05$.

Keywords : Marketing Mix: Product, price, Place, Promotion (4P) and Customer Decision Making.

PENDAHULUAN

Dewasa ini, kebutuhan akan rumah menjadi perhatian yang cukup serius bagi pemerintah, adanya tuntutan masyarakat untuk dapat memiliki rumah yang sesuai dengan tingkat daya beli masyarakat merupakan suatu fenomena yang masih belum terselesaikan secara tuntas. Upaya pemerintah dalam memenuhi kebutuhan akan adanya perumahan yang layak bagi masyarakat, secara tegas telah tercantum dalam GBHN tahun 1992 bahwa pembangunan perlu untuk semakin ditingkatkan khususnya perumahan dan pemukiman yang terjangkau oleh masyarakat.

Pengadaan perumahan di Indonesia ditangani oleh sebuah organisasi yang bernama REI, dimana dalam pelaksanaan di lapangan organisasi tersebut berfungsi sebagai koordinator para pengembang atau developer sebagai penyedia perumahan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat secara langsung. Industri *realestate* di Indonesia terbagi ke dalam dua segmen pasar yaitu pembangunan rumah-rumah sederhana (baik dimiliki maupun sewa sebagai bagian dari program kesejahteraan sosial) dan pembangunan properti lainnya (baik untuk bangunan prasarana ekonomi dan kehidupan maupun investasi, meliputi bangunan-bangunan perkantoran, komersial, industri, fasilitas-fasilitas khusus sampai perumahan mewah.

Masyarakat selaku konsumen pembeli perumahan tidak dengan begitu saja membeli rumah tanpa mempunyai pertimbangan tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi mereka dalam pengambilan keputusan seperti produk, harga, lokasi, promosi. Selain itu, dalam sebuah proses pengambilan keputusan pembelian tidak hanya berakhir dengan terjadinya transaksi pembelian, akan tetapi diikuti pula oleh tahap perilaku purnabeli (*post purchase behavior*).

Dalam tahap ini konsumen akan merasakan bagaimanatingkat kepuasan atau ketidakpuasan tertentu yang akan mempengaruhi perilaku berikutnya. Konsumen yang merasa puas cenderung akan menyatakan hal-hal yang baik tentang produk dan perusahaan yang bersangkutan kepada orang lain .

Bertitik tolak pada paparan yang telah dijelaskan, pola pemikiran yang berkembang dalam pembelian rumah di era sekarang ini, terutama untuk rumah kelas menengah ke atas adalah bahwa rumah tidak hanya sebagai tempat berlindung, namun juga berfungsi sebagai tempat tinggal yang nyaman, sehat, bahkan estetika menjadi bahan pertimbangan mereka dalam pembelian rumah.

Sehubungan dengan hal tersebut, fenomena yang menarik untuk diteliti lebih lanjut untuk upaya membantu pemerintah, pengusaha, agenperumahan atau *developer* bangunan dalam memenuhi kebutuhan dan pemukiman bagi masyarakat. Dalam penelitian ini penulis mengambil judul : Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Pengambilan Keputusan Pelanggan pada Properti di PT. AVE MULIA INDONESIA."

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka dapat diajukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh bauran pemasaran yang meliputi *product* terhadap pengambilan keputusan pelanggan pada properti?
2. Seberapa besar pengaruh bauran pemasaran yang meliputi *price* terhadap pengambilan keputusan pelanggan pada properti?
3. Bagaimana pengaruh bauran pemasaran yang meliputi *place* terhadap pengambilan keputusan pelanggan pada properti?
4. Seberapa besar pengaruh bauran pemasaran yang meliputi *promotion* terhadap pengambilan keputusan pelanggan pada properti?
5. Bagaimana pengaruh bauran pemasaran yang meliputi *people* terhadap pengambilan keputusan pelanggan pada properti?
6. Seberapa besar pengaruh bauran pemasaran yang meliputi *physical evidence* terhadap pengambilan keputusan pelanggan pada properti?
7. Bagaimana pengaruh bauran pemasaran yang meliputi *process* terhadap pengambilan keputusan pelanggan pada properti?
8. Bagaimana pengaruh bauran pemasaran yang meliputi *product, price, place, promotion, people, physical evidence, dan process* secara bersama-sama terhadap pengambilan keputusan pelanggan pada properti?
9. Kebijakan mana yang sangat

berpengaruh terhadap bauran pemasaran yang meliputi *product, price, place, promotion, people, physical evidence, dan process* terhadap pengambilan keputusan pelanggan?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh bauran pemasaran yang meliputi *product* terhadap pengambilan keputusan pelanggan pada properti?
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh bauran pemasaran yang meliputi *price* terhadap pengambilan keputusan pelanggan pada properti?
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh bauran pemasaran yang meliputi *place* terhadap pengambilan keputusan pelanggan pada properti?
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh bauran pemasaran yang meliputi *promotion* terhadap pengambilan keputusan pelanggan pada properti?
5. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh bauran pemasaran yang meliputi *people* terhadap pengambilan keputusan pelanggan pada properti?
6. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh bauran pemasaran yang meliputi *physical evidence* terhadap pengambilan keputusan pelanggan pada properti?
7. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh bauran pemasaran yang

- meliputi *process* terhadap pengambilan keputusan pelanggan pada properti?
8. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh bauran pemasaran yang meliputi *product, price, place, promotion, people, physical evidence, dan process* secara bersama-sama terhadap pengambilan keputusan pelanggan pada properti?
 9. Untuk mengetahui kebijaksanaan mana yang sangat berpengaruh terhadap bauran pemasaran yang meliputi *product, price, place, promotion, people, physical evidence, dan process* terhadap pengambilan keputusan pelanggan?
 10. Jadi tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana besarnya hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen.

Manfaat Penelitian

1. Bagi tempat penelitian, yaitu dapat menjadi bahan pertimbangan baik secara langsung maupun tidak langsung untuk mengevaluasi dalam menerapkan konsep bauran pemasaran bagi pelanggan maupun konsumen lain, pemahaman tentang persepsi pelanggan terhadap bentuk penerapan bauran pemasaran yang ditawarkan dan kepuasan yang ditunjukkan memungkinkan pihak manajemen untuk mencari dan menerapkan cara pengelolaan terbaik.
2. Bagi Fakultas, diharapkan dapat dijadikan bahan penelitian lebih lanjut dibidang pemasaran terutama yang berkaitan dengan retailing, perilaku konsumen, dan komunikasi pemasaran khususnya mengenai penerapan bauran pemasaran pada perusahaan.
3. Bagi Umum, menambah pengetahuan dan wawasan mengenai bentuk penerapan bauran pemasaran pada perusahaan. Menambah ilmu untuk mempelajari dan memahami jenis bauran pemasaran dan akan di aplikasikan ke kehidupan.
4. Bagi Peneliti, sebagai sarana untuk mengaplikasikan berbagai teori yang diperoleh dibangku kuliah. Menambah pengalaman dan sarana latihan dalam memecahkan masalah-masalah yang ada di masyarakat sebelum terjun dalam dunia kerja yang sebenarnya.

