

Jurnal Strategi dan Bisnis

**Pengendalian Kualitas Produksi Krupuk Rambak Pada UD. Special
(Misbahul Fajar Fadli, Djoko Poernomo, Ika Sisbiantari)**

**Pengendalian Kualitas Proses Produksi Sepatu Heels Dalam Upaya
Mencapai Target Produksi Pada CV Ghealsyshoes di Malang
(Rosalina Novia Anggareni, I Ketut Mastika, Sutrisno)**

**Pengaruh Motivasi Kerja dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Karyawan
Divisi Marketing CV Surya Gemilang Motor Rambipuji
(Rahma Rizki Umami, Sutrisno, Sri Wahjuni)**

**Strategi Bauran Pemasaran pada Toko Roti Maulana Genteng Banyuwangi
(Siva Atul Savira, Didik Eko Julianto, Ika Sisbintari)**

**Pengaruh Self-efficacy dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja
Karyawan Divisi Kurir Pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE)
Cabang Utama Jember
(Nofal Trijulianto Kurniawan, Sri Wahjuni, Suhartono)**

**Pengaruh Motivasi dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan
Bangunan Bagian Produksi pada CV Multi Bangunan di Jember
(Gusti Damar Jati, Sutrisno, Hari Karyadi)**

**Implementasi Bauran Pemasaran Jasa pada Production House ZH Picture
(Kresna Rivangga, Didik Eko Julianto, Dwi Windradini B.P)**



REDAKSI JURNAL STRATEGI DAN BISNIS

Penanggung Jawab

Hari Karyadi

Redaktur

Zarah Puspitaningtyas

Penyunting

Djoko Poernomo

Redaktur Pelaksana

Sasongko

Akhmad Toha

Edy Wahyudi

Ika Sisbintari

Didik Eko Julianto

Suhartono

Desain Grafis

Chandra Eko Wahyudi Utomo

Anggota

Edi Suryanto

Toufan Wahyudi

Mitra Bestari

Sam'un Jaja Rahardja (Universitas Padjadjaran, Bandung)

Martani Huseini (Universitas Indonesia, Jakarta)

Togar M. Simatupang (Institut Teknologi Bandung, Bandung)

Fitri Abdillah (Universitas Agung Podomoro, Jakarta)

Poerwanto (Praktisi Komunikasi Bisnis)

Diterbitkan Oleh

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Anggota Asosiasi Ilmu Administrasi Bisnis Indonesia (AIABI)

Alamat Redaksi

Ruang Redaksi Jurnal Strategi dan Bisnis

Program Studi Administrasi Bisnis

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Jl. Kalimantan No. 37 Jember 68121

Telp./Fax. 0331 – 335586

Surel: jurnal.adbis@unej.ac.id

Laman: <http://www.adbis.fisip.unej.ac.id>

DAFTAR ISI

Pengendalian Kualitas Produksi Krupuk Rambak Pada UD. Special Misbahul Fajar Fadli, Djoko Poernomo, Ika Sisbiantari	1
Pengendalian Kualitas Proses Produksi Sepatu Heels Dalam Upaya Mencapai Target Produksi Pada CV Ghealsyshoes di Malang Rosalina Novia Anggareni, I Ketut Mastika, Sutrisno	13
Pengaruh Motivasi Kerja dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Karyawan Divisi Marketing CV Surya Gemilang Motor Rambipuji Rahma Rizki Umami, Sutrisno, Sri Wahjuni	23
Strategi Bauran Pemasaran pada Toko Roti Maulana Genteng Banyuwangi Siva Atul Savira, Didik Eko Julianto, Ika Sisbintari	37
Pengaruh Self-efficacy dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Divisi Kurir Pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Utama Jember Nofal Trijulianto Kurniawan, Sri Wahjuni, Suhartono	49
Pengaruh Motivasi dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan Bangunan Bagian Produksi pada CV Multi Bangunan di Jember Gusti Damar Jati, Sutrisno, Hari Karyadi	71
Implementasi Bauran Pemasaran Jasa pada <i>Production House ZH Picture</i> Kresna Rivangga, Didik Eko Julianto, Dwi Windradini B.P	91
Kesimpulan	102

Pengendalian Kualitas Produksi Krupuk Rambak Pada UD. Special

Misbahul Fajar Fadli¹, Djoko Poernomo², Ika Sisbiantari³
misbahff99@gmail.com

Abstract

The purpose of this study is to identify and describe the process of controlling the quality of cracker rambak products carried out by UD. Special in dealing with products that are not up to standard. The research method used is descriptive qualitative. The result of this research is that business owners are directly involved in quality control. Quality control is carried out together with production employees. Control is carried out in the input, transformation and output stages. Product defects occur in the input stage where employees sometimes make mistakes in producing the product, causing the product to not meet the standards.

Keywords: *Quality Control, Rambak Crackers*

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan mendeskripsikan proses pengendalian kualitas produk krupuk rambak yang dilakukan oleh UD. Special dalam mengatasi produk yang tidak sesuai dengan standar. Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini yaitu pemilik usaha terjun secara langsung dalam melakukan pengendalian kualitas. Pengendalian kualitas dilakukan bersama – sama dengan karyawan bagian produksi. Pengendalian dilakukan dalam tahap input, transformasi dan output. Kecacatan produk terjadi dalam tahapan input dimana karyawan terkadang melakukan kesalahan dalam melakukan produkso sehingga menyebabkan produk tidak sesuai dengan standar.

Kata Kunci: Pengendalian Kualitas, Kerupuk Rambak

^{1,2,3} Universitas Jember

Pendahuluan

Perkembangan bisnis pada era globalisasi memicu persaingan yang semakin ketat antar perusahaan dalam industri yang sama. Persaingan yang dilakukan membawa akibat kepada konsumen, konsumen dihadapkan pada berbagai pilihan produk atau jasa. Setiap perusahaan bersaing secara bebas dalam memperkenalkan produk kepada konsumen dengan tujuan konsumen menggunakan produk tersebut. Salah satu usaha yang dilakukan oleh perusahaan yaitu dengan melakukan kegiatan pengelolaan operasional perusahaan melalui perbaikan aktivitas bisnis yang terfokus pada konsumen agar perusahaan dapat unggul dalam persaingan, khususnya unggul dalam kualitas.

Runtuwene (2017) memaparkan bahwa untuk dapat bertahan di pasar yang kompetitif, peningkatan kualitas dan produktivitas proses atau produk merupakan suatu keharusan bagi setiap perusahaan. Produk yang berkualitas baik akan mencerminkan keberhasilan suatu perusahaan dalam memenuhi harapan konsumen, yang tentunya akan membawa citra baik bagi perusahaan (Indriastitu, 2017). Produk yang berkualitas dapat diciptakan ketika perusahaan melakukan perbaikan secara terus menerus terhadap proses produksi sehingga produk akhir yang dihasilkan sesuai dengan harapan perusahaan dan tingkat cacat produk dapat mendekati *zero defect*. Salah satu kegiatan yang dapat dilakukan perusahaan dalam memperbaiki proses produksi serta kualitas produknya adalah dengan melakukan pengendalian kualitas.

Pengendalian kualitas bertujuan untuk mengendalikan, menyeleksi, menilai kualitas suatu produk agar

diterima oleh konsumen. Pengendalian kualitas digunakan dalam memberikan kontribusi yang mendasar dalam membangun kualitas suatu produk yang berorientasi pada konsumen, karena kualitas merupakan bagian yang terpenting dalam menentukan keberhasilan ataupun kegagalan suatu perusahaan. Penerapan pengendalian kualitas produk yang tepat memiliki tujuan dan tahapan yang jelas serta dapat melakukan pencegahan dan penyelesaian masalah – masalah yang dihadapi oleh perusahaan. Kegiatan pengendalian kualitas akan membantu perusahaan dalam menghasilkan produk yang berkualitas baik, meningkatkan mutu produk secara terus-menerus, dan dapat menekan biaya produksi (Kemit, 2016). Melalui pengendalian kualitas diharapkan perusahaan dapat meningkatkan efektifitas pengendalian dalam mencegah terjadinya produk cacat sehingga dapat mengurangi pemborosan dari segi material, biaya serta tenaga kerja yang dapat meningkatkan produktifitas.

UD. Special merupakan perusahaan usaha yang mengolah krupuk rambak yang beroperasi sejak tahun 1998 di Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember. UD. Special merupakan produsen krupuk rambak yang cukup sukses di Jember, hal tersebut dapat dilihat dari pemasaran yang dilakukan oleh UD. Special yang melakukan penjualan dalam pulau Jawa sampai ke luar Pulau Jawa yaitu Kalimantan, Lombok dan Bali. UD. Special selalu berusaha memberikan kualitas produk yang baik terhadap konsumen yang mengkonsumsi produknya. Berikut perusahaan sejenis yang juga memproduksi krupuk rambak di Kabupaten Jember:

Tabel 1.1 Daftar Perusahaan Krupuk Rambak

No.	Nama Perusahaan	Tahun Berdiri	Alamat	Produksi/bulan
1	UD. Special	1998	Jl. Udang Windu No. 25 Krajan Mangli Kec. Kaliwates Kab. Jember	450.000
2	UD. Mutiara Rasa	2003	Ds. Kresak Ds.Pancakarya Kec.Ajung kab.Jember	360.000
3	Ud Sumber Jaya	2004	Jl. Galunggung No.62, Jember, Jawa Timur	420.000
4	Krupuk Zamsari	2007	Jl. Bedadung No.5, Kp.Using, Jemberlor, Kec. Patrang, Kabupaten Jember	350.000
5	Rambak Anugerah	2010	Krajan, Mangli, Kec. Kaliwates, Kabupaten Jember.	270.000

Sumber : Data Diolah (Google Maps: 2020)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa perusahaan kerupuk rambak yang berada di Jember memproduksi dengan jumlah yang bervariasi. Masing masing perusahaan mempunyai strategi dalam memproduksi kerupuk rambak. Namun terdapat salah satu perusahaan yang berbeda dari yang lainnya, yaitu UD Special. UD. Special memiliki keunggulan dibandingkan dengan produsen rambak yang lainnya. Jumlah produksi UD Special lebih besar dibandingkan dengan produsen yang lain serta UD yaitu sebesar 450.000. UD Special telah berdiri selama 22 tahun, dimana hal tersebut berarti bahwa UD Special merupakan usaha yang paling lama berdiri diantara para pesaingnya. Produk yang dihasilkan

oleh UD. Special memiliki keunggulan yaitu dari segi potongan yang ideal serta menggunakan bumbu rahasia yang menjadikannya berbeda dengan produk yang lain. Kualitas produk yang digunakan dalam membuat krupuk rambak juga berkualitas, dengan memilih bahan baku yang premium untuk memproduksi krupuk rambak. Bahan baku tersebut diperoleh UD. Special dari luar kota, dimana kota tersebut memiliki bahan baku yang paling bagus. UD. Special harus memperhatikan kualitas produknya agar dapat diterima oleh konsumen. UD. Special harus memperhatikan kualitas produknya agar dapat diterima oleh konsumen. Berikut data produksi, penjualan serta produk cacat pada UD. Special:

Tabel 1.2 Produksi Rambak UD.Special (2020)

No	Bulan	Target Produksi	Realisasi (Pack)	Produk Baik (Pack)	Produk Cacat (Pack)
1.	Januari	450.000	452.358	450.769	1589
2.	Februari	450.000	438.651	437.343	1308
3.	Maret	450.000	445.652	443.286	2366
4.	April	450.000	479.579	477.872	1707
5.	Mei	450.000	489.982	487.568	2414
6.	Juni	450.000	524.763	523.164	1599
7.	Juli	450.000	413.514	411.987	1527
8.	Agustus	450.000	439.387	437.561	1826
9.	September	450.000	446.689	445.238	1451
10.	Oktober	450.000	453.974	451.654	2320
11.	November	450.000	447.532	445.683	1849
12.	Desember	450.000	451.969	450.328	1641

Sumber : Data Diolah (dokumentasi: 2021)

Pada tabel diatas dapat diketahui bahwa selama proses produksi, krupuk rambak masih mengalami kecacatan produk yang disebabkan masalah – masalah pada produksi. Permasalahan pada produksi disebabkan oleh beberapa faktor yaitu bahan baku, kinerja mesin, tenaga kerja ataupun SOP yang ada masih belum jelas. Bahan baku akan mempengaruhi kecatatan produk apabila bahan baku yang digunakan tidak sesuai dengan standar perusahaan, seperti terdapat banyaknya daging yang masih menempel pada kulit sapi. Kinerja mesin akan mempengaruhi kecacatan produk apabila terdapat kerusakan atau kemacetan pada saat produksi. Tenaga kerja akan mempengaruhi kecacatan produk apabila terdapat kesalahan pada saat mengolah krupuk rambak. SOP akan mempengaruhi kecacatan produk apabila tidak ada aturan yang jelas mengenai pengolahan krupuk rambak. Jumlah produk cacat yang tertinggi pada bulan Mei sebesar 2414 dan terendah pada bulan Februari sebesar 1308. Pada kurun 12 bulan produksi, terdapat sebanyak 20.597 dengan rata rata produk cacat 1.716 per bulannya. Terjadinya kecacatan pada produk merupakan hal penting yang perlu diperhatikan oleh perusahaan agar tidak terjadi terus – menerus kedepannya. Produk cacat yang dibiarkan dan tidak dikendalikan, tentunya akan merugikan perusahaan. Perusahaan perlu memperbaiki faktor – faktor penyebab produk cacat tersebut, sehingga permasalahan akan terselesaikan serta produk cacat akan menurun atau mendekati nol persen (*zero deffect*).

Krupuk rambak secara fisik dikategorikan sebagai produk cacat yang tidak sesuai dengan standar perusahaan. Standar produk krupuk rambak yang ditentukan oleh perusahaan yaitu renyah, bentuk ideal,

warna krupuk kuning kecoklatan dan tidak remuk. Krupuk rambak yang dikategorikan sebagai produk cacat yaitu bentuk yang tidak ideal, warna yang terlalu kecoklatan serta banyak dari krupuk yang remuk. Krupuk rambak yang tidak sesuai dengan standar tidak sepenuhnya menjadi kerugian, krupuk rambak yang kondisinya lumayan bagus dapat dijual lagi dengan harga tang lebih murah dan untuk kerupuk rambak yang kondisinya buruk dan tidak layak konsumsi tidak dapat dijual dan menyebabkan kerugian pada perusahaan (Sumber Wawancara).

Berdasarkan permasalahan diatas serta riset dari penelitian terdahulu, peneliti tertarik untuk meneliti pengendalian kualitas yang dilakukan oleh UD. Special dalam mencapai standar kualitas yang ditentukan sehingga produk yang sampai ke tangan konsumen tidak terdapat produk cacat dan konsumen akan merasa puas. Oleh karena itu, peneliti mengangkat judul “Pengendalian Kualitas Produksi Krupuk Rambak Pada UD. Special”.

Rumusan Masalah

Hasil produksi krupuk rambak pada UD. Special masih terdapat priduk yang tidak sesuai dengan standar. Produk yang tidak sesuai dengan standar akan berdampak pada efektifitas produksi. Perusahaan perlu untuk melakukan pengendalian kualitas secara terus – menerus agar produk yang tidak sesuai dengan standar dapat berkurang. Rumusan masalah berdasarkan fenomena dan permasalahan yang ada dalam penelitian ini yaitu “Bagaimana Pelaksanaan Pengendalian Kualitas Produk Kerupuk Rambak Yang Dilakukan Oleh UD. Special Selama Ini?”

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu mengetahui serta mendeskripsikan proses pengendalian kualitas produk krupuk rambak yang dilakukan oleh UD. Special dalam mengatasi produk yang tidak sesuai dengan standar.

Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan, wawasan serta pengalaman bagi peneliti sebagai wadah pengembangan dalam menerapkan teori manajemen teori produksi khususnya pengendalian kualitas yang diperoleh melalui perkuliahan dengan praktek yang sebenarnya di lapangan.

b. Bagi Akademi

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan informasi serta dapat dijadikan referensi bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian dengan topik yang sejenis serta dapat menyumbangkan ilmu produksi yang setiap tahunnya mengalami perubahan.

c. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat dilakukan sebagai bahan pertimbangan serta informasi dalam mengambil kebijakan yang menyangkut pelaksanaan pengendalian kualitas produk.

Tinjauan Pustaka

Manajemen Operasi dan Produksi

Menurut Assauri (2008) manajemen produksi dan operasi merupakan kegiatan untuk mengatur dan mengoordinasikan penggunaan sumber-sumber daya yang berupa sumber daya manusia, sumber daya alat, dan sumber daya dana serta bahan,

secara efektif dan efisien, untuk menciptakan dan menambah kegunaan (*utility*) sesuatu barang atau jasa. Adapun pengertian manajemen operasi menurut Herjanto (2008) manajemen operasi merupakan kegiatan yang berhubungan dengan pembuatan barang, jasa, dan kombinasinya melalui proses transformasi dari sumber daya produksi menjadi keluaran yang diinginkan. Sedangkan menurut Prasetya dan Lukiastuti (2011) menyatakan: "Manajemen operasi adalah serangkaian aktivitas yang menghasilkan nilai dalam bentuk barang dan jasa dengan mengubah *input* menjadi *output*. Kegiatan menghasilkan barang dan jasa berlangsung di semua organisasi, baik perusahaan manufaktur maupun jasa".

Kualitas

Assauri (2008: 291) mendefinisikan kualitas yaitu: Kualitas diartikan sebagai faktor-faktor yang terdapat dalam suatu barang atau hasil yang menyebabkan barang atau hasil tersebut sesuai dengan tujuan untuk apa barang atau hasil itu dimaksudkan atau dibutuhkan. Menurut Tampubolon (2004: 82) mendefinisikan kualitas sebagai berikut: Kualitas adalah kemampuan suatu produk baik itu barang maupun jasa atau layanan untuk memenuhi keinginan pelanggannya sehingga setiap barang atau jasa selalu diacu untuk memenuhi kualitas yang diminta pelanggan melalui pasar.

Pengendalian

Menurut Assauri (2008:38) pengendalian dan pengawasan adalah "kegiatan yang dilakukan untuk menjamin agar kegiatan produksi dan operasi sesuai dengan apa yang telah direncanakan, dan apabila terjadi penyimpangan, maka penyimpangan tersebut dapat dikoreksi, sehingga apa

yang diharapkan dapat tercapai". Pengendalian kualitas sangat penting bagi suatu perusahaan karena hal ini menentukan produk yang dihasilkan sesuai dengan standar perusahaan atau tidak. Menurut (Assauri, 2004:210) pengendalian kualitas adalah kegiatan memastikan apakah kebijakan dalam hal kualitas dapat tercermin dalam hasil akhir, atau dengan kata lain usaha untuk mempertahankan mutu atau kualitas dari barang-barang yang dihasilkan agar sesuai dengan spesifikasi produk yang telah ditetapkan berdasarkan kebijakan pimpinan. Pelaksanaan pengendalian kualitas dilaksanakan oleh operator dan leader pada masing-masing departemen.

Perusahaan Dagang

Perusahaan dagang didefinisikan sebagai perusahaan yang aktivitasnya membeli barang dagangan dan menjualnya kembali tanpa melakukan perubahan bentuk untuk memperoleh laba. Sedangkan barang dagangan dimaknai sebagai barang yang dibeli oleh perusahaan untuk kemudian dijual kembali. Lebih mudahnya perusahaan dagang adalah perusahaan yang bisnis utamanya membeli barang dari pemasok dan menjualnya lagi ke konsumen tanpa mengubah wujud barang tersebut. Sumarni ()Pengertian perusahaan dagang adalah sebuah bisnis perdagangan yang membuat sebuah produksi dan mengelola sumber daya dengan menjadi sebuah bahan untuk membuat sebuah produk yang nantinya akan didistribusikan pada konsumen yang menikmati hasil dari produksi itu. Pengertian perusahaan dagang adalah sebuah keseluruhan perbuatan yang dilakukan dengan cara terus menerus dan bertindak keluar dan akan memperoleh penghasilan dengan mendagangkan produksi yang

dikerjakan dalam sebuah perusahaan dagang.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. penelitian kualitatif merupakan pengumpulan data pada suatu latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi (Setiawan:2018). Penelitian kualitatif menekankan pada pemahaman mengenai masalah – masalah dalam kehidupan sosial berdasarkan kondisi natural, kompleks dan rinci. Pendekatan deskriptif merupakan pendekatan penelitian yang berusaha menggambarkan serta menginterpretasikan objek dengan apa adanya. Metode ini dimulai dari mengumpulkan, menganalisis, serta menginterpretasikan data yang dilakukan dengan teknik survei, analisis dokumenter, studi kasus, analisis tingkah laku dan studi komperatif (Suryana:2013).

Objek dan Fokus Penelitian

Lokasi penelitian dilaksanakan pada UD Special yang terletak pada Jl. Udang Windu No. 25 Krajan Mangli Kecamatan Kaliawates Kabupaten Jember. Alasan peneliti memilih UD Special karena usaha rambak ini telah beroperasi pada tahun 1998 dan saat ini telah mencapai 22 tahun. Beroperasi dan bersaing selama 22 tahun tidak mudah dan UD Special dapat melewati itu semua selain itu UD Special juga mendapatkan omset ratusan juta setiap bulannya.

Sumber Data

a. Data Primer

Data primer merupakan data dalam penelitian yang cara

perolehannya dengan memberikan data secara langsung kepada peneliti sebagai instrumen penelitian (Sugiyono:2013). Data yang diperoleh dalam penelitian ini langsung berasal dari perusahaan berupa kegiatan wawancara dan observasi.

b. Data Sekunder

Data sekunder juga digunakan dalam penelitian ini. Pengertian data sekunder yaitu merupakan data dalam penelitian yang cara perolehannya tidak langsung memberikan kepada data pada pengumpul data melainkan melalui media lain, seperti dokumen, lembaga, media cetak, dan lainnya (Sugiyono:2013). Data sekunder merupakan data yang sudah dipublikasikan seperti data yang diperoleh dari situasi-situasi internet dan data lainnya yang berhubungan

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah utama yang dilakukan untuk memperoleh data. Data tersebut digunakan sebagai dasar penjelasan terhadap permasalahan yang diteliti. Teknik pengumpulan data berisi cara dan metode yang dilakukan peneliti untuk memperoleh data (Indriantoro:2018). Teknik yang dapat digunakan dalam memperoleh data tersebut yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Keabsahan Data

Data yang dihasilkan melalui penelitian dideskripsikan menurut pandangan subjektif peneliti tentang apa saja yang diperoleh selama melakukan penelitian. Sudut pandang setiap peneliti berbeda terhadap hasil temuan di lapangan, sehingga akan mempengaruhi bagaimana peneliti melakukan pengolahan data. Peneliti membutuhkan pengecekan data melalui uji keabsahan data yaitu triangulasi.

Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dari UD. Special, kemudian akan diolah dan dianalisa. Miles dan Huberman (2014) menjabarkan tentang bagaimana langkah – langkah untuk menganalisa data, diantaranya yaitu reduksi data, penyajian data, verifikasi/kesimpulan.

Tahap Penarikan Kesimpulan

Tahap penarikan kesimpulan adalah tahap akhir dalam suatu penelitian. Penarikan kesimpulan dilakukan untuk menjawab permasalahan penelitian. Tahap penarikan kesimpulan dilakukan dengan menganalisis semua data yang diperoleh dari penelitian kemudian peneliti merangkumnya menjadi sebuah kesimpulan dan ditulis secara ringkas. Penarikan kesimpulan pada penelitian ini dari khusus ke khusus karena penelitian ini hasilnya hanya bagi perusahaan.

Hasil dan Pembahasan

Gambaran Umum Objek Penelitian

UD Special merupakan usaha dagang yang berdiri pada tahun 1994. Usaha ini didirikan oleh bapak Eko bersama dengan istrinya yang bernama Bu Novi. Produk yang pertama kali dijual yaitu kerupuk biasa, namun seiring berjalannya waktu sekitar tahun 1997 produk yang dijual hanya kerupuk rambak karena kerupuk rambak sedang diminati dalam pasar pada saat itu. Pada tahun 1998 UD. Special memfokuskan usaha dagangnya hanya pada kerupuk rambak saja dengan meminta bantuan kepada orang yang mahir membuat krupuk rambak yaitu pak jum yang sampai saat ini masih menjadi karyawan di UD. Special itu sendiri.

Standar Pengendalian Kualitas Pada Proses Produksi UD. Special

Standar dan spesifikasi dari produk ditentukan oleh perusahaan. Selain itu perusahaan juga perlu memberikan pengetahuan terhadap karyawan akan pentingnya kualitas produk. Pada tahapan ini, perusahaan harus menentukan standar produk dan standar mulai tahap *input*, tahap *transformation*, dan tahap *output*. Tahap input merupakan tahapan awal persiapan bahan baku, pada tahap ini pemilik UD. Special menyiapkan bahan baku untuk mengelola kerupuk rambak. Tahap transformation merupakan tahapan pengeloaan barang mentah menjadi barang jadi, dimana mengelola bahan baku kerupuk rambak menjadi kerupuk rambak yang sudah jadi. Tahap *transformation* dilakukan oleh keryawan bagian prduksi. Tahap output merupakan tahapan dimana kerupuk rambak sudah siap untuk dikonsumsi dan dipasarkan. Selain itu standar pada bahan baku yang akan digunakan harus dilakukan agar kegiatan produksi bisa berjalan dengan baik. Namun perusahaan ini tidak memiliki SOP yang tertulis, melainkan SOP secara lisan dan kebiasaan.

Tanggung jawab pengendalian kualitas dilakukan oleh pemilik usaha dan karyawan bagian produksi untuk membantu mempertahankan kualitas. Pengendalian kualitas dilakukan dengan cara memisahkan antara bagian yang tidak layak agar konsumen mendapatkan produk dengan kualitas yang baik. Pemilik usaha juga ikut melakukan pemantauan produk yang sudah jadi sebelum diberikan ke pemesan. Selain pemilik usaha juga memiliki tanggung jawab untuk terjun langsung mengawasi jalannya proses produksi yang dilakukan oleh karyawan. Kegiatan pengawasan membantu proses produksi ini

bertujuan untuk memastikan bahwa proses produksi bisa berjalan dengan lancar dan produk kerupuk rambak yang dihasilkan bisa sesuai dengan standar. Meskipun struktur organisasi yang dimiliki perusahaan ini sederhana dan tidak ada bagian khusus untuk melakukan pengendalian kualitas, namun kualitas yang dihasilkan oleh perusahaan tetap diutamakan. Hal ini bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen sehingga akan membeli kembali produk dari UD. Special

Pengendalian kualitas yang dilakukan oleh perusahaan ini selama proses produksi merupakan upaya untuk melakukan perbaikan – perbaikan secara terus – menerus yang dilakukan perusahaan sehingga menjadi sebuah pengetahuan tersendiri bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas dari kerupuk rambak yang dihasilkan. Pemilik usaha terlibat langsung terhadap proses produksi yang dilakukan oleh karyawan untuk melaksanakan kegiatan pengendalian kualitas selama proses produksi kerupuk rambak. Keterlibatan langsung pemilik usaha bertujuan untuk dapat memantau dan mengawasi secara langsung terkait kesalahan yang ada. Pemilik usaha terus berupaya untuk menciptakan kerupuk rambak dengan kualitas yang baik dan meminimalisir kecacatan didalam produk kerupuk rambak. Selain itu, pada perusahaan karyawan yang bekerja merupakan karyawan yang sudah berpengalaman, sehingga bisa membantu tugas dari pemilik usaha dalam melakukan pengendalian kualitas untuk memastikan proses produksi berjalan dengan baik dan kerupuk rambak yang dihasilkan bisa sesuai dengan standar yang sudah ditentukan.

Pengendalian Kualitas Pada Proses Produksi Kerupuk Rambak

1. Pengendalian Kualitas pada Proses Produksi Tahapan *Input*

Tahapan masukan atau input merupakan faktor – faktor produksi yang berguna untuk memperlancar proses produksi. Tahap *input* juga dapat mempengaruhi kualitas dari Kerupuk Rambak yang dihasilkan sehingga perlu adanya tindakan pengendalian. Kerupuk rambak yang berkualitas berasal dari pengendalian yang benar dan sesuai dengan prosedur. Harapan perusahaan melakukan pengendalian pada tahap *input* yaitu supaya menghasilkan kerupuk rambak yang diminati oleh konsumen dan tidak tersaingi oleh perusahaan lain yang memiliki perusahaan sejenis. Pengendalian pada tahap *input* yang dilakukan oleh perusahaan UD. Special terdiri dari persiapan tenaga kerja, persiapan bahan baku dan bahan penunjang, serta persiapan mesin dan peralatan yang digunakan.

2. Pengendalian Kualitas pada Proses Produksi Tahap *Transformasi*

UD. Special melakukan kegiatan secara garis besar meliputi seleksi bahan baku, perebusan kulit sapi, pemotongan, pembubuan, penjemuran, *penggrengsengan*, penggorengan dan pengecekan dan *sortir*. Langkah pertama dalam membuat kerupuk rambak yaitu melakukan seleksi bahan. Pengendalian kualitas bahan dilakukan dengan memastikan bahan yang dapat digunakan dalam proses produksi dalam kondisi baik dan memiliki kualitas yang baik. UD. Special memilih bahan baku berdasarkan kualitas dari bahan baku tersebut. bahan baku yang digunakan memiliki kualitas yang bagus hal ini bertujuan untuk menjaga agar bahan digunakan

dapat sesuai dengan standar kualitas yang sudah ditentukan perusahaan, sehingga menghasilkan produk yang sesuai dengan standar kualitas yang ditetapkan.

Perebusan dilakukan untuk menghilangkan sisa air kapur dalam proses perendaman. Perebusan memerlukan waktu sekitar 2 jam sampai kulit sapi matang dan siap untuk pengolahan pada proses selanjutnya. Setelah proses perebusan selesai, kulit sapi didiamkan sampai dingin dan melakukan pembersihan kembali apabila masih terdapat bulu sapi yang masih menempel pada kulit. Pemotongan kulit sapi menggunakan alat bantu yaitu gunting dan dalam melakukan pemotongan dikerjakan oleh beberapa orang.

Pembubuan diberikan untuk memberikan cita rasa yang lebih enak pada kerupuk rambak. Bumbu yang diberikan untuk menambah cita rasa kerupuk rambak yaitu bawang putih, garam dan penyedap rasa. Penjemuran kulit sapi dilakukan dengan bantuan sinar matahari. Waktu normal untuk menjemur kulit sapi yaitu satu hari, namun berbeda ketika musim hujan. Penjemuran kulit sapi dalam musim hujan memerlukan waktu yang lebih lama, yaitu sekitar tiga hari tergantung dari panas sinar matahari. *Penggrengsengan* dilakukan untuk membuat kerupuk rambak menjadi mengembang ketika digoreng. Proses *penggrengsengan* dilakukan dengan cara menggoreng kerupuk rambak dengan minyak sedikit dengan api yang sedang dengan menggunakan wajan yang besar.

Kerupuk rambak digoreng dengan menggunakan minyak panas dengan temperatur api yang tinggi. Hal ini bertujuan untuk menghasilkan kerupuk rambak yang mengembang. Kerupuk rambak yang sudah digoreng

kemudian didinginkan terlebih dahulu. Setelah itu karyawan melakukan pengecekan terhadap kerupuk rambak yang layak dipasarkan dan tidak. Kerupuk rambak yang tidak lolos sortiran mempunyai ciri dimana kerupuk tersebut berwarna coklat/gosong dan mempunyai bentuk yang bantet. Kerupuk rambak yang lolos *sortir* dan tidak lolos *sortir* akan dibedakan.

3. Pengendalian Kualitas pada Proses Produksi Tahap *Output*

Tahap keluaran atau *output* merupakan tahap terakhir dari serangkaian kegiatan proses produksi kerupuk rambak. Tahap ini dimulai dari pengemasan kerupuk rambak sampai kerupuk rambak siap dipasarkan untuk dijual ke konsumen. Langkah selanjutnya yang dilakukan pada tahap *output* adalah pengemasan atau pengepakan kerupuk rambak. Kerupuk rambak yang sudah melalui proses pengecekan dan *sortir*, selanjutnya akan dikemas ke dalam plastik untuk produk yang layak jual, setelah itu dikemas plastik selanjutnya dimasukkan kedalam kemasan plastik lagi yang mencantumkan nama dan lambang perusahaan.

Kesimpulan

UD. Special melakukan pengendalian kualitas dalam proses produksi kerupuk rambak melalui tiga tahapan yaitu *input* (masukan), *transformation* (pengolahan), dan *output* (keluaran). Pengendalian kualitas yang dilakukan UD. Special masih belum optimal, hal ini terjadi karena terdapat kesalahan dalam proses produksi. Hal ini dibuktikan dengan adanya produk yang gagal.