Kerangka Pemikiran

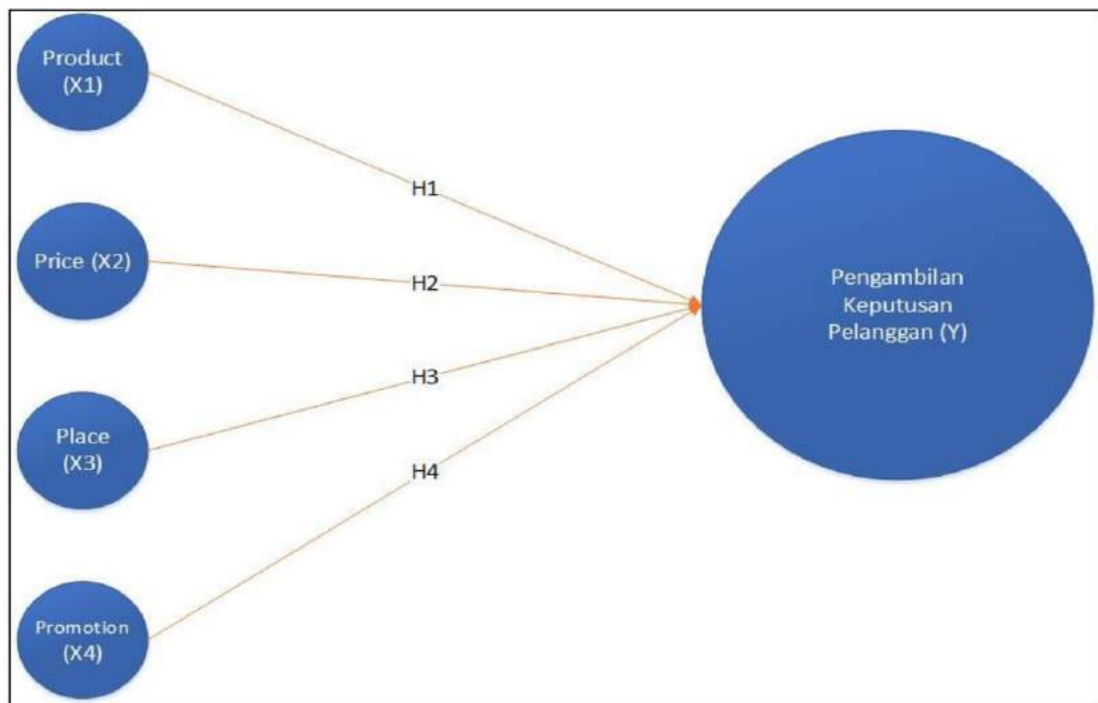
Dalam setiap usaha baik perusahaan konvensional maupun perusahaan jasa yang masih dalam kategori bisnis memiliki tujuan yang sama yaitu untuk memperoleh keuntungan. Dalam perkembangannya

tujuan dari suatu usaha tidak hanya untuk memperoleh keuntungan namun juga bagaimana mereka dapat terus melangsungkan aktivitas bisnisnya. Guna mencapai tujuan tersebut berbagai strategi dilakukan oleh perusahaan. Dari berbagai macam

strategi yang ada faktor pemasaran adalah faktor yang terpenting, karena faktor pemasaran dalam bisnis yang menentukan laku tidak nya suatu produk. Faktor pemasaran berkaitan dengan produk yang dimiliki oleh perusahaan dan konsumen sebagai pengguna dari produk tersebut.

Dalam pemasaran dikenal istilah bauran pemasaran (*marketing*

mix) yang terdiri dari : *Product, Price, Place, dan Promotion*. Jika keempat variabel tersebut sudah mencukupi, maka tinggal pengambilan keputusan pelanggan/konsumen sebagai penentunya. Berdasarkan pemikiran di atas, maka dapat digambarkan kerangka pemikiran penelitian ini, yaitu sebagai berikut:



Hipotesis

"Hipotesis merupakan jawaban permasalahan sementara yang bersifat dugaan dari suatu penelitian" (Supardi, 2005, h.69). Hipotesis dapat terbukti dan tidak terbukti setelah didukung oleh fakta-fakta dari hasil penelitian lapangan. Sedangkan menurut Moh. Nazir (2000:15) hipotesis merupakan jawaban sementara atau pendapat yang kebenarannya masih rendah atau

kadar kebenarannya masih belum meyakinkan, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan sedangkan kebenaran pendapat teori tersebut perlu di uji atau di buktikan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan harus didasarkan pada teori yang relevan, belum di dasarkan pada fakta- fakta empiris yang diperoleh melalui

pengumpulan data.

1. H₁ : Diduga adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel *product* terhadap pengambilan keputusan pelanggan.
2. H₂ : Diduga adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel *price* terhadap pengambilan keputusan pelanggan.
3. H₃ : Diduga adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel *place* terhadap pengambilan keputusan pelanggan.
4. H₄ : Diduga adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel *promotion* terhadap pengambilan keputusan pelanggan.
5. H₅ : Diduga adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel *4P (Product, Price, Place, dan Promotion)* secara bersama – sama terhadap pengambilan keputusan pelanggan.

Metode Penelitian

Penelitian tentang analisis pengaruh bauran pemasaran terhadap pengambilan keputusan pelanggan juga dilakukan oleh Ade Letrio Putra (2009), yang berjudul "Analisis Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan dan loyalitas Nasabah di PT. Pegadaian (persero) Badung, Bali ", penelitian ini mengukur bauran pemasaran yang diproyeksikan dalam 4P, yaitu: *product, price, place, dan promotion*.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial, keempat variabel berpengaruh secara signifikan. Pengujian secara simultan, ketujuh variabel berpengaruh secara

signifikan terhadap pengambilan keputusan pelanggan.

LANDASAN TEORI

Menurut Zeithaml dan Bitner yang dikutip oleh (Ratih Hurriyati, 2005 :28) pengertian Bauran Pemasaran adalah elemen – elemen organisasi perusahaan yang dapat di kontrol oleh perusahaan dalam melakukan komunikasi dengan konsumen dan akan dipakai untuk memuaskan konsumen. Guna mencapai tujuan pasar yang telah ditargetkan maka perusahaan harus menggunakan variabel – variabel pemasaran yang dapat dikendalikan.

(Kotler, 2005). Indikator : Kualitas Produk, Desain Produk, Jenis Produk.

Menurut Kotler (2009:27) "Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepada pasar untuk menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang

dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan.

Secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan kegiatan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Menurut Kotler dan Keller (2008:50), produk adalah elemen kunci dalam keseluruhan penawaran pasar.

Produk jasa merupakan suatu kinerja penampilan, tidak berwujud

1) Barang Nyata,
Barang nyata yang disertai dengan jasa,

2) Jasa utama yang disertai dengan barang dan jasa tambahan, dan murni jasa.

Untuk merencanakan penawaran atau produk pemasar perlu memahami tingkatan produk, yaitu sebagai berikut:

Produk Utama / Inti (*core benefit*), yaitu manfaat yang sebenarnya dibutuhkan dan akan dikonsumsi oleh pelanggan dari setiap produk.

1) Produk Generik (*generic product*) yaitu produk dasar yang mampu memenuhi fungsi produk yang paling dasar (rancangan produk minimal agar dapat berfungsi).

2) Produk Harapan (*expected product*), yaitu produk formal yang ditawarkan dengan berbagai

dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan daripada dimiliki, serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut. Sesungguhnya pelanggan tidak membeli barang atau jasa, tetapi membeli manfaat dan nilai dari sesuatu yang ditawarkan. "apa yang ditawarkan " menunjukkan sejumlah manfaat yang dapat pelanggan dapatkan dari pembelian suatu barang atau jasa, sedangkan sesuatu yang ditawarkan itu sendiri dapat dibagi menjadi empat kategori yaitu :

atribut, dan kondisinya secara normal (layak) diharapkan dan disepakati untuk dibeli.

3) Produk Pelengkap (*augmented product*), yaitu berbagai atribut produk yang dilengkapi atau ditambahi berbagai manfaat dan layanan, sehingga dapat memberikan tambahan kepuasan dan dapat dibedakan dengan produk pesaing.

4) Produk Potensial, yaitu segala macam tambahan dan perubahan yang mungkin dikembangkan untuk suatu produk dimasa mendatang.

Jadi pada dasarnya produk adalah sekumpulan nilai kepuasan yang kompleks. Nilai sebuah produk ditetapkan oleh pembeli berdasarkan manfaat yang akan mereka terima dari produk tersebut

Pengertian Harga

Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk/jasa. (Kotler dan Armstrong, 2008:345). Indikator : Daftar Harga, Diskon (potongan pembelian), periode pembayaran, Variasi system pembayaran (Kredit atau cash).

Menurut Fandy Tjiptono (2008 : 151) menyebutkan bahwa harga merupakan satu – satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong (2008 :345), harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk/jasa. Dari definisi diatas menjelaskan bahwa harga adalah unsur penting dalam sebuah perusahaan dimana dengan

adanya harga maka perusahaan akan mendapatkan income bagi keberlangsungan perusahaan. Selain itu, harga merupakan alat yang nantinya dijadikan proses pertukaran terhadap suatu barang dan jasa oleh konsumen.

Harga yaitu sejumlah uang yang konsumen bayar untuk membeli produk atau mengganti hal milik produk. Harga meliputi *last price*, *discount*, *allowance*, *payment period*, *credit terms*, and *retail price*. Harga merupakan suatu elemen *marketing mix* yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan elemen-elemen lainnya hanya menimbulkan biaya. Karena menghasilkan penerimaan penjualan, maka harga mempengaruhi tingkat penjualan, tingkat keuntungan, serta share pasar yang di dapat oleh perusahaan (Assauri, 2004:233). Harga juga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran yang paling fleksibel.

Pengertian Tempat

Tempat adalah berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran. Tempat merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atau saluran distribusi, dalam hal ini berhubungan dengan dimana lokasi yang strategis. (Kotler dan Armstrong 2002). Indikator : Lokasi Produk, Akses, Visibilitas dan Daerah-daerah penjualan, Lingkungan.

Tempat/lokasi yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan/dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran. Kotler & Armstrong (2008:346) mengatakan bahwa place mengacu pada penyediaan produk pada suatu tempat bagi konsumen untuk lebih mudah mengaksesnya. Place identik dengan tempat distribusi. Tempat meliputi lokasi produk, ketersediaan produk, distribusi pesaing, daerah – daerah penjualan, variasi alat

pengiriman dan waktu pengiriman. Place atau tempat merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian kepada para konsumen dan dimana lokasi yang strategis.

Dalam penyaluran barang dari produsen ke konsumen ada faktor penting yang sangat berpengaruh terhadapnya, yaitu kegiatan pemilihan saluran distribusi yang tepat untuk menyampaikan barang dari produsen ke konsumen. Banyak perusahaan yang menggunakan saluran distribusi yang tidak tepat hal ini menyebabkan produk yang dihasilkan perusahaan tidak menjangkau konsumen yang menjadi sasaran.

Lokasi berhubungan dengan keputusan yang dibuat oleh perusahaan mengenai dimana operasi dan staffnya akan ditempatkan, yang paling penting dari lokasi adalah tipe dan tingkat interaksi yang terlibat. Terdapat tiga macam tipe interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan yang berhubungan dengan pemilihan lokasi, yaitu sebagai berikut :

Pengertian Promosi

Promosi yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk mengkomunikasikan dan memperkenalkan produk pada pasar sasaran. (Kotler, 1997:605). Indikator : Promosi penjualan, Periklanan, Hubungan masyarakat dan publisitas, Penjualan personal, Pemasaran langsung.

- a) Pelanggan mendatangi penyedia jasa,
- b) Penyedia jasa mendatangi pelanggan, atau
- c) Penyedia jasa dan pelanggan melakukan interaksi melalui perantara.

Untuk tipe intraksi dimana pelanggan mendatangi penyedia jasa, letak lokasi menjadi sangat penting. Didalam interaksi ini penyedia jasa yang menginginkan pertumbuhan dapat mempertimbangkan menawarkan jasa mereka di beberapa lokasi. Jika penyedia jasa mendatangi pelanggan, maka letak lokasi tidak menjadi begitu penting. Meskipun perlu dipertimbangkan pula kedekatan terhadap pelanggan untuk menjaga kualitas jasa yang akan diterima. Sementara itu dalam kasus penyedia jasa dan pelanggan menggunakan media perantara dalam berinteraksi, maka letak lokasi dapat diabaikan meskipun beberapa media perantara memerlukan interaksi fisik antara mereka dengan pelanggan.

Variabel promosi atau yang lazim disebut bauran komunikasi pemasaran (Kotler, 1997:604): Advertising, yaitu semua bentuk presentasi nonpersonal dan promosi ide, barang, atau jasa oleh sponsor yang ditunjuk dengan mendapat bayaran.

- 1) *Sales promotion*, yaitu insentif jangka pendek untuk mendorong

- keinginan mencoba atau pembelian produk dan jasa.
- 2) *Public relations and publicity* yaitu berbagai program yang dirancang untuk mempromosikan dan/atau melindungi citra perusahaan atau produk individual yang dihasilkan.
 - 3) *Personal selling*, yaitu interaksi langsung antara satu atau lebih calon pembeli dengan tujuan melakukan penjualan.
 - 4) *Direct marketing*, yaitu melakukan komunikasi pemasaran secara langsung untuk mendapatkan respon dari pelanggan dan calon tertentu, yang dapat dilakukan dengan menggunakan surat, telepon, dan alat penghubung nonpersonal lain.

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Betapapun kualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk tersebut akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya. Pada hakikatnya menurut Buchari Alma (2004:179) promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk atau mengingatkan pasar sasaran atas

Pengambilan Keputusan Konsumen

Menurut Setiadi (2003;16) menyatakan bahwa : " Pengambilan keputusan konsumen (*consumer decision making*) adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku

perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Tujuan utama dari promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya.