Faktor – faktor penyebab produk yang tidak sesuai standar (produk

cacat) pada UD. Special yaitu aspek – aspek yang ada dalam tahapan input. Pengendalian kurang berjalan baik sehingga terdapat produk cacat terjadi karena ketidakjelasan SOP pada perusahaan termasuk pada tahap *input*. Pada tahap *input*, aspek tenaga kerja karyawan rentan melakukan kesalahan yang menyebabkan terjadinya produk cacat. Hal yang sering dilakukan yaitu menggoreng kerupuk rambak terlalu lama sehingga menyebabkan kerupuk rambak menjadi *gosong*. Pada aspek peralatan dan perlengkapan, wajan yang digunakan untuk menggoreng hanya berjumlah satu buah sehingga dalam menggoreng kerupuk rambak memerlukan waktu yang lama dan tidak jarang hasil gorengan kerupuk rambak berbeda.

Saran

UD. Special telah melakukan pengendalian kualitas pada proses produksi dengan baik, namun masih terdapat beberapa saran sebagai hasil penelitian, antara lain;

- Pemilik usaha lebih memperhatikan karyawan pada proses penggorengan dan penggorengan agar menghasilkan produk yang sesuai dengan standar dan tidak melakukan kesalahan sehingga menghasilkan produk cacat.
- Pemilik usaha lebih memperhatikan mengenai peralatan dan perlengkapan yang dipakai selama proses produksi. Peralatan yang digunakan harus dijaga dengan baik agar tidak terjadi kehilangan ataupun kerusakan.
- Pemilik usaha perlu membuat SOP operasional secara tertulis agar memudahkan karyawan dalam melakukan proses produksi. SOP yang dibuat oleh perusahaan harus jelas agar menghasilkan produk

dengan kualitas yang baik.

Daftar Pustaka

- A. Muri Yusuf. 2014. *“Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan”*. Jakarta: prenadamedia group.
- Agung Prihantoro, 2012, *Peningkatan Kinerja Sumber Daya Manusia melalui Motivasi, Disiplin, Lingkungan Kerja, dan Komitmen (Studi Kasus Madrasah di Lingkungan Yayasan Salafiyah, Kajen, Margoyoso, Pati)*, STIE Agama Islam Mathali’ul Falah.
- Ahyari, Agus. 2004. *Manajemen Produksi: Perencanaan Sistem Produksi*. Yogyakarta : BPFE UGM.
- Anggito, Albi. Setiawan, Johan. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi Jawa Barat : CV Jejak. ISBN : 978-602-474-392-5 Diakses pada cetakan pertama Oktober 2018.
- Aquilano, Nicholas J., Chase, Richard B dan Jacobs, F Robert. (2007). *“Operations Management for Competitive Advantage”*. 11th Edition. Singapore: McGraw-Hill Education.
- Assauri, Sofjan. 2008. *Manajemen Produksi dan Operasi (Edisi Revisi 2008)*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Besterfield, Dale H. 2009. *Quality Control*. 8th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Creswell, John W. 2014. *Research design pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed*. YOGYAKARTA: PUSTAKA PELAJAR.
- Heizer, Jay dan Render, Barry. 2011. *Manajemen Operasi*. Edisi Sebelas. Jakarta: Salemba Empat.
- Herjanto, Eddy, 2008, *Manajemen Operasi Edisi Ketiga*, Jakarta: Grasindo.
- Indriantoro, Nur and Bambang Supomo. 2018. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*. Edisi 1. Cetakan ke-12. Yogyakarta: BPFE.
- Miles, M.B, Huberman, A.M, dan Saldana, J. 2014. *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook*, Edition 3. USA: Sage Publications. Terjemahan Tjetjep Rohindi Rohidi, UI-Press.
- Nasution. 2004. *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*, Anggota IKPI, Ghalia Indonesia: Jakarta.
- Prasetya, Hery dan Fitri Lukiasuti. 2011. *Manajemen Operasi*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Prawirosentono, Suyadi, 2007, *Filosofi Baru Tentang Mutu Terpadu*. Edisi 2. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono, 2013, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. (Bandung: ALFABETA)
- Suryana, 2010, *Metode Penelitian Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Bandung: UPI.
- Tambunan, Tulus. 2012. *“Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: isu-isu penting”*, Jakarta: LP3ES.
- Tampubolon, Dr. Manahan P., 2004, *Manajemen Operasional (Operation Management)*, Ghalia Indonesia, Jakarta.

Yuri dan Rahmat Nurcahyo. (2013).
TQM Manajemen Kualitas Total

dalam Perspektif Teknik Industri.
Jakarta: Indeks.



**Pengendalian Kualitas Proses Produksi Sepatu Heels
Dalam Upaya Mencapai Target Produksi Pada CV Ghealsyshoes di Malang**

Rosalina Novia Anggareni¹, I Ketut Mastika, Sutrisno
rosalinanovia81@gmail.com

Abstract

The purpose of this study was to identify, describe and analyze the quality control of the production process for heels in an effort to achieve production targets at CV Ghealsyshoes Malang. The company engaged in manufacturing CV Ghealsyshoes is a local company in Indonesia that produces various kinds of shoes, especially women's shoes. Based on data and facts in the field, it was found that in one year of production, heels still experience product defects caused by problems that occur in the production process, which is an average of 2.75%. Problems in the production process are caused by several factors at the input or input stage such as raw materials, performance of tools and machines, and labor. The results showed that quality control at CV Ghealsyshoes was divided into three stages. The first stage is the process of arrival of raw materials which aims to select and filter the raw materials ordered from suppliers, the second stage is the stage of the production process which aims to avoid product damage due to raw materials that do not comply with predetermined criteria and maintain the production process so that running smoothly, the third is the stage of the product release process which aims to maintain and supervise the process that has passed the production process in order to avoid product defects that will later be used by consumers.

Keywords: *Quality Control, Production Process, Production Targets*

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui, dan mendeskripsikan serta menganalisis pengendalian kualitas proses produksi sepatu *heels* dalam upaya mencapai target produksi pada CV *Ghealsyshoes* Malang. Perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur CV *Ghealsyshoes* merupakan perusahaan lokal di Indonesia yang memproduksi berbagai macam sepatu khususnya sepatu wanita. Berdasarkan data dan fakta di lapangan, ditemukan bahwa dalam satu tahun produksi, sepatu *heels* masih mengalami kecacatan produk yang disebabkan masalah-masalah yang terjadi pada proses produksi yang rata-rata 2,75%. Permasalahan pada proses produksi diantaranya disebabkan oleh beberapa faktor pada tahap masukan atau *input* seperti bahan baku, kinerja alat dan mesin, serta tenaga kerja. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pengendalian kualitas di CV *Ghealsyshoes* terbagi menjadi tiga tahapan. Tahap pertama adalah proses kedatangan bahan baku yang bertujuan untuk menyeleksi dan menyaring bahan baku yang yang dipesan dari *supplier*, tahap kedua adalah tahap proses produksi yang bertujuan untuk menghindari terjadinya kerusakan produk akibat bahan baku yang tidak sesuai dengan kriteria yang sudah ditetapkan serta menjaga proses produksi agar berjalan dengan lancar, ketiga merupakan tahap proses pelepasan produk yang bertujuan untuk menjaga serta mengawasi proses yang telah melewati proses produksi agar terhindar dari kecacatan produk yang nantinya akan digunakan oleh konsumen.

Kata Kunci: Pengendalian Kualitas, Proses Produksi, Target Produksi

^{1,2,3} Universitas Jember

Pendahuluan

Industri *fashion* memegang peranan penting dalam perkembangan industri kreatif Indonesia. Menurut Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mengatakan bahwa “Perkembangan *fashion* 15 sektor industri fashion kreatif pada tahun 2013 juga memberikan kontribusi sebesar 181 triliun rupiah terhadap PDB 15, sektor ekonomi kreatif sebesar 642 triliun rupiah. Jadi dapat disimpulkan bahwa ekonomi kreatif sebesar 7% memberikan sumbangan kepada PDB, maka sektor industri *fashion* 2% dari total keseluruhan”. Di Indonesia sendiri terdapat puluhan industri menengah dan pengrajin kecil yang mencoba untuk mendapat peruntungan pada usaha produksi sepatu khususnya sepatu wanita. Setiap perusahaan memiliki strategi diferensiasi produk serta keunggulan kompetitif terhadap produk yang dihasilkan perusahaan tersebut. *Fashion* merupakan salah satu hal penting bagi sebagian besar kaum wanita. Bagi para pecinta *fashion* khususnya, sepatu *heels* atau sepatu hak tinggi menjadi salah satu produk wajib yang harus dimiliki yang dijadikan sebagai *fashion statement*. (Sumber berita: www.beritasatu.com).

Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur CV *Ghealsyshoes* merupakan perusahaan lokal di Indonesia yang memproduksi berbagai macam sepatu khususnya sepatu wanita. Perusahaan yang berlokasi di Kabupaten Malang. Berdasarkan hasil wawancara singkat pada (Senin, 04 Oktober 2020) bersama dengan Ibu Putri Ayu selaku pemilik perusahaan, diketahui bahwa latar belakang mendirikan usaha ini yaitu pemilik gemar mengoleksi sepatu. Usaha ini telah berjalan sejak tahun 2008, dan diberi hak paten

terhadap produk pada tahun 2015. Didukung oleh perkembangan teknologi dan informasi yang semakin pesat, pemilik memperoleh kemudahan untuk memperkenalkan produk unggulan yang dihasilkan. Perusahaan ini tetap bertahan dan produktif dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen di pasar lokal. Salah satu jenis sepatu yang ditawarkan oleh perusahaan ini yaitu sepatu *heels*. Jenis sepatu yang diproduksi memiliki desain yang sederhana namun nyaman untuk digunakan aktivitas sehari-hari.

Produk sepatu *heels* yang dipasarkan oleh CV *Ghealsyshoes* dilakukan secara grosir maupun eceran. Harga produk yang terjangkau yang dipatok mulai dari harga 50.000 sampai dengan 65.000 membuat permintaan konsumen yang tinggi, sehingga penentuan bahan baku yang dipilih perusahaan terbatas. Pemasaran yang dilakukan dengan cara online yang bekerja sama dengan salah satu *market place* yakni Shoope dan juga memiliki *offline store* di Kota Malang serta Kota Solo. Dalam sebuah proses produksi, setiap perusahaan memiliki cara pendekatan yang berbeda di setiap produksinya guna memaksimalkan daya saing perusahaan dengan cara melakukan perbaikan secara terus menerus dalam kegiatan proses produksinya. Untuk melihat hasil produksi sepatu *heels* dapat dilihat pada tabel di bawah ini mengenai perencanaan produksi dan realisasi produksi yang telah dicapai.

Berdasarkan data dan fakta di lapangan, dapat diketahui bahwa dalam satu tahun produksi, sepatu *heels* masih mengalami kecacatan produk yang disebabkan masalah-masalah yang terjadi pada proses produksi yang rata-rata 2,75%. Permasalahan pada proses produksi

diantaranya disebabkan oleh beberapa faktor pada tahap masukan atau *input* seperti bahan baku, kinerja alat dan mesin, serta tenaga kerja selain SOP yang telah diterapkan oleh perusahaan tersebut, karena SOP yang disampaikan oleh perusahaan dilakukan secara lisan dan kurang terperinci sehingga tidak ada ketentuan yang jelas mengenai bahan yang akan digunakan, mesin dan peralatan produksi, dan lain sebagainya. Perusahaan perlu mencari sebab akibat yang terjadi pada kecacatan produk. Sehingga permasalahan dalam kecacatan produk akan dapat terselesaikan serta jumlah produk cacat dapat berkurang atau mendekati angka nol persen atau yang sering disebut dengan *zero defect* agar memperoleh profit yang maksimal. Produk cacat ini terjadi karena berbagai masalah pada saat proses produksi. Masalah tersebut biasanya sering terjadi pada proses transformasi seperti pelipatan alas kaki yang diperlukan ketelitian oleh pengrajin.

CV Ghealsyshoes sebagai salah satu perusahaan yang memproduksi sepatu *heels* tentu membutuhkan pelaksanaan pengendalian proses produksi didalamnya. Disamping proses produksi sepatu *heels* yang dilakukan secara terus menerus atau *continuous process* yang terdiri atas banyak tahapan yang menentukan kualitas maupun kuantitas pada hasil produksi. Pengendalian kualitas proses produksi bertujuan untuk memastikan adanya konsistensi antara perencanaan dan pelaksanaan, serta mengoreksi kesalahan atau penyimpangan agar tujuan produksi tercapai dan hasil produksi memenuhi spesifikasi mutu yang ditetapkan oleh perusahaan. Dalam tahapan proses produksi sepatu *heels* terdapat Standar Operasional Operasional (SOP) yang merupakan

pedoman bagi setiap karyawan dalam melaksanakan proses produksi. Mulai dari tahapan faktor produksi atau sumber daya, proses produksi dan evaluasi kinerja produksi terkait permasalahan perusahaan, perusahaan secara terus menerus melakukan pengendalian kualitas proses produksi pada setiap produksi, salah satunya kegagalan pencapaian target produksi. Oleh karena itu, pengendalian kualitas proses produksi pada perusahaan dilaksanakan pada tahap *input*, *transformasi*, *output*, hingga *feedback* dari konsumen itu sendiri.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat diketahui CV Ghealsyshoes Malang melaksanakan pengendalian kualitas proses produksi di setiap tahapan produksi secara berkesinambungan atau secara terus menerus pada saat pelaksanaan proses produksi sepatu *heels* berlangsung guna meminimalkan terjadinya suatu kesalahan agar target produksi dapat tercapai dan diperoleh hasil produksi dengan kualitas yang sesuai dengan perencanaan. Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ilmiah yang berjudul Pengendalian Kualitas Proses Produksi Sepatu Heels Dalam Upaya Mencapai Target Produksi Pada CV Ghealsyshoes di Malang.

Tinjauan Pustaka

Manajemen Produksi dan Operasi

Manajemen produksi dan operasi merupakan suatu sistem yang produktif, Artinya proses perubahan *input* yang ditransformasikan menjadi produk atau jasa yang dikelola dengan teknologi. Proses tersebut dimulai dengan menganalisis permintaan konsumen terhadap produk maupun jasa yang kemudian input diproses melalui transformasi hingga menjadi sebuah *output* yang berupa barang jadi.

Menurut Fahmi (2014) mendefinisikan pengertian manajemen produksi dan operasi yaitu: “Suatu ilmu yang secara spesifik mengarahkan serta mengatur orang-orang yang ada dalam perusahaan untuk mencapai hasil produksi yang diinginkan”. Heizer dan Render (2015) mendefinisikan pengertian manajemen produksi dan operasi sebagai berikut: “Suatu aktivitas yang menciptakan nilai dalam bentuk produk maupun jasa dengan cara mengubah *input* menjadi *output*”.

Kualitas

Kualitas merupakan indikator penting dalam perusahaan dalam mempertahankan persaingan yang semakin ketat pada suatu industri. Kualitas sebagai totalitas dari karakteristik produk yang membantu menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dispesifikasikan.

Garvin dan Davis (1994) sebagaimana dikutip dalam Nasution (2015) menyatakan bahwa Kualitas merupakan kondisi yang dinamis, artinya kondisi tersebut berkaitan dengan produk, tenaga kerja, proses, tugas, perubahan proses produksi, dan perubahan lingkungan perusahaan agar produk yang dihasilkan dapat memenuhi keinginan konsumen.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012) menyatakan bahwa kualitas sebagai berikut: “Kualitas merupakan kemampuan produk dalam menjalankan fungsinya termasuk durabilitas, reliabilitas, ketepatan, serta kemudahan pengoperasian produk dan atribut produk lainnya. Setiap perusahaan ingin memenuhi keinginan pelanggan, maka akan berusaha menciptakan produk yang kualitas”.

Pengendalian

Fungsi manajemen salah satunya mencakup Pengendalian yang bertujuan untuk menjamin hasil produksi apakah sesuai dengan standar yang ditetapkan perusahaan sebelumnya. Pengendalian sendiri merupakan fungsi yang berkelanjutan dari fungsi perencanaan, pengorganisasian, serta pengkoordinasian. Pengendalian perlu dilaksanakan pada suatu perusahaan untuk membantu agar aktivitas proses produksi berjalan secara efisien dan efektif. Setiap perusahaan memerlukan adanya pengendalian, tentu saja pengendalian sebagai alat pengawasan sekaligus pertimbangan dalam mengambil keputusan yang nantinya diperlukan untuk perbaikan produk. Fungsi pengendalian tidak hanya mengadakan adanya pengawasan namun juga pengumpulan data sebagai masukan (*input*) guna menentukan usaha perbaikan untuk perusahaan kedepannya. Pengendalian merupakan suatu kegiatan untuk memeriksa dan mengendalikan kegiatan yang telah dan sedang berjalan agar kegiatan tersebut dapat sesuai dengan apa yang diharapkan atau direncanakan sebelumnya.

Pengendalian Menurut Kartono (2002) mengemukakan pengertian pengendalian sebagai berikut: “Pengendalian pada umumnya para pengikut dapat bekerja sama dengan baik kearah pencapaian sasaran dan tujuan umum organisasi untuk mengukur hasil pekerjaan dan menghindari penyimpangan jika perlu perusahaan segera melakukan tindakan korektif terhadap penyimpangan tersebut”.

Pengendalian Kualitas

Untuk menjaga daya saing di lingkungan bisnis, setiap perusahaan harus memperhatikan kualitas produknya. Berfokus pada kualitas akan berdampak positif bagi perusahaan melalui biaya produksi dan pendapatan yang diperoleh. Dampak yang didapat dari biaya produksi adalah proses pembuatan produk sesuai standar yang telah ditentukan untuk meminimalkan kerusakan produk serta menghindari pemborosan dan *in-efisiensi* perusahaan. Pada saat yang sama, karena produk-produk berkualitas tinggi dan harga yang bersaing, peningkatan penjualan telah meningkatkan pendapatan perlu dilakukan kegiatan pengendalian kualitas yang baik di dalam perusahaan agar dapat berdampak positif bagi perusahaan.

Menurut Rosnani Ginting (2007) mendefinisikan pengertian pengendalian kualitas sebagai berikut. "Sebuah sistem yang memverifikasi, memelihara atau mempertahankan tingkat atau kualitas produk atau proses yang diperlukan melalui perencanaan yang cermat dan penggunaan peralatan yang sesuai".

Proses Produksi

Proses merupakan cara atau metode yang dilakukan untuk mengubah sumber daya perusahaan seperti tenaga kerja, mesin dan alat, bahan baku, serta biaya menjadi *output* yang berupa barang jadi. Produksi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk menciptakan atau menambah nilai guna produk maupun jasa. Proses produksi bertujuan untuk mewujudkan rancangan atau desain produk yang dibuat oleh perusahaan untuk diubah menjadi suatu wujud produk.

Menurut Prihantoro (2012) mengungkapkan secara umum proses produksi sebagai berikut: "Proses Produksi merupakan suatu kegiatan yang mengelola *input* dalam proses dengan menggunakan metode atau teknik tertentu untuk menghasilkan *output* berupa produk maupun jasa yang sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan perusahaan".

SOP

Standar produksi merupakan salah satu aspek penting dalam perencanaan sistem proses produksi dan dapat dijadikan acuan dalam pelaksanaan kegiatan produksi. Perusahaan membutuhkan standar produksi untuk menjalankan proses produksi agar berjalan efektif, sehingga produk yang dihasilkan memenuhi harapan perusahaan. Perusahaan yang menggunakan standar produksi dalam pelaksanaan proses produksinya akan memiliki banyak kelebihan dan kelebihan, diantaranya adalah penggunaan bahan baku, penggunaan tenaga kerja, waktu pengerjaan yang relatif singkat, bentuk dan ukuran produk, warna, kualitas, dan penghematan lainnya dalam proses produksi. Standar adalah kriteria yang telah ditentukan perusahaan saat menjalankan kegiatan bisnis di dalam perusahaan.

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan rencana yang disusun oleh peneliti dalam rangka untuk memecahkan masalah, sehingga akan menghasilkan data yang sesuai dengan tujuan penelitian. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk menggambarkan sifat dari suatu keadaan.

Lokasi penelitian ditentukan berdasarkan keinginan dari peneliti yaitu pada perusahaan manufaktur CV *Ghealsyshoes* yang berada di Jalan Raya Jetis No. 19 A Kecamatan Dau, Malang Jawa Timur. Alasan peneliti memilih objek ini adalah karena produk sepatu *heels* yang proses produksinya dilakukan setiap hari dan dalam jumlah yang banyak, sehingga memerlukan adanya pengendalian kualitas pada proses produksi guna menjaga kualitas produksi yang dihasilkan perusahaan.

Rancangan dalam penelitian ini meliputi persiapan seperti fokus penelitian, studi kepustakaan, observasi pendahuluan, dan penentuan informan. Sedangkan data yang dikumpulkan berupa data Primer dan data Sekunder. Untuk tahap pemeriksaan keabsahan sendiri peneliti menggunakan triangulasi sumber dan data.

Hasil Penelitian

Gambaran Umum Perusahaan

CV. *Ghealsyshoes* merupakan perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur yang memproduksi berbagai macam sepatu khususnya sepatu wanita. Saya menjalankan usaha ini sejak tahun 2008 saat saya duduk di bangku sekolah menengah pertama yang dulunya bernama *Cheeze Shopa Holic* yang awalnya hanya dijalankan oleh *owner* sendiri. Dulu saya itu menjadi *reseller* dan ambil barang dari berbagai *supplier*. Seiring berjalannya waktu pendapatan yang dihasilkan cukup untuk mulai mengontrak tempat usaha dan saat itu juga perlahan *owner* mencoba menciptakan produk yakni berfokus pada sepatu wanita yang diproduksi oleh *brand*-nya sendiri dengan dibantu oleh suami saya. Pada tahun 2014, pemilik sepakat mengganti nama usahanya yang kini menjadi sebuah

CV yang bernama *Ghealsyshoes*, *Ghealsy* itu sebenarnya nama dari anak pertama pemilik CV, Kami sepakat mengganti usaha kami pada tahun 2014, *Ghealsy* berasal dari bahasa Yunani yang artinya pelindung, pemilik sepakat bahwa filosofi tersebut bermaksud untuk melindungi inti dari perusahaannya. Pada tahun 2015, produk diberi hak paten.

Pengendalian Tahap Produksi

Pengendalian kualitas merupakan suatu tindakan yang dilakukan dalam upaya untuk memenuhi standar atau spesifikasi produk yang dapat diterima konsumen. Pengendalian kualitas adalah merupakan kegiatan yang perlu dilakukan oleh setiap perusahaan, agar kualitas produk yang dihasilkan sesuai dengan harapan. Dalam upaya melakukan pengendalian kualitas hasil produksi, perusahaan perlu melakukan sistem pengendalian kualitas mulai dari bahan baku, proses produksi sampai barang jadi. Masing-masing perusahaan mempunyai cara sendiri di dalam melakukan pengendalian kualitas, dimana cara ini terkadang menjadi sangat rahasia bagi pihak lain. Pengendalian kualitas dilakukan agar tujuan perusahaan untuk memproduksi produk sesuai dengan harapan dan dengan sedikit mungkin menghasilkan produk cacat.

Demikian halnya dengan perusahaan CV. *Ghealsyshoes*, yang merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang penjualan sepatu modern, dimana dalam melakukan kegiatan produksi maka perusahaan sebagai perusahaan industri sepatu perlu memproduksi produk sepatu dengan mutu yang sesuai dengan yang diharapkan oleh perusahaan. Dalam pelaksanaan produksi sepatu CV.

Ghealsyshoes maka akan disajikan data produksi.

Perencanaan Bahan Baku

Bahan baku merupakan faktor utama yang dapat mempengaruhi kualitas produk yang dihasilkan. Apabila bahan baku yang digunakan memiliki kualitas yang baik atau memenuhi standar, maka produk yang dihasilkan akan memiliki kualitas yang baik juga. Dalam hal ini usaha amplang karya bahari selalu memeriksa setiap bahan baku yang masuk terlebih dahulu sebelum digunakan untuk produksi.

Saat bahan baku datang, pengendalian kualitas yang dilakukan oleh pihak CV. *Ghealsyshoes* langsung melakukan pengecekan apakah barang yang datang sesuai dengan yang dipesan, karena bahan baku yang diperlukan perusahaan harus memiliki kualitas yang sangat bagus agar dapat diproduksi secara sempurna. Apalagi untuk kain *silky* yang memiliki tekstur lentur, jika tidak diperiksa lagi pasti barang yang datang bukan kain *silky* sintetis tetapi keras sehingga akan menghambat proses produksi sepatu. Semua jenis lem harus benar-benar disimpan dengan baik dan ditutup secara rapat agar tidak mudah kering sehingga awet.

Pengendalian Alat Produksi

Pelaksanaan SOP bagian pemeliharaan mesin produksi ini dijalankan hanya untuk memaksimalkan kegiatan produksi pada perusahaan CV. *Ghealsyshoes* yang notabene membutuhkan mesin produksi untuk melakukan efisiensi tenaga karyawan dan mengefisienkan waktu produksi yang dibutuhkan oleh perusahaan.

Alat-alat yang digunakan untuk membuat sepatu CV. *Ghealsyshoes*

dalam proses produksi disini dapat dibidang sebagai alat-alat sederhana karena memang proses produksi kebanyakan dilakukan secara manual. Alat-alat yang dimaksud diantaranya yaitu Gunting, Palu, Paku, Pisau Mesin press, Mesin press manual, Mesin pemotong manual, Mesin Pengopenan, dan Mesin Jahit.

Peralatan yang digunakan di perusahaan CV. *Ghealsyshoes* juga termasuk alat-alat yang mudah sekali dicari. Peralatan yang perlu dikendalikan atau benar-benar dirawat yaitu mesin *press* yang memiliki kapasitas 3000 watt biasanya setiap satu bulan sekali CV. *Ghealsyshoes* selalu mengganti oli pada mesin agar tidak mudah rusak dan macet saat proses produksi, Mesin pengopenan juga dicek setiap hari karena sepatu yang selesai diproduksi perlu dimasukkan kedalamnya untuk dilakukan proses *finishing*, apabila mesin tersebut tidak panas maka *emboss* nama perusahaan akan luntur dan produk akan rusak.

Pengendalian Tenaga Kerja

Karyawan di perusahaan CV. *Ghealsyshoes* merupakan sumber daya terpenting yang berperan sebagai mata kunci dari kesuksesan perusahaan. Sebagai sumber daya manusia diperlukan manajemen untuk memaksimalkan kinerja karyawan. Manajemen sumber daya manusia merupakan proses untuk memperoleh, melatih, menilai, memberi kompensasi terhadap karyawan serta memperhatikan hubungan yang terjadi antar karyawan, menjamin kesehatan, keselamatan serta keadilan bagi para pekerja.

Kegiatan dari standart pengendalian sumberdaya manusia yang ada di perusahaan CV. *Ghealsyshoes* meliputi kegiatan

perekrutan, pelatihan, pengembangan kepada seluruh karyawan. Tujuan dari manajemen karyawan adalah untuk mengembangkan potensi dari karyawan tersebut, selain itu pengembangan karyawan juga bertujuan untuk meningkatkan serta memaksimalkan kemampuan intelektual serta *skill* emosional karyawan hingga dirinya mampu melaksanakan tugas pekerjaannya dengan lebih baik dibandingkan sebelumnya.

Proses pengembangan karyawan ini diperlukan proses yang cukup panjang, sehingga karyawan selanjutnya menjadi lebih siap untuk menghadapi setiap perubahan yang terjadi di lingkungan kerja misalnya karena adanya perubahan dalam teknologi, desain pekerjaan maupun perubahan *customer* serta penyesuaian dengan produk baru. Segala proses pengembangan karyawan diharapkan akan mampu mengubah perilaku karyawan menjadi lebih baik baik untuk sekarang maupun di waktu mendatang.

Pengendalian Tahap Output

Produk yang telah ditransformasikan menjadi bahan jadi tidak sembarang langsung dikemas namun melakukan Proses Penyotiran dimana proses ini menjadi tahap terakhir dalam pengendalian sepatu. Pengendalian awal yang dilakukan adalah memilih tenaga kerja yang teliti dan memahami akan standar produk jadi yang dihasilkan oleh perusahaan. Hal tersebut dikarenakan mereka secara langsung terlibat dalam memilah produk yang layak untuk nantinya dipasarkan. Kualitas produk yang diberikan oleh perusahaan merupakan salah satu kunci untuk memenangkan persaingan pasar. Apabila barang yang dijual oleh

perusahaan baik, maka akan mendapatkan *brand* yang baik pula. Standar perusahaan pada *penyotiran* ini adalah sepatu tidak kotor, tidak ada bekas bercak hitam karena lem, penjahitan sempurna, sesuai dengan permintaan konsumen. *Owner* nantinya akan terjun langsung memastikan standar sepatu yang akan dipasarkan.

Setelah lolos tahap *penyotiran* maka tahap selanjutnya adalah Melakukan proses pengemasan (*packaging*) produk alas kaki lalu dikirimkan ke gudang. Pengendalian awal yang dilakukan adalah memastikan pengemasan dilakukan secara rapi diletakkan pada kardus yang telah disediakan dan diikat rapat dengan tali agar pengiriman tidak terjadi kecacatan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil jabaran penelitian di atas, maka dapat diambil kesimpulan sebagaimana berikut ini.

Pengendalian kualitas terbagi menjadi tiga tahapan. Tahap pertama adalah proses kedatangan bahan baku yang bertujuan untuk menyeleksi dan menyaring bahan baku yang yang dipesan dari supplier, tahap kedua adalah tahap proses produksi yang bertujuan untuk menghindari terjadinya kerusakan produk akibat bahan baku yang tidak sesuai dengan kriteria yang sudah ditetapkan serta menjaga proses produksi agar berjalan dengan lancar, ketiga merupakan tahap proses pelepasan produk yang bertujuan untuk menjaga serta mengawasi proses yang telah melewati proses produksi agar terhindar dari kecacatan produk yang nantinya akan digunakan oleh konsumen.

Saran

Bagi CV *Ghealsyshoes*, proses kerja, produksi dan promosi akan semakin baik dan benar sesuai dengan SOP yang telah ditetapkan perusahaan jika ada sinergi positif antara pimpinan dan karyawan. Terjalin hubungan timbal balik yang sama-sama menguntungkan agar target perusahaan terkait hasil produksi dan pendapatan perusahaan bisa terus dimaksimalkan.

Bagi peneliti sejenis, atau peneliti lain yang tertarik melakukan penelitian sejenis diharapkan untuk mengobservasi dan mengeksplorasi secara lebih spesifik mengenai permasalahan-permasalahan di perusahaan terkait dengan pengendalian kualitas untuk meningkatkan hasil produksi dan pendapatan perusahaan.

Daftar Pustaka

- Ahyari, A., 2002. *Manajemen Produksi dan Pengendalian Produksi*. Yogyakarta, BFE.
- Assauri, S. 2016. *Manajemen Operasi Produksi*. Penerbit: PT. Raja Grafindo.
- Astriana, E. (2017). *Strategi Pengendalian Kualitas Pada Produk Kursi Pinguin Dengan Menggunakan Metode Statistical Process Control (Spc) Pada Ikm Aldo Mebel Di Pamarican Kabupaten Ciamis*. Jurnal Media Teknologi, 4(1)
- Fandy, T dan Greforius, C. 2016. *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian)*, Yogyakarta: Andi.
- Ginting, R. 2007. *Sistem Produksi*. Yogyakarta: GRAHA ILMU.
- Hartatik, I. P. 2014. *Buku Pintar Membuat Standar Operasional Prosedur*. Flash Book: Jogjakarta.
- Hasibuan, M. S.P. 2011. *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Jakarta: PT Bumi
- Irham F, S. E., & Si, M. 2014. *Manajemen produksi dan operasi*. Penerbit Alfabeta, cetakan pertama, Bandung.
- Kotler, P., A, G., Ang, S. H., Leong, S. M., Tan, C. T., & Ho-Ming, O. 2012. *Principles of marketing: an Asian perspective*. Pearson/Prentice-Hall.
- Krismiaji, A., & Aryani, A. 2011. *Akuntansi Manajemen*. Edisi Kedua. Cetakan Pertama. UPP STIM YKPN. Yogyakarta.
- M. N. Nasution, 2015. *Manajemen Mutu Terpadu*. Bogor Ghalia Indonesia
- Moleong, L. J. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Murdifin H. dan Mahfud N. 2014. *Manajemen Produksi Modern, Operasi Manufaktur dan Jasa*, Buku Kesatu, PT. Bumi Aksara, Jakarta.
- Prihantoro, R., 2012. *Konsep Pengendalian Mutu*. Bandung: Remaja Rosdakarya.