Pengertian Pengambilan Keputusan Pelanggan/Konsumen

Dalam proses melakukan suatu tindakan, konsumen harus mengambil suatu keputusan. Keputusan yang telah dipilih oleh seorang konsumen akan dilanjutkan dengan aksi. Jelas bahwa proses pembelian berlangsung jauh sebelum pembelian aktual dan berlanjut jauh sesudahnya. Pemasaran perlu berfokus pada seluruh proses pengambilan keputusan pembelian bukan hanya proses pembeliannya saja. Pengambilan keputusan konsumen sangat mempengaruhi perusahaan dalam menyediakan stock barang yang akan di perlukan. Pengambilan keputusan pelanggan akan menentukan tindakan apa yang selanjutnya akan dilakukan dan apa yang akan di lakukan. Penengambilan keputusan pelanggan erat kaitannya dengan kelancaran produk *real estate* yang akan di edarkan ke konsumen alternatif, dan memilih salah satu diantaranya "

Menurut Kotler (2002), keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu

produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk sudah yang sudah dikenal oleh masyarakat Sebelum konsumen memutuskan untuk membeli, biasanya konsumen melalui beberapa tahap terlebih dahulu yaitu,

- (1) Pengenalan masalah,
- (2) Pencarian informasi.
- (3) Evaluasi alternatif,
- (4) Keputusan membeli atau tidak,
- (5) Perilaku pascapembelian.

Definisi Proferti

Properti secara umum menurut siregar (2004:178) adalah barang (*Thing*) atau sesuatu barang (*Anything*) yang mempunyai nilai ekonomi (*Economic Value*), nilai komersial (*Commercial Value*) atau nilai tukar (*Exchange Value*) yang dimiliki oleh badan usaha, instansi atau individu (perorangan).

- a. *Real Estate*
- b. *Aparment*
- c. Perumahan
- d. Rukan dan *Office space*
- e. Ruko
- f. Mall
- g. Tanah Kavling
- h. *Town House*

METODOLOGI PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian bertempat di PT. Ave Mulia Indonesia dan dilakukan lansung dengan memberikan kuisisioner kepada konsumen PT. Ave Mulia Indonesia.

Perusahaan tersebut bergerak dibidang Jasa penjualan properti yang sudah bekerja sama dengan berbagai developer properti yang ada di indonesia untuk menyediakan properti bagi para konsumen yang membutuhkan properti untuk area perumahan, perkantoran, mall, kavling, rumah kantor, ruko dan jenis peroperti lainnya.

Jenis dan Metode Penelitian

Penelitian dengan judul Analisis "Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Pengambilan Keputusan Pelanggan pada Properti di PT. Ave Mulia Indonesia" merupakan penelitian assosiatif / hubungan antar pengaruh. Metode assosiatif adalah metode yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Penulis melakukan penelitian terdiri dari lima variabel. Empat variabel bebas (x) dan satu variabel terikat (y). Keempat variabel bebas tersebut adalah *product (X1)*, *price (X2)*, *place (X3)*, *promotion (X4)* sedangkan variabel terikat adalah pengambilan keputusan pelanggan (Y). Metode pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, studi kepustakaan, penyebaran kuesioner dan pengukuran variabel menggunakan skala likert.

Metode Pengumpulan Data

MMetode Pengumpulan data dadalam penelitian ini adalah :

1. Wawancara, adalah metode untuk mendapatkan data dengan cara melakukan tanya jawab secara langsung dengan pihak-pihak yang bersangkutan guna mendapatkan data dan keterangan yang

- menunjang analisis dalam penelitian.
2. Observasi, adalah teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung pada obyek yang diteliti sehingga diperoleh gambaran yang jelas mengenai masalah yang dihadapi oleh penulis.
 3. Kuesioner(Angket), adalah pengumpulan data dengan cara menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut.

PrProsedur Pengumpulan data

Proses pengumpulan data yang diperlukan dalam pembahasan ini melalui dua tahap penelitian, yaitu:

1. Studi Kepustakaan (Library Research), yaitu Studi kepustakaan digunakan untuk mengumpulkan data sekunder dari perusahaan, landasan teori dan informasi yang berkaitan dengan penelitian ini dengan cara dokumentasi. Hasil penelitian lainnya yang ada hubungannya dengan objek penelitian terutama mengenai bauran pemasaran terhadap pengambilan keputusan pelanggan guna memenuhi solusi atas permasalahan yang sedang terjadi pada PT. Ave Mulia Indonesia.
2. Pengukuran Variabel Penelitian, yaitu Skala pengukuran bervariasi, skala yang sederhana (*simple scale*) adalah satu skala sederhana yang digunakan untuk mengukur beberapa karakteristik. Kendati kompleksitas data variabel alat pengukuran sangat beragam, oleh karena itu skala pengukuran data penelitian dilakukan sesuai dengan jenis pengolahan data

yang dilakukan dan disusun untuk keperluan penelitian.

Penulis melakukan penelitian lapangan dengan cara sebagai berikut :

Wawancara, yaitu metode untuk mendapatkan data dengan cara melakukan Tanya jawab secara langsung dengan pihak-pihak yang bersangkutan guna mendapatkan data dan keterangan yang menunjang analisis dalam penelitian.

Observasi, adalah teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung pada obyek yang diteliti sehingga diperoleh gambaran yang jelas mengenai masalah yang dihadapi oleh penulis.

Kuesioner(Angket), Angket adalah pengumpulan data dengan cara menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut.

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Variabel Produk(X_1), Uji validitas menggunakan *pearson product moment* pada 6 item soal yang diujikan, diperoleh hasil bahwa seluruh item soal memiliki nilai $r > 0.279$ maka dapat diambil kesimpulan seluruh item soal valid. Sedangkan uji reabilitas didapatkan nilai cronbach alpha sebesar $0.778 > 0.6$ maka alat ukur dapat dikatakan reliabel dan termasuk dalam kategori reliabilitas tinggi. Hasil output SPSS uji validitas terlampir. Berikut hasil rekapitulasi nilai uji validitas variabel produk (X_1).

Tabel 1
Hasil Rekapitulasi Uji Validitas Variabel Produk (X1)

No.	Instrument	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Item 1	0,456	0,279	Valid
2	Item 2	0,788	0,279	Valid
3	Item 3	0,890	0,279	Valid
4	Item 4	0,788	0,279	Valid
5	Item 5	0,890	0,279	Valid
6	Item 6	0,439	0,279	Valid

Sumber: Data Penulis 2017

Variabel Harga (X₂), (X₂) dapat dinyatakan valid, akrena Berdasarkan hasil penghitungan seluruhnya mempunyai nilai lebih besar tersebut, variabel independen Harga dari r (0,279)tabel ($r_{hitung} > r_{tabel}$).

Tabel 2
Hasil Rekapitulasi Uji Validitas Variabel Harga (X2)

No.	Instrument	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Item 1	0,877	0,279	Valid
2	Item 2	0,551	0,279	Valid
3	Item 3	0,877	0,279	Valid
4	Item 4	0,877	0,279	Valid
5	Item 5	0,551	0,279	Valid
6	Item 6	0,544	0,279	Valid
7	Item 7	0,660	0,279	Valid

Sumber: Data Penulis 2017

Variabel Tempat (X₃)

valid, akrena seluruhnya mempunyai nilai lebih besar dari r (0,279)tabel ($r_{hitung} > r_{tabel}$).

Berdasarkan hasil penghitungan tersebut, variabel independen Tempat (X₃) dapat dinyatakan

Tabel 3

Hasil Rekapitulasi Uji Validitas Variabel Tempat (X3)

No.	Instrument	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Item 1	0,780	0,279	Valid
2	Item 2	0,884	0,279	Valid
3	Item 3	0,775	0,279	Valid
4	Item 4	0,801	0,279	Valid
5	Item 5	0,322	0,279	Valid
6	Item 6	0,293	0,279	Valid
7	Item 7	0,884	0,279	Valid

Sumber: Data Penulis 2017

(X₄) dapat dinyatakan valid, karena seluruhnya mempunyai nilai lebih besar

Variabel Promosi (X₄)

Berdasarkan hasil penghitungan dari r (0,279)tabel ($r_{hitung} > r_{tabel}$).
tersebut, variabel independen Promosi

Tabel 4

Hasil Rekapitulasi Uji Validitas Variabel Promosi (X₄)

No.	Instrument	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Item 1	0,328	0,279	Valid
2	Item 2	0,364	0,279	Valid
3	Item 3	0,463	0,279	Valid
4	Item 4	0,718	0,279	Valid
5	Item 5	0,767	0,279	Valid
6	Item 6	0,657	0,279	Valid

Sumber: Data Penulis 2017

Variabel Pengambilan Keputusan Pelanggan (Y)

Berdasarkan data yang telah terkumpul Pengambilan Keputusan Pelanggan (Y) dari 44 reponden, maka terdapat 6 dan hasil Uji validitas apat dilihat pada pertanyaan penelitian dari variabel table berikut:

Tabel 5

**Hasil Rekapitulasi Uji Validitas Variabel Pengambilan
Keputusan Pelanggan (Y)**

No.	Instrument	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Item 1	0,748	0,279	Valid
2	Item 2	0,617	0,279	Valid
3	Item 3	0,663	0,279	Valid
4	Item 4	0,716	0,279	Valid
5	Item 5	0,588	0,279	Valid

Sumber: Data Penulis 2017

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, dinyatakan valid, karena seluruhnya seluruh item pertanyaan pengambilan mempunyai nilai dari r (0,279)table keputusan pelanggan (Y) yang terdapat ($r_{hitung} > r_{tabel}$). pada instrument penelitian dapat

Hasil Uji Reliabilitas

reliabilitas dilakukan *Crombach's Alpha*, Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, jika $\alpha > 0,60$ maka dapat di simpulkan bahwa butir- apakah alat pengukur yang digunakan butir instrument penelitian tersebut dapat diandalkan dan tetap konsisten reliabel. jika pengukuran tersebut diulang. Uji

Tabel 6

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel penelitian	Cronbach Alpha	N of items	Keterangan
Produk(X_1)	0,778	6	Reliabel
Harga (X_2)	0,841	7	Reliabel
Tempat (X_3)	0,827	7	Reliabel
Promosi(X_4)	0,659	6	Reliabel
Kepuasan pelanggan (Y)	0,718	5	Reliabel

Sumber: Data Penulis 2017

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, dinyatakan reliabel, karena seluruhnya variabel produk, harga, tempat, promosi mempunyai nilai lebih besar dari pada dan kepuasan pelanggan dapat 0,60 (Cronbach Alpha > r_{tabel}).

Uji Normalitas

Untuk mengetahui normal atau tidaknya data maka digunakan uji *one sample Kolmogorov smirnov test* dibawah ini:

Tabel 7
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Produk	Harga	Tempat	Promosi	Pengambilan Keputusan Pelanggan
N		44	44	44	44	44
Normal Parameters ^a	Mean	24.09	28.11	27.73	25.02	15.86
	Std. Deviation	2.219	3.149	3.433	1.836	1.720
Most Extreme Differences	Absolute	.188	.161	.150	.132	.147
	Positive	.159	.105	.150	.120	.147
	Negative	-.188	-.161	-.148	-.132	-.132
Kolmogorov-Smirnov Z		1.248	1.069	.996	.875	.974
Asymp. Sig. (2-tailed)		.089	.203	.274	.428	.299
a. Test distribution is Normal.						

Sumber Hasil Output SPSS

Berdasarkan output diatas variabel produk (X_1) memperoleh nilai signifikansi sebesar $0.089 > 0.05$, variabel harga (X_2) memperoleh nilai signifikansi $0.203 > 0.05$, variabel tempat (X_3) memperoleh nilai signifikansi $0.274 > 0.05$, variabelpromosi (X_4) memperoleh nilai signifikansi $0.428 > 0.05$ dan variabel pengambilan keutusan pelanggan (Y) memperoleh nilai signifikansi sebesar $0.299 > 0.05$ sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa seluruh data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi antar variabel bebas (independen) dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terdapat korelasi antara variabel

independen. Untuk mendeteksi terjadi atau tidaknya gangguan multikoloniaritas dalam model regresi dapat dilihat dari nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*. Jika nilai *Tolerance* 0,1 atau nilai VIF < 10 (Ghozali 2011).

Tabel 8

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-2.360	.774		-3.049	.004		
Produk	.228	.035	.294	6.431	.000	.351	2.850
Harga	.330	.040	.605	8.313	.000	.138	7.238
Tempat	.070	.027	.139	2.573	.014	.250	3.992
Promosi	.061	.027	.065	2.268	.029	.883	1.133

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan Pelanggan

Sumber: Hasil output SPSS

Berdasarkan output table 8 nilai Tolerance untuk variabel produk,

harga, tempat dan promosi diatas 0.010 sedangkan nilai VIF dibawah 10, dengan demikian dapat disimpulkan

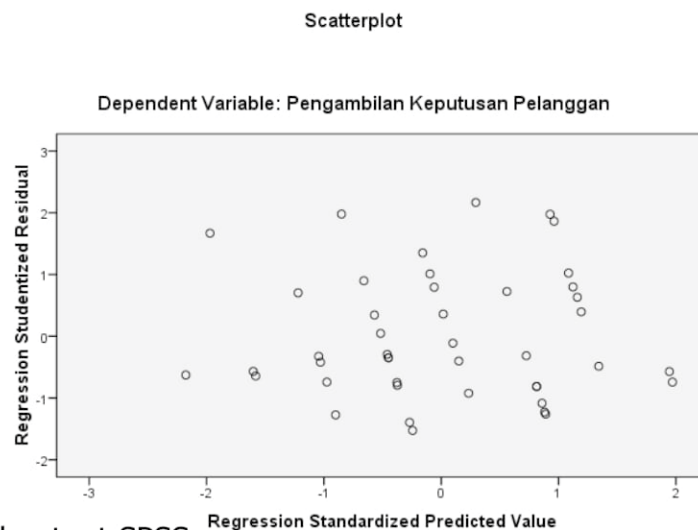
bahwa penelitian ini bebas dari multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian pada residual (*error*) dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Jika tidak terlihat pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas, lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 9
Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Hasil output SPSS

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi Model regresi yang baik adalah yang tidak adanya masalah autokorelasi. Hasil uji autokorelasi menggunakan *Durbin Watson* (DW).