Pengaruh Motivasi Kerja dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Karyawan Divisi Marketing CV Surya Gemilang Motor Rambipuji

Rahma Rizki Umami¹, Sutrisno², Sri Wahjuni³

rahmaumami22@gmail.com

Abstract

This research was conducted with the aim of knowing, describing, and analyzing the correlation of work motivation (X1) and job satisfaction (X2) as variables that are partially and simultaneously related to the performance of marketing employees at CV Surya Gemilang Motor Rambipuji. CV Surya Gemilang Motor Rambipuji is a company engaged in the sale of Honda motorcycles. The design of this study uses a quantitative paradigm approach with associative causal correlation to determine the causal relationship between the independent variables and the dependent variable. The analysis technique used is multiple linear regression analysis, with a sample of 41 respondents. The analysis showed 1) Work motivation had a positive and partially significant effect on the performance of marketing division employees at CV Surya Gemilang Motor Rambipuji; 2) Job satisfaction has a positive and partially significant effect on the performance of marketing division employees at CV Surya Gemilang Motor Rambipuji; 3) Work motivation and job satisfaction simultaneously have a significant and positive effect on the performance of marketing division employees at CV Surya Gemilang Motor Rambipuji.

Keywords: *Work Motivation, Job Satisfaction, Employee Performance*

Abstrak

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengetahui, mendeskripsikan, dan menganalisis pengaruh motivasi kerja (X1) dan kepuasan kerja (X2) sebagai variabel yang berhubungan secara parsial dan simultan terhadap kinerja karyawan divisi *marketing* CV Surya Gemilang Motor Rambipuji. CV Surya Gemilang Motor Rambipuji merupakan perusahaan yang bergerak di bidang penjualan sepeda motor merek Honda. Rancangan penelitian ini menggunakan pendekatan paradigma kuantitatif dengan korelasi kausal asosiatif untuk mengetahui hubungan sebab akibat antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, dengan sampel sejumlah 41 responden. Hasil analisis menunjukkan 1) Motivasi kerja berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kinerja karyawan divisi *marketing* CV Surya Gemilang Motor Rambipuji; 2) Kepuasan kerja berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kinerja karyawan divisi *marketing* CV Surya Gemilang Motor Rambipuji; 3) Motivasi kerja dan kepuasan kerja berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kinerja karyawan divisi *marketing* CV Surya Gemilang Motor Rambipuji.

Kata Kunci: Motivasi Kerja, Kepuasan Kerja, Kinerja

^{1,2,3} Universitas Jember

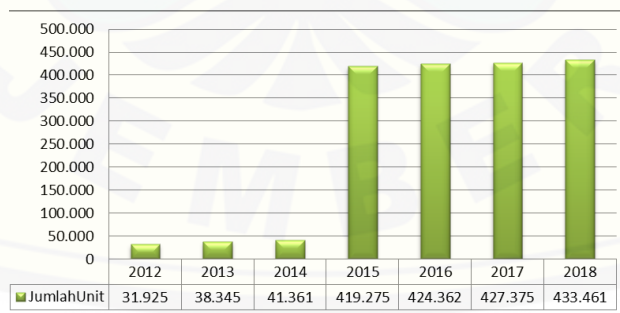
Pendahuluan

Era globalisasi merupakan penanda sebuah zaman dengan tidak adanya batasan pada berbagai aspek kehidupan di seluruh penjuru dunia. Globalisasi dalam aspek bisnis memunculkan tantangan persaingan tinggi antar pelaku dalam negeri maupun luar negeri. Kondisi tersebut menyebabkan tiap – tiap perusahaan berusaha keras mempertahankan kelangsungan hidupnya. Perusahaan saling berlomba untuk mengoptimalkan sumber daya yang mereka miliki. Salah satu sumber daya yang memiliki peran penting dalam kegiatan perusahaan adalah sumber daya manusia atau karyawan. Pengembangan pada sektor sumber daya manusia atau karyawan tidak luput menjadi perhatian para pemangku kebijakan, hal tersebut dilakukan karena beberapa aspek penting perusahaan berasal dari kegiatan para karyawan karena peran aktifnya terhadap jalannya sebuah perusahaan dan proses pengambilan keputusan (Sutrisno, 2013).

Sumber daya manusia merupakan aset vital perusahaan, sehingga peran dan fungsinya tidak bisa digantikan oleh sumber daya lainnya. Sumber daya manusia yang mumpuni mampu menjadi salah satu aspek berkembangnya perusahaan ke arah pertumbuhan yang positif. Sebesar apapun teknologi modern yang digunakan, tanpa sumber daya manusia yang profesional, semuanya tidak bermakna (Tjutju & Suwanto, 2013).

Kegiatan bisnis dan pengolahan sumber daya manusia juga tidak luput menjadi perhatian pada industri otomotif di Indonesia. Beberapa daerah khususnya Kabupaten Jember, hal tersebut dibutuhkan dikarenakan kebutuhan akan kendaraan bermotor guna mempermudah kegiatan manusia sangat besar andilnya bagi aktivitas sehari - hari. Fenomena tersebut menyebabkan keberadaan sepeda motor di Kabupaten Jember semakin banyak. Berdasarkan data Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) jumlah sepeda motor di Kabupaten Jember sebagai berikut.

Tabel 1. Jumlah Unit Sepeda Motor di Kabupaten Jember Tahun 2012-2018



Sumber : Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia, 2018

Berdasarkan tabel 2 hasil capaian penjualan CV Surya Gemilang Motor mengalami fluktuasi. Bulan Maret menjadi penjualan terbesar perusahaan dengan jumlah terjual 377 unit. Pada 8 bulan

terakhir yaitu Bulan Mei hingga Desember, perusahaan tidak mampu mencapai target bulanan yaitu 300 unit, hal ini yang menjadi salah satu dasar peneliti mengindikasi bahwa karyawan CV Surya Gemilang Motor

Rambipuji mengalami penurunan kinerja sehingga akan berdampak buruk bagi kelangsungan perusahaan.

Hasil observasi awal diketahui alasan penyebab turunnya kinerja karyawan *marketing* CV Surya Gemilang Motor akibat mengalami kurangnya motivasi kerja dan kepuasan kerja, hal tersebut dibenarkan oleh kepala toko CV Surya Gemilang Motor Bapak Afan Fatoni, yang

menyatakan bahwa karyawan *marketing* mengalami kurang termotivasi serta kepuasannya cenderung buruk dalam bekerja. Pemberian motivasi kerja telah diberikan, tetapi kinerja karyawan CV Surya Gemilang Motor masih mengalami fluktuasi. Berikut hasil wawancara akan respon prespektif karyawan atas pemberian motivasi kerja dari perusahaan.

Tabel 1.5 Wawancara Prespektif Karyawan *Marketing* Tentang Motivasi Kerja yang Diberikan Perusahaan

No.	Bentuk Motivasi Kerja	Hasil Wawancara
1.	Penghargaan bagi karyawan yang mampu mencapai target perusahaan	Kurang menyukai bentuk apresiasinya hanya dengan memajang foto sebagai karyawan terbaik
2.	Cuti	Jatah cuti tahunan dan hari besar ingin disamakan dengan divisi admin / <i>back office</i> sesuai peraturan ketenagakerjaan
3.	Insentif	Tidak adanya uang makan, uang transportasi, dan tunjangan hari raya
4.	Pelatihan kerja	Sudah baik walaupun tidak terlalu mempengaruhi penjualan

Sumber : Wawancara karyawan *marketing* CV Surya Gemilang Motor, 2019.

Berdasarkan tabel 1.5 karyawan *marketing* CV Surya Gemilang Motor Rambipuji masih merasa motivasi kerja yang diberikan cukup baik, akan tetapi masih ada kekurangan dalam motivasi kerja yang diberikan perusahaan, sehingga motivasi kerja belum seluruhnya memotivasi akan pekerjaan yang dilakukan karyawan. Mahardhika (2020) menyatakan untuk mencapai kinerja yang diharapkan perusahaan dibutuhkan motivasi kerja yang disukai oleh karyawan, sehingga keberadaan motivasi kerja sangat besar andilnya dalam meningkatkan kinerja karyawannya.

Faktor lain yaitu kepuasan kerja dapat terlihat dari akumulasi absensi atau ketidakhadiran karyawan divisi *marketing* tahun 2019 mencapai 2,13%. Mudiarta (dalam Widiasa dan

Purnomo, 2013) memaparkan tingkat absensi karyawan dikatakan buruk pada rentang 2-10%, sehingga absensi divisi *marketing* tergolong buruk. Sondang (2004) bahwa kepuasan kerja karyawan yang rendah akan cenderung tinggi atau buruk tingkat absensinya dan akhirnya berakibat tidak baik bagi perusahaan.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Motivasi kerja berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kinerja karyawan divisi *marketing* CV Surya Gemilang Motor Rambipuji. Juga untuk mengetahui Kepuasan kerja berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kinerja karyawan divisi *marketing* CV Surya

Gemilang Motor Rambipuji. Di samping itu, juga bertujuan untuk Motivasi kerja dan kepuasan kerja berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kinerja karyawan divisi *marketing* CV Surya Gemilang Motor Rambipuji.

Tinjauan Pustaka

Manajemen Sumber Daya Manusia

Pendapat Siagian (2013) tentang manajemen sumber daya manusia adalah suatu prosedur berkelanjutan yang bertujuan untuk memasok suatu organisasi atau perusahaan dengan orang-orang yang tepat dan ditempatkan pada posisi dan jabatan yang tepat pada saat organisasi membutuhkan. Hasibuan (2013) mengungkapkan manajemen sumber daya manusia adalah ilmu dan seni mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar efektif dan efisien membantu terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan, dan masyarakat. Berdasarkan pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa manajemen sumber daya manusia merupakan sebuah ilmu, seni, dan prosedur untuk mengatur hubungan peranan tenaga kerja agar perusahaan bisa memasok karyawan yang tepat dengan posisi dan jabatan yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

Motivasi Kerja

Robbins (dalam Hasibuan, 2010) menyatakan bahwa motivasi kerja sebagai suatu kerelaan untuk berusaha seoptimal mungkin dalam pencapaian tujuan organisasi yang dipengaruhi oleh kemampuan usaha untuk memuaskan beberapa kebutuhan individu. Motivasi kerja adalah kunci dari organisasi yang sukses untuk menjaga kelangsungan pekerjaan dalam organisasi dengan cara dan bantuan yang kuat untuk bertahan

hidup (Pamela & Oloko, 2015). Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa motivasi kerja adalah memberikan sebuah dorongan, bimbingan, dan pemberian semangat untuk menaikkan gairah kerja seorang karyawan agar mau memberikan kemampuan maksimalnya bagi perusahaan.

Indikator Motivasi Kerja

Indikator yang mempengaruhi motivasi kerja menurut Hamzah (dalam Afifah & Musadieq, 2017) indikator motivasi kerja dapat dikelompokkan sebagai berikut.

a. Tanggung Jawab Melaksanakan Tugas

Tanggung jawab melaksanakan tugas menunjukkan seberapa besar karyawan dapat mempertanggungjawabkan tugas yang telah diberikan perusahaan.

b. Melaksanakan Tugas dengan Target yang Jelas

Melaksanakan tugas dengan target yang jelas menjelaskan bahwa karyawan bekerja sesuai target dan tujuan yang telah ditetapkan perusahaan.

c. Memiliki Tujuan yang Jelas dan Menantang

Memiliki tujuan yang jelas dan menantang merupakan sebuah stimulasi dengan pekerjaan yang diberikan kepada karyawan tidak monoton dan menantang bagi karyawan.

d. Ada Umpan Balik Atas Hasil Kerjanya

Ada umpan balik atas hasil kerjanya adalah sebuah bentuk motivasi kerja dengan memberikan informasi tentang tepat dan tidaknya pekerjaan yang dilakukan karyawan pada periode tertentu.

e. Memiliki Rasa Senang dalam Bekerja

Memiliki rasa senang dalam bekerja merupakan kebutuhan dasar agar karyawan lebih menyukai pekerjaannya.

f. Selalu Berusaha Mengungguli Orang Lain

Selalu berusaha mengungguli orang lain adalah sebuah dorongan untuk mencapai prestasi dengan menjadi yang terdepan dalam hasil pekerjaan.

g. Diutamakan Prestasi dari yang Dikerjakannya

Diutamakan prestasi dari apa yang dikerjakannya menunjukkan bahwa karyawan berusaha dan termotivasi meraih prestasi dalam pekerjaannya.

h. Selalu Berusaha Memenuhi Kebutuhan Hidup dan Kebutuhan Kerjanya

i. Senang Memperoleh Pujian dari yang Dikerjakan

j. Bekerja Ingin Memperoleh Insentif Bekerja dengan ingin memperoleh insentif menunjukkan bahwa karyawan merasa termotivasi kerjanya apabila perusahaan memberikan insentif pada karyawan.

k. Bekerja dengan Harapan Ingin Memperoleh Perhatian dari Teman dan Atasan

Bekerja dengan harapan ingin memperoleh perhatian dari teman dan atasan merupakan dorongan membina hubungan yang baik antara sesama rekan kerja dan dengan atasan atau supervisi.

Kepuasan Kerja

Wether dan Davis (dalam Badriyah, 2015) kepuasan kerja sebagai perasaan yang berhubungan langsung dengan karyawan, yaitu perasaan senang atau tidak senang dalam memandang dan menjalankan pekerjaannya. Sedangkan Siagian (dalam Widodo, 2015)

mengungkapkan bahwa kepuasan kerja merupakan suatu cara pandang seseorang, baik positif maupun negatif tentang pekerjaannya. Kesimpulan dari penjelasan sebelumnya bahwa kepuasan kerja adalah aspek psikologis akan sikap, perasaan, respon emosional, yang dimiliki pekerja baik itu positif (menyenangkan) ataupun negatif (tidak menyenangkan) terhadap pekerjaannya dan dipengaruhi oleh faktor dari dalam dan luar dirinya.

Indikator Kepuasan Kerja

Widodo (2015) menjelaskan indikator yang mempengaruhi dan mengukur kepuasan kerja seorang karyawan sebagai berikut.

a. Isi Pekerjaan

Isi pekerjaan dalam hal ini adalah setiap pekerjaan memerlukan suatu keterampilan tertentu sesuai dengan bidangnya masing-masing. Sukar atau tidaknya suatu pekerjaan serta perasaan seseorang bahwa keahliannya dibutuhkan dalam melakukan pekerjaan tersebut, akan meningkatkan atau mengurangi kepuasan.

b. Supervisi

Supervisi adalah dukungan yang diberikan oleh badan usaha terhadap pekerjaannya.

c. Organisasi dan Manajemen

Organisasi dan manajemen yang baik adalah yang mampu memberikan situasi dan kondisi kerja yang stabil.

d. Kesempatan untuk Maju

Kesempatan untuk maju dalam hal ini adalah berhubungan dengan ada tidaknya kesempatan untuk memperoleh pengalaman dan peningkatan kemampuan selama kerja.

e. Gaji dan Insentif

Gaji adalah faktor pemenuhan kebutuhan hidup pegawai yang dianggap layak atau tidak. Sedangkan insentif adalah pemberian tambahan upah untuk menghargai dan menambah motivasi karyawan berkat kerja atau kinerja yang berhasil.

f. Rekan kerja

Rekan kerja adalah faktor yang berhubungan dengan hubungan antara pegawai dengan atasannya dan pegawai lain.

g. Kondisi Pekerjaan

Kondisi pekerjaan adalah keadaan tempat kerja dimana pegawai melakukan pekerjaannya.

karyawan yang dibutuhkan untuk mengerjakan, atau setiap karyawan dapat mengerjakan berapa unit pekerjaan.

b. Kualitas Pekerjaan

Setiap karyawan dalam sebuah perusahaan harus memenuhi persyaratan tertentu untuk dapat menghasilkan pekerjaan sesuai kualitas yang dituntut suatu pekerjaan tertentu. Karyawan memiliki kinerja baik bila dapat menghasilkan pekerjaan sesuai persyaratan kualitas yang dituntut pekerjaan tersebut.

c. Kehadiran

Jenis pekerjaan tertentu menuntut kehadiran karyawan dalam mengerjakannya sesuai waktu yang ditentukan. Kinerja karyawan yang ditentukan oleh tingkat kehadiran karyawan dalam mengerjakannya.

d. Kemampuan Kerjasama

Seluruh karyawan belum tentu mampu menyelesaikannya sendiri. Jenis pekerjaan tertentu mungkin baru diselesaikan oleh dua orang atau lebih, sehingga membutuhkan kerja sama antar karyawan. Maka dari itu tiap karyawan dituntut untuk mampu bekerja dalam kelompok atau tim.

e. Ketepatan Waktu

Setiap pekerjaan memiliki karakteristik yang berbeda, jenis pekerjaan tertentu harus diselesaikan tepat waktu, karena memiliki ketergantungan dengan pekerjaan lainnya.

Kinerja

Hasibuan (2010) menyatakan bahwa kinerja karyawan merupakan hasil kerja yang dicapai seorang dalam melaksanakan tugas-tugasnya atas kecakapan, usaha dan kesempatan. Kinerja merupakan hasil prestasi yang dicapai oleh seseorang dalam melaksanakan tugas dan pekerjaan yang diberikan kepadanya (Siswanto, dalam Sandy, 2015). Berdasarkan pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa kinerja adalah kinerja karyawan adalah hasil capaian prestasi dari karyawan atas pekerjaan yang diberikan kepadanya demi mewujudkan visi misi perusahaan.

Indikator Kinerja

Terdapat lima indikator kinerja berdasarkan pendapat Bangun (2012) sebagai berikut.

a. Jumlah Pekerjaan

Jumlah pekerjaan menunjukkan jumlah yang dihasilkan individu atau kelompok sebagai persyaratan yang menjadi standar pekerjaan. Jumlah pekerjaan tertentu membutuhkan jumlah

Metode Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh antara variabel motivasi kerja dan kepuasan kerja terhadap kinerja. Peneliti memahami bahwa berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah yang ada sehingga

rancangan penelitian ini menggunakan pendekatan paradigma kuantitatif dengan korelasi kausal asosiatif serta analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda dengan alat bantu hitung analisis menggunakan aplikasi SPSS versi 25. Menurut Sugiyono (2010) penelitian kuantitatif analisis data menggunakan statistik. Statistik yang digunakan berupa statistik dekriptif yaitu statistik untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan data yang telah terkumpul. Penggunaan pendekatan korelasi kausal asosiatif digunakan seperti yang dikemukakan Siregar (2013) yaitu penelitian dengan tujuan mengetahui sebab akibat yang terjadi antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini berlokasi di CV Surya Gemilang Motor Rambipuji, Jalan Gajah Mada No. 49-51 Rambipuji, Jember, Jawa Timur 68152 (komplek pertokoan Gajah Mada Rambipuji) dengan estimasi waktu selama tiga bulan.

Skala pengukuran yang digunakan menggunakan skala *likert* yang dimodifikasi menjadi empat puluhan jawaban. Perkembangan terkini menurut Sujarweni (2016) skala *likert* banyak dimodifikasi menjadi 4 titik dengan tujuan menghilangkan pilihan jawaban netral. Azwar (dalam Viandhy, 2014) untuk menghilangkan jawaban tengah dengan alasan memiliki penafsiran ganda, jawaban netral tidak memberikan ketegasan pendapat responden ke arah setuju atau tidak setuju, dan responden memiliki kecenderungan memilih jawaban netral. Biasanya diartikan pula belum memutuskan jawaban atau ragu akan pilihannya.

Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Populasi tidak hanya sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, akan tetapi seluruh karakteristik sifat yang dimiliki oleh obyek maupun subjek tersebut. Populasi yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah karyawan divisi *marketing* CV Surya Gemilang Motor Rambipuji sejumlah 41 karyawan.

Sampel

Martono (2012) mengemukakan, sampel adalah divisi dari populasi yang mempunyai ciri – ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Sampel merupakan divisi yang sangat representatif atau mewakili dari populasi. Penelitian menggunakan metode *sampling* jenuh. Metoda *sampling* jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Menurut Notoatmojo (dalam Fadhil & Mayowan, 2018) sampel penelitian untuk jenis kuantitatif minimal 30, dan apabila populasi kurang atau sama dengan 100 maka disarankan diambil seluruhnya sebagai sampel penelitian. Sampel yang digunakan adalah semua karyawan yang ada pada divisi *marketing* atau penjualan yang berjumlah 41 karyawan.

Hasil dan Pembahasan

Karakteristik Responden

Penelitian ini memiliki 41 responden yang terbagi dalam 4 karakteristik. Berikut disajikan data karakteristik responden pada tabel 3.

Tabel 3. Karakteristik Responden

Karakteristik	Keterangan	Jumlah
Jenis kelamin	Laki – laki	77,5%
	Perempuan	22,5%
Usia	20-25 tahun	36,6%
	26-31 tahun	39,1%
	32-37 tahun	14,5%
	38-43 tahun	9,8%
Pendidikan terakhir	SMP	2,4%
	SMA/SMK	81%
	Diploma	9,5%
	S1	7,1%
Masa kerja	1-5 tahun	81%
	6-10 tahun	19%

Sumber : data diolah peneliti, 2020

Berdasarkan tabel tersebut responden didominasi oleh laki-laki. Rentang usia terbanyak berada pada rentang usia 20-25 tahun. Pendidikan terakhir terbanyak pada SMA/SMK serta masa kerja paling dominan ada pada jangka waktu 1-5 tahun.

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidak sahnya sebuah instrumen atau kuesioner mampu

mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Perhitungan validitas pada penelitian ini menggunakan *pearson correlation* yaitu dengan mengkorelasikan masing-masing pertanyaan dengan skor totalnya. Kriteria pengujiannya valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$. Diketahui nilai r tabek senilai 0,308.

a. Uji Validitas Variabel Motivasi Kerja (X1)

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Motivasi Kerja (X1)

No.	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	0,429	0,308	Valid
2.	0,552	0,308	Valid
3.	0,528	0,308	Valid
4.	0,384	0,308	Valid
5.	0,772	0,308	Valid
6.	0,726	0,308	Valid
7.	0,576	0,308	Valid
8.	0,484	0,308	Valid
9.	0,581	0,308	Valid
10.	0,639	0,308	Valid
11.	0,528	0,308	Valid
12.	0,344	0,308	Valid

Sumber : data diolah peneliti, 2020

b. Uji Validitas Variabel Kepuasan Kerja (X2)

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Kerja (X2)

No.	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	0,630	0,308	Valid
2.	0,527	0,308	Valid
3.	0,647	0,308	Valid
4.	0,723	0,308	Valid
5.	0,734	0,308	Valid
6.	0,374	0,308	Valid
7.	0,469	0,308	Valid
8.	0,626	0,308	Valid
9.	0,378	0,308	Valid
10.	0,580	0,308	Valid
11.	0,570	0,308	Valid
12.	0,619	0,308	Valid

Sumber : data diolah peneliti, 2020

c. Uji Validitas Validitas Kinerja (Y)

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Variabel Kinerja (Y)

No.	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	0,418	0,308	Valid
2.	0,580	0,308	Valid
3.	0,594	0,308	Valid
4.	0,572	0,308	Valid
5.	0,593	0,308	Valid
6.	0,586	0,308	Valid
7.	0,450	0,308	Valid
8.	0,522	0,308	Valid
9.	0,556	0,308	Valid
10.	0,546	0,308	Valid
11.	0,346	0,308	Valid
12.	0,391	0,308	Valid
13.	0,344	0,308	Valid
14.	0,468	0,308	Valid

Sumber : data diolah peneliti, 2020

Uji Reliabilitas

Menurut Supriyanti dan Machfudz (2010), uji reliabilitas menunjukkan bahwa suatu dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah

baik. Hal tersebut dapat diketahui dengan rumus *Cronbach Alpha*. Apabila variabel yang diteliti memiliki nilai *cronbach alpha* > 0,06.

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1.	Motivasi kerja (X ₁)	0,799	Reliabel
2.	Kepuasan kerja (X ₂)	0,816	Reliabel
3.	Kinerja (Y)	0,724	Reliabel

Sumber : data diolah peneliti,2020.

Analisis Linier Berganda

Tabel 8. Hasil Pengujian Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel Bebas	Coefficients B	t hitung	t tabel	Sig.
Constant	4,859	4,942	2,024	0,016
Motivasi kerja	0,613	6,376	2,024	0,000
Kepuasan kerja	0,469	4,422	2,024	0,000

Sumber : data diolah peneliti,2020

Berdasarkan tabel 8 diketahui nilai konstanta (a) sebesar 4,859 sedangkan nilai motivasi kerja (b₁) senilai 0,613 dan nilai kepuasan kerja (b₂) sebesar 0,469 sehingga diketahui

$$Y = 4,859 + 0,613X_1 + 0,469 X_2$$

Persamaan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut.

- a. Nilai Konstanta sebesar 4,859
Nilai konstanta bernilai positif sebesar 2,274 menunjukkan bahwa apabila tidak ada variabel motivasi kerja dan kepuasan kerja maka nilai kinerja sebesar 4,859.
- b. Nilai koefisien Motivasi Kerja (X₁) sebesar 0,613
Nilai koefisien motivasi kerja bernilai positif sebesar 0,613 yang berarti adanya penurunan 1% motivasi kerja maka akan menurun kinerja sebesar 0,613. Begitu pula sebaliknya, adanya kenaikan 1% pada motivasi kerja, maka akan terjadi kenaikan sebesar 0,613 pada kinerja.
- c. Nilai koefisien kepuasan kerja (X₂) sebesar 0,409
Nilai koefisien kepuasan kerja bernilai positif sebesar 0,409 yang berarti adanya penurunan 1% kepuasan kerja akan menurun

kinerja sebesar 0,409 atau 40,9%. Begitu pula sebaliknya, adanya kenaikan 1% pada kepuasan kerja, maka akan terjadi kenaikan sebesar 0,409 pada kinerja.

Pengujian Hipotesis

Uji t

Diketahui nilai t tabel pada penelitian ini senilai 2,024. Nilai pengujian untuk menguji pengaruh secara parsial (sendiri-sendiri) diperoleh hasil yang dapat dinyatakan sebagai berikut.

- a. Variabel motivasi kerja (X₁) memiliki nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu 6,376 > 2,024 dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari koefisien signifikansi yaitu 0,000 < 0,05. Maka dapat diketahui bahwa variabel motivasi kerja berpengaruh signifikan terhadap variabel kinerja secara parsial pada karyawan divisi *marketing* CV Surya Gemilang Motor Rambipuji. Hasil t_{hitung} yang positif berarti bahwa jika terdapat penurunan motivasi kerja maka akan terjadi penurunan pada kinerja karyawan.
- b. Variabel kepuasan kerja (X₂) memiliki nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu 4,422 > 2,024 dengan nilai

signifikansi yang lebih kecil dari koefisien signifikansi yaitu $0,000 < 0,05$. Maka dapat diketahui bahwa variabel kepuasan kerja berpengaruh signifikan terhadap variabel kinerja secara parsial pada karyawan divisi *marketing* CV Surya Gemilang Motor Rambipuji. Hasil t_{hitung} yang positif berarti bahwa jika terdapat penurunan

kepuasan kerja maka akan terjadi penurunan pada kinerja karyawan.

Uji F

Diketahui nilai F tabel pada penelitian ini senilai 4,09 dan disajikan hasil perhitungan nilai F hitung sebagai berikut.

Tabel 9. Nilai F Hitung

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	307,455	2	153,728	27,491	,000 ^b
Residual	212,496	38	5,592		
Total	519,951	a. 40			

Dependent Variable: KINERJA

Sumber : data diolah peneliti,2020

Berdasarkan hasil pengujian regresi linier berganda (untuk menguji pengaruh secara simultan) dan ditemukannya nilai F_{tabel} dapat diketahui bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu 27,491 lebih besar dari 4,09 serta nilai signifikansi F lebih kecil dari koefisien signifikansi yaitu $0,000 < 0,05$. Hasil tersebut dapat diketahui bahwa variabel bebas yang terdiri dari motivasi kerja dan kepuasan kerja secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikatnya atau kinerja karyawan divisi *marketing* CV Surya Gemilang Motor Rambipuji.

Pembahasan

Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Secara Parsial Kayawan Divisi *Marketing* CV Surya Gemilang Motor Rambipuji

Berdasarkan hasil pengujian regresi linier secara parsial, motivasi kerja berpengaruh positif terhadap kinerja, bisa dibuktikan melalui nilai koefisien regresi sebesar 0,613 atau 61,3% dengan arah positif, hal ini

menunjukkan bahwa semakin rendah tingkat motivasi kerja yang dirasakan karyawan maka semakin rendah pula kinerja karyawan. Sebaliknya, apabila semakin tinggi tingkat motivasi kerja karyawan maka semakin tinggi kinerja karyawan. Pengujian menunjukkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai 6,376 lebih besar dari 2,024 serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka dapat dikatakan H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya ada pengaruh secara signifikan antara variabel motivasi kerja (X_1) terhadap kinerja (Y) karyawan divisi *marketing* CV Surya Gemilang Motor Rambipuji. Kinerja atau prestasi seseorang tergantung pada motivasi orang tersebut terhadap pekerjaan yang dilakukan. Perusahaan memberikan motivasi kerja yang baik kepada karyawan, maka karyawan tersebut akan memiliki keinginan melakukan yang sejalan dengan harapan perusahaan, hal tersebut karena tugas motivasi kerja sendiri adalah daya pendorong bagi karyawan untuk mengerahkan kemampuan, keahlian, tenaga, dan waktu dalam melakukan

tugas yang telah diberikan kepada karyawan tersebut, sehingga perhatian organisasi untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan karyawan yang menjadi motivasi bekerja bagi para karyawan sangatlah penting.

Pengaruh Kepuasan Kerja Secara Parsial Terhadap Kinerja Karyawan Divisi Marketing CV Surya Gemilang Motor Rambipuji

Berdasarkan hasil pengujian regresi linier secara parsial, kepuasan kerja berpengaruh positif terhadap kinerja, bisa dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,469 atau 46,9% dengan arah positif, hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan kerja yang dirasakan karyawan maka semakin tinggi pula kinerja karyawan. Sebaliknya, apabila semakin rendah perasaan kepuasan kerja karyawan maka semakin menurun pula kinerja karyawan. Pengujian menunjukkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai 4,422 lebih besar dari 2,024 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka dapat dikatakan H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya ada pengaruh secara signifikan antara variabel kepuasan kerja (X_1) terhadap kinerja (Y) karyawan divisi *marketing* CV Surya Gemilang Motor Rambipuji.

Pada dasarnya kepuasan kerja merupakan aspek psikologis akan sikap, perasaan, respon emosional, yang dimiliki pekerja baik itu positif (menyenangkan) ataupun negatif (tidak menyenangkan) terhadap pekerjaannya dan dipengaruhi oleh faktor dari dalam dan luar dirinya, sehingga seseorang yang tinggi kepuasan kerjanya akan berusaha semaksimal mungkin untuk perusahaannya, karyawan akan menunjukkan sikap positifnya dengan melaksanakan pekerjaan yang sudah menjadi tanggung jawabnya, penuh semangat, aktif serta bersungguh-

sebenarnya. Perasaan kepuasan kerja yang dirasakan karyawan yang bekerja tidak merasakan kenyamanan dan kurang dihargai, akan cenderung tidak bisa mengembangkan segala potensi yang dimiliki, maka secara otomatis karyawan tidak dapat fokus dan berkonsentrasi penuh terhadap pekerjaannya.

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan tentang pengaruh motivasi kerja dan kepuasan kerja terhadap kinerja pada karyawan divisi *marketing* CV Surya Gemilang Motor Rambipuji maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

- Motivasi kerja berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kinerja karyawan divisi *marketing* CV Surya Gemilang Motor Rambipuji. Hasil ini menunjukkan semakin rendah tingkat motivasi kerja yang dirasakan oleh karyawan, maka semakin rendah pula kinerja karyawan divisi *marketing* CV Surya Gemilang Motor Rambipuji.
- Kepuasan kerja berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kinerja karyawan divisi *marketing* CV Surya Gemilang Motor Rambipuji. Hasil ini menunjukkan semakin rendah tingkat kepuasan kerja yang dirasakan oleh karyawan, maka semakin rendah pula kinerja karyawan divisi *marketing* CV Surya Gemilang Motor Rambipuji.
- Motivasi kerja dan kepuasan kerja berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kinerja karyawan divisi *marketing* CV Surya Gemilang Motor Rambipuji.

Hasil ini menunjukkan semakin rendah rasa motivasi kerja dan perasaan puas yang dirasakan oleh karyawan, maka semakin rendah pula kinerja karyawan divisi marketing CV Surya Gemilang Motor Rambipuji.

Saran

Saran yang dapat disampaikan sebagai berikut.

- a. CV Surya Gemilang Motor Rambipuji perlu memberikan bentuk lain yang lebih meningkatkan motivasi kerja karyawan seperti pemberian tunjangan hari raya, adanya asuransi tenaga kerja, dan sistem pemberian *reward* yang memotivasi kerja karyawan, insentif pada kelompok yang mampu mencapai target bulanan kelompok.
- b. CV Surya Gemilang Motor Rambipuji perlu memberikan promosi jabatan secara berkala dan memperbaiki hubungan antar tim atau rekan kerja untuk mengelola dan meningkatkan kepuasan kerja karyawan.
- c. Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya meneliti variabel – variabel bebas lainnya dengan memperluas sampel untuk mengetahui indikator-indikator mana saja yang lebih mempengaruhi kinerja karyawan demi menyempurnakan hasil penelitian.