Selanjutnya nilai ini akan dibandingkan dengan nilai d_l pada tabel durbin watson dengan signifikansi 5%. Data dikatakan bebas autokorelasi jika nilai durbin Watson(DW) > nilai d_u . Berikut adalah hasil output uji autokorelasi.

Tabel 4.23
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.986 ^a	.971	.969	.305	1.624

a. Predictors: (Constant), Promosi, Produk, Tempat, Harga

b. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan Pelanggan

Sumber: Hasil output SPSS

Pada Tabel 4.23 Hasil uji : $1.624 > 1.528$ karena DW berada autokorelasi dengan melihat hasil diantara dua batasan autokorelasi Durbin Watson (DW) menghasilkan maka kesimpulannya bahwa bebas angka 1.624. Angka ini lebih besar satu autokorelasi dan lebih kecil dari tiga. Secara ringkas

Analisis Regresi Linear Berganda

Berikut ini analisis regresi linier berganda berupa table dibawah ini:

Tabel 4. 24
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.116	1.865		.598	.553		

Product (X1)	.419	.064	.532	6.535	.000	.573	1.744
Price (X2)	.272	.056	.395	4.896	.000	.583	1.715
Place (X3)	.151	.059	.195	2.581	.014	.665	1.503
Promotion (X4)	.133	.064	.138	2.070	.045	.859	1.164

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan Pelanggan (Y)

Sumber: Hasil output SPSS

Dari penghitungan di atas, diperoleh nilai persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 1,116 + 0,419X_1 + 0,272X_2 + 0,151X_3 + 0,133X_4$$

Persamaan regresi tersebut memiliki makna sebagai berikut:

1. Konstanta (a) sebesar 1,116. Artinya jika nilai produk (X₁), harga (X₂), tempat (X₃), dan promosi (X₄) dianggap sama dengan nol (0), maka kepuasan pelanggan (Y) sebesar 1,116.
2. Variabel produk (X₁) berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan pelanggan (Y) sebesar 41,9%, harga (X₂) berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan pelanggan

(Y) sebesar 27,2%, tempat (X₃) berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan pelanggan (Y) sebesar 15,1%, dan promosi (X₄) berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan pelanggan (Y) sebesar 13,3%.

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien Determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen produk (X₁), harga (X₂), tempat (X₃), dan promosi (X₄) dapat menjelaskan variabel dependen pengambilan keputusan pelanggan (Y) secara keseluruhan. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai koefisien determinasi dapat dilihat pada Tabel 4.28 di bawah ini.

Tabel 4.25
Hasil Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.986 ^a	.971	.969	.305

a. Predictors: (Constant), Promosi, Produk, Tempat, Harga

b. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan Pelanggan

Sumber: Hasil output SPSS

Berdasarkan output diatas didapatkan nilai R² sebesar 0.971, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa produk (X₁), harga (X₂), tempat (X₃) dan promosi (X₄) mempengaruhi Pengambilan Keputusan Pelanggan (Y) sebesar 97.1%.

Uji t (Uji Parsial)

Analisis pengujian individual atau variabel dependen Pengambilan parsial (uji t) diperlukan untuk keputusan pelanggan dalam uji ini di mengetahui bahwa variabel didasarkan pada tingkat signifikansi independen secara parsial mempunyai sebesar 5% atau 0,05. Berikut adalah pengaruh yang signifikan terhadap hasil output uji T:

Tabel 4.26
Hasil Uji Parsial

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2.360	.774		-3.049	.004
Produk	.228	.035	.294	6.431	.000
Harga	.330	.040	.605	8.313	.000

Tempat	.070	.027	.139	2.573	.014
Promosi	.061	.027	.065	2.268	.029

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan Pelanggan

Sumber: Hasil output SPSS

Berdasarkan pada tabel 4.29 diatas, pengaruh masing – masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen adalah sebagaiberikut:

1. Pengaruh Produk (X₁) Terhadap Pengambilan Keputusan Pelanggan (Y)

Terlihat bahwa t_{hitung} koefisien produk (X₁) adalah 6,431 Sedangkan t_{tabel} bisa dihitung pada tabel *t-test*, dengan $\alpha=0,05$, karena digunakan hipotesis dua arah, ketika mencari t_{tabel} , nilai α dibagi 2 menjadi 0,025 dan *degree of freedom* (derajat bebas) $df = 51$ (didapat dari rumus $n-k$, dimana n adalah jumlah data dan k = banyaknya variabel bebas dan terikat, $44-4-1=39$). Didapat t_{tabel} adalah 2,023. Variabel produk (X₁) memiliki nilai *sig.* $0,000 < 0,05$ artinya signifikan, sedangkan $t_{hitung} > t_{tabel}$, ($6,431 > 2,023$), jadi dapat disimpulkan bahwa koefisien produk (X₁) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap

pengambilan keputusan pelanggan (Y).

2. Pengaruh Harga (X₂) Terhadap Pengambilan Keputusan Pelanggan (Y)

Terlihat bahwa t_{hitung} koefisien harga (X₂) adalah 8,313 Sedangkan t_{tabel} bisa dihitung pada tabel *t-test*, dengan $\alpha=0,05$, karena digunakan hipotesis dua arah, ketika mencari t_{tabel} , nilai α dibagi 2 menjadi 0,025 dan $df=51$ (didapat dari rumus $n-k$, dimana n adalah jumlah data dan k = banyaknya variabel bebas dan terikat, $44-4-1=39$). Didapat t_{tabel} adalah . Variabel harga (X₂) memiliki nilai *Sig.* $0,000 < 0,05$ artinya signifikan, sedangkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, ($8,313 > 2,023$), sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien harga (X₂) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan pelanggan (Y).

3. Pengaruh Tempat (X₃) Terhadap Pengambilan Keputusan Pelanggan (Y)

Terlihat bahwa t_{hitung} koefisien tempat (X_3) adalah 2,573, Sedangkan t_{tabel} bisa dihitung pada tabel *t-test*, dengan $\alpha=0,05$, karena digunakan hipotesis dua arah, ketika mencari t_{tabel} , nilai α dibagi 2 menjadi 0,025 dan $df=51$ (didapat dari rumus $n-k$, dimana n adalah jumlah data dan k = banyaknya variabel bebas dan terikat, $44-4-1=39$). Didapat t_{tabel} adalah .Variabel tempat (X_3) memiliki nilai *Sig.* $0,014 < 0,05$ artinya signifikan, sedangkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, ($2,573 > 2,023$), sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien tempat (X_3) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan pelanggan (Y).

4. Pengaruh Promosi (X_4) terhadap Pengambilan Keputusan Pelanggan (Y)

Terlihat bahwa t_{hitung} koefisien promosi (X_4) adalah 2,268, Sedangkan t_{tabel} bisa dihitung pada tabel *t-test*, dengan $\alpha=0,05$, karena digunakan hipotesis dua arah, ketika mencari t_{tabel} , nilai α dibagi 2 menjadi 0,025 dan $df=51$ (didapat dari rumus $n-k$, dimana n adalah jumlah data dan k = banyaknya variabel bebas dan

terikat, $44-4-1=39$). Didapat t_{tabel} adalah variabel promosi (X_4) memiliki nilai *Sig.* $0,029 < 0,05$ artinya signifikan, sedangkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, ($2,268 > 2,023$), sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien promosi (X_4) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan pelanggan (Y).

Uji F (Uji Simultan)

Uji F dikenal dengan uji serentak (Simultan) untuk melihat bagaimanakah pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya. Uji simultan (uji F) bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen (bebas) mempengaruhi variabel dependen (terikat) secara bersama-sama atau simultan. Uji ini dapat dilakukan melalui pengamatan nilai signifikansi pada tingkat yang digunakan. Dalam penelitian ini tingkat yang digunakan adalah sebesar 5%, dimana variabel X dikatakan berpengaruh simultan terhadap variabel Y jika nilai signifikansinya < 0.05 . Berikut adalah hasil uji F (Uji simultan):

Tabel 4.27
Hasil Uji Simultan

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	135.976	4	33.994	56.033	.000^b
1 Residual	23.660	39	.607		
Total	159.636	43			

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan Pelanggan (Y)

b. Predictors: (Constant), Promosi, Produk, Tempat, Harga

Sumber: Hasil output SPSS

Berdasarkan uji ANOVA atau *F test*, maka diperoleh F_{hitung} sebesar 56,033 dengan tingkat signifikansi 0,000, sedangkan $F_{tabel}=2,40$. F_{tabel} didapat dari $df_1=2$ (rumus $k-1$, dimana k =banyaknya variabel bebas dan terikat, $6-1=5$) dan $df_2=54$ (rumus $n-k$, dimana n adalah jumlah data, k adalah banyaknya variabel bebas dan terikat, $50-7=43$) jadi nilai

$F_{tabel}(4;43)=2,40$. Oleh karena nilai probabilitas jauh lebih kecil dari pada 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan $F_{hitung} > F_{tabel}(56.033 > 2,40)$, maka dapat dinyatakan bahwa variabel independen yang meliputi produk (X_1), harga (X_2), tempat (X_3), dan promosi (X_4), secara simultan atau bersama-sama mempengaruhi variabel dependen pengambilan keputusan pelanggan (Y).

Kesimpulan

1. Hasil uji hipotesa menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen yaitu Citra Merek (X_1) terhadap dependen Kepuasan Pelanggan (Y) karena nilai T-hitung = 3,450 < T-tabel= 2,01174 pada sig 0,001 < 0,05. Koefien korelasi 0,569 artinya pengaruh signifikan yang positif.
2. Hasil uji hipotesa, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh tidak signifikan antara variabel independen yaitu kualitas produk (X_2) terhadap dependen kepuasan Pelanggan (Y) karena nilai T-hitung = 2,01174 pada sig 0,010 < 0,05 < koefisien korelasi 0,260 yang artinya signifikan.

FINANCIAL LEVERAGE PADA PORTOFOLIO KEUANGAN

SUMADI, S.KOM., M.M.
Akademi Sekretari dan Manajemen LEPISI
(Jurnal Non-Riset)

ABSTRAK

Dunia berubah, maka cara mendapatkan penghasilan dan mengelola keuangan pun ikut berubah. Dahulu mungkin dengan satu sumber penghasilan cukup untuk kehidupan selama satu bulan dikarenakan komponen biaya cukup sederhana. Saat ini, dimana kompetisi, pola kerja, dan gaya hidup membentuk dinamika kehidupan. Oleh sebab itu, pentingnya daya ungkit keuangan dalam mendiversifikasi keuangan.

Kata Kunci: Leverage (daya ungkit), investasi, teknologi, keuangan, mindset, portofolio.

A. PENDAHULUAN

Teknologi berkembang, pola kerja berubah, dan gaya hidup juga memberikan sumbangsih sebagai bentuk pilihan. Dahulu berbisnis mesti bertemu dengan pembeli yang membawa barang agar bisa diperdagangkan, atau mesti ke lokasi pertemuan sehingga terjadi perbincangan mengenai harga, saat ini dengan kemajuan teknologi yang disebut internet telah memangkas banyak hal seperti biaya dan waktu. Pertemuan yang dahulusampai

menembus belahan dunia lain pun sudah tidak diperlukan lagi, penjual tidak perlu bertemu langsung dengan pembeli, tidak perlu menyediakan tempat secara fisik untuk bertransaksi, hanya dengan menampilkan di layar komputer atau pun gadget maka terjadilah transaksi.

Saat ini hidup di jaman penuh dengan kejutan dan peluang. kita bisa mengakses ilmu apa pun tentang beribu-ribu cara mendapatkan penghasilan. Dengan kekuatan

internet, siapa pun bisa memulai dan menciptakan bisnis dari rumah dan menjangkau para pelanggan yang tinggal di daerah dan luar negeri. Kita pun bisa bertransaksi di pasar saham, pasar komoditi dan pasar uang yang terkoneksi dan para pialang online, siapa pun bisa membeli saham, komoditi, exchange dalam hitungan detik.

B. Evolusi keuangan

Saat ini kita masuk dalam jaman dimana jumlah jutawan berkembang sedikit lebih cepat dibanding jaman kapanpun dalam sejarah manusia. Fakta buruknya adalah kesenjangan antara yang mampu dan kurang mampu juga semakin lebar. Yang membedakan para penghasil kekayaan ini dari kebanyakan orang lainnya yang berusaha keras secara finansial adalah bahwa mereka bertanggung jawab untuk nasib finansial mereka sendiri.

Apa yang menyebabkan jurang penghasilan ini semakin dalam? Jawabannya adalah kesenjangan di level pendidikan finansial. Para penghasil kekayaan memilih mempelajari keahlian finansial yang dibutuhkan dan ditambah bekerja secara cerdas untuk membuat mimpi

mereka menjadi nyata. Dimasa lalu perusahaan mengurus finansial karyawan seumur hidup, yang mana karyawan tidak perlu pintar dalam urusan finansial untuk mengamankan masa depan karyawan, apa yang karyawan harus lakukan hanyalah bergantung pada perusahaan dan berharap perusahaan dapat menjaga hidup karyawannya dengan memberi uang atau gaji serta ditambahkan tunjangan pensiun untuk dikelola oleh ahli keuangan dan penasihat keuangan.

Pada saat ini memiliki pendidikan yang baik, tidaklah menjamin sukses baik secara pekerjaan maupun finansial, dikarenakan pada era kompetisi ini persaingan mendapatkan pekerjaan sangat terbatas. Kepintaran dalam akademik memberikan suatu standar dalam menetapkan penghasilan, sedangkan bagi perusahaan penerima pekerja akan mencari karyawan sesuai anggaran yang ditetapkan, sehingga hal ini terjadi gap yang mana salah satu pihak mesti memilih mengalah. Pekerja yang mengalahkannya ego mendapatkan pekerjaan dan menggantungkan harapannya pada perusahaan untuk memelihara pekerjaannya dengan penghasilan dan

bonus. Hari berganti hari, bulan berganti bulan, tahun berganti tahun, kenaikan gaji tidak dapat lagi berpacu dengan inflasi, harga barang properti, kendaraan, liburan meningkat, gaji hampir tidak mencukupi tagihan-tagihan. Pekerja berharap mendapatkan tempat kerja baru dengan harapan mengerjar inflasi, tetapi hal tersebut akan terulang kembali beberapa tahun kemudian, dan mendapati diri mereka sulit menyimpan uang untuk masa pensiun.