Daftar Pustaka

Afifah T. & M. A. Musadieg. 2017. *Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Motivasi Kerja dan Dampaknya Terhadap Kinerja*. Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya Malang. Vol. 47 No.1

Badriyah, M. 2015. *Manajemen Sumber Daya Manusia, Cetakan 1*. Bandung: CV Pustaka. Bangun, Wilson. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Erlangga.

Fadhil, A. & Yunaidi M. 2018. *Pengaruh Motivasi Kerja dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan AJB Bumiputera*. Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya. Vol.54 No.1

Hasibuan, Malayu. 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Hasibuan, Malayu. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Mahardika, Rangga. 2013. *Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Survei Karyawan Pada PT. Axa Financial Indonesia Sales Office Malang*. Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya. Vol. 25 No. 2

Martono, Nanang. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif : Analisis Isi dan dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Pamela, A.O. & Oloko. 2015. *Pengaruh Motivasi Kerja pada Kinerja Karyawan Bank Komersial di Kenya: Studi Kasus pada Bank Komersial di Kota Migori*. Jurnal Ilmu Manajemen Sumber Daya Manusia. Vol. 5 No.2

Siagian, Sondang. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara

Siregar, Syotian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif (Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS)*. Jakarta: Preanamedia Group.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.



Strategi Bauran Pemasaran pada Toko Roti Maulana Genteng Banyuwangi

Siva Atul Savira¹, Didik Eko Julianto², Ika Sisbintari³
sivaatulsavira@gmail.com

Abstract

This study aims to determine, analyze and describe the marketing mix strategy at the Maulana Genteng Bakery. The marketing mix strategy implemented by the Maulana Genteng Bakery includes product, price, place and promotion. Maulana Bakery focuses its marketing activities on products, pricing, distribution and promotion methods. This study aims to determine the marketing mix strategy run by Maulana Bakery using a qualitative descriptive analysis method, namely by collecting data directly from the company by conducting observations and interviews according to the object of research. The results of this study indicate that the marketing mix strategy has an important role in marketing its products. Where the four marketing mixes support and complement each other, and have their respective roles. The owner of the Maulana Bakery must correctly implement the marketing mix strategy that is applied.

Keywords: Marketing mix, Toko Roti Maulana

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menganalisis dan mendeskripsikan strategi bauran pemasaran pada Toko Roti Maulana Genteng. Strategi bauran pemasaran yang diterapkan oleh Toko Roti Maulana Genteng meliputi *Product, price, place* dan *promotion*. Toko Roti Maulana memfokuskan kegiatannya pada produk, penetapan harga, distribusi dan cara promosi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi bauran pemasaran yang dijalankan oleh Toko Roti Maulana menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif, yaitu dengan mengumpulkan data langsung dari perusahaan dengan melakukan observasi dan wawancara sesuai objek penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi bauran pemasaran memiliki peran penting di dalam memasarkan produknya. Dimana keempat bauran pemasaran saling mendukung dan melengkapi, serta memiliki peran masing-masing. Pemilik Toko Roti Maulana harus dengan benar menerapkan strategi bauran pemasaran yang diterapkan.

Kata Kunci: strategi bauran pemasaran, Toko Roti Maulana

^{1,2,3} Universitas Jember

Pendahuluan

Perkembangan bisnis saat ini sangatlah pesat, membuat persaingan semakin ketat yang mengharuskan perusahaan untuk selalu dinamis dalam mengikuti dan memenuhi keinginan pasar. Hal ini dilakukan agar perusahaan dapat memertahankan eksistensi di dunia bisnis, guna dapat mempertahankan eksistensinya perusahaan harus menciptakan strategi pemasaran dalam menghadapi kompetitor. Strategi merupakan sebuah pengembangan konsep mengenai strategi perusahaan yang disusun untuk mencapai target pasar. Setiap perusahaan mempunyai konsep strategi yang berbeda dari perusahaan lain. Salah satu strategi adalah strategi bauran pemasaran *marketing mix* 4p yang meliputi *product*, *price*, *place* dan *promotion*.

Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan jasa baik kepada para konsumen saat ini maupun konsumen potensial. (Abdullah dan Tantri 2012:2)

Toko Roti Maulana menjual 7 macam produk roti dengan harga yang ditawarkan mulai dari Rp 3.000-Rp 10.000. Proses pendistribusian produk roti dapat dilakukan dengan cara datang langsung ke toko, strategi promosi yang dilakukan oleh Toko roti Maulana meliputi *word of mouth*, *personal selling*, dan *direct marketing*. Toko Roti Maulana memudahkan bagi pembeli untuk melakukan pemesanan dengan memperhatikan dan mengutamakan kepuasan pembeli. Toko Roti Maulana memilih bahan baku yang berkualitas baik agar produk

roti yang dihasilkan dapat tetap terjaga dan selalu *fresh*.

Tinjauan Pustaka

Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses analisis perencanaan, implementasi, koordinasi dan pengendalian program pemasaran yang meliputi kebijakan produk, harga, promosi dan distribusi dari produk, jasa dan ide yang ditawarkan untuk menciptakan dan meningkatkan pertukaran manfaat dengan pasar sasaran dalam upaya pencapaian tujuan.(Boyd et al., 2019). Menurut Irum (2016:591) menyatakan bahwa pemasaran adalah sebagai kegiatan yang dilakukan oleh beberapa pihak atau kesimpulan orang (organisasi) yang diorkodindir dengan baik yang disebut dengan produsen yang bertujuan menyalurkan barang maupun jasa kepada konsumen secara tepat sasaran serta dapat memuaskan konsumen dan juga menguntungkan pihak-pihak dari produsen tersebut.

Strategi

Strategi merupakan kekuatan motivasi untuk manajer, karyawan, konsumen, komunitas, pemerintah dan sebagainya yang secara langsung maupun tidak langsung menerima keuntungan atau biaya yang ditimbulkan oleh semua tindakan yang dilakukan oleh perusahaan (Andreas dalam Rangkuti;2016) Menurut Hitt (2011) strategi merupakan sebuah rangkaian yang terpadu dan terkoordinasi dari komitmen dan tindakan yang dirancang untuk mengeksplotasi kompetensi utama dan meraih keunggulan kompetitif. Rangkuti (2015:183) berpendapat bahwa strategi adalah perencanaan induk yang komprehensif yang

menjelaskan bagaimana perusahaan akan mencapai semua tujuan yang telah ditetapkan berdasarkan misi yang telah ditetapkan sebelumnya.

Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran adalah salah satu unsur dalam strategi pemasaran terpadu adalah strategi bauran pemasaran yang merupakan strategi yang dijalankan perusahaan, yang berkaitan dengan penentuan bagaimana perusahaan menyajikan penawaran produk pada segmen pasar tertentu, yang merupakan sasaran pasarnya Assauri (2011:198). Menurut Shintha (2011:24) *marketing mix* atau disebut juga bauran pemasaran adalah perangkat alat pemasaran tektis yang dapat dikendalikan, yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan pasar sasaran. *Marketing mix* adalah semua faktor yang dapat dikuasai oleh seseorang manajer pemasaran dalam rangka mempengaruhi permintaan konsumen terhadap barang dan jasa. Faktor-faktor yang mempengaruhi yaitu: *product, place, price, promotion* (4p).

Produk

Definisi produk menurut Tjiptono (2015:231) adalah sebagai pemahaman subjektif produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Menurut Kotler dan Keller (2018) Produk dapat diartikan sebagai kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasaran. Berdasarkan definisi di atas produk ialah salah satu elemen penting bauran pemasaran yang harus dimiliki oleh perusahaan untuk

diperjualbelikan kepada para konsumen, sehingga konsumen dapat memenuhi keinginan dan kebutuhannya sehari-hari.

Harga

Setiap perusahaan agar bisa sukses dalam memasarkan produk atau jasa harus bisa menetapkan harganya secara tepat. Menurut Chandra dalam Tjiptono (2014:194) menyatakan sebagai salah satu elemen bauran pemasaran, harga membutuhkan pertimbangan cermat, sehubungan dengan sejumlah dimensi strategi harga berikut ini:

1. Harga merupakan pernyataan nilai dari suatu produk (*a statement of value*).
2. Harga merupakan aspek yang tampak jelas (*visible*) bagi para pembeli.
3. Harga adalah determinan utama permintaan.
4. Harga berkaitan langsung dengan pendapatan dan laba.
5. Harga bersifat fleksibel, artinya bisa disesuaikan dengan cepat.

Tempat

Definisi dari Sumarni dan Soeprihanto (2010:288) tentang saluran distribusi, adalah yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan produk tersebut dari produsen sampai ke konsumen atau industri pemakai. Saluran distribusi, dalam usaha meningkatkan penjualan, perusahaan menjalankan berbagai kegiatan diantaranya: memperluas daerah pemasaran, meningkatkan kualitas produk, meningkatkan pelayanan atau servis yang diberikan dll. Penempatan atau distribusi merupakan bagian yang sangat penting, perusahaan harus memposisikan dan mendistribusikan produk di tempat yang mudah diakses

oleh pembeli potensial. Hal tersebut datang dengan pemahaman yang mendalam tentang harga pasar perusahaan. (Musfar, 2020).

Promosi

Promosi adalah salah satu komponen prioritas kegiatan pemasaran yang memberitahukan kepada konsumen bahwa perusahaan meluncurkan produk baru yang menggoda konsumen untuk melakukan kegiatan pembelian. Perusahaan memberitahukan bahwa perusahaan meluncurkan produk baru untuk pasar agar pasar mengetahui Hermawan (2012:38). Daryanto (2011:94) promosi adalah kegiatan terakhir dari *marketing mix* sangat penting karena kebanyakan pasar lebih banyak bersifat pasar pembeli dimana keputusan terakhir terjadinya transaksi jual beli sangat dipengaruhi oleh konsumen.

Metode Penelitian

Berdasarkan pada penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif yaitu suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku yang dapat diamati dari orang-orang itu sendiri. Penelitian kualitatif adalah riset yang bersifat deskriptif. Penonjolan proses penelitian dan pemanfaatan landasan teori dilakukan agar fokus penelitian sesuai dengan fakta dilapangan, selain itu landasan teori juga bermanfaat untuk memberikan gambaran umum tentang latar belakang penelitian dan sebagai bahan pembahasan hasil penelitian Rukin (2019). Denzin dan Lincoln (2017:5) menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar ilmiah, dengan maksud menafsirkan

fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada.

Penelitian dilaksanakan di Toko Roti Maulana Genteng yang berlokasi di Jl. Kh Imam Bahri rt 02, rw 02 kecamatan Genteng kabupaten Banyuwangi. Penelitian dilaksanakan selama 2 bulan dari bulan September sampai oktober 2020 yang meliputi tahapan penelitian dari awal data hingga menganalisis data langsung ke perusahaan.

Fokus Penelitian

Sugiyono (2012: 2017) mengemukakan bahwa salah satu asumsi tentang gejala dalam penelitian kualitatif adalah bahwa gejala dari suatu objek itu bersifat holistik (menyeluruh, tidak dapat dipisah-pisahkan), sehingga peneliti kualitatif tidak akan menetapkan penelitiannya hanya berdasarkan variabel penelitian, tetapi keseluruhan situasi sosial yang diteliti meliputi aspek tempat, pelaku, dan aktivitas. Yang berinteraksi secara sinergis.

Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua sumber data yaitu sebagai berikut:

1) Data primer

Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono :2016: 225) sumber data primer didapatkan melalui kegiatan wawancara dengan subjek penelitian dan dengan observasi atau pengamatan langsung di lapangan.

2) Data sekunder

Sugiyono (2016:225) mengatakan bahwa data sekunder merupakan

sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen. Sumber data sekunder digunakan untuk mendukung informasi yang didapatkan dari sumber data primer. Yaitu dari bahan pustaka, literature, penelitian terdahulu, buku dan lain sebagainya. Data primer bisa diperoleh dan dikumpulkan melalui hasil wawancara langsung dengan pihak informan dalam perencanaan strategi bauran pemasaran serta pencatatan di lapangan.

Tahap Perolehan Data

Menurut Sugiyono (2016, hlm.308) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan penelitian adalah mengumpulkan data tanpa teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Pada penelitian ini seorang peneliti menggunakan teknik penelitian sebagai berikut:

a. Observasi

Menurut Widoyoko (2014:46), observasi merupakan “pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang nampak dalam suatu gejala pada objek penelitian”. Observasi merupakan metode pengumpulan data yang ditinjau langsung di lokasi penelitian.

b. Wawancara

Menurut Moleong, wawancara adalah percakapan dengan tujuan tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara (yang mengajukan pertanyaan) dan diwawancarai (yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu).

Wawancara juga merupakan kegiatan untuk mendapatkan sebuah informasi melalui Tanya jawab antara narasumber dan pewawancara.

c. Dokumentasi

Dokumentasi menurut Sugiyono (2015:329) adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan, gambar dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data kemudian di telaah. Dokumentasi adalah proses pengumpulan dokumen yang kemudian diolah secara sistematis dan disebar luaskan kepada seseorang yang membutuhkan informasi.

Tahap Pemeriksaan Keabsahan Data

Menurut Patton (dalam Moleong: 2012:330) triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif.

Triangulasi ini memiliki banyak varian, diantaranya:

a. Triangulasi sumber data, yang dilakukan dengan cara mencari data dari banyak sumber informan yaitu orang yang terlibat langsung dengan objek kajian. Seperti pemilik toko dan karyawan Toko Roti Maulana.

b. Triangulasi metode, pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan bermacam – macam metode pengumpulan

- data (observasi, wawancara dan dokumentasi).
- c. Triangulasi teori, dilakukan dengan cara mengkaji berbagai teori relevan. Hasil akhir penelitian kualitatif berupa sebuah rumusan informasi atau *thesis statement*. Informasi tersebut selanjutnya dibandingkan dengan perspektif teori yang relevan untuk menghindari bias individu peneliti atas temuan atau kesimpulan yang dihasilkan.

Tahap Analisis Data

Menurut Sugiyono (2015:224) analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi,

dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

a) Analisis Domain

Analisis domain merupakan proses memperoleh gambaran umum dan menyeluruh tentang objek penelitian atau situasi sosial. Situasi social merujuk pada perilaku aktivitas yang dilakukan orang dilokasi tertentu. Analisis domain pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel:

Tabel 3.1 Analisis Domain

Domain	Hubungan Sematis	Pertanyaan Struktural
(a)	(b)	(c)
Strategi bauran pemasaran pada toko roti Maulana Genteng	Gambaran umum meliputi sejarah, visi dan misi pada unit bisnis. Gambaran mengenai strategi bauran pemasaran yang diterapkan oleh toko roti Maulana Genteng.	Bagaimana sejarah, visi, dan misi toko roti Maulana? Bagaimana bauran pemasaran yang meliputi produk, <i>price</i> , <i>place</i> , dan <i>promotion</i> pada toko roti maulana Genteng

Sumber: Data diolah peneliti 2020

- b) Analisis Taksonomi
Analisis terhadap keseluruhan data yang terkumpul berdasarkan domain yang telah ditetapkan. Jadi domain yang telah ditetapkan dapat diurai secara lebih rinci dan mendalam melalui analisi taksonomi. Analisis taksonomi diuraikan pada tabel:

Tabel 3.2 Analisis Taksonomi

Bidang	Bentuk	Deskripsi
(a)	(b)	(c)
Strategi bauran pemasaran pada toko roti Maulana Genteng	Bauran pemasaran Produk Harga Distribusi Promosi	Produk, merek dan kemasan pada setiap produk yang ditawarkan Penawaran produk dengan harga sesuai dengan segmentasi Unit bisa menggunakan toko fisik dan reseller dalam pendistribusian produk 1. <i>Personal selling</i> 2. <i>Direct marketing</i> 3. <i>Word of month marketing</i>

Sumber: data diolah peneliti 2020

Hasil dan Pembahasan

Toko Roti Maulana adalah salah satu UMKM yang bergerak di bidang usaha makanan ringan yang melayani pemesanan roti dengan banyak pilihan bentuk roti dan varian rasa. Terdapat 7 macam pilihan roti pada toko roti Maulana diantaranya adalah roti bulat kecil, roti kacang, roti keju, roti pizza, roti pisang coklat, roti sobek manis dengan varian 4 rasa, dan roti sobek manis dengan varian 5 rasa. Pernyataan tersebut selaras dengan teori Tjiptono (2015)...“ sebagai pemahaman subjektif produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen.” Awal didirikannya toko roti maulana oleh ibu Elok Miftahul Jannah pada tahun 2013. Setelah ibu Elok lancar memproduksi roti dan semakin berkembang, ibu Elok memutuskan untuk mengembangkan usaha roti ini dengan bantuan suami ibu Elok. Namun pada waktu itu belum membuka toko dikarenakan hanya dititipkan ke warung klontong dan sales saja. Tidak berlangsung lama sekitar awal tahun 2014 ibu Elok mulai membuka toko di rumah

industri yang berlokasi di desa Genteng kulon, Jl Imam Bahri Maron, rt.02 rw.02, kecamatan Genteng, Kabupaten Banyuwangi. Toko yang sudah ada dan menetapkan harga yang sesuai dengan produk yang dihasilkan”. Penelitian ini juga mendukung teori Kotler dan Amstrong (2012) yang menuliskan bahwa penetapan harga, seperti halnya keputusan bauran pemasaran lainnya harus berorientasi pada pembeli yang efektif mencakup memahami berapa besar nilai yang ditempatkan. Konsumen atas manfaat yang mereka terima dari produk tersebut dan menetapkan harga yang sesuai dengan nilai ini.

Toko Roti Maulana memiliki rumah produksi yang sangat mudah untuk dijangkau oleh para konsumen. Pemesanan juga dapat diambil dirumah produksi. Toko roti Maulana telah memiliki banyak pelanggan dari berbagai macam organisasi sehingga dapat membantu perkembangan usaha toko roti Maulana tersebut. Pernyataan tersebut selaras dengan teori Sumarni dan Soeprihanto (2010)... yang mengatakan bahwa “penempatan atau distribusi merupakan bagian yang sangat penting. Perusahaan harus memposisikan dan mendistribusikan

produk di tempat yang mudah diakses oleh pembeli potensial”.

Toko Roti Maulana menerapkan strategi promosi untuk dapat mengenalkan produknya kepada calon konsumen dan pelanggan, strategi promosi tersebut meliputi *word of mouth*, *personal selling*, dan *direct marketing*. Promosi *word of mouth* telah diterapkan oleh toko roti Maulana sejak tahun 2013, untuk dapat menarik calon konsumen dengan mengutamakan kualitas produk dan melakukan pelayanan yang terbaik agar pembeli bisa merasakan kepuasan setelah membeli produknya. Toko roti Maulana juga menerapkan strategi *personal selling* di dalam melakukan pelayanan yang diberikan, terdapat dua tahap yaitu sebelum pembelian dan setelah pembelian. Tahapan tersebut menjadi salah satu faktor yang diperhatikan oleh toko roti Maulana untuk meningkatkan kepuasan pembeli. *Direct marketing* juga diterapkan oleh *owner* dengan melakukan komunikasi langsung dengan pelanggan. Pernyataan tersebut selaras dengan teori Kotler dan Armstrong (2014)... yang mengatakan bahwa “ bauran promosi adalah perpaduan spesifik iklan, promosi penjualan hubungan masyarakat, penjualan personal, dan sarana pemasaran langsung yang digunakan perusahaan untuk mengkomunikasikan nilai pelanggan secara persuasif dan membangun hubungan pelanggan, gabungan dari alat-alat promosi yang dirancang untuk mencapai tujuan serta memberikan informasi yang mengarahkan konsumen untuk terbujuk melakukan pembelian.

Toko Roti Maulana hanya menerima pemesanan 500 produk roti perhari untuk menjaga kualitas dan ketepatan untuk pengiriman produk roti. Jika pemesanan sudah terpenuhi

maka *owner* akan menutup slot pemesanan pada hari tersebut. Jika terdapat pembeli atau pelanggan melakukan komplain karena merasa tidak puas dengan produk dan pelayanan toko roti Maulana maka hari itu juga *owner* akan langsung menemui untuk menangani komplain tersebut, dan saling berkomunikasi supaya dapat menyelesaikan keluhan tersebut dengan baik agar pembeli tetap merasa puas tanpa ada lagi rasa kecewa.

Kesimpulan

Toko roti Maulana menjalankan bauran pemasaran yaitu dengan menggunakan strategi produk, harga, saluran distribusi dan promosi. Empat strategi ini dapat memberikan perkembangan pada usaha toko roti Maulana Genteng Banyuwangi. Toko roti Maulana telah melakukan inovasi dengan memberikan berbagai variasi bentuk roti dan varian rasa, agar pelanggan tidak akan merasa bosan dengan menu roti yang disediakan oleh toko roti Maulana.

Pada unsur *price*, toko roti Maulana menentukan harga produk roti disesuaikan dengan harga pasar. Maka pelanggan akan dapat memesan produk roti dengan harga yang bisa dapat disesuaikan dengan *budget* yang dimiliki oleh pelanggan.

Pada unsur *place*, toko roti Maulana menentukan lokasi usaha toko roti akan berjalan efektif apabila menjadi satu dengan rumah produksi. Pelanggan dapat menemukan lokasi dengan mudah dikarenakan toko roti Maulana terletak pada pinggir jalan raya jadi calon konsumen dan pelanggan akan mudah selalu untuk menjangkaunya.

Pada unsur *promotion*, toko roti Maulana hanya menggunakan *word of*

mouth saja walaupun dengan begitu, toko roti Maulana mampu bersaing dengan pesaing lain yang menggunakan media sosial.

Saran

1. Diharapkan toko roti maulana akan selalu dapat menjaga kualitas produk roti dan memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggan. Dikarenakan banyak pesaing baru yang bermunculan akan berpengaruh pada loyalitas pelanggan, maka dari itu toko roti maulana harus memberikan pelayanan dan penerapan produk yang harus diperhatikan.
2. Toko roti maulana bisa menambah strategi promosi melalui media sosial agar lebih dikenal oleh calon konsumen dan dapat meningkatkan hasil pendapatan.

Daftar Pustaka

- M. Anang Firmansyah, S.E., M. M. 2018. *Perilaku konsumen (sikap dan pemasaran)*. Yogyakarta: CV BUDI UTAMA.
- Joseph P. Cannon, William D. Perreault, Jr., E. dan Jerome Mc Carthy. 2009. *Pemasaran dasar, edisi 16 pendekatan manajerial global buku 2* Jakarta: Salemba Empat.
- Radna Andi Wibowo. 2019. *Manajemen pemasaran edisi 1*. Semarang universitas: *Self Publisher*.
- Rukin, S. Pd., M. Si. 2019. *Metodologi penelitian kualitatif*. Sulawesi Selatan: Yayasan Ahmar Cendeka Indonesia.
- Mamik. 2015. *Metodologi kualitatif*. Sidoarjo: 21 fatama *publisher*.
- Tengku Firli Musfar, S.E., M. M. 2020. *Buku ajar manajemen pemasaran (bauran pemasaran sebagai materi pokok dalam manajemen pemasaran)*: Bandung: Media Sains Indonesia.
- Sherly, Fitria Halim, Marisi Butar, Arfandi Sn Sisca, dkk. 2020. *Pemasaran internasional*: Yayasan kita menulis.
- Helaluddin, Hengki Wijaya. 2019. *Analisis data kualitatif (sebuah tinjauan teori & praktik)*: Randy F. Rouw, Helaluddin.
- Moleong, L. J. 2016. *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Umarti dan Hengki Wijaya. 2020. *Analisis data kualitatif (teori konsep dalam penelitian pendidikan)*. Sulawesi Selatan: Sekolah tinggi theologia jafray.
- Freddy Rangkuti. 2002. *Creating effective marketing plan (teknik membuat rencana pemasaran berdasarkan customer values & analisis kasus)*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Ronal Watrianthos, Eko Sutrisno, Abdurrozzaq Hasibun, dkk. 2020. *Kewirausahaan dan Strategi bisnis*. Medan: Yayasan kita menulis.
- Mochamad Ammar Faruq dan Indrinnawati Usman. 2014. *Penyusunan strategi bisnis dan strategi operasi usaha kecil dan menengah pada perusahaan konveksi scissorr di Surabaya*. Jurnal Manajemen teori dan terapan. Vol.7 No.3. Desember 2014.
- Kurnia, Marhawati, Mustari, dkk. 2020. Strategi bauran pemasaran usaha roti maros salenrang di kabupaten Maros, provinsi Sulawesi Selatan. Jurnal ekonomi, sosial & humaniora. Vol.2 No2. September 2020.
- Ronal Watrianthos, Eko Sutrisno, Abdurrozzaq Hasibuan, dkk. 2020 *kewirausahaan dan strategi bisnis*. Medan: Yayasan kita menulis.
- Tatik Handayani dan Muhammad Anwar Fathoni. 2019. *Buku ajar manajer pemasaran islam*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Mukhtar, Hapzi Ali, Mardalena. 2016. *Efektivitas pimpinan kepemimpinan transformative dan komitmen organisasi*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Mardia, Moses Lorensius Parlinggoman Hutabaraf, Mariana Simanjuntak, dkk.2021. *Strategi Pemasaran*: Yayasan menulis.
- Renald Kasali, 2007. *Membidik pasar Indonesia (segmentasi, targeting, dan positioning)*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Freday Rangkuti, 2005. *Business Plan teknik membuat perencanaan bisnis dan analisis kasus*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Nur Amalia Hasanah, SE,M.AK, Dr. Saparuddin Muhtar, M.S.i, Indah Muliastari, SE,M.AK, 2020. *Mudah memahami usaha mikro kecil dan menengah (UMKM)*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Dilla Sefa Lady, Dwi Haryono, Suriaty Situmorang, 2019. Analisis bauran pemasaran (*marketing mix*) dan strategi pengembangan (studi kasus pada agroindustri kopi bubuk cap intan di kota Bandar Lampung), 7(1). 52-59.
- Arie Putra Benyamin, 2019. Strategi bauran pemasaran (*marketing mix strategy*) di pasarkita pamulang. Jurnal pemasaran kompetitif, 2(3). 1-9.
- Melati, S.E., M.Si, 2020. Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Fidya Arie Pratama, S.pd, 2016. *Management finance & marketing*. Yogyakarta : k-media.
- Dr.Drs.Ismail Nurdin, M.Si dan Dra.Sri Hartati, M.Si, 2019. *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendeka.

Ir. Agustina Shinta, M.p., 2011.
Manajemen Pemasaran. Malang:
Universitas Brawijaya.

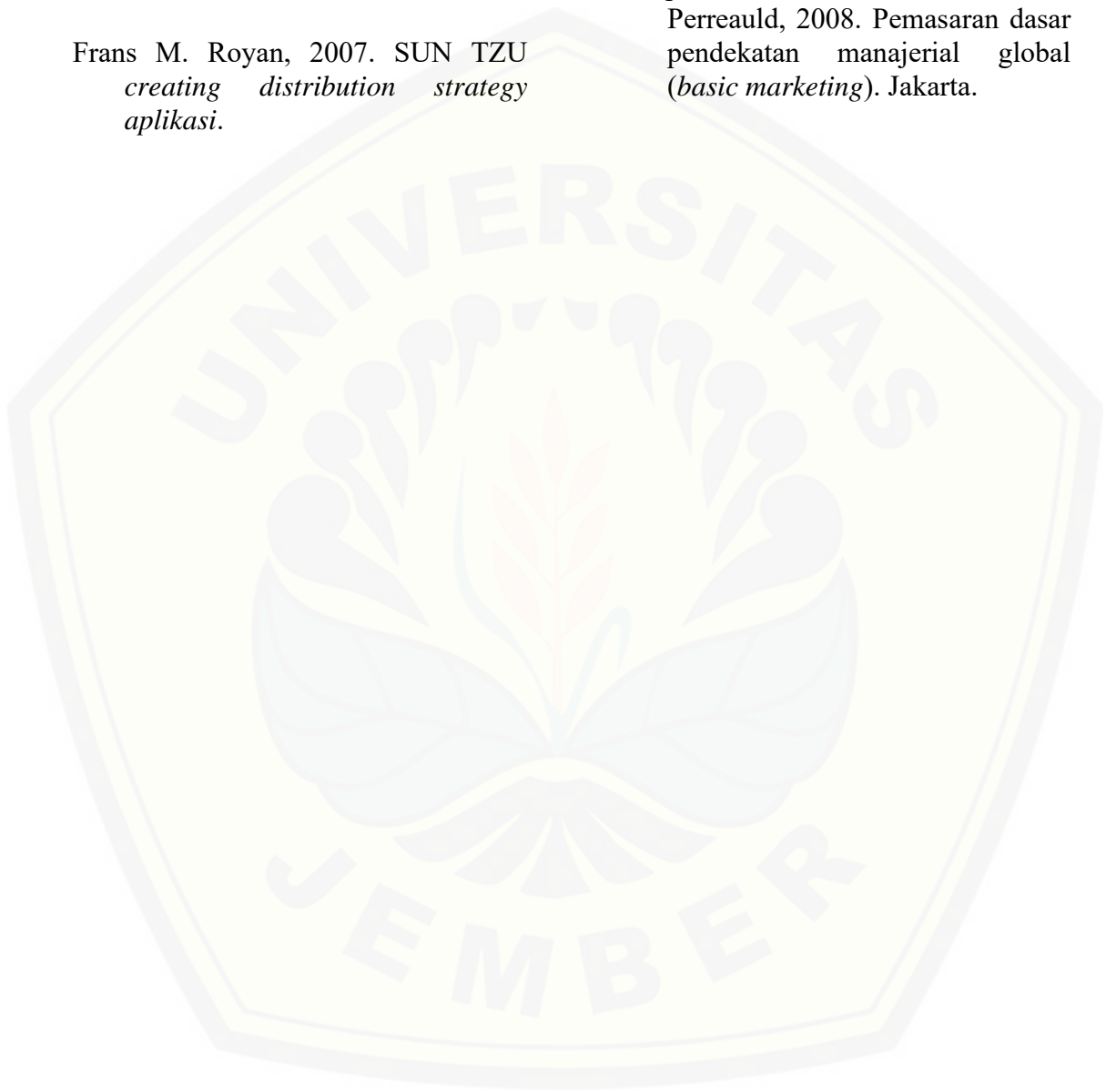
Alexander Wirapraja, Adriana
Sudarso, Mardia, dkk. 2021
Pemasaran Perusahaan. Yayasan
Kita Menulis.

Frans M. Royan, 2007. SUN TZU
*creating distribution strategy
aplikasi*.

Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Andy Wijaya et al, 2021. Ilmu
Manajemen Pemasaran Analisis
dan Strategi. Yayasan Kita
Menulis.

Joseph P. Cannon, William D.
Perreauld, 2008. Pemasaran dasar
pendekatan manajerial global
(*basic marketing*). Jakarta.





Pengaruh *Self-efficacy* dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Divisi Kurir Pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Utama JemberNofal Trijulianto Kurniawan¹, Sri Wahjuni², Suhartono³nofaljulikurniawan@gmail.com**Abstract**

This study aims to determine and analyze: (1) The Effect of Self-efficacy on Performance; (2) Effect of Organizational Commitment on Performance; (3) Simultaneous Effect of Self-efficacy and Organizational Commitment on Performance. This type of research is an associative research with a quantitative approach using multiple linear regression analysis, where this research was conducted at PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Main Branch of Jember. The independent variables in this study are Self-efficacy (X1) and Organizational Commitment (X2), while the dependent variable is Performance (Y). All existing research variables are measured using a Likert scale that has been modified into 4 options. The sample used in the study amounted to 50 respondents namely employees of the courier division at PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Main Branch of Jember. The type of data in this study are primary and secondary data. Testing instruments using the validity and reliability test. Based on the results of this study it can be concluded that self-efficacy and organizational commitment have a significant positive effect on the performance of the courier division employees at PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Main Branch of Jember, both partially and simultaneously.

Keywords: *Self-efficacy, Organizational Commitment, Performance*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis : (1) Pengaruh *Self-efficacy* Terhadap Kinerja; (2) Pengaruh Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja; (3) Pengaruh *Self-efficacy* dan Komitmen Organisasi secara simultan Terhadap Kinerja. Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif menggunakan analisis regresi linier berganda, dimana penelitian ini dilakukan di PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Utama Jember. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *Self-efficacy* (X1) dan Komitmen Organisasi (X2), sedangkan Variabel terikat adalah Kinerja (Y). Seluruh variabel penelitian yang ada diukur dengan menggunakan skala Likert yang telah dimodifikasi menjadi 4 pilihan. Sampel yang digunakan dalam penelitian berjumlah 50 responden yaitu karyawan divisi kurir pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Utama Jember. Jenis data pada penelitian ini yaitu data primer dan sekunder. Pengujian instrumen dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa *self-efficacy* dan komitmen organisasi berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja karyawan divisi kurir pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Utama Jember baik secara parsial maupun simultan.

Kata Kunci : *Self-efficacy, Komitmen Organisasi, Kinerja*

^{1,2,3} Universitas Jember

Pendahuluan

Perkembangan teknologi dan informasi pada masa sekarang ini menuntut perusahaan-perusahaan untuk lebih meningkatkan kinerja usahanya dalam berkompetisi dengan perusahaan sejenis. Kebanyakan masyarakat kini beralih dari aktivitas belanja secara *offline* menjadi belanja digital (*online*).

Hal ini dikarenakan dengan adanya kecanggihan teknologi yang ada pada era digital saat ini, semakin mempermudah berbagai aktivitas dan juga keputusan manusia untuk membeli apa pun yang mereka inginkan kapan pun, dan dimana pun melalui *smartphone* yang mereka miliki tanpa adanya batasan ruang dan waktu.



Gambar 1. Data Penjualan Ritel *E-commerce* di Indonesia (Sumber : Statista, 2020)

Hal ini membuktikan bahwa dari tahun ke tahun minat masyarakat dalam berbelanja *online* semakin meningkat. Peningkatan minat masyarakat dalam berbelanja *online* juga turut berimbas terhadap peningkatan kebutuhan akan jasa pengiriman. Data Asperindo (Asosiasi Perusahaan Jasa Pengiriman Indonesia) menunjukkan bahwa segmen *e-commerce* dalam pasar logistik atau sebagai pengguna jasa pengiriman masih cukup dominan yaitu sebesar 60-70% dari total keseluruhan pengguna jasa pengiriman. Persaingan dalam industri jasa ekspedisi dimana pangsa pasar yang semakin besar terutama dari sisi bisnis *online* serta tingkat persaingan yang semakin tinggi sehingga membuat perusahaan harus membuat strategi untuk meningkatkan kinerjanya ditengah persaingan yang begitu ketat. Berhasil atau tidaknya suatu perusahaan dalam menghadapi persaingan tersebut dipengaruhi oleh kemampuan sumber daya manusia

yang ada didalamnya. Hal ini dikarenakan, sumber daya manusia merupakan sumber daya yang paling menentukan keberhasilan suatu perusahaan dan manusia menjadi pemeran utama dibalik layar perusahaan, maka dari itu perusahaan dituntut untuk mampu mengelola sumber daya manusianya agar dapat bekerja secara efektif dan efisien untuk mendapatkan hasil yang diharapkan perusahaan. Kemampuan didalam mengelola sumber daya manusia (karyawan) merupakan salah satu faktor kunci untuk mendapatkan kinerja yang terbaik, hal ini dikarenakan dalam perusahaan selain menangani masalah keahlian dan keterampilan, tetapi perusahaan juga berkewajiban membangun perilaku kondusif karyawan untuk mendapatkan kinerja yang terbaik. Kinerja karyawan yang optimal dapat terjadi apabila dalam bekerja karyawan memiliki semangat kerja yang tinggi. Semangat

kerja salah satunya dipengaruhi oleh *self-efficacy* (efikasi diri) yang ada pada individu karyawan. Bandura (dalam Ghufron dan Rini, 2016:73) mengungkapkan bahwa *self-efficacy* sangat penting dimiliki oleh karyawan yang nantinya akan mempengaruhi usaha karyawan dan pada akhirnya akan terlihat dari *performance* atau kinerja karyawan. *Self-efficacy* atau efikasi diri merupakan salah satu aspek pemahaman tentang diri yang paling berpengaruh dalam kehidupan seseorang, hal ini dikarenakan *self-efficacy* yang dimiliki ikut mempengaruhi individu dalam menentukan tindakan yang akan dilakukan untuk mencapai suatu tujuan. Semakin tinggi *self-efficacy* pada diri seseorang maka akan semakin tinggi pula rasa percaya diri yang dimilikinya sehingga kemampuan untuk berhasil dalam menyelesaikan tugas pun akan tercapai.

Kinerja karyawan yang baik juga dapat diperoleh apabila perusahaan memperhatikan komitmen organisasional karyawannya yang merefleksikan keterikatan dengan perusahaan, dapat memenuhi tujuan-tujuan organisasi serta mempertahankan loyalitas karyawan terhadap perusahaan. Komitmen organisasi dapat digunakan untuk memprediksi aktivitas perilaku kerja, karena komitmen organisasional

mencerminkan sikap positif individu pada organisasi. Sikap ini memotivasi seseorang untuk berperilaku positif untuk menjadi disiplin dalam bekerja, mematuhi aturan dan kebijakan organisasi, menjaga hubungan baik dengan rekan kerja dan meningkatkan tingkat pencapaian seseorang. Komitmen organisasi adalah keinginan kuat untuk tetap menjadi anggota organisasi, keinginan untuk berusaha keras sesuai dengan keinginan organisasi, serta keyakinan tertentu dan penerimaan nilai dan tujuan organisasi atau perusahaan (Luthans, 2015).

PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Utama Jember merupakan cabang dari PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) pusat yang berada di Jakarta. Cabang utama JNE Jember sendiri memiliki 2 kantor tetapi hanya memiliki 1 *branch manager*, untuk kantor yang berada di Jl. Muh. Yamin No. 99 Tegal besar Jember, merupakan kantor utama dan gudang. Kantor yang berada di Jl. Sumatra No. 67 Jember merupakan kantor khusus yang diperuntukkan untuk menerima pengiriman paket dan dokumen konsumen. Banyaknya pesaing jasa ekspedisi yang ada di Kabupaten Jember membuat PT. JNE Jember harus mampu menjaga eksistensinya salah satunya kinerja karyawan yang optimal. Berikut adalah perusahaan ekspedisi yang ada di wilayah Jember.

Tabel 1. Daftar Perusahaan Ekspedisi Wilayah Jember

No.	Perusahaan	Alamat	Nilai Peringkat
1.	PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE)	Jl. Muh Yamin No. 99 Jember	4,1
2.	PT. Eka Sari Lorena (ESL Express)	Jl. Akhmad Yani No. 111 Jember	4
3.	PT. POS Indonesia	Jl. PB Sudirman Jemberlor, Patrang	3,5
4.	PT. Global Jet Express (J&T Express)	Jl. Sumatra No. 75 A, Jember	3,3
5.	PT. Van Citra Titipan Kilat (Tiki)	Jl. KH. Wahid Hasyim No. 54 Jember	3,3
6.	SiCepat Ekspres	Jl. Kaca Piring 129 (Ruko GBK Blok E) Gebang, Kec. Patrang-Jember	2,6

Sumber : Data diolah peneliti dari observasi pendahuluan, 2020

Penelitian dilakukan pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Utama Jember karena merupakan jasa pengiriman dengan nilai peringkat tertinggi di Kabupaten Jember. Penilaian tersebut didasarkan pada jumlah pengiriman, pelayanan yang diberikan, dan lokasi perusahaan. Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa PT. JNE Cabang Utama Jember memiliki nilai peringkat sebesar 4,1 lebih tinggi dibandingkan para pesaingnya. Hal ini menandakan bahwa PT. JNE Cabang Utama Jember masih menjadi pilihan utama masyarakat pengguna jasa pengiriman di wilayah Jember. Divisi kurir merupakan salah satu divisi dalam departemen operasional yang ada pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Utama Jember. Divisi kurir merupakan garda terdepan bagi

sebuah perusahaan ekspedisi atau pengiriman seperti JNE dan juga sebagai representatif citra perusahaan. Hal ini dikarenakan kurir merupakan divisi yang bertanggung jawab dengan barang-barang (paket) yang dikirimkan tepat waktu atau tidak, dan bagaimana sikap dan pelayanan kurir saat memberikan barang/paket kepada penerimanya. Hal-hal yang demikian itu harus menjadi perhatian penting bagi perusahaan jasa pengiriman seperti JNE. PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Utama Jember membagi divisi kurir menjadi 5 wilayah kerja agar memudahkan di dalam penyaluran atau distribusi barang/paket. Berikut pembagian wilayah kerja divisi kurir pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Utama Jember.

Tabel 2. Kinerja Divisi Kurir Berdasarkan Kelompok Wilayah Kerja

NO	Wilayah	Nop-19			Des-19			Jan-20			Feb-20		
		JK	BT	TK	JK	BT	TK	JK	BT	TK	JK	BT	TK
1	Wilayah I	587	30	6	629	44	2	400	21	3	404	12	7
2	Wilayah II	400	19	5	551	28	5	428	34	5	522	34	2
3	Wilayah III	563	25	2	430	33	3	547	22	8	509	26	5
4	Wilayah IV	510	20	3	505	10	3	690	16	3	468	29	6
5	Wilayah V	677	56	10	835	73	22	912	66	17	689	42	30

Ket : JK = Jumlah Kiriman BT = Barang Terlambat TK = Tidak Terkirim

Sumber : data diolah peneliti, 2020

Tabel 2 menampilkan data tentang kinerja karyawan divisi kurir berdasarkan kelompok wilayah kerja, dari data tersebut diketahui bahwa setiap bulannya masih terdapat keterlambatan kurir dalam mengantarkan kiriman yang tidak sesuai dengan waktu yang telah ditentukan dan masih ditemukan adanya kasus barang yang tidak terkirim atau tidak sampai ke penerima. Melihat permasalahan tersebut maka kinerja karyawan divisi kurir pada PT.

Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Utama Jember masih kurang maksimal karena divisi kurir tersebut bertanggung jawab langsung berkaitan dengan pengiriman barang atau paket. Permasalahan yang terjadi seperti keterlambatan pengiriman mengindikasikan bahwa karyawan divisi kurir kurang memiliki semangat dalam bekerja, hal ini juga dibenarkan oleh Bapak Ivan selaku HRD PT. JNE Cabang Utama Jember yang menyatakan bahwa karyawan kurir

sering kurang bersemangat dalam bekerja khususnya bila jumlah barang atau paket yang diantar sangat banyak, padahal PT. JNE Cabang Utama Jember sudah membuat kebijakan tentang batas maksimal pengiriman yang diantar kurir setiap harinya namun masih tetap saja ada beberapa karyawan kurir yang kurang bersemangat dalam bekerja. Sebagaimana diungkapkan Bandura (dalam Ghufron dan Rini, 2016:73) bahwa semangat kerja salah satunya dipengaruhi *self-efficacy* (efikasi diri) yang ada pada individu karyawan. Oleh karena itu, maka peran *self-efficacy* sangat diperlukan agar dapat membuat karyawan mampu bekerja dengan baik, begitu pula pada karyawan divisi kurir PT. JNE Cabang Utama Jember dimana mereka harus memiliki *self-efficacy* agar mampu melaksanakan pekerjaannya dengan maksimal.

Karyawan divisi kurir juga harus memiliki komitmen yang kuat dalam menjalankan tugasnya. Komitmen untuk karyawan divisi kurir yaitu melakukan pengiriman secara tepat dan cepat kepada penerima, hal ini dikarenakan divisi kurir sebagai garda terdepan perusahaan jasa ekspedisi seperti PT. JNE Cabang Utama Jember sehingga harus memiliki komitmen organisasi yang dilihat berdasarkan *On Time Delivery* yang merupakan komitmen yang harus dilakukan oleh pengantar atau kurir dalam mengukur waktu yang digunakan dan jumlah kiriman yang berhasil diantar kepada penerima yang terhitung pertanggal tertentu. Masih adanya keterlambatan kurir dalam mengantar kiriman yang tidak sesuai dengan waktu yang telah ditentukan mengindikasikan bahwa komitmen yang dimiliki karyawan kurir pada PT. JNE Cabang Utama Jember masih rendah. Sebagaimana diungkapkan oleh

Sapitri (2016) bahwa komitmen organisasi dapat digunakan untuk memprediksi aktivitas perilaku kerja, karena komitmen organisasional mencerminkan sikap positif individu pada organisasi. Sikap ini memotivasi seseorang untuk berperilaku positif untuk menjadi disiplin dalam bekerja, mematuhi aturan dan kebijakan organisasi, menjaga hubungan baik dengan rekan kerja dan meningkatkan tingkat pencapaian seseorang. Semakin tinggi komitmen organisasi yang dimiliki karyawan maka semakin tinggi pula rasa tanggung jawab karyawan tersebut dalam menyelesaikan tugas dengan baik yang pada akhirnya memberikan dampak terhadap kinerja yang tinggi, begitu pula sebaliknya. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut judul yang diangkat peneliti yaitu “Pengaruh *Self-efficacy* dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Divisi Kurir Pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Utama Jember”.

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *self-efficacy* secara parsial terhadap kinerja karyawan divisi kurir pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Utama Jember dan untuk pengaruh komitmen organisasi secara parsial terhadap kinerja karyawan divisi kurir pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Utama Jember. Selain itu, bertujuan untuk mengetahui pengaruh *self-efficacy* dan komitmen organisasi secara simultan terhadap kinerja karyawan divisi kurir pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Utama Jember.

Tinjauan Pustaka

Manajemen Sumber Daya Manusia

Mangkunegara (2013:2) mendefinisikan bahwa manajemen sumber daya manusia merupakan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan dalam pengadaan, pengembangan, pengintegrasian, pemeliharaan, serta pembagian tenaga kerja untuk mencapai tujuan organisasi. Kiggundu (dikutip dari Hartatik, 2014:14) juga menjelaskan bahwa manajemen sumber daya manusia merupakan pengembangan dan pemanfaatan karyawan dalam rangka tercapainya tujuan dan sasaran individu, organisasi, dan masyarakat yang efektif. Berdasarkan beberapa definisi tersebut dapat dipahami bahwa manajemen sumber daya manusia sebagai suatu proses pengorganisasian, mengarahkan, mengelola, mengatur dan pengembangan potensi dengan tujuan untuk mengatur pemanfaatan sumber daya manusia yang dimiliki secara efektif dan efisien agar dapat memberikan kontribusi dalam pencapaian tujuan bagi organisasi atau perusahaan.

Fungsi Manajemen Sumber Daya Manusia

Menurut Rivai dan Segala (2013:13) terdapat dua kelompok fungsi manajemen sumber daya manusia sebagai berikut :

a. Fungsi Manajerial

Melaksanakan tugas dan menjalankan perannya dengan baik dan benar, maka sebuah manajemen memiliki peran yang dapat mendukung dan membantu dalam penerapannya. Manajemen sumber daya manusia terdapat empat fungsi, sebagai berikut:

- 1) Perencanaan, merupakan kegiatan memperkirakan keadaan tenaga kerja, agar sesuai dengan kebutuhan organisasi secara efektif dan efisien dalam membantu terwujudnya tujuan.
- 2) Pengorganisasian, adalah kegiatan untuk mengatur pegawai dengan menetapkan pembagian kerja, hubungan kerja, integrasi dan koordinasi dalam bentuk suatu bagan organisasi. Organisasi yang baik akan membantu terwujudnya tujuan secara efektif.
- 3) Pengarahan, merupakan kegiatan memberikan petunjuk kepada karyawan agar mau bekerja sama, bekerja secara efektif dan efisien dalam membantu tercapainya tujuan organisasi.
- 4) Pengendalian, merupakan kegiatan mengendalikan karyawan untuk menaati peraturan organisasi dan bekerja sesuai dengan rencana, apabila dalam pelaksanaannya terdapat penyimpangan diadakan tindakan perbaikan atau penyempurnaan.

b. Fungsi Operasional

Manajemen sumber daya manusia secara fungsional memiliki beberapa fungsi yang saling terkait satu sama lain dan operasional yang dijalankan oleh manajemen sumber daya manusia sesuai dengan fungsi yang dimilikinya. Gaol (2014:65) menjelaskan bahwa terdapat 6 fungsi operasional manajemen sumber daya manusia, yaitu :

- 1) Pengadaan (*Procurement*). Fungsi pengadaan berhubungan dengan mendapatkan jenis dan jumlah tenaga kerja yang penting untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi. Fungsi ini berkaitan dengan penentuan kebutuhan sumber daya manusia berupa

perekrutan, penyeleksian dan penempatan kerja.

- 2) Pengembangan (*Development*). Fungsi ini berkaitan dengan peningkatan keahlian melalui pelatihan yang penting bagi kinerja karyawan. Kegiatan ini akan menjadi sangat penting dan terus mengalami perkembangan dikarenakan perubahan teknologi, penyesuaian kembali jabatan, dan meningkatnya kerumitan tugas-tugas manajerial.
- 3) Integrasi (*Integration*). Fungsi ini berkaitan dengan karyawan secara individu yang diminta mengubah pandangannya, kebiasaannya, dan sikap-sikap lainnya yang selama ini kurang menguntungkan bagi perusahaan agar disesuaikan dengan keinginan serta tujuan perusahaan.
- 4) Kompensasi (*Compensation*). Fungsi ini didefinisikan sebagai pemberian upah yang cukup dan wajar kepada tenaga kerja atas kontribusi/jasa mereka terhadap tujuan-tujuan organisasi.
- 5) Pemeliharaan (*Maintenace*). Fungsi pemeliharaan merupakan aktivitas dalam rangka peningkatan dan pemeliharaan keadaan fisik, mental dan kelayakan pekerja supaya mereka nyaman bekerja sama dalam jangka waktu yang lama untuk pencapaian tujuan perusahaan.
- 6) Pemisahan (*Separation*). Fungsi terakhir ini memisahkan atau mengeluarkan dan mengembalikan karyawan tersebut kepada masyarakat.

Perilaku Organisasi Positif (*Positive Organizational Behavior*)

Menurut Luthans (2015) perilaku organisasi positif adalah studi dan

aplikasi dari kapasitas psikologi dan kekuatan dari sumber daya manusia yang berorientasi secara positif, yang dapat diukur, dikembangkan, dan secara efektif dapat dikelola untuk meningkatkan kinerja di organisasi pada saat ini. Yudithia dan Mahadiansar (2019:75) menyebutkan beberapa pendekatan dalam perilaku organisasi positif, yang terdiri dari:

- a. Percaya Diri, merupakan sebuah keyakinan untuk melakukan sesuatu pada diri sebagai karakteristik individu yang didalamnya terdapat keyakinan akan kemampuan diri, optimis, objektif, bertanggung jawab, rasional dan realistis.
- b. Harapan, didefinisikan sebagai upaya rencana yang dilihat sebagai perencanaan keinginan yang hendak dicapai dan mencerminkan diri seorang individu sebagai kemampuan sesuai rasional, kemudian kehendak yang dicapai berkaitan dengan motivasi untuk mempermudah dalam mencapai tujuan (Synder, et.al dikutip dari Yudithia dan Mahadiansar, 2019:105).
- c. Optimisme, didefinisikan sebagai sebuah harapan seorang individu yang keadaannya seolah-olah akan terjadi hal yang diharapkan di masa depan.
- d. Ketahanan, merupakan kapasitas individu untuk beradaptasi dengan keadaan yang merespon secara sehat dan produktif untuk memperbaiki diri, sehingga mampu menghadapi dan mengatasi tekanan hidup sehari-hari.

***Self-Efficacy* (Efikasi Diri)**

Bandura (dalam Ghufron dan Rini, 2016:73) mengemukakan bahwa *self-efficacy* atau efikasi diri adalah keyakinan individu mengenai kemampuan dirinya dalam melakukan

tugas atau tindakan yang diperlukan untuk mencapai hasil tertentu. *Self-efficacy* tidak berkaitan dengan kecakapan yang dimiliki, melainkan berkaitan dengan keyakinan individu mengenai hal yang dapat dilakukan dengan kecakapan yang dia miliki. Luthans (2015) juga mendefinisikan *self-efficacy* sebagai suatu keyakinan atau kepercayaan diri seseorang mengenai kemampuannya dalam mengarahkan motivasi, sumber-sumber kognisi, dan melakukan sejumlah tindakan yang dibutuhkan untuk mencapai keberhasilan dalam melaksanakan tugas dalam konteks tertentu.

Indikator *Self-efficacy*

Bandura (dalam Ghufro dan Rini, 2016:80) mengemukakan bahwa indikator *self-efficacy* yaitu:

a. *Level* (Tingkat Kesulitan)

Efikasi diri dapat ditunjukkan dengan tingkatan yang dibebankan pada individu, yang nantinya terdapat tantangan dengan tingkat yang berbeda dalam rangka menuju keberhasilan. Seorang individu akan mencoba hal yang diinginkan dan dirasa mampu untuk dilakukannya serta akan menghindari hal yang diinginkan namun diluar batas kemampuan yang dirasakan pada individu tersebut.

b. *Strength* (Kekuatan/ketahanan)

Strength merupakan kemantapan keyakinan mengacu pada derajat kemantapan individu terhadap keyakinan atau harapan yang dibuatnya. Individu mempunyai keyakinan yang kuat terhadap potensi yang dimilikinya dalam menyelesaikan tugas dan memiliki semangat serta tidak mudah menyerah dalam usaha yang akan dicapai meskipun terdapat kesulitan dan rintangan.

c. *Generality* (Keumuman)

Hal ini berkaitan dengan cakupan luas tentang keyakinan individu dimana individu tersebut merasa yakin terhadap kemampuannya. Individu mampu menilai keyakinan dirinya dalam menyelesaikan suatu aktivitas dan situasi atau serangkaian aktivitas yang mampu dikerjakan dan berfikir untuk menghindari kegagalan di berbagai bidang atau dalam bidang tertentu saja.

Fungsi *Self-Efficacy*

Teori *self-efficacy* menyatakan bahwa persepsi mengenai kemampuan seseorang akan mempengaruhi pikiran, perasaan, motivasi, dan tindakannya. Bandura (2010) menjelaskan bahwa ketika perasaan *efficacy* terbentuk maka akan sulit untuk berubah. Kepercayaan mengenai *self-efficacy* merupakan penentu yang kuat dari tingkah laku, adapun beberapa fungsi dari *self-efficacy* yaitu:

- Menentukan pemilihan tingkah laku
- Penentu besarnya usaha dan daya tahan dalam mengatasi hambatan
- Mempengaruhi pola pikir dan reaksi emosional
- Peramal tingkah laku selanjutnya

Komitmen Organisasi

Komitmen organisasi didefinisikan Luthans (2015:147) sebagai (1) keinginan kuat untuk tetap sebagai anggota organisasi tertentu; (2) keinginan untuk berusaha keras sesuai dengan keinginan organisasi; (3) keyakinan tertentu, dan penerimaan nilai dan tujuan organisasi. Pendapat lain tentang komitmen organisasi juga dikemukakan oleh Kreitner dan Kinicki (2014:165) yang mengatakan bahwa komitmen organisasi merupakan tingkatan seseorang dalam mengenali

organisasinya serta terikat dengan tujuan-tujuan organisasi tersebut. Kreitner dan Kinicki (2014:165) juga mengungkapkan bahwa komitmen organisasi merupakan sikap yang penting karena karyawan yang memiliki komitmen diharapkan mampu menunjukkan kinerja yang baik demi mencapai tujuan perusahaan serta memiliki keinginan yang kuat untuk tetap bekerja di perusahaan tersebut.

Indikator Komitmen Organisasi

Kreitner dan Kinicki (2016:165) mengemukakan pendapat tentang indikator komitmen organisasi yaitu :

- a. Komitmen afektif (*affective commitment*), merupakan keterikatan emosional karyawan pada perusahaan, identifikasi karyawan dengan perusahaan serta keterlibatan karyawan dalam perusahaan. Karyawan yang memiliki komitmen afektif yang kuat terus bekerja untuk perusahaan karena mereka menginginkannya.
- b. Komitmen kontinuitas (*continuance commitment*), merupakan kesadaran akan kerugian yang diterima karyawan karena meninggalkan perusahaan. Komitmen ini didasari atas kekhawatiran karyawan terhadap kehilangan sesuatu yang telah diperoleh selama ini dalam perusahaan seperti gaji, fasilitas, dan sebagainya. Karyawan yang memiliki komitmen berkelanjutan tetap bekerja karena mereka harus bekerja.
- c. Komitmen normatif (*normative commitment*), mencerminkan rasa tanggung jawab karyawan untuk terus bekerja. Karyawan yang memiliki komitmen normatif yang tinggi akan merasa bahwa mereka harus tetap berada dalam perusahaan.

Kinerja

Sedarmayanti (2011:147) menjelaskan bahwa *performance* atau kinerja merupakan hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam rangka upaya mencapai tujuan organisasi bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral etika. Kinerja memiliki peranan yang sangat besar dalam kehidupan sebuah perusahaan, kinerja karyawan yang maksimal akan memberikan dampak positif bagi perusahaan begitu juga sebaliknya. Kasmir (2015:182) mengungkapkan kinerja merupakan hasil kerja atau perilaku kerja seseorang dalam suatu periode biasanya 1 tahun, kemudian kinerja dapat diukur dari kemampuannya dalam menyelesaikan tugas-tugas dan tanggung jawab yang diberikan, artinya dalam kinerja mengandung unsur standar pencapaian harus terpenuhi sehingga bagi yang mencapai standar yang telah ditetapkan berarti berkinerja baik atau sebaliknya bagi yang tidak tercapai dikategorikan berkinerja kurang baik.

Indikator Kinerja

Mangkunegara (2013:67) mengungkapkan indikator yang dapat digunakan untuk mengukur kinerja sebagai berikut :

- a. Kuantitas Kerja
Kuantitas kerja diukur dari jumlah aktivitas yang ditugaskan beserta hasilnya, sehingga dapat dikatakan bahwa kuantitas dilihat dari hasil pekerjaan karyawan. Setiap pekerjaan akan memiliki target pencapaian yang akan dicapai.
- b. Kualitas Kerja
Kualitas kerja dapat diukur dari ketetapan dalam bekerja, ketelitian

dalam pekerjaan, dan keterampilan dalam pekerjaan. Kualitas itu sendiri dapat diukur dan dilihat dari hasil akhir ataupun *output* dari pekerjaan. Semakin baik hasil akhirnya maka akan semakin baik pula kualitas kerja tersebut.

- c. Kerjasama
Ketersediaan karyawan untuk berpartisipasi dengan karyawan yang lain secara vertikal dan horizontal baik di dalam maupun di luar pekerjaan sehingga pekerjaan semakin baik.
- d. Tanggung Jawab
Menunjukkan seberapa besar karyawan dalam menerima dan melaksanakan pekerjaannya, mempertanggung jawabkan hasil kerja serta sarana dan prasarana yang digunakan dan perilaku kerjanya setiap hari.
- e. Inisiatif
Adanya inisiatif dalam diri anggota organisasi untuk melakukan pekerjaan serta mengatasi masalah dalam pekerjaan merupakan cara seorang karyawan yang memiliki kinerja yang baik.

Faktor-Faktor Kinerja

Bonner dan Sprinkle dikutip dari Nadhiroh (2010) menyatakan bahwa ada tiga variabel yang dapat mempengaruhi kinerja yaitu:

- a. Variabel orang, termasuk atribut yang dimiliki seseorang sebelum melakukan tugas atau pekerjaan seperti pengetahuan, kemampuan, efikasi diri atau kepercayaan diri, gaya kognitif, komitmen, dan nilai-nilai budaya.
- b. Variabel tugas, termasuk faktor-faktor yang bervariasi baik di dalam maupun di luar tugas seperti kompleksitas, format presentasi, dan sebagainya.

- c. Variabel lingkungan, meliputi kondisi, keadaan, dan pengaruh di sekitar orang yang melakukan tugas tertentu seperti tekanan waktu, akuntabilitas, tujuan yang telah ditetapkan dan umpan balik.

Keterkaitan Antar Variabel

- a. Hubungan *Self-efficacy* dengan Kinerja

Menurut Bandura (dalam Ghufro dan Rini, 2016:73), *self-efficacy* merupakan keyakinan individu mengenai kemampuan dirinya dalam melaksanakan tugas atau tindakan yang diperlukan untuk mencapai hasil tertentu. Pentingnya *self-efficacy* akan mempengaruhi usaha individu yang pada akhirnya akan terlihat dari *performance* kerja. Gibson (2016:73) menjelaskan *self-efficacy* adalah keyakinan individu tentang kemampuan dirinya untuk mencapai target dalam melakukan tugas atau tindakan. *Self-efficacy* berbeda dengan apresiasi (*cita-cita*), karena *cita-cita* menggambarkan suatu hal yang ideal dan seharusnya dapat dicapai sedangkan *self-efficacy* menggambarkan penilaian kemampuan diri. Dengan semakin tinggi pengalaman karyawan dalam bekerja, keyakinan dalam diri karyawan dapat membantu karyawan dalam menyelesaikan tugas yang diberi.

- b. Hubungan Komitmen Organisasi dengan Kinerja

Komitmen organisasi merupakan suatu keyakinan karyawan untuk tetap mempertahankan keanggotaannya dalam organisasi dan bersedia melakukan usaha yang tinggi bagi pencapaian tujuan organisasi (Darmawan, 2013:171). Steve M. (2010:398) mengungkapkan bahwa individu dengan komitmen organisasi yang

tinggi akan bangga menjadi suatu anggota dalam organisasi dan akan bekerja dengan kinerja tinggi untuk organisasinya. Hal ini didukung juga oleh Robbins dan Judge (2013:543) dalam bukunya mengungkapkan terdapat hubungan yang kuat antara komitmen organisasi dan kinerja karyawan. Karyawan yang memiliki komitmen tinggi akan memiliki kinerja yang tinggi dan loyalitas untuk perusahaan. Sebaliknya, karyawan yang cenderung memiliki komitmen rendah kinerjanya pun akan rendah dan loyalitas yang kurang terhadap perusahaan.

c. Hubungan *Self-efficacy* dan Komitmen Organisasi dengan Kinerja

Penelitian yang dilakukan Verianto (2019) mengungkapkan bahwa efikasi diri (*self-efficacy*) dan komitmen organisasi memiliki hubungan yang kuat terhadap kinerja karyawan. Hal ini dikarenakan adanya efikasi diri dan komitmen organisasi dalam diri karyawan maka akan memunculkan semangat kerja dan rasa tanggung jawab yang berdampak pada kinerja karyawan tersebut. Semakin tinggi efikasi diri (*self-efficacy*) dan komitmen organisasi yang dimiliki karyawan maka akan meningkatkan kinerja karyawan.

Hipotesis

a. H_0 : Variabel *self-efficacy* secara parsial tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan divisi kurir pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Utama Jember.

H_a : Variabel *self-efficacy* secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan divisi kurir pada

PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Utama Jember.

b. H_0 : Variabel komitmen organisasi secara parsial tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan divisi kurir pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Utama Jember.

H_a : Variabel komitmen organisasi secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan divisi kurir pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Utama Jember.

c. H_0 : Variabel *self-efficacy* dan komitmen organisasi secara simultan tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan divisi kurir pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Utama Jember.

H_a : Variabel *self-efficacy* dan komitmen organisasi secara simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan divisi kurir pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Utama Jember.

Metode Penelitian

Rancangan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ada, maka metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan kausal asosiatif serta analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda. Menurut Sugiyono (2017:13) metode penelitian kuantitatif merupakan suatu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dan pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik yang bertujuan untuk menguji hipotesis

yang telah ditetapkan. Penggunaan pendekatan korelasi kausal asosiatif digunakan sebagaimana dikemukakan Siregar (2013) yaitu penelitian kausal asosiatif merupakan penelitian dengan tujuan untuk mengetahui sebab akibat yang terjadi antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini akan menjelaskan pengaruh dari *self-efficacy* dan komitmen organisasi terhadap kinerja karyawan divisi kurir pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Utama Jember. Penelitian ini menguji hipotesis yang ada secara statistik. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner untuk memperoleh data dari responden dan melakukan pengolahan data untuk mendapatkan kesimpulan.

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah karyawan PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Utama Jember divisi kurir. Jumlah karyawan pada divisi kurir berjumlah 50 karyawan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik sampel jenuh. Sugiarto (2017:137) mengungkapkan bahwa teknik sampel jenuh merupakan teknik pengambilan sampel yang menggunakan semua anggota populasi sebagai sampel. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu semua karyawan yang ada pada divisi kurir yang berjumlah 50 karyawan.

Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan skala *Likert*. Dengan menggunakan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan dari variabel menjadi dimensi, dari dimensi dijabarkan menjadi indikator, dan dari indikator dijabarkan menjadi

sub-indikator yang dapat diukur. Sub-indikator ini yang nantinya dijadikan tolok ukur untuk membuat suatu pertanyaan/pernyataan yang perlu dijawab oleh responden.

Pengukuran variabel dalam penelitian antara lain:

- a. Sangat benar/sangat setuju : diberi skor 4
- b. Benar/setuju : diberi skor 3
- c. Tidak benar/tidak setuju : diberi skor 2
- d. Sangat tidak benar/sangat tidak setuju : diberi skor 1

Perkembangan terkini skala *likert* dimodifikasi menggunakan 4 kategori jawaban, hal ini dilakukan untuk menghilangkan pilihan netral sehingga akan membuat responden pada salah satu jawaban ya ataupun tidak. Menurut Hadi (2015:20), modifikasi terhadap skala *likert* dimaksudkan untuk menghilangkan kelemahan yang terkandung dalam skala yang menggunakan 5 kategori jawaban. Penggunaan 4 kategori jawaban dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan jawaban yang akurat dan meminimalisir generalisasi kesalahan dengan tidak adanya jawaban *netral* sehingga responden akan memilih antara benar ataupun sebaliknya.