C. Tranformasi Keuangan

Mengejutkan, banyak yang menyadari bahwa mereka harus terus bekerja hingga akhir hayat. Harapan pengelolaan keuangan pada ahli keuangan (Bankir), dan penasihat keuangan bisa saja di luar expetasi dimana simpanan yang dikelola para penasihat keuangan gagal dalam memilih strategi yang tepat dalam menempatkan portofolio bisnisnya, seperti kejadian Lehman Brothers ataupun kejatuhan harga index. Dengan membatasi diri hanya satu sumber penghasilan dari pekerjaan, kita tidak akan bisa meningkatkan kekayaan dengan banyak, dan juga, bergantung pada satu pekerjaan sebagai sumber penghasilan utama

akan semakin beresiko seiring usia yang semakin tua. Saat kita beranjak ke usia 40-50 tahun, kita akan sangat rentan pada perampangan dan pengurangan gaji yang akan mempengaruhi standar hidup dan menghancurkan masa depan financial.

Untuk memiliki harapan menjadi makmur, kita harus punya kecerdasan financial untuk membangun berbagai arus penghasilan pasif dengan berinvestasi dalam aset yang benar. Kita harus memiliki pengetahuan financial untuk mengembangkan tabungan kita lebih cepat daripada inflasi. Hanya mereka yang memiliki kecerdasan financial mendalam yang bisa melihat dan memanfaatkan peluang-peluang besar yang ada saat ini. Mulailah fokus pada bagaimana kita bisa mengembangkan keahlian financial yang lebih baik dan membuat keputusan financial yang lebih baik. Contohnya, kita memilih untuk bergantung hanya pada penghasilan pekerjaan atau memilih untuk terus mencari cara berinvestasi pada aset-aset yang akan menghasilkan sumber penghasilan lainnya.

1. Memilih penghasilan aktif - bekeja.

Penghasilan aktif adalah penghasilan yang kita dapatkan dengan menjual waktu kita untuk uang. Bentuknya dapat berupa gaji, upah, dan komisi yang kita peroleh dari bekerja, mayoritas orang-orang memfokuskan kebanyakan waktunya untuk mendapatkan uang dengan cara ini. Tantangan dari penghasilan aktif adalah adanya batasan jumlah yang kita hasilkan, hal ini dikarenakan adanya batasan waktu yang bisa kita jual. Bila pilihan yang diambil pada penghasilan aktif, yang perlu dilakukan adalah meningkatkan berbagai kapasitas keahlian dalam bekerja sehingga mempercepat peningkatan karir atau mendapatkan lebih banyak project/customer.

2. Memilih penghasilan pasif - aset financial.

Penghasilan pasif adalah penghasilan yang kita hasilkan dari aset-aset yang menghasilkan pemasukan. Untuk menjadi makmur, kita harus mulai memfokuskan lebih banyak waktu untuk menciptakan dan membeli aset-aset. Tiga aset utama : 1. Bisnis, 2. Real estate, 3. Investasi/penyertaan

Jika kita mencermati orang-orang yang terkaya dunia, maka akan menemukan bahwa kebanyakan kekayaan mereka bukan berasal dari gaji yang besar, melainkan kekayaan mereka datang dari kepemilikan banyak bisnis, real estate, dan investasi.

Ketika kita mulai fokus untuk membangun penghasilan pasif dengan menciptakan dan berinvestasi dalam aset-aset yang paling menguntungkan, kita akan menemukan banyak kekayaan kita tak lagi terkekang oleh beberapa banyak waktu yang kita punya. Tidak seperti hanya bisa memiliki satu pekerjaan, tetapi bisa memiliki berbagai bisnis dan berbagai properti, dan demikian menciptakan beberapa sumber penghasilan yang terus bertumbuh dengan kecepatan tinggi.

E	B	E : Employee (karyawan) S: Self Employee (pemilik usaha kecil, spesialis) B : Big Business (pemilik usaha besar dengan 500 karyawan atau lebih) I : Investor
S	I	
Penghasilan : Gaji Honor Project	Penghasilan : Aset (Bisnis, Properti, Investasi /Penyertaan)	
Pengeluaran	Pengeluaran	

Gambar 1. Cashflow quadran dan Laporan Keuangan
 Sumber : Robert T Kiyosaki 2008

Dalam diagram cashflow quadran terlihat bahwa untuk posisi 'E' dan 'S' akan berada pada pemilihan penghasilan aktif, yang artinya penghasilan yang didapatkan dengan menjual waktu untuk uang, dimana untuk meningkatkan penghasilan adalah bekerja lebih lama lagi, pada pilihan ini terdapat resiko di akhir masa tua yaitu :

- Meningkatnya biaya hidup
- Keadaan darurat yang mana mengurangi tabungan
- Tidak cukup dana pensiun

- Kesehatan yang dipertaruhkan sesuai umur

Untuk posisi 'B' dan 'I' akan berada pada pemilihan penghasilan pasif, yang artinya penghasilan yang didapatkan dari leverage aset dimana tanpa kehadiran pemilik aset bisa mengenerate income rutin.

D. Penutup

Bagaimana cara agar bisa memulai menata keuangan kita dari sekarang adalah dengan cara

memperbaiki mindset yang selama ini masih belum memikirkan ke arah penghasilan pasif. Perubahan ini memerlukan proses dan usaha. Misalnya, untuk menjadi dokter, ada proses pendidikan dan pelatihan yang melelahkan, sama halnya dalam keuangan dimana proses yang awalnya menabung di sisa penghasilan diubah menjadi menabung dan berinvestasi lebih dahulu sebelum pengeluaran yang lain.

Proses lainnya yang diperlukan agar dapat memecahkan setiap masalah keuangan diantaranya :

- Menghasilkan berbagai arus kas dari berbagai bisnis kecil secara konsisten
- Berinvestasi pada properti yang strategis dan mampu memberikan imbal hasil yang bagus
- Berasuransi untuk menjaga keuangan di masa depan tidak terkuras habis oleh kesehatan
- Meningkatkan informasi keuangan dengan cara banyak membaca buku-buku keuangan

Kecerdasan keuangan adalah bagian dari kecerdasan yang kita gunakan untuk memecahkan masalah keuangan

DAFTAR PUSTAKA

Kiyosaki, Robert T. 2008. Guide to Investing, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Kiyosaki, Robert T. 2008. Increase Your Financial IQ, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Kiyosaki, Robert T. 2013. WHY "A" Students work for "C" Students, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Kiyosaki, Robert T. 2016. Second Change, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Khoo, Adam. Alvin, Conrad Lim. 2009. Secrets of Millionaire Investors, PT Gramedia Pustaka Utama.

Khoo, Adam. 2013. "Winning the game of stocks, PT Gramedia Pustaka Utama.

*_) Artikel Non Riset *

*_) Sumadi adalah Dosen Tetap pada Aksema Lepisi Tangerang.



9 772443 310008

ISSN: 2443-3101