Hasil dan Pembahasan

Gambaran Umum Perusahaan

PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa pengiriman dan logistik yang berpusat di Jakarta. PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir didirikan pada 26 November 1990 oleh Soeprapto Suparno. Perusahaan ini dirintis sebagai sebuah divisi dari PT. Citra Van Titipan Kilat (TiKi) yang bergerak di bidang jasa pengiriman internasional. JNE memulai kegiatan usahanya yang terpusat pada

penanganan kegiatan kepabeanan, impor kiriman barang, dokumen serta pengantarnya dari luar negeri ke Indonesia. JNE Cabang Utama Jember merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa pengiriman yang didirikan pada Maret 2008 oleh PT. ABSA yang dibawah oleh Bapak Sukanto dan Ibu Nur Farida. Perusahaan ini dirintis pada awal berdirinya merupakan sebuah Persekutuan Komanditer (CV) dengan bisnis utama jasa titipan atau pengiriman barang di bawah bendera JNE (Jalur Nugraha Ekakurir) yang berpusat di Jakarta Barat. Mulai dari karyawan serta *job-description* yang diberikan.

Tahun 2010-2011 dikarenakan adanya perubahan besar-besaran dari pusat, CV. JNE mengurus perpindahan nama perusahaan menjadi PT. JNE (Jalur Nugraha Ekakurir) yang disesuaikan dengan standar dari pusat, dan pada saat inilah masa sulit bagi *Branch Manager* (BM) yang dimana transisi tersebut membuat banyak karyawan memiliki tuntutan kerja dan *job-description* yang lebih berat, sehingga dengan terbatasnya kemampuan SDM yang dimiliki PT. JNE pada saat itu banyak terjadi perselisihan tentang *job-description* masing-masing divisi. Tahun 2013 akhir masa jabatan Andi Verianto digantikan oleh Cahyo sebagai BM, dan sekarang jabatan BM ditempati oleh Agung Dery Krisyanto dan sudah menjadi PT. JNE yang bertandar nasional sehingga mampu bersaing dengan kompetitor yang bergerak di bidang yang sama. PT. JNE Cabang Utama Jember memiliki 2 kantor tetapi hanya memiliki 1 *Branch Manager* (BM), untuk kantor yang berada di Jl. Moh. Yamin No. 99 Tegal Besar Jember merupakan kantor utama dan gudang, sedangkan untuk kantor yang

berada di Jl. Sumatra No. 67 Jember merupakan kantor khusus yang digunakan untuk pengiriman paket dan dokumen. Visi dan Misi dari PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) yaitu

a. Visi

- 1) Menjadi perusahaan rantai pasok global terdepan di dunia.
- 2) Mendorong proses belajar dan berubah menuju pertumbuhan, kesempurnaan dan pencapaian keuntungan.
- 3) Memiliki jaringan usaha yang kuat di Indonesia
- 4) Perpaduan layanan pengiriman, kepabeanan, pergudanga dan pendistribusian di bawah satu atap.

b. Misi

- 1) Memberi pengalaman terbaik kepada pelanggan secara konsisten.
- 2) Melayani segenap lapisan masyarakat Indonesia baik perumahan maupun perkantoran dan industri melalui jaringan layanan pengiriman ekspres.
- 3) Memadukan efektivitas, efisiensi dan fleksibilitas jasa yang prima untuk menjadikan JNE pilihan utama dalam pengiriman dokumen, paket dan kargo peka waktu di Indonesia.
- 4) Menjadi sebuah perusahaan jasa ekspres nasional berstandar layanan internasional.

Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini dilakukan peneliti seluruhnya pada divisi kurir. Jumlah responden seluruhnya adalah 50 orang. Karakteristik responden yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan pada jenis kelamin, usia, pendidikan, dan lama kerja.

Tabel 3. Karakteristik Responden

Karakteristik	Keterangan	Jumlah	Presentase
Jenis Kelamin	Laki-Laki	50	100%
	Perempuan	-	-
Usia	21-25 tahun	13	26%
	26-30 tahun	32	64%
	31-35 tahun	5	10%
Pendidikan Terakhir	SMP	1	2%
	SMA/SMK	48	96%
	Diploma	1	2%
	S1	-	-
Lama Kerja	1-3 tahun	32	64%
	4-6 tahun	18	36%

Sumber : data diolah peneliti(2020)

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 4. Analisis Statistik Deskriptif

No.	Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
1.	<i>Self-Efficacy</i> (X1)	50	13	24	18,70	2,573
2.	Komitmen Organisasi (X2)	50	13	24	17,76	2,273
3.	Kinerja (Y)	50	20	32	26,56	2,612
	Valid N (<i>listwise</i>)	50				

Sumber : data diolah peneliti (2020)

Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana tingkat validitas data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Uji validitas dalam penelitian digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya sebuah kuesioner mampu mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Perhitungan validitas dalam penelitian ini menggunakan korelasi *product moment*, dengan kriteria

pengujiannya dikatakan valid apabila nilai koefisien korelasi *product moment* (R_{hitung}) > R_{tabel} dengan nilai signifikansi < 0,05. Nilai R_{hitung} dapat diketahui melalui perhitungan aplikasi SPSS sedangkan nilai R_{tabel} dihitung dengan taraf signifikansi 5% melalui tabel *r product moment*, sehingga diperoleh nilai R_{tabel} dari $N = 20 - 2 = 18$ senilai 0,444. Hasil pengujian validitas penelitian ini sebagai berikut.

Tabel 5. Uji Validitas

Variabel (a)	Item (b)	Rhitung (c)	Rtabel (d)	Sig (e)	Ket (f)
<i>Self-Efficacy</i> (X1)	X1.1	0,656	0,444	0,002	Valid
	X1.2	0,694	0,444	0,001	Valid
	X1.3	0,709	0,444	0,000	Valid
	X1.4	0,761	0,444	0,000	Valid
	X1.5	0,508	0,444	0,022	Valid
	X1.6	0,652	0,444	0,002	Valid
KOMITMEN ORGANISASI (X2)	X2.1	0,645	0,444	0,002	Valid
	X2.2	0,683	0,444	0,001	Valid
	X2.3	0,726	0,444	0,000	Valid
	X2.4	0,781	0,444	0,000	Valid
	X2.5	0,500	0,444	0,025	Valid
	X2.6	0,703	0,444	0,001	Valid
KINERJA (Y)	Y.1	0,695	0,444	0,001	Valid
	Y.2	0,520	0,444	0,019	Valid
	Y.3	0,582	0,444	0,007	Valid
	Y.4	0,816	0,444	0,000	Valid
	Y.5	0,685	0,444	0,001	Valid
	Y.6	0,642	0,444	0,002	Valid
	Y.7	0,697	0,444	0,001	Valid
	Y.8	0,789	0,444	0,000	Valid

Sumber : data diolah peneliti (2020)

Tabel 5 menyajikan hasil validitas variabel *self-efficacy* (X1), komitmen organisasi (X2), dan kinerja (Y), diperoleh hasil $R_{hitung} > R_{tabel}$ dan Nilai Signifikansi $< 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan variabel dalam penelitian ini adalah valid, dengan demikian pertanyaan dalam penelitian ini layak digunakan untuk pengujian selanjutnya.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik *Cronbach Alpha* dengan kriteria suatu instrumen dikatakan *reliable* apabila nilai *Cronbach Alpha* $> 0,6$. Hasil uji reliabilitas sebagai berikut.

Tabel 6. Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Standar Reliabilitas	Keterangan
<i>Self-Efficacy</i> (X1)	0,746	0,6	Reliabel
Komitmen Organisasi (X2)	0,760	0,6	Reliabel
Kinerja (Y)	0,767	0,6	Reliabel

Sumber: data diolah peneliti (2020)

Tabel 6 menyajikan data hasil uji reliabilitas dan diketahui bahwa hasil perhitungan nilai reliabilitas variabel *self-efficacy* (X1) sebesar 0,746, variabel komitmen organisasi (X2) sebesar 0,760, dan variabel kinerja (Y) sebesar 0,767. Semua nilai reliabilitas setiap variabel tersebut lebih besar 0,6 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua instrumen penelitian tergolong reliabel.

Uji Normalitas Data

Uji normalitas data bertujuan untuk mengetahui variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat) dalam model regresi memiliki distribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan uji *Kolmogrov-Smirnov* dengan menetapkan derajat keyakinan (α) sebesar 0,05 atau 5% (Ghozali, 2013:67). Kriteria pengujiannya apabila hasil analisis menunjukkan nilai signifikansi $> 0,05$ maka data tersebut berdistribusi normal, dan begitu pula sebaliknya. Hasil uji normalitas sebagai berikut.

Tabel 7. Uji Normalitas Data

	<i>Unstandardized Residual</i>	Keterangan
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200	Berdistribusi Normal

Sumber : data diolah peneliti (2020)

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas merupakan pengujian terhadap variabel bebas untuk menemukan apakah terdapat korelasi antar variabel bebas, karena model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas (Ghozali, 2013:105). Uji

multikolinieritas dilakukan dengan cara melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF), dan nilai *tolerance*. Gejala multikolinieritas terjadi apabila nilai $VIF < 10$ dan nilai *tolerance* $> 0,1$. Hasil uji multikolinieritas sebagai berikut.

Tabel 8. Uji Multikolinieritas

Variabel	Nilai <i>Tolerance</i>	Nilai VIF	Keterangan
<i>Self-Efficacy</i> (X1)	0,985	1,015	Tidak terjadi Multikolinieritas
Komitmen Organisasi (X2)	0,985	1,015	Tidak terjadi Multikolinieritas

Sumber : data diolah peneliti (2020)

Tabel 8 menunjukkan hasil uji multikolinieritas dari variabel *self-efficacy* (X1) memperoleh nilai VIF sebesar 1,015 dan nilai *tolerance* sebesar 0,985. Variabel komitmen organisasi memperoleh nilai VIF sebesar 1,015 dan nilai *tolerance*

sebesar 0,985. Hal ini mengindikasikan bahwa tidak terjadi multikolinieritas karena nilai $VIF < 10$ dan nilai *tolerance* $> 0,1$.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Umar (2013:209) mengungkapkan pengujian heterokedastisitas dengan menggunakan uji *glejser* dilakukan dengan cara meregresikan nilai absolut

residual terhadap seluruh variabel bebas, apabila hasil regresi absolut terhadap variabel bebas mempunyai nilai t_{hitung} yang tidak signifikan maka dapat dikatakan bahwa model penelitian lolos dari adanya heterokedastisitas dengan nilai signifikansi $> 0,05$. Hasil uji heterokedastisitas sebagai berikut.

Tabel 9. Uji Heterokedastisitas

Variabel	Nilai Signifikansi	Keterangan
<i>Self-Efficacy</i> (X1)	0,521	Tidak terjadi Heterokedastisitas
Komitmen Organisasi (X2)	0,473	Tidak terjadi Heterokedastisitas

Sumber : data diolah peneliti (2020)

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran yang menyeluruh mengenai pengaruh

variabel *self-efficacy* (X1) dan komitmen organisasi (X2) terhadap variabel dependen yaitu kinerja (Y). Berikut hasil analisis regresi linier berganda:

Tabel 10. Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	16,225	1,454		11,156	0,042
Promosi	0,575	0,125	0,510	5,825	0,000
Kualitas layanan	0,491	0,132	0,353	4,033	0,000

Sumber : data diolah peneliti (2020)

Tabel 10 menunjukkan bahwa hasil analisis regresi linier berganda variabel *self-efficacy* (b_1) sebesar 0,575, komitmen organisasi (b_2) sebesar 0,491 dengan persamaan regresinya sebagai berikut :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 16,225 + 0,575 X_1 + 0,491 X_2$$

Persamaan di atas nilai konstanta (α) diperoleh sebesar 16,225 yang berarti bahwa apabila skor kedua variabel X1 dan X2 sama dengan nol (0%) maka kinerja akan sebesar 16,225.

Uji Parsial (t)

Uji t pada dasarnya menunjukkan dan membuktikan ada tidaknya pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variabel terikat (Ghozali, 2013). Pengujian hipotesis t pada penelitian ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel *self-efficacy* dan komitmen organisasi terhadap kinerja karyawan divisi kurir pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Utama Jember secara parsial. Dasar pengambilan keputusan yang digunakan yaitu membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel}

($t_{hitung} > t_{tabel}$) pada taraf signifikansi kurang dari 0,05.

Tabel 11. Uji Parsial (t)

Variabel	T hitung	Sig.	Keterangan
<i>Self-Efficacy</i>	5,825	0,000	H ₀ ditolak
Komitmen Organisasi	4,033	0,000	H ₀ ditolak

Sumber : data diolah peneliti (2020)

Tabel 11 menunjukkan bahwa hasil uji t dapat dinyatakan sebagai berikut :

- 1) Variabel *self-efficacy* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan nilai $t_{hitung} = 5,825$ artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,825 > 2,011$) menandakan bahwa terdapat pengaruh secara parsial yang signifikan antara *self-efficacy* dengan kinerja karyawan divisi kurir pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Utama Jember.
- 2) Variabel komitmen organisasi memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan nilai $t_{hitung} = 4,033$ artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,033 > 2,011$) menandakan bahwa terdapat pengaruh secara parsial yang signifikan antara komitmen

organisasi dengan kinerja karyawan divisi kurir pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Utama Jember.

Uji Simultan (F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh dari variabel bebas secara bersamaan (simultan) terhadap variabel terikat (Prayitno, 2014:144). Uji F dalam penelitian ini digunakan untuk melihat signifikansi pengaruh dari variabel *self-efficacy* dan komitmen organisasi terhadap kinerja karyawan divisi kurir pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Utama Jember dengan membandingkan nilai F_{hitung} dan F_{tabel} dengan signifikansi $< 0,05$. Hasil uji simultan (F) sebagai berikut:

Tabel 12. Uji Simultan (F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	252,928	2	126,464	21,274	,000 ^b
	Residual	279,392	47	5,945		
	Total	532,320	49			

Sumber : data diolah peneliti (2020)

Tabel 12 menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} = 21,274$ dengan tingkat signifikansi $0,000 > 0,05$. Selanjutnya hasil dari F_{hitung} akan dibandingkan dengan F_{tabel} dengan rumus :

$$F_{tabel} = \text{signifikansi} ; n-k$$

$$F_{tabel} = 0,05; 50-2$$

$$= 0,05; 48$$

$$= 3,19$$

Keterangan : k = jumlah variabel independen (bebas)
n = jumlah responden

Jadi, dapat ditarik kesimpulan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $21,274 > 3,19$ serta nilai signifikansi yaitu $0,000 > 0,005$. Hasil tersebut mengartikan bahwa

variabel bebas yang terdiri dari *self-efficacy* dan komitmen organisasi secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat yaitu kinerja karyawan divisi kurir pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Utama Jember.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji R^2 digunakan untuk mengukur seberapa besar presentase

pengaruh variabel bebas yang hubungannya semakin dekat dengan variabel terikat (Prayitno, 2010:146). Dasar pengambilan keputusan yang digunakan apabila nilai koefisien determinasi antara nol dan satu, serta semakin kecil nilai R^2 maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat semakin lemah, sebaliknya jika nilai R^2 mendekati 1 maka pengaruh tersebut semakin kuat. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) sebagai berikut:

Tabel 13. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,669 ^a	,475	,453	2,438

Sumber : data diolah peneliti (2020)

Tabel 13 menunjukkan bahwa hasil uji koefisien determinasi (R^2) dengan nilai pengaruh antara variabel *self-efficacy* (X1) dan komitmen organisasi (X2) terhadap kinerja (Y) ditunjukkan oleh nilai *R Square* sebesar 0,475. Hal tersebut mengindikasikan bahwa pengaruh antara variabel *self-efficacy* (X1) dan komitmen organisasi (X2) terhadap kinerja (Y) adalah sebesar 47,5 % sedangkan sisanya sebesar 52,5 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh *Self-efficacy* Terhadap Kinerja

Hasil penelitian pada analisis regresi secara parsial menunjukkan bahwa *self-efficacy* berpengaruh positif terhadap kinerja, dibuktikan melalui nilai koefisien regresi sebesar 0,575 dengan arah positif dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa semakin rendah tingkat *self-efficacy* yang dimiliki karyawan maka semakin

rendah pula kinerja karyawan tersebut, sebaliknya semakin tinggi tingkat *self-efficacy* yang dimiliki karyawan maka semakin tinggi kinerja karyawan tersebut. Pengujian menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai 5,825 lebih dari 2,011 (t_{tabel}) serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang menandakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *self-efficacy* dengan kinerja karyawan divisi kurir pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Utama Jember.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil jawaban responden yaitu divisi kurir pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Utama Jember, dari beberapa item pertanyaan yang diajukan peneliti hasil jawaban responden menunjukkan 85% menjawab sangat benar dan benar sehingga dapat disimpulkan bahwa *self-efficacy* berpengaruh terhadap kinerja karyawan pada PT. JNE Cabang Utama Jember. Hal ini dapat diartikan bahwa apabila *self-efficacy* yang dimiliki karyawan divisi kurir

pada PT. JNE Cabang Utama Jember mampu dijaga dan ditingkatkan maka akan berpengaruh pada peningkatan kinerja karyawan divisi kurir tersebut.

Pengaruh Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja

Hasil penelitian pada analisis regresi secara parsial menunjukkan bahwa komitmen organisasi berpengaruh positif terhadap kinerja, dibuktikan melalui nilai koefisien regresi sebesar 0,491 dengan arah positif dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa semakin rendah tingkat komitmen organisasi yang dimiliki karyawan maka semakin rendah pula kinerja karyawan tersebut, sebaliknya semakin tinggi tingkat komitmen organisasi yang dimiliki karyawan maka semakin tinggi kinerja karyawan tersebut. Pengujian menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai 4,033 lebih dari 2,011 (t_{tabel}) serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang menandakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara komitmen organisasi dengan kinerja karyawan divisi kurir pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Utama Jember.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil jawaban responden yaitu divisi kurir pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Utama Jember, dari beberapa item pertanyaan yang diajukan peneliti hasil jawaban responden menunjukkan 81% menjawab sangat benar dan benar sehingga dapat disimpulkan bahwa komitmen organisasi berpengaruh terhadap kinerja karyawan pada PT. JNE Cabang Utama Jember. Hal ini dapat diartikan bahwa apabila komitmen organisasi pada diri karyawan divisi kurir PT. JNE Cabang

Utama Jember mampu dijaga dan diperhatikan dengan baik maka akan berpengaruh pada peningkatan kinerja karyawan divisi kurir tersebut.

Pengaruh *Self-efficacy* dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja

Hasil penelitian pada analisis regresi secara bersamaan (simultan) diperoleh hasil F_{hitung} sebesar 21,274 dan nilai F_{tabel} sebesar 3,19. Hal ini menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($21,274 > 3,19$) dengan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 maka dapat dikatakan H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel *self-efficacy* dan komitmen organisasi secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan divisi kurir pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Utama Jember, hal tersebut menandakan apabila terjadi penurunan *self-efficacy* dan komitmen organisasi karyawan maka akan terjadi penurunan kinerja karyawan, begitupun sebaliknya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja karyawan yang optimal dapat terjadi apabila dalam bekerja karyawan memiliki semangat kerja yang tinggi yang didasari oleh efikasi diri (*self-efficacy*) dan komitmen organisasi yang dimiliki oleh individu karyawan.

Kesimpulan

1. Hasil pengujian hipotesis yang pertama menjelaskan bahwa *self-efficacy* berpengaruh secara positif dan signifikan secara parsial terhadap kinerja karyawan divisi kurir pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Utama Jember, artinya hipotesis yang menyebutkan *self-efficacy* berpengaruh positif dan signifikan

terhadap kinerja diterima. Pengaruh positif tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi *self-efficacy* yang dimiliki karyawan divisi kurir maka semakin tinggi pula kinerja karyawan divisi kurir pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Utama Jember.

2. Hasil pengujian hipotesis yang kedua menjelaskan bahwa komitmen organisasi berpengaruh secara positif dan signifikan secara parsial terhadap kinerja karyawan divisi kurir pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Utama Jember, artinya hipotesis yang menyebutkan komitmen organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja diterima. Pengaruh positif tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi komitmen organisasi yang dimiliki karyawan divisi kurir maka semakin tinggi pula kinerja karyawan divisi kurir pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Utama Jember.
3. Hasil pengujian hipotesis yang ketiga menjelaskan bahwa *self-efficacy* dan komitmen organisasi berpengaruh secara positif dan signifikan secara simultan terhadap kinerja karyawan divisi kurir pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Utama Jember, artinya hipotesis yang menyebutkan *self-efficacy* dan komitmen organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja diterima. Pengaruh positif tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi *self-efficacy* dan komitmen organisasi yang dimiliki karyawan divisi kurir maka semakin tinggi pula kinerja karyawan divisi kurir pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Utama Jember.

Saran

Bagi Perusahaan

PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Utama Jember disarankan untuk selalu meningkatkan *self-efficacy* dari karyawan divisi kurir agar karyawan selalu memiliki semangat dalam bekerja dan bertanggung jawab atas pekerjaannya. Juga PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Utama Jember disarankan untuk selalu memperhatikan dan menjaga komitmen organisasi yang dimiliki karyawan divisi kurir agar karyawan selalu loyal untuk bekerja di perusahaan dan bertanggung jawab atas pekerjaannya.

Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya meneliti variabel-variabel bebas lainnya untuk mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi kinerja karyawan demi menyempurnakan hasil penelitian. Penelitian selanjutnya diharapkan menambah sampel dengan wilayah penelitian yang lebih luas agar hasil penelitian dapat dijadikan perbandingan pada penelitian selanjutnya.

Daftar Pustaka

- Bandura, A. 2010. *Self Efficacy Mechanism in Psychological and Health Promoting Behavior*, Prentice Hall, New Jersey.
- Darmawan, D. 2013. *Prinsip-prinsip Perilaku Organisasi*. Surabaya: Pena Semesta.
- Gaol, dan Jimmy, L. 2014. *A to Z Human Capital Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta:Grasindo.
- Ghufro dan Rini, R. 2016. *Teori-Teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.

- Ghozali, I. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Ketujuh. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gibson. 2016. *Organisasi*. Edisi ke lima. Jakarta : Erlangga.
- Hadi, S. 2015. *Statistika*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Hartatik, I.P. 2014. *Buku Praktis Mengembangkan SDM*. Yogyakarta: Laksana.
- Kasmir. 2015. *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori dan Praktek)*: Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Kreitner, R., dan Kinicki, A. 2011. *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Luthans, F. 2015. *Perilaku Organisasi*, Edisi Sepuluh. Penerjemah oleh A.A Anwar Prabu Mangkunegara dan Andi Ernawan. Yogyakarta.
- Mangkunegara, A.P. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nadhiroh, S. 2010. Pengaruh Kompleksitas Tugas, Orientasi Tujuan dan *Self-Efficacy* Terhadap Kinerja Auditor Dalam Pembuatan Audit Judgement. Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro Semarang.
- Prayitno, D. 2010. *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS dan Tanya Jawab Ujian Pendadaran*. Gaya Media, Yogyakarta.
- Rivai dan Segala, E. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Robbins, S.P., dan T.A. Judge. 2016. *Perilaku Organisasi*. Edisi 16. Jakarta: Salemba Empat.
- Sapitri, R. 2016. Pengaruh Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Perusahaan Listrik Negara Area Pekanbaru. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Universitas Riau. Vol. 3 No.2
- Sedarmayanti. 2016. *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja*. Bandung: Mandar Maju.
- Siregar, S. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif (Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS)*. Jakarta: Prenamedia Group.
- Steve, M., dan Thomas W. B. 2010. *Organizational Psychology: A Scientist Practitioner Approach*, 2nd edition, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Sugiarto. 2017. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Umar, H. 2013. *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis* Bisnis. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka.
- Verianto, H. 2019. Pengaruh Kepercayaan, Efikasi Diri, dan Komitmen Organisasional Terhadap Berbagi Pengetahuan Karyawan di Kantor Cabang Utama PT. Bank Panin Tbk. Kota Pontianak. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*. Vol. 8, No. 2, Hal 128-146
- Yudhitia, dan Mahadiansar. 2019. *Perilaku Organisasi Positif dalam Kinerja : Sebuah Konsep dan Teori*. Tanjungpinang: UMRAH Press

Pengaruh Motivasi dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan Bangunan Bagian Produksi pada CV Multi Bangunan di Jember

Gusti Damar Jati¹, Sutrisno², Hari Karyadi³
gustidamar96@yahoo.co.id

Abstract

This study aims to determine the effect of simultaneous and partial work motivation employee performance. This type of research is an explanatory research with quantitative approach. The method of data collection using questionnaires and documentation study. This method is used to describe relationship between variables each other. Mechanical analysis using descriptive analysis, multiple linear regression analysis, F test and t test. The result showed that motivation and discipline simultaneous has influence on employees performance by 75,9% while the remaining 24,1% is influenced by other variable not examined in this study. Work motivation is partially effected by significant value of 2,775 is smaller than $\alpha=0,050$. It is expected that CV Multi Bangunan to always increase the motivation and discipline that employee performance is satisfactory.

Keywords: Motivation, Discipline, Employee Performance

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh secara simultan dan parsial motivasi kerja dan disiplin kerja terhadap kinerja karyawan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian penjelasan dengan pendekatan kuantitatif. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan studi dokumentasi. Metode ini digunakan untuk menjelaskan hubungan antara variabel-variabel yang diteliti satu sama lain. Teknik analisis menggunakan analisis deskriptif, analisis regresi linier berganda, uji F dan uji t. berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa motivasi kerja berpengaruh secara simultan terhadap kinerja karyawan sebesar 75,9% sedangkan sisanya 24,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Motivasi kerja berpengaruh secara parsial dengan nilai signifikan 2,775 lebih kecil dari $\alpha=0,050$. Maka diharapkan CV Multi Bangunan untuk selalu meningkatkan motivasi kerja dan disiplin kerja agar kinerja karyawan lebih memuaskan.

Kata Kunci: Motivasi Kerja, Disiplin Kerja, Kinerja Karyawan

^{1,2,3} Universitas Jember

Pendahuluan

Tantangan utama yang dihadapi oleh perusahaan pada masa sekarang dan untuk masa yang akan datang adalah bagaimana mempersiapkan SDM yang berkualitas, mempunyai semangat dalam bekerja dan mematuhi SOP yang sudah ditetapkan perusahaan. Oleh karena itu untuk mencapai tujuan tersebut dibutuhkan karyawan yang berkualitas, keberadaan karyawan dalam suatu perusahaan memiliki kontribusi besar bagi perkembangannya, sebab karyawan sebagai perencana sekaligus pelaksana dari segala aktifitas perusahaan sehingga tanpa karyawan mustahil suatu perusahaan berjalan secara efektif dan efisien. Berhasil tidaknya suatu karyawan dalam mempertahankan eksistensinya dalam bekerja dimulai dari manusia itu sendiri dalam meningkatkan efektifitas dan efisiensi secara maksimal. Dengan kata lain kinerja organisasi atau perusahaan sangat dipengaruhi dan bahkan tergantung pada kualitas kemampuan kompetitif sumber daya manusia yang dimilikinya. Setiap organisasi membutuhkan sumber daya manusia yang mampu bekerja lebih baik dan lebih cepat sehingga diperlukan sumberdaya manusia yang mempunyai kinerja (*job performance*) yang tinggi. Baik buruk hasil kerja karyawan dapat dilihat dari standar kinerja yang ditetapkan perusahaan. Jika karyawan memberikan hasil kerja sesuai standar kinerja yang telah ditetapkan, maka kinerja karyawan tergolong baik. Kinerja karyawan bukan suatu keadaan yang berdiri sendiri melainkan disebabkan oleh beberapa faktor seperti motivasi dan disiplin kerja.

Motivasi merupakan dorongan bagi seseorang untuk melakukan pekerjaan. jika karyawan memiliki dorongan yang kuat dari dalam dirinya

atau dorongan dari luar dirinya, maka karyawan akan terdorong untuk melakukan sesuatu pekerjaan dengan baik (Kasmir, 2016). Hasil riset Gusti (2013) Usaha untuk bisa terus meningkatkan kinerja adalah dengan memberikan motivasi bagi karyawannya.

Disiplin kerja adalah usaha karyawan untuk menjalankan aktivitas kerjanya secara sungguh-sungguh, disiplin kerja dalam hal ini dapat berupa waktu, masuk kerja secara tepat waktu (Kasmir, 2016). Hasil riset Pramasela (2016) menyatakan disiplin kerja harus dimiliki oleh setiap pegawai agar dapat mendukung tercapainya perusahaan karena merupakan wujud dari kepatuhan terhadap aturan kerja dan tanggung jawab diri terhadap perusahaan. Disiplin kerja dapat berdampak pada kehidupan pribadi karyawan yang berpengaruh terhadap perusahaan. Perusahaan perlu mengawasi setiap tindakan dan perilaku yang dilakukan oleh karyawan saat bekerja, jika ada tindakan penyelewengan yang tidak sesuai dengan aturan maupun sesuatu yang dianulir dari fakta yang ada sebaiknya perusahaan menetapkan sanksi bagi karyawan.

Persaingan perusahaan yang bergerak di bidang pengadaan material bangunan khususnya Paving, Genteng Beton, dan batako. Perusahaan material bangunan yang ada di Kabupaten Jember semakin banyak dan terus berkembang mengikuti perkembangan zaman. Perusahaan harus membuat inovasi baru dalam model hasil pembuatan sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai. Fasilitas dan bahan produksi mempunyai kapasitas yang terbatas dan membutuhkan ketelitian, penggunaan yang tidak tepat akan membuat perusahaan tidak dapat

mencapai target produksinya dan terjadi pemborosan biaya produksi.

Daftar Perusahaan Material Bangunan di Kabupaten Jember.

Tabel 1. Daftar Perusahaan Material Bangunan di Goggle Maps

No	Nama Perusahaan	Produksi	Tahun Berdiri
1.	CV. Multi Bangunan	Genteng beton, Paving, Batako	1990
2.	CV. Inticon	Paving, Batako, Genteng	1992
3.	UD. Poreng Jaya	Paving, Batako, Genteng	1999
4.	UD. Artaguna	Paving, Batako	2001
5.	CV. Paving Kita	Paving	2005
6.	CV. Merakjaya Beton	Beton	2000

Sumber : Google Maps List 2021

Berdasarkan pada hasil observasi awal penelitian mendapatkan informasi dari kelapa bagian keuangan bapak Novan bahwa kinerja karyawan di perusahaan ini sudah cukup baik karena karyawan sudah melaksanakan

pekerjaan sesuai tugas dan tanggung jawab yang telah diberikan sehingga memenuhi target produksi yang telah ditetapkan perusahaan. Berikut data target dan realisasi penjualan CV. Multi Bangunan tahun 2018 – 2020.

Tabel 2. Realisasi Produk Material Bangunan CV Multy Bangunan Tahun 2018 – 2020

No	Tahun		Target			Realisasi	
	Jenis Produksi	Genteng Beton	Paving	Batako	Genteng Beton	Paving	Batako
1.	2018	300.000	220.000	200.000	270.000	240.000	220.000
2.	2019	330.000	250.000	250.000	335.000	230.000	240.000
3.	2020	360.000	260.000	260.000	350.000	270.000	210.000

Sumber: CV Multy Bangunan 2020

Berdasarkan permasalahan diatas, penelitian ini dilakukan untuk melihat pengaruh motivasi dan disiplin kerja terhadap kinerja karyawan hingga dapat bertahan dan berkembang sampai sekarang hal ini dapat dilihat dari realisasi produk material bangunan dimana pada tahun 2018 target produksi yang dapat terealisasi dengan target sebesar 720.000 unit dengan realisasi 730.000 unit namun pada tahun 2019 mengalami penurunan target 830.000 unit dengan realisasi 805.000 dan pada tahun 2020 target 883.000 dengan realisasi sebesar 830.000 unit. Penelitian ini juga menggunakan unsur – unsur motivasi dan disiplin kerja yang berbeda dengan penelitian terdahulu.

Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh motivasi terhadap kinerja karyawan pada CV Multi Bangunan di Jember dan pengaruh disiplin kerja terhadap kinerja karyawan pada CV Multi Bangunan di Jember. Selain itu, bertujuan untuk menganalisis pengaruh motivasi dan disiplin kerja terhadap kinerja secara simultan pada karyawan CV Multi Bangunan di Jember.

Tinjauan Pustaka

Manajemen Sumber Daya Manusia

Triyono (2012:12) berdasarkan asal katanya, manajemen berasal dari kata *management* yang merupakan bentuk *nouns* dari kata kerja *to manage*

yang bermakna mengurus, mengatur, melaksanakan dan mengelola, sehingga manajemen adalah pengurusan, pengaturan, pelaksanaan dan pengelolaan. Kata sumber daya manusia merujuk pada pengertian manusia sebagai sumber daya. Apabila kedua kata tersebut digabungkan, maka manajemen sumber daya manusia dapat dijabarkan sebagai pengelolaan manusia sebagai sumber daya. Manajemen sumber daya manusia dapat didefinisikan sebagai pendekatan strategik dan koheren untuk mengelola aset paling berharga milik perusahaan, orang-orang yang bekerja dalam perusahaan, baik secara individu maupun kolektif dan memberikan sumbangan untuk mencapai sasaran perusahaan, menurut Amstrong dalam Triyono (2012:13). Hasibuan (2013:10) mengemukakan, manajemen sumber daya manusia adalah ilmu dan seni mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar efektif dan efisien membantu terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan, dan masyarakat. Simamora dalam (Sutrisno, 2013:5) mengemukakan bahwa manajemen sumber daya manusia adalah pendayagunaan, pengembangan, penilaian, pemberian balas jasa dan pengelolaan individu anggota organisasi atau kelompok pekerja. Fahmi (2016:1) manajemen sumber daya manusia (*human resources management*) rangkaian aktivitas organisasi atau perusahaan yang diarahkan untuk menarik, mengembangkan dan mempertahankan tenaga kerja yang efektif.

Motivasi

Sedarmayanti (2010), motivasi merupakan kesediaan mengeluarkan tingkat upaya tinggi ke arah tujuan organisasi yang dikondisikan oleh kemampuan upaya itu untuk memenuhi

kebutuhan individual. Bila seseorang termotivasi, maka seseorang tersebut akan mencoba menjadi seseorang yang kuat. Bangun (2012:312), motivasi berasal dari kata motif (*motive*), yang berarti dorongan. Dengan demikian motivasi berarti suatu kondisi yang mendorong atau menjadi sebab seseorang melakukan suatu perbuatan/kegiatan, yang berlangsung secara sadar. Priansa (2014:171), motivasi berasal dari kata latin *movere* yang berarti dorongan, daya penggerak atau kekuatan yang menyebabkan suatu tindakan atau perbuatan, yang berarti pemberian motif, penimbunan motif, atau hal yang menimbulkan dorongan atau keadaan yang menimbulkan dorongan. Ivanko dalam Hamali (2016:131) mendefinisikan motivasi sebagai keinginan dan energi seseorang yang diarahkan untuk pencapaian suatu tujuan. Motivasi adalah sebab dari tindakan. Upaya mempengaruhi seseorang dalam rangka memberikan motivasi berarti memberikan dorongan untuk melakukan sesuatu yang diketahui dan seharusnya dilakukan. Kondalkar dalam Hamali (2016:131), motivasi adalah sebagai hasrat dalam yang membakar yang disebabkan oleh kebutuhan, keinginan, dan kemauan yang mendorong seorang individu untuk menggunakan energi fisik dan mentalnya demi tercapainya tujuan-tujuan yang diinginkan. Kasmir (2016:190), motivasi merupakan dorongan bagi seseorang untuk melakukan pekerjaan. Jika karyawan memiliki dorongan yang kuat dari dalam dirinya atau dorongan dari luar dirinya, maka karyawan akan terdorong untuk melakukan sesuatu pekerjaan dengan baik.

Disiplin Kerja

Disiplin adalah prosedur yang mengoreksi atau menghukum bawahan

karena melanggar peraturan atau prosedur. Disiplin merupakan bentuk pengendalian diri karyawan dan pelaksanaan yang teratur dan menunjukkan tingkat kesungguhan tim kerja di dalam organisasi. (Simamora, 1997)

Menurut Moenir (2002), disiplin adalah suatu bentuk ketaatan terhadap aturan, baik tertulis maupun tidak tertulis yang telah ditetapkan. Disiplin harus ditumbuhkembangkan agar tumbuh pula ketertiban dan efisiensi. Sedangkan menurut Rahmatullah (2003), disiplin haruslah dimiliki oleh setiap karyawan dan harus terus ditingkatkan. Salah satu syarat agar dapat ditumbuhkan disiplin dalam lingkungan kerja ialah, adanya pembagian pekerjaan yang tuntas sampai kepada pegawai atau petugas yang paling bawah, sehingga setiap orang tahu dengan sadar apa tugasnya, bagaimana melakukannya, kapan pekerjaan dimulai dan kapan selesai, seperti apa hasil kerja yang disyaratkan, dan kepada siapa ia bertanggung jawabkan hasil pekerjaan itu.

Kinerja

Mangkunegara (2009:67) kinerja merupakan prestasi kerja yang dicapai seseorang atau hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Mangkuprawira (2009: 218), kinerja adalah hasil atau tingkat keberhasilan seseorang secara keseluruhan selama periode tertentu di dalam melaksanakan tugas dibandingkan dengan berbagai kemungkinan, seperti standar hasil kerja, target, atau sasaran atau kriteria yang telah ditentukan terlebih dahulu dan telah disepakati bersama. Bangun

(2012:231) kinerja adalah hasil pekerjaan yang dicapai seseorang berdasarkan persyaratan-persyaratan pekerjaan (*job requirement*). Suatu pekerjaan mempunyai persyaratan tertentu untuk dapat dilakukan dalam mencapai tujuan yang disebut juga sebagai standar pekerjaan (*job standard*). Marwansyah (2014:228), kinerja adalah pencapaian atau prestasi seseorang berkenaan dengan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya. Kinerja juga dipandang sebagai perpaduan hasil kerja (apa yang harus dicapai oleh seseorang) dan kompetensi (bagaimana seseorang mencapainya). Priansa dan Suwatno (2014:196), kinerja atau prestasi kerja merupakan hasil yang dicapai seseorang menurut ukuran yang berlaku, dalam kurun waktu tertentu, berkenaan dengan pekerjaan serta perilaku dan tindakannya. Karyawan yang memiliki level kinerja yang tinggi merupakan karyawan yang produktivitas kerjanya tinggi, begitu sebaliknya, karyawan yang memiliki level kinerja tidak sesuai dengan standar yang ditetapkan maka karyawan tersebut merupakan karyawan yang tidak produktif. Hamali (2016:98) kinerja merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan konsumen, dan memberikan kontribusi pada ekonomi. Kinerja adalah tentang melakukan pekerjaan dan hasil yang dicapai dari pekerjaan yang dilakukan tersebut. Kinerja merupakan output yang dihasilkan atau dicapai dari pekerjaan yang telah dilakukan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan. Perusahaan harus mampu meningkatkan kinerja karyawan agar tujuan perusahaan tercapai.

Keterkaitan antar Variabel

2.2.1 Pengaruh Motivasi dan Kinerja Karyawan

(Agung & Salit) Pemberian motivasi merupakan salah satu tujuan agar karyawan yang diberi motivasi dapat bekerja sesuai dengan luas, fungsi dan tanggung jawab yang ditetapkan sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai dengan baik.

Motivasi kerja yang tinggi dapat meningkatkan kinerja karyawan sesuai yang diungkapkan oleh Gibson dan Stoner dalam Sudurwan (2016:15) motivasi kerja merupakan alasan-alasan, dengan dorongan yang ada dalam diri manusia yang menyebabkan yang menyebabkan ia melakukan sesuatu atau berbuat sesuatu. Oleh sebab itu, dalam rangka upaya meningkatkan kinerja organisasi maka intervensi terhadap terhadap motivasi sangat penting dan dianjurkan.

2.2.2 Pengaruh Disiplin Kerja dan Kinerja Karyawan

Menurut Hasibuan (2016:193) bahwa disiplin harus ditegakkan dalam suatu organisasi perusahaan, karna tanpa dukungan disiplin pegawai yang baik sulit bagi perusahaan untuk mewujudkan tujuannya. Dengan adanya disiplin kerja pada setiap pegawai yang ada didalam perusahaan tersebut, akan menjadikan perusahaan itu jadi maju. Karena setiap pegawai yang disiplin dalam melakukan pekerjaannya dapat menyelesaikan tugas-tugas yang ada didalam perusahaan tersebut walaupun tidak secara keseluruhan menghasilkan pegawai yang sempurna. Disiplin sangat penting dalam pertumbuhan organisasi, disiplin digunakan terutama untuk memotivasi pegawai agar dapat mendisiplinkan diri dalam melaksanakan baik secara perorangan maupun kelompok. Disamping itu disiplin bermanfaat mendidik pegawai

untuk mematuhi dan menyenangkan peraturan, prosedur, maupun kebijakan yang ada, sehingga dapat menghasilkan kinerja yang baik.

2.3.3 Pengaruh Motivasi dan Disiplin Kerja dengan Kinerja Karyawan

Menurut Irianto (dalam Sutrisno, 2016:171), mengemukakan kinerja karyawan adalah prestasi yang diperoleh karyawan dalam melakukan tugas. Keberhasilan organisasi tergantung pada kinerja para pelaku organisasi bersangkutan. Menurut Mangkunegara (2016:67) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pencapaian kinerja adalah faktor kemampuan dan faktor motivasi.

Dari pendapat ahli diatas dapat dipahami bahwa faktor motivasi merupakan faktor penolong bagi individu untuk melakukan suatu tindakan atau kegiatan. Disiplin kerja juga diperlukan dalam peningkatan kinerja. Menurut Terry (dalam Sutrisno, 2016:87) disiplin merupakan alat penggerak karyawan, agar tiap pekerjaan dapat berjalan dengan lancar, maka harus diusahakan agar ada disiplin yang baik. Dengan terciptanya disiplin kerja yang baik akan mempermudah perusahaan dalam mencapai tujuan. Dari beberapa pendapat para ahli diatas dapat dipahami bahwa motivasi dan disiplin kerja mempunyai peranan penting dalam meningkatkan kinerja karyawan. Dengan adanya suatu kedisiplinan yang tinggi, serta pemberian motivasi kerja yang tepat terhadap karyawan dapat meningkatkan kinerja karyawan dalam suatu organisasi.

Penelitian Terdahulu

Muhamad Holil dan Agus Sriyanto (2018), tentang “Pengaruh Motivasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai (Studi Kasus Kantor

Pelayanan Pajak Badan Usaha Milik Negara)”. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa: (1) Motivasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan; (2) Disiplin Kerja tidak mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan; dan (3) Motivasi dan disiplin Kerja secara bersama-sama secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan.

Dika Arizona (2017), tentang “Analisis Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Motivasi Kerja dan Komitmen Organisational terhadap Kinerja Pegawai (Studi Pada Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Malang)”. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa: (1) Variabel gaya kepemimpinan, motivasi kerja dan komitmen organisasional dapat dibuktikan secara simultan atau bersama-sama semua variabel berpengaruh terhadap kinerja pegawai Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Malang. Secara parsial gaya kepemimpinan dan motivasi kerja mempunyai pengaruh yang nyata terhadap kinerja pegawai Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Malang; (2) Variabel gaya kepemimpinan, motivasi kerja dan komitmen organisasional yang berpengaruh paling dominan terhadap kinerja pegawai dinas kelautan dan perikanan kabupaten malang adalah variabel motivasi kerja dengan nilai koefisien regresi B 27 sebesar 0,461 dengan nilai signifikansi $\alpha < 0,05$. Ini mengindikasikan bahwa fakta yang terjadi pada variabel motivasi kerja merupakan pengaruh paling dominan ini disebabkan pegawai Dinas Kelautan dan Perikanan memiliki motivasi yang tinggi untuk melaksanakan pekerjaannya dengan begitu kinerja

yang dihasilkan akan semakin baik dan meningkat.

Azwar (2017) melakukan penelitian tentang “Pengaruh Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan di Hotel Grand Inna Muara Padang”. Berdasarkan hasil penelitian disiplin kerja karyawan berada pada kategori sangat baik 87,75%, kinerja karyawan berada pada kategori baik (68,36%). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara disiplin kerja terhadap kinerja karyawan di Hotel Grand Inna Muara Padang yaitu sebesar 6,8%.

Reza (2010) Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Motivasi, Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT. Sinar Sentosa Perkasa menggunakan Analisis regresi linear berganda, hasil penelitian menunjukkan bahwa Disiplin kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan Banjarnegara.

Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan, maka hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

1. H_1 : Variabel motivasi tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel kinerja.
 H_a : Variabel motivasi berpengaruh signifikan terhadap variabel kinerja.
2. H_2 : variabel disiplin kerja tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel kinerja.
 H_a : Variabel disiplin kerja berpengaruh signifikan terhadap variabel kinerja.
3. H_3 : Variabel motivasi dan disiplin kerja tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel kinerja.
 H_a : Variabel motivasi dan disiplin kerja berpengaruh secara simultan terhadap variabel kinerja.

Metode Penelitian

Rancangan Penelitian

Penelitian ini menjelaskan tentang metode penelitian yang akan digunakan. Peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif dalam melakukan penelitian. Sugiyono (2014:13) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pendekatan ini dipilih karena data yang diperoleh merupakan angka-angka dan menggunakan kuesioner sebagai pengumpulan data dari responden dan melakukan pengolahan data untuk memperoleh kesimpulan. Penelitian ini akan menjelaskan pengaruh motivasi dan disiplin kerja terhadap kinerja

karyawan pada CV Muly Bangunan di Jember.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di CV Muly Bangunan yang terletak di Jl. Lentjend. Sutoyo No. 133. Kecamatan Sumber Sari, Kabupaten Jember. Penelitian akan dilakukan dalam jangka waktu dua bulan terhitung dari bulan November sampai Februari 2021.

Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan *Sampling*

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember yang seluruh karyawan bagian produksi di CV Muly Bangunan dengan masa kerja lebih dari 1 tahun. Jadi populasi dalam penelitian ini berjumlah 40 karyawan bagian produksi pada CV Muly Bangunan.

Tabel 3. Populasi Penelitian

NO.	Bagian	Jumlah karyawan	Masa Kerja >1th
1.	Pencampuran	15 orang	15 orang
2.	Pencetakan	10 orang	10 orang
3.	Pengeringan	10 orang	10 orang
4.	Penyimpanan	5 orang	5 orang
Total		40 orang	40 orang

Sumber: CV Muly Bangunan di Jember 2021

Teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Teknik pengambilan sampel penelitian ini adalah teknik jenuh atau sensus. *Sampling* jenuh atau sensus adalah

teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel Sugiyono (2017:122). Sampel dalam penelitian ini adalah karyawan bagian produksi yang berjumlah 40 karyawan di CV Muly Bangunan.

Variabel dan Indikator

Tabel 4. Definisi Operasional Variabel

VARIABEL A	INDIKATOR B	ITEM C
Motivasi	Prestasi	Keinginan saudara/i untuk berprestasi agar dapat mencapai target perusahaan.
	Pengukuran	Saudara/i mendapat pengakuan dari pimpinan atas hasil kerja yang dicapai.
	Tanggung jawab	Saudara/i memperoleh tanggung jawab atas hasil pekerjaannya.
	Kemajuan	Saudara/i bekerja untuk memperoleh peningkatan jabatan.
	Pekerjaan itu sendiri	Saudara/i dapat menangani pekerjaan secara aktif sesuai bidang yang telah ditentukan.
	Kemungkinan berkembang	Saudara/i mendapatkan pelatihan guna dapat memperoleh peningkatan pengetahuan.
Disiplin Kerja	Peraturan waktu	1. Saudara/i dapat datang tepat waktu 2. Saudara/i dapat pulang tepat waktu 3. Saudara/i dapat istirahat tepat waktu
	Peraturan dasar perusahaan	1. Saudara/i dapat berpakaian dengan rapi. 2. Saudara/i dapat bertingkah laku dengan baik.
	SOP dalam kerja	Saudara/i dapat mematuhi peraturan saat jam kerja.
Kinerja	Jumlah Pekerjaan	1. Saudara/i dapat memenuhi target pekerjaan. 2.. Saudara/i dapat memenuhi persyaratan dalam bidang yang dikerjakan.
	Kualitas pekerjaan	1. Saudara/i dapat menghasilkan kualitas barang sesuai dengan standar perusahaan. 2. Karyawan dapat mengerjakan pekerjaannya sesuai ketentuan SOP.
	Kepuasan kerja	1. Saudara/i merasa puas dapat memberikan hasil kerja selama ini. 2. Saudara/i dapat menyukai pekerjaan saat ini.
	Kehadiran	1. Saudara/i dapat mengerjakan pekerjaan sesuai waktu yang ditentukan. 2. Saudara/i dapat memenuhi tingkat kehadiran yang telah ditentukan perusahaan
	Ketepatan waktu	1. Saudara/i dapat menyelesaikan pekerjaan tepat waktu. 2. Saudara/i tidak menghambat pekerjaan karyawan pada bagian lain.
	Kemampuan kerja sama	1. Saudara/i dapat bekerjasama dengan rekan kerja. 2. Saudara/i dapat bekerja sama dengan pimpinan.

Sumber: Data diolah dari berbagai sumber oleh peneliti, 2020

Skala Pengukuran

Skala pengukuran adalah sebuah alat ukur yang akan digunakan peneliti dalam melakukan sebuah pengukuran dan menghasilkan data kuantitatif. (Sugiyono 2016). Dalam penelitian ini menggunakan skala Ordinal dengan menggunakan metode likert. Metode likert ini dipilih karena digunakan

peneliti untuk mengembangkan instrumen dalam mengukur pendapat individu mengenai sebuah permasalahan. Skala likert ini juga mempunyai gradasi dari paling positif hingga paling negatif (Sugiyono 2016). Pemberian skor pada penelitian ini yaitu:

Tabel 5. Skor Penilaian Terhadap Pilihan Jawaban

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Setuju/ sangat benar/ sangat menarik (SS/SB/SM)	4
Setuju/ benar/ menarik (S/B/M)	3
Tidak setuju/ tidak benar/ tidak menarik (TS/TB/TM)	2
Sangat tidak setuju/ sangat tidak benar/ sangat tidak menarik (STS/STB/STM)	1

Sumber : diolah peneliti, 2020.

Berdasarkan tabel 5 terdapat 4 skor penilaian yang digunakan. Suryani dan Hendryadi (2015) skala *likert* banyak dimodifikasi menjadi 4 pilihan dengan tujuan menghilangkan pilihan netral. Adanya jawaban netral akan menimbulkan responden memilih jawaban tersebut. Jawaban netral/ kategori tengah mempunyai makna ganda, dan diartikan dengan belum memutuskan jawaban atau ragu akan pilihannya.

Hasil dan Pembahasan

Gambaran Umum Objek Penelitian

Perusahaan ini berdiri sejak tahun 1990 yang terletak di jalan Letjend Sutoyo No.133, Kecamatan Sumpersari, Kabupaten Jember. Perusahaan ini didirikan oleh Bapak Abdullah keahliannya dalam membuat bahan material bangunan (genteng,

paving, dan beton) ini dimanfaatkan dengan baik oleh Bapak Abdullah untuk membangun perusahaan dibidang material bangunan. Usaha ini sempat mengalami krisis moneter pada tahun 1997 dimana saat perekonomian Indonesia sedang lumpuh total sehingga pembangunan juga terhenti oleh peristiwa ini. Perusahaan ini mulai berkembang lagi pada Tahun 2002 sampai sekarang. Berjalan selama 30 tahun CV Multy Bangunan mampu bersaing dengan para pesaing perusahaan lainnya yang ada di Jember. Berkembangnya pola hidup masyarakat, membuat Bapak Abdullah berpikir untuk mengikuti perubahan zaman. Untuk menarik minat masyarakat CV Multy Bangunan juga melakukan promosi terkait produknya melalui media sosial dengan inovasi-inovasi terbarunya.

Karakteristik Responden

Tabel 6. Umur

Umur (tahun)	Frekuensi	Persentase (%)
18 – 28	3	7,5
29 - 34	11	27,5
35 - 40	12	30
41 - 46	8	20
47 - 53	6	15
Jumlah	40	100

Sumber: Data Diolah 2021

Tabel 7. Lama Kerja

Lama Bekerja (Tahun)	Frekuensi	Presentase (%)
1 – 5	9	22,5
6 – 10	10	25
11 – 15	18	45
16 – 20	3	7,5
Jumlah	40	100

Sumber: Data Diolah 2021

Tabel 8. Pendidikan

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase (%)
SD	7	17,5
SMP	20	50
SMA	13	32,5
Jumlah	40	100

Sumber: Data Diolah 2021

Uji Validitas

Uji validitas memiliki tujuan untuk melihat dan mengetahui derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti (Sugiyono, 2016:267), hal tersebut dilakukan dengan menyebarkan kuesioner

kepada responden. Kuesioner diberikan kepada 40 karyawan bagian produksi di perusahaan CV Multy Bangunan. Kuesioner akan diuji menggunakan SPSS 25.0 for windows dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai korelasi r sebesar 0,312.

Tabel 9. Hasil Uji Validasi

Variabel	Item Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Motivasi (X1)	X1.1	0,516	0,312	Valid
	X1.2	0,402	0,312	Valid
	X1.3	0,531	0,312	Valid
	X1.4	0,354	0,312	Valid
	X1.5	0,516	0,312	Valid
	X1.6	0,486	0,312	Valid
Disiplin Kerja (X2)	X2.1	0,662	0,312	Valid
	X2.2	0,617	0,312	Valid
	X2.3	0,340	0,312	Valid
	X2.4	0,595	0,312	Valid
	X2.5	0,662	0,312	Valid
	X2.6	0,595	0,312	Valid
	X2.7	0,617	0,312	Valid
Kinerja Karyawan (Y)	Y.1	0,678	0,312	Valid
	Y.2	0,439	0,312	Valid
	Y.3	0,552	0,312	Valid
	Y.4	0,498	0,312	Valid
	Y.5	0,678	0,312	Valid
	Y.6	0,707	0,312	Valid
	Y.7	0,498	0,312	Valid
	Y.8	0,678	0,312	Valid
	Y.9	0,707	0,312	Valid
	Y.10	0,552	0,312	Valid
	Y.11	0,498	0,312	Valid
	Y.12	0,439	0,312	Valid

Sumber: Data Diolah 2021

Berdasarkan Tabel 9 dengan pengujian SPSS 25.0 for windows diketahui bahwa koefisien korelasi

untuk variabel motivasi, disiplin kerja, dan kinerja karyawan memiliki nilai yang lebih besar dibandingkan dengan

nilai r-tabel sebesar 0,312, sehingga dapat dinyatakan bahwa item-item pertanyaan pada instrumen (kuesioner) penelitian tersebut bersifat valid sehingga layak untuk digunakan dalam pengumpulan data.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat konsistensi sebuah data apabila dilakukan pengujian atau pengukuran ulang. Uji reliabilitas bertujuan untuk menilai apakah data hasil kuesioner dapat reliabel atau tidak. Pengukuran uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan Cronback Alpha yaitu nilai > 0,60. Hasil uji reliabilitas sebagai berikut.

Tabel 10. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronback Alpha	N	N of items	%	Ket
Motivasi	0,683	40	6	100	Reliabel
Disiplin Kerja	0,675	40	7	100	Reliabel
Kinerja Karyawan	0,773	40	12	100	Reliabel

Sumber: Data Peneliti SPSS (2021)

Tabel 10 diatas menyajikan data uji reliabilitas variabel motivasi, disiplin kerja, dan kinerja karyawan dengan nilai sebesar 0,683, 0,675, dan 0,773 > 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel tergolong reliabel.

Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki

kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Deteksi untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinieritas dalam model regresi penelitian ini dapat dilakukan dengan cara melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF), dan nilai *tolerance*. Gejala multikolinieritas tidak terjadi apabila nilai VIF <10 dan nilai *tolerance* mendekati 0,1 (Sujarweni, 2016). Hasil uji multikolinieritas ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 11. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	Vif	Keterangan
Citra Merek	0,945	1,058	Non Multikolinieritas
Kualitas Produk	0,945	1,058	Non Multikolinieritas

Sumber: Data diolah (2020)

Berdasarkan tabel diatas hasil Uji Multikolinieritas menunjukkan variabel citra merek (X1) memperoleh nilai VIF sebesar 1,204 dan nilai *tolerance* sebesar 0,945. Variabel kualitas produk (X2) memperoleh nilai VIF sebesar 1,058 dan nilai *tolerance* sebesar 0,945. Hal tersebut menunjukkan bahwa

masing-masing variabel dalam penelitian ini memiliki nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,1 yang mengindikasikan bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik pada penelitian ini terdiri dari uji normalitas, uji multikoloniaritas, dan uji heterokodastiditas. Semua uji dilakukan dibantu dengan *software* SPSS 25.

Uji Normalitas Data

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah data yang diteliti peneliti memiliki distribusi normal atau tidak normal. Analisis statistik dilakukan dengan uji statistik Kolmogorov Sminov (Sugiyono, 2012). Pedoman penelitian ini menggunakan nilai signifikan > 0,05 maka data berdistribusi normal dan berlaku sebaliknya.

Tabel 12. Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	1,50792146
Most Extreme Differences	Absolute	0,162
	Positive	0,117
	Negative	-0,162
Test Statistic		0,162
Asymp. Sig. (2-tailed)		,060 ^c

Sumber: data diolah peneliti, 2021

Berdasarkan Tabel 12 hasil uji normalitas data menggunakan *Kolmogorov Smirnov* dapat diketahui bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* atau nilai signifikan sebesar 0,060 dan lebih besar dari 0,05, berarti dapat disimpulkan bahwa nilai residual tergolong normal dan model regresi dalam penelitian ini layak digunakan karena memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikoloniaritas

Multikoloniaritas berarti terjadi interkorelasi antara variabel bebas dimana menunjukkan adanya lebih dari satu hubungan linier yang signifikan. Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikoloniaritas pada variabel penelitian dapat diketahui dengan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10 dan *tolerance* 0,1 masing-masing pada variabel bebasnya (Ghozali, 2006). Berikut hasil penelitian uji multikoloniaritas.

Tabel 13. Uji Multikolinieritas

Variabel	Nilai Tolerance	Nilai VIF	Keterangan
Motivasi (X1)	0,192	5,209	Tidak terjadi multikolinieritas
Disilpin Kerja (X2)	0,192	5,209	Tidak terjadi multikolonieritas

Sumber; data diolah peneliti, 2021

Berdasarkan Tabel 13 dapat diketahui bahwa uji multikolinieritas memenuhi syarat terbebas dari interkorelasi antara variabel. Nilai

tolerance 0,1 lebih kecil dari nilai *tolerance* variabel motivasi dan disiplin kerja masing-masing sejumlah 0,192 dan nilai VIF 10 lebih besar dari

nilai kedua variabel motivasi dan disiplin kerja yaitu 5,209.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui variabel pengganggu dalam persamaan regresi saat mempunyai varian yang sama atau tidak. Model regresi yang baik adalah

yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan uji *spearman rho*. Menurut Prayitno (2010) bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas apabila *unstandardizedresidual* menghasilkan nilai signifikan > 0,05. Berikut hasil pengujian pada heteroskedastisitas.

Tabel 14. Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Nilai Signifikansi	Keterangan
Motivasi (X1)	0,669	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Disiplin Kerja (X2)	0,812	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: data diolah oleh peneliti 2021

Berdasarkan Tabel 14 bisa dilihat hasil nilai signifikansi kedua variabel dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS 25 melebihi ketentuan 0,05 yaitu senilai untuk variabel X1 0,669 dan untuk variabel X2 0,812 sehingga kedua variabel tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh

lebih dari satu variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Variabel bebas pada penelitian ini adalah motivasi (X1) dan Disiplin kerja (X2) serta variabel terikatnya adalah kinerja karyawan. Untuk mengetahui pengaruh motivasi dan disiplin kerja terhadap kinerja karyawan pada bagian produksi CV Multy Bangunan maka dilakukan analisis seperti berikut.

Tabel 15. Hasil Regresi Linier Berganda

Variabel Bebas	Coefficients B	t hitung	t tabel	Sig.
Constant	7,057	2,157	2,206	0,038
Motivasi	2,775	7,678	2,206	0,000
Disiplin kerja	1,936	3,344	2,206	0,002

Sumber: data diolah peneliti, 2021.

Berdasarkan Tabel 15 diketahui nilai konstanta (a) sebesar 7,057 sedangkan nilai motivasi (b₁) senilai 2,775 dan nilai disiplin kerja (b₂) sebesar 1,936 sehingga diketahui persamaan regresinya sebagai berikut.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + c$$

$$Y = 7,057 + 2,775X_1 + 1,936 X_2 + c$$

Persamaan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut.

a. Nilai Konstanta sebesar 7,057

Nilai konstanta bernilai positif sebesar 7,057 menunjukkan bahwa

apabila tidak ada variabel motivasi dan disiplin kerja maka kinerja sebesar 7,057.

b. Nilai koefisien motivasi (X1) sebesar 2,775

Nilai koefisien motivasi kerja bernilai positif sebesar 2,775 yang berarti adanya penurunan 1% motivasi maka akan menurun kinerja sebesar 2,775. Begitu pula sebaliknya, adanya kenaikan 1% pada motivasi, maka akan terjadi kenaikan sebesar 2,775 pada kinerja.

c. Nilai koefisien disiplin kerja (X_2) sebesar 1,936

Nilai koefisien disiplin kerja bernilai positif sebesar 1,936 yang berarti adanya penurunan 1% disiplin kerja akan menurun kinerja sebesar 1,936. Begitu pula sebaliknya, adanya kenaikan 1% pada kepuasan kerja, maka akan terjadi kenaikan sebesar 1,936 pada kinerja.

Uji Hipotesis

Uji t

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat atau dependen (Ghozali, 2011). Pengujian hipotesis t pada penelitian ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel motivasi dan disiplin kerja terhadap kinerja karyawan bagian produksi CV Multy Bangunan di Jember secara parsial atau sendiri-sendiri dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} pada taraf signifikansi kurang dari 0,05. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka ada pengaruh secara parsial antara variabel bebas ke variabel terikatnya, dan berlaku pula sebaliknya. Selain itu juga membandingkan tingkat signifikansi variabel $t_{hitung} < 0,05$ maka secara parsial variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikatnya, berlaku juga sebaliknya. Nilai t_{tabel} dapat dicari di tabel distribusi T dengan rumus sebagai berikut

$$t_{tabel} = (\alpha/2 ; n-k-1)$$

Keterangan:

a: nilai signifikan

n: jumlah sample

k: jumlah variabel bebas

Berdasarkan penjelasan tersebut maka nilai t_{tabel} penelitian ini sebagai berikut.

$$\begin{aligned} t_{tabel} &= (a/2:n-k-1) \\ &= (0,05/2: 40-2-1) \\ &= (0,025: 37) \\ &= 2,026 \end{aligned}$$

Nilai pengujian regresi linier berganda (untuk menguji pengaruh secara parsial) diperoleh hasil yang dapat dinyatakan sebagai berikut.

1) Variabel motivasi (X_1) memiliki nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $7,678 > 2,026$ dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari koefisien signifikansi yaitu $0,000 < 0,05$. Maka dapat diketahui bahwa variabel motivasi kerja berpengaruh signifikan terhadap variabel kinerja secara parsial pada karyawan bagian produksi CV Multy Bangunan di Jember. Hasil t_{hitung} yang positif berarti bahwa jika terdapat penurunan motivasi maka akan terjadi penurunan pada kinerja karyawan.

2) Variabel disiplin kerja (X_2) memiliki nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $3,344 > 2,026$ dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari koefisien signifikansi yaitu $0,002 < 0,05$. Maka dapat diketahui bahwa variabel disiplin kerja berpengaruh signifikan terhadap variabel kinerja secara parsial pada karyawan bagian produksi CV Multy Bangunan di Jember. Hasil t_{hitung} yang positif berarti bahwa jika terdapat penurunan kepuasan kerja maka akan terjadi penurunan pada kinerja karyawan.

Uji F

Uji F bertujuan untuk mengetahui signifikansi pengaruh dari variabel bebas secara bersamaan (simultan) terhadap variabel terikat (Ghozali, 2012). Pada penelitian ini uji F digunakan untuk melihat signifikansi pengaruh dari variabel motivasi dan disiplin kerja terhadap kinerja karyawan bagian produksi CV Multy Bangunan di Jember dengan

membandingkan nilai Fhitung dan Ftabel pada signifikansi 0,05. Apabila nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ dengan nilai signifikansi $< 0,05$ maka hipotesis dapat diterima. Tabel distribusi F dapat dicari dengan rumus sebagai berikut.

$$F_{tabel} = (\text{signifikansi}; N1;N2)$$

$$= (\text{signifikasi}; k-1;n-k)$$

Dari penjelasan tersebut maka nilai F_{tabel} penelitian ini sebagai berikut.

$$\begin{aligned} F_{tabel} &= (\text{signifikasi}; k-1;n-k) \\ &= (0,05 ; 2-1; 40-2) \\ &= (0,05 ; 1; 38) \\ &= 4.10 \end{aligned}$$

Tabel 16. Nilai F_{hitung}

ANOVA ^a						
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	
1 Regression	299,296	2	149,648	62,438	,000 ^b	
Residual	88,679	37	2,397			
Total	387,975	39				

a. Dependent Variable: Kinerja

Sumber: data diolah peneliti, 2021

Berdasarkan hasil pengujian regresi linier berganda (untuk menguji pengaruh secara simultan) dan ditemukannya nilai Ftabel dapat diketahui bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu 62,438 lebih besar dari 4,10 serta nilai signifikansi F lebih kecil dari koefisien signifikansi yaitu $0,000 < 0,05$.

Hasil tersebut dapat diketahui bahwa variabel bebas yang terdiri dari motivasi dan disiplin kerja secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikatnya atau kinerja karyawan bagian produksi CV Multy Bangunan di Jember.

c. Koefisien Determinasi

Tabel 17. Nilai Rsquare

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,878 ^a	0,771	0,759	1,548

a. Predictors: (Constant), Disiplin, Motivasi

Sumber: data diolah peneliti, 2021

Koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yang hubungannya variabel terikat (Prayitno, 2010). Nilai koefisien determinasi berganda (R^2) hasil analisis menunjukkan bahwa besarnya persentase pengaruh variabel motivasi dan disiplin kerja organisasi terhadap kinerja karyawan bagian produksi CV

Multy Bangunan di Jember dapat diketahui dari nilai adjusted R Square (R^2) yang menunjukkan nilai sebesar 0,759 atau 75,9%. Hal ini dapat dikatakan bahwa variabel motivasi (X_1) dan disiplin kerja (X_2) secara bersama-sama memberikan kontribusi sebesar 75,9% terhadap kinerja (Y), sedangkan sisanya yaitu 24,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak

termasuk pada penelitian ini. R merupakan satu ukuran yang digunakan untuk mengukur tingkat keeratan hubungan antar variabel bebas dengan variabel terikat. Nilai R senilai 0,878 merupakan korelasi atau hubungan antar variabel motivasi (X1) dan disiplin kerja (X2) terhadap kinerja karyawan (Y) sebesar 0,878.

Pengaruh Pengaruh Motivasi Secara Signifikan Terhadap Kinerja Karyawan Bagian Produksi CV Multy Bangunan di Jember

Berdasarkan hasil pengujian regresi linier berganda, motivasi berpengaruh positif terhadap kinerja, bisa dibuktikan melalui nilai koefisien regresi sebesar 2,775 atau 76,7% dengan arah positif, hal ini menunjukkan bahwa semakin rendah tingkat motivasi yang dirasakan karyawan maka semakin rendah pula kinerja karyawan. Sebaliknya, apabila semakin tinggi tingkat motivasi karyawan maka semakin tinggi kinerja karyawan. Pengujian menunjukkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai 7,678 lebih besar dari 2,024 serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka dapat dikatakan H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya ada pengaruh secara signifikan antara variabel motivasi (X_1) terhadap kinerja (Y) karyawan bagian produksi CV Multy Bangunan di Jember.

Kinerja atau prestasi seseorang tergantung pada motivasi orang tersebut terhadap pekerjaan yang dilakukan. Perusahaan memberikan motivasi kerja yang baik kepada karyawan, maka karyawan tersebut akan memiliki keinginan melakukan yang sejalan dengan harapan perusahaan, hal tersebut karena tugas motivasi sendiri adalah daya pendorong bagi karyawan untuk mengerahkan kemampuan, keahlian, tenaga, dan waktu dalam melakukan tugas yang

telah diberikan kepada karyawan tersebut. Sehingga perhatian organisasi untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan karyawan yang menjadi motivasi bekerja bagi para karyawan sangatlah penting.

Penelitian ini memberikan informasi untuk perusahaan bahwa motivasi memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kinerja karyawan bagian produksi CV Multy Bangunan di Jember, agar kedepannya perusahaan memberikan hal yang baik dan positif sehingga karyawan termotivasi pada kerjanya.

Pengaruh Disiplin Kerja Secara Signifikan Terhadap Kinerja Karyawan Bagian Produksi CV Multy Bangunan di Jember

Berdasarkan hasil pengujian regresi linier berganda, disiplin kerja berpengaruh positif terhadap kinerja, bisa dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 1,936 atau 33,4% dengan arah positif, hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat disiplin kerja yang dirasakan karyawan maka semakin tinggi pula kinerja karyawan. Sebaliknya, apabila semakin rendah tingkat disiplin kerja karyawan maka semakin menurun pula kinerja karyawan. Pengujian menunjukkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai 3,344 lebih besar dari 2,024 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka dapat dikatakan H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya ada pengaruh secara signifikan antara variabel disiplin kerja (X_2) terhadap kinerja (Y) karyawan bagian produksi CV Multy Bangunan di Jember.

Disiplin kerja yang ada di perusahaan CV Multy Bangunan di Jember adalah karyawan masuk tepat waktu sesuai jam kerja perusahaan, karyawan istirahat kerja sesuai dengan aturan yang berlaku diperusahaan,

karyawan pulang kerja sesuai dengan jam pulang kerja perusahaan, karyawan berpakaian sesuai dengan aturan yang diberlakukan perusahaan, karyawan bertingkah laku sesuai aturan perusahaan, dan karyawan bertanggung jawab saat berhubungan dengan unit lain.

Penelitian ini memberikan informasi untuk perusahaan bahwa disiplin kerja memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kinerja karyawan bagian produksi CV Multy Bangunan di Jember. agar kedepannya perusahaan meningkatkan tingkat disiplin kerja pada karyawan.

Pengaruh Motivasi dan Disiplin Kerja Secara Simultan Terhadap Kinerja Karyawan Bagian Produksi CV Multy Bangunan di Jember

Berdasarkan hasil pengujian regresi linier secara bersamaan diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 62,438 dan nilai F_{tabel} sebesar 4,10. Dari nilai tersebut diketahui bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari koefisien signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel bebas motivasi dan disiplin kerja secara bersama-sama (simultan) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel terikatnya yaitu kinerja karyawan bagian produksi CV Multy Bangunan di Jember, hal tersebut menunjukkan apabila terjadi penurunan pada motivasi kerja dan disiplin kerja, maka akan terjadi penurunan pada kinerja karyawan bagian produksi CV Multy Bangunan di Jember.

Motivasi karyawan yang tinggi akan berdampak pada rasa puas akan pekerjaannya sehingga meningkatkan kinerjanya dalam perusahaan. Selain itu karyawan akan memiliki tingkat disiplin kerja yang tinggi dalam bekerja

dengan adanya dorongan motivasi yang tinggi. Sehingga jika motivasi dan disiplin kerja karyawan tidak tercapai, maka akan berpengaruh buruk pada kinerja untuk perusahaan.

Penelitian ini memberikan informasi untuk perusahaan bahwa motivasi dan disiplin kerja memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap kinerja karyawan bagian produksi CV Multy Bangunan di Jember.

Kesimpulan

Hasil pengujian hipotesis yang pertama menjelaskan bahwa motivasi berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja karyawan bagian produksi CV Multy Bangunan di Jember, artinya hipotesis yang menyebutkan motivasi berpengaruh terhadap kinerja diterima. Pernyataan tersebut menunjukkan semakin rendah tingkat motivasi yang dirasakan oleh karyawan, maka semakin rendah pula kinerja karyawan bagian produksi CV Multy Bangunan di Jember.

Hasil pengujian hipotesis yang kedua menjelaskan bahwa disiplin kerja berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja karyawan bagian produksi CV Multy Bangunan di Jember, artinya hipotesis yang menyebutkan disiplin kerja berpengaruh terhadap kinerja diterima. Pernyataan tersebut menunjukkan semakin rendah tingkat disiplin kerja yang dirasakan oleh karyawan, maka semakin rendah pula kinerja karyawan bagian produksi CV Multy Bangunan di Jember.

Hasil pengujian hipotesis yang ketiga menjelaskan bahwa motivasi dan disiplin kerja berpengaruh secara simultan terhadap kinerja karyawan bagian produksi CV Multy Bangunan di Jember, artinya hipotesis yang

menyebutkan motivasi dan disiplin kerja berpengaruh terhadap kinerja diterima. Pernyataan tersebut menunjukkan semakin rendah tingkat motivasi dan disiplin kerja yang dirasakan oleh karyawan, maka semakin rendah pula kinerja karyawan bagian produksi.

Saran

Bagi Perusahaan

Penulis menyarankan kepada CV Multy Bangunan untuk menjaga dan meningkatkan semangat kerja di bagian produksinya dengan memberikan bentuk motivasi seperti memberi tunjangan hari raya, adanya asuransi tenaga kerja dan pemberian reward yang memotivasi kerja karyawan karena telah mencapai target yang sudah ditentukan oleh perusahaan, hal ini karena penelitian ini dihasilkan bahwa motivasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan.

Perlu adanya peningkatan sanksi terhadap pelanggaran SOP seperti tidak mematuhi jam saat masuk, istirahat, dan pulang saat bekerja agar tidak menjadi hambatan bagi karyawan dalam menyelesaikan pekerjaannya dengan baik, hal ini dapat dilakukan dengan memberikan sanksi terhadap karyawan jika melanggar aturan yang telah ditentukan pada saat bekerja, karena penelitian ini dihasilkan bahwa disiplin kerja berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan.

Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya meneliti variabel – variabel bebas lainnya untuk mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi kinerja karyawan demi menyempurnakan hasil penelitian. Penelitian selanjutnya diharapkan

menambah sampel penelitian yang lebih banyak agar hasil penelitian dapat dijadikan perbandingan pada penelitian selanjutnya.

Daftar Pustaka

- Bangun, W. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Erlangga. *E- Journal*.
- Bungin, M, B. 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu Sosisal lainnya*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Fahmi. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia Konsep dan Kinerja*. Bandung: Mitra Wacana Media.
- Firdhania, R., dan Muslihatiningsih, F. 2017. “*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Pengangguran di Kabupaten Jember*”. Jurnal: *Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, Vol IV (1): 117-121.
- Hamali, A. Y. 2016. *Pemahaman Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Hasibuan, Malayu S. P. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Cetakan ke 17. Edisi Revisi. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Kasmir. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori dan Praktik)*. Cetakan ke 2. Jakarta: Rajawali Pers.
- Komala, S. 2014. Pengaruh kepemimpinan, motivasi dan didiplin kerja terhadap kinerja karyawan pada PT Patra Komala di Dubai. Vol VI No. 2 Mei 2014 *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*.

- Kurniawan, Hendra. 2015. *Pengaruh Kepuasan Kerja, Motivasi Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT. GARAM (PERSERO)*.E-Journal Ilmu Manajemen Magistra Vol. 1 No 2. E-ISSN 2442-4315.
- Mangkuprawira, S. 2009. *Bisnis, Manajemen, dan Sumber Daya Manusia*. Cetakan ke 2. Bogor: IPB Press.
- Marwansyah. 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi 2. Bandung: ALFABETA.
- Netra, K.S.G. 2013. Pengaruh Motivasi kerja, Disiplin kerja dan Komunikasi terhadap kinerja karyawan pada PT PLN (PERSERO) Distribusi Bali. *E-Journal* Vol. 1 No 2. E-ISSN 2442-4315.
- Palampanga, Zahid. 2017. Pengaruh kepemimpinan, lingkungan kerja, dan disiplin kerja terhadap kinerja pegawai kelurahan diwilayah kecamatan Ampana kota Kabupaten Tojo UNA-UNA. *Jurnal katalogis*, Volume 5 Nomer 10,Oktober 2017 hlm 100-108
- Pramasela, Meisy. 2016. Pengaruh Pendidikan, Pelatihan, Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Badan Penanggulangan Bencana Daerah Provinsi Sulawesi Utara, *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*.
- Priansa dan Suwatno. 2014. *Manajemen SDM dalam Organisasi Publik dan Bisnis*. Bandung: ALFABETA.
- Purwanto, Hari. 2019. *Pengaruh Disiplin Kerja, Motivasi Kerja dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan pada PT Bhirawa Steel Surabaya*.
- Sedarmayanti. 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia, Reformasi Birokrasi, dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil*. Cetakan ke 4. Bandung: PT Refika Aditama.
- Septiawan B. 2020. *Motivasi Kerja dan Generasi Z*. Zaida Digital Publishing
- 2011. *Tata Kerja dan Produktivitas Kerja*. Cetakan ke 3. Bandung: CV Mandar Maju.
- Siagian dan Sugiarto. 2006. *Metode Statistika Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Cetakan ke 3. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sidanti, Heny. 2015. Pengaruh Lingkungan Kerja, Disiplin Kerja dan Motivasi Kerja Terhadap Pegawai Negeri Sipil Din Skretariat DPRD Kabupaten Madiun. *Jurnal JIBK* Volume 9 No 1 Hal 44-53.
- Sinambela, L. P. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Implementasi Bauran Pemasaran Jasa pada *Production House ZH Picture*

Kresna Rivangga¹, Didik Eko Julianto², Dwi Windradini B.P³

Universitas Jember

kresnarivangga20121@gmail.com

Abstract

Service marketing is a marketing that cannot be seen but can be felt. Services must prioritize the convenience of service to consumers. Services cannot be returned like finished goods. The marketing mix is a set of products, prices, places, promotions, processes, people and physical evidence. The marketing mix is used to measure the level of marketing success and all of it is aimed at getting the response that consumers want. The marketing mix is a tool used by sellers to shape the characteristics of the services offered to customers. Production house is a service business that is engaged in fields such as photo and video content creator, design, content writer, audio visual that has an organizational structure. Production houses provide displays of their productions to the general public either directly or broadcasting. Production House in managing motion or static information where information can be sourced from humans or existing events. ZH Picture is a Production House in Jember which is engaged in photo and video making services such as weddings, company profiles, and product advertisements. The level of success is measured by the company ZH Picture by using the marketing mix of goods and services and creating innovation.

Keywords: *Marketing Mix, Production House, Service Marketing*

Abstrak

Pemasaran Jasa adalah suatu pemasaran yang bersifat tidak bisa dilihat namun bisa dirasakan. Jasa harus mengedepankan kenyamanan pelayanan kepada konsumen. Jasa tidak bisa diretur seperti produk barang jadi. Bauran Pemasaran adalah perangkat yang terdiri dari produk, harga, tempat, promosi, proses, orang, bukti fisik. Bauran pemasaran memiliki kegunaan untuk mengukur tingkat keberhasilan pemasaran dan semua itu ditujukan untuk mendapatkan respon yang diinginkan konsumen. Bauran pemasaran merupakan alat yang digunakan kepada penjual untuk membentuk karakteristik jasa yang ditawarkan kepada pelanggan. *Production house* merupakan usaha jasa yang bergerak pada bidang seperti *content creator* foto dan video, *design, content writer, audio visual* yang mempunyai struktur organisasi. *Production house* memberikan tampilan-tampilan hasil produksinya di khalayak umum baik secara langsung atau *broadcasting*. *Production House* dalam mengelola informasi gerak atau statis dimana informasi yang dapat bersumber dari manusia atau peristiwa yang ada. ZH Picture salah satu *Production House* di Jember yang bergerak di bidang jasa pembuatan foto dan video seperti acara pernikahan, profil perusahaan, dan iklan produk. Tingkatan keberhasilan diukur oleh perusahaan ZH Picture dengan menggunakan bauran pemasaran yaitu barang dan jasa serta menciptakan inovasi.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, *Production House*, Pemasaran Jasa

Pendahuluan

Pertumbuhan teknologi membuat banyak bermunculan jenis-jenis *content creator* dalam banyak bidang seperti fotografi, videografi, desain grafis, *content writer*. Content creator disini biasanya bergerak dalam bidang produk jasa karena yang sifatnya tidak dapat didapatkan namun bisa dirasakan, hal ini dapat dibuktikan banyak munculnya *production house* yang membuat video periklanan meskipun hanya di ranah usaha menengah kecil mikro (UMKM). *Production house* atau yang biasa disebut PH ini biasanya berbentuk film, video klip, video profil perusahaan, foto dan video pernikahan, dan masih banyak lagi. Pada jurnal penelitian Aulia,dkk (2020) dengan Judul “Strategi Branding Production House Musi Kreatif Indonesia Dalam Membangun Brand Awareness Di Kota Palembang” penelitian ini memberikan pendapat bahwa *production house* juga mengelola informasi gerak atau statis dimana informasi yang didapat bersumber dari manusia ataupun peristiwa yang ada. *Production House* memiliki peranan penting, dimana telah menghasilkan film, video klip yang kita nikmati selama ini, video profil untuk sebuah perusahaan, seperti pada iklan sebuah brand Production House sangat dibutuhkan bagaimana dapat membuat iklan yang dapat mempengaruhi konsumen. Disisi lain *production house* juga digunakan untuk dokumentasi pada pernikahan. Sehingga *production house* telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari.

Salah satu contoh *Production House* yang sudah lama di Jember adalah ZH Picture, hal ini dibuktikan oleh banyak kerjasama yang dilakukan oleh ZH Picture. ZH Picture telah melakukan kerjasama untuk membuat iklan produk- produk tertentu. ZH

Picture juga membuat video Profil Perusahaan. ZH Picture juga merupakan vendor pertama dalam dunia wedding pada waktu 2017 yang membuat sinema video *wedding*. ZH Picture juga melakukan inovasi-inovasi dalam pemasarannya seperti membuat kolaborasi dengan salah satu cafe di Jember serta membuat kolaborasi pada fotografer untuk membuat studio foto yang bernama Vizi Space. Pada era bisnis sekarang banyak persaingan pada bidang barang dan jasa, bahkan pada jasa video dan foto dokumentasi. Persaingan bisnis foto dan video dokumentasi khususnya pada daerah Jember sekarang ini sangat banyak. Seperti halnya video dan foto dokumentasi lainnya yang terusmenerus melakukan promosi melalui stand pameran atau media sosial, dimana mereka juga bersaing untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi klien. Dalam mencapai tujuan perusahaan dalam mencapai omzet perusahaan dibutuhkan strategi pemasaran jasa yang tepat sasaran. ZH Picture mempunyai konsep strategi pemasaran digitalisasi marketing. ZH Picture memiliki strategi pemasaran yang berbeda dengan Production House yang lainnya. Salah satunya yaitu inovasi membuat *marketplace* ZH Picture yang membuat calon konsumen diberikan kemudahan untuk menggunakan jasa ZH Picture.

Rumusan masalah pada penelitian ini ialah “bagaimana cara Implementasi Bauran Pemasaran Jasa pada *Production House* ZH Picture?”. Kemudian tujuan dilakukannya penelitian ini ialah untuk mengetahui dan menjelaskan tentang implementasi bauran pemasaran jasa yang dilakukan oleh *Production House* ZH Picture. Terdapat manfaat penelitian yaitu dibagi menjadi dua manfaat bagi peneliti adalah penelitian ini

diharapkan menjadi acuan dan referensi dalam meningkatkan penerapan ilmu strategi pemasaran jasa. Kedua, manfaat bagi akademisi bahwa penelitian ini diharapkan dapat menambah kajian baru tentang implementasi bauran pemasaran jasa, sehingga diharapkan dapat dikaji kembali oleh peneliti yang lain. Ketiga, manfaat bagi perusahaan yaitu diharapkan dapat digunakan sebagai pertimbangan oleh perusahaan untuk mengkaji strategi pemasaran jasa untuk memenuhi harapan konsumen kedepannya.

Tinjauan Pustaka

Pemasaran

Pemasaran adalah suatu kegiatan pokok yang dilakukan bagi perusahaan untuk keberlangsungan hidup perusahaan. Pemasaran bertujuan untuk mendapatkan laba dari produk barang dan jasa yang dijual dan pemasaran ini adalah ujung tombak dari perusahaan untuk mencapai omzet yang diinginkan perusahaan. Pemasaran merupakan fungsi organisasi atau perusahaan dan seperangkat proses dalam penciptaan, komunikasi dan menyerahkan nilai kepada pelanggan dan mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan para pemilik sahamnya (Kotler, 2010:6).

Pemasaran Jasa

Pemasaran jasa adalah suatu penjualan oleh perusahaan yang bersifat tidak tampak namun bisa dirasakan. Sifat jasa yang bersifat tidak tampak namun bisa dirasakan dan tidak memiliki kepemilikan apapun. Pemasaran jasa menimbulkan interaksi antara penyedia jasa kepada konsumen atau dengan barang-barang pemilik dari proses produksi pengambilan gambar, proses editing, sampai

pemberian file kepada konsumen.

Karakteristik Jasa

Pemasaran Jasa memiliki karakteristik-karakteristik yang berbeda dengan pemasaran produk benda. Jasa tidak memiliki wujud seperti produk barang. Jasa bersifat sementara ketika atau diproduksi waktu dibeli oleh pelanggan dan selesai jika pelanggan puas. Menurut Fandy (2019:31) jasa memiliki karakteristik yaitu: Intangibility (tidak berwujud), Inseparability (tidak dapat dipisahkan), Variability (bervariasi), Perishability (Tidak tahan lama), Lack of Ownership (kepemilikan).

Bauran Pemasaran Jasa

Bauran pemasaran jasa yang dikemukakan oleh Tengku (2020:12) yaitu *product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence*. *Marketing Mix 7P* dapat dijelaskan sebagai berikut:

a) Produk (*product*): Dalam membuat perusahaan kita harus memilih akan menjual produk barang atau jasa yang sesuai dengan pasar yang akan dijual oleh perusahaan. Selama fase pengembangan produk, pemasar harus melakukan penelitian ekstensif mengenai siklus hidup produk yang mereka ciptakan.

b) Harga (*price*): Harga produk adalah jumlah yang harus dibayar oleh konsumen untuk menikmati atau mendapatkan produk dari perusahaan. Harga adalah komponen terpenting dari rencana pemasaran perusahaan, karena harga menentukan keuntungan dan keberlangsungan hidup perusahaan.

c) Tempat (*place*): Perusahaan harus memposisikan dan mendistribusikan produk di tempat yang mudah diakses oleh pembeli potensial hal tersebut datang dengan pemahaman yang

mendalam tentang target pasar perusahaan, pahami merek dalam dan kita akan menemukan posisi dan saluran distribusi yang paling efisien yang dapat berbicara langsung dengan pasar kita.

d) Promosi (*Promotion*): Promosi adalah komponen untuk meningkatkan *brand recognition* (pengakuan merek) dan penjualan. Promosi terdiri dari 6 elemen yaitu periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, publisitas, *event sponsorship*, penjualan langsung.

e) Proses (*process*): Proses perusahaan akan mempengaruhi pelaksanaan layanan di perusahaan. Perusahaan harus memastikan bahwa perusahaan memiliki proses yang disesuaikan dengan baik untuk meminimalkan biaya.

f) Orang (*people*): Orang adalah individu yang berhubungan langsung dalam bisnis. Perusahaan harus melakukan riset untuk mengetahui apakah ada cukup banyak orang di pasar sasaran yang diminati untuk jenis produk dan layanan tertentu.

g) Bukti Fisik (*physical evidence*): Bukti fisik di industri jasa, harus ada bukti fisik dari layanan tersebut disampaikan. Bukti fisik berkaitan dengan bagaimana bisnis dan produk itu dirasakan di pasar.

Production House

Production House (PH) atau rumah produksi Menurut Laksono (Aulia, dkk 2020:1) adalah industri kreatif yang merujuk karya-karya audio, visual, audiovisual, serta acara televisi atau radio sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku dalam suatu negara dan disajikan kepada khalayak, baik secara langsung maupun *broadcasting*. PH mengelola informasi gerak atau statis dimana informasi yang dapat bersumber dari

manusia ataupun peristiwa yang ada. Rumah produksi memiliki beberapa karakteristik yang berbeda dengan perusahaan lain, diantaranya masa kerja 24 jam sehari, bekerja jika ada tawaran dari klien, kreatif, saling menghargai, saling percaya. PH produksi merupakan pekerjaan yang sehari-harinya memproduksi program baik untuk acara televisi, film layar lebar, profil perusahaan, video klip, iklan, serta foto dan video pernikahan.

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Lokasi dalam penelitian ini berada di ZH Picture yang terletak Jl. Sumatra No. 124 Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember. Letak *office* ZH Picture menjadi satu dengan HIHI cafe. Karakteristik informan yang digunakan adalah:

- Informan yang menguasai pengetahuan tentang strategi pemasaran jasa *production house*
- Informan terlibat secara langsung dengan penelitian yang dikaji
- Klien atau pengguna jasa ZH Picture
- Informan bersedia memberikan waktunya untuk diwawancarai dan memberikan informasi dan data-data tentang implementasi bauran pemasaran jasa ZH Picture

Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Pada keabsahanata penelitian ini menggunakan sumber yaitu membandingkan dan mengecek kembali kepercayaan suatu informan yang telah diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda, seperti dengan membandingkan data dari hasil pengamatan melalui wawancara, kemudian membandingkan apa yang dikatakan oleh orang didepan umum dengan yang dikatakan secara pribadi,

serta membandingkan hasil data wawancara dengan dokumen-dokumen yang berkaitan. Teknik analisis data yaitu dengan melalui reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Pembahasan

Implementasi Bauran Pemasaran Production House ZH Picture

ZH Picture melakukan berbagai aktivitas pemasaran melalui berbagai macam kegiatan. Berbagai macam kegiatan dalam pemasaran disebut bauran pemasaran atau yang biasa disebut *marketing mix* yang berkaitan dengan strategi pemasaran jasa. Bauran pemasaran mencakup keseluruhan kegiatan dalam perusahaan jasa. Terdapat 7 elemen yang merupakan *marketing mix* yaitu *product, price, place, promotion, process, people, dan physical evidence*.

1. Product (Produk)

Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepada konsumen

baik berupa barang maupun jasa. Dalam perusahaan pengiriman barang, produk yang ditawarkan oleh *ZH Picture* yaitu Foto, Video Cinematic, Profil Perusahaan, Iklan Produk.

a. Foto

Layanan foto yang dilakukan oleh *ZH Picture* adalah layanan fotografi berupa seperti *photoshoot prewedding, wedding, engagement, event*. Untuk foto katalog produk seperti makanan, baju, atau produk barang-barang, hal ini dapat dilihat dari portfolio dari *Instagram ZH Picture*.

b. Video

Layanan video yang dilakukan *ZH Picture* adalah pembuatan video sinema *prewedding, wedding, video iklan produk, profil perusahaan, dan event*. Layanan video yang dikedepankan oleh *ZH Picture* adalah video yang bercerita hal ini sesuai dengan misi *ZH Picture* ingin membuat foto dan video yang bermakna, berkesan, dan bercerita.

Tabel 1. Daftar layanan video dari ZH Picture

Produk	Sumber Daya Manusia	Waktu Produksi
Video <i>Prewedding</i> 1 menit video <i>teaser</i> , 3-5 menit video Sinema	2 Videografer	5 Jam Kerja
Video <i>Wedding</i> 1 menit video <i>teaser</i> , 3-5 menit video Sinema	2 Videografer	5 Jam Kerja
Video <i>Engagement</i> 1 Menit video <i>teaser</i> , 3-5 Menit video Sinema	2 Videografer	5 Jam Kerja
Video <i>Event</i> 1 menit video <i>teaser</i> , 3-5 menit video sinema	2 Videografer	5 Jam Kerja

2. Price (harga)

Nilai yang dinyatakan dengan mata uang dari sebuah produk barang atau jasa adalah harga. Harga merupakan bagian penting dari salah

satu elemen pada penjualan produk. Penetapan harga produk jasa *ZH Picture* sudah tertera pada web *vizispace.com* tempat *booking online* untuk menggunakan jasa *ZH Picture*.

Tabel 2. Daftar Harga ZH Picture

No	Paket	Harga
1	Wedding Photography	Rp. 3.500.000,-
2	Prewedding Photography	Rp. 3.000.000,-
3	Engagement Photography	Rp. 2.500.000,-
4	Event Photography	Rp. 3.000.000,-
5	Wedding Videography	Rp. 4.500.000,-
6	Prewedding Videography	Rp. 4.000.000,-
7	Engagement Videography	Rp. 3.500.000,-
8	Event Videography	Rp. 4.000.000,-
9	Foto Produk	Sesuai dengan kebutuhan
10	Video Produk	Sesuai dengan kebutuhan
11	Profil Perusahaan	Sesuai dengan Kebutuhan

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2022)

Harga yang ditawarkan oleh ZH Picture merupakan harga yang cukup *pricey*. ZH Picture memang memberikan harga yang berbeda dan *pricey* dibandingkan dengan kompetitor, karena ZH Picture memberikan foto dan video yang berkualitas serta foto dan video yang bercerita atau bermakna sesuai dengan ciri khas dari ZH Picture itu sendiri.

3. Place (tempat)

Tempat merupakan lokasi dimana pertemuan konsumen dengan penyedia jasa terjadi, pertemuan konsumen dengan penyedia jasa akan berakhir jika menemukan kesepakatan antara kedua belah pihak. Letak kantor ZH Picture yaitu di Jl. Sumatra No. 124 Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember. Lokasi kantor ZH Picture ini bertempat di lantai 2 yang bernama HIHI Cafe. Letak kantor ZH Picture ini juga merupakan tempat pertemuan brand yang dibangun CV Harapan Negara Indonesia.

4. Promotion (Promosi)

Promosi yang dilakukan oleh ZH Picture yaitu melakukan *advertising*. *Advertising* atau iklan yang dilakukan oleh ZH Picture yaitu pada awal tahun 2016 dan 2017 ZH

Picture membuat promosi iklan lewat *Instagram Adsense*. Pada awal 2016-2018 *Instagram Adsense* merupakan ujung tombak perusahaan dalam memberikan eksistensi ZH Picture agar lebih dikenal masyarakat. Awal tahun 2019 *Instagram Adsense* tidak terlalu mempengaruhi *Insight* kunjungan *Instagram* tidak dapat *followers* di *Instagram*. Riset dari Owner sendiri algoritma *Instagram* mengalami perubahan yang tidak jelas, meskipun membeli *adsense Instagram* tetapi tidak ada *impact* kepada ZH Picture. Akhirnya Owner mulai berinovasi untuk membuat akun *Youtube* ZH Picture. Isi konten dari ZH Picture mulanya Owner membuat vlog tentang kehidupan keluarganya. Lalu dia membuat tutorial seperti *preset Lightroom* dan *POV* dalam foto katalog atau *photoshoot* model. ZH Picture mendapatkan *impact* ketika membuat *POV* dan tutorial *preset Lightroom*. Lambat laun ZH Picture mulai berinovasi kembali meng-*upload* video sinematik 3 menit *wedding* atau *preweddingnya* ke kanal *Youtubanya* yang semula menggunakan IG TV beralih ke *Youtube*. Pada akhirnya banyak *impact* yang didapatkan oleh ZH Picture, yaitu berdatangnya calon konsumen yang ingin memakai jasa ZH Picture dikarenakan videonya menurut para calon konsumen

yang bercerita. Dapat disimpulkan bahwa ZH Picture ingin memanfaatkan ruang digital untuk mempromosikan jasanya kepada para calon konsumen. ZH Picture juga membuktikan bahwa pekerja kreatif bisa mendapat pendapatan tambahan dari ruang digital yang telah disediakan oleh internet, hal ini membantu untuk menjaga kestabilan pendapatan perusahaan jika tidak ada pemasukan tetap dari konsumen. ZH Picture mengedepankan *advertising* dalam dunia media sosial karena penyebarannya yang mudah daripada kita harus terjun langsung di masyarakat.

5. People (Orang)

Pada bidang operasional pada ZH Picture yang dibuat oleh ZH Picture adalah karyawan yang ingin menjadi bagian fotografer/videografer diharuskan mengikuti kursus *online* pada “Lebih Kreatif”, untuk memberikan wawasan lebih tentang dunia videografi atau fotografi. “Lebih Kreatif” ini diharapkan mampu menjadi langkah awal kepada calon karyawan ZH Picture untuk mengetahui bagaimana pengambilan dan agar mengetahui ciri khas dari ZH Picture itu sendiri.

ZH Picture mempunyai struktur pada bidangnya yaitu komisaris, direktur, keuangan, pemasaran, dan operasional. ZH Picture memiliki beberapa karyawan yaitu dari komisaris, direktur, keuangan, bagian pemasaran, dan operasional. Pada komisaris bertugas untuk mengawasi kegiatan operasional perusahaan, termasuk untuk mengawasi para direktur. Komisaris dari ZH Picture adalah Ibu Mahrita. Kemudian terdapat direktur yang bertugas untuk memimpin sebuah lembaga perusahaan. Direktur ZH Picture yaitu owner dari ZH Picture Achmad Zulkifli Nur Rochim. Lalu terdapat keuangan yaitu seseorang yang mencatat keluar masuknya uang

perusahaan. Kemudian terdapat bagian pemasaran dilakukan 2 bagian pemasaran yaitu via *whatsapp* dan via *website* *vizispace.com*. Bagian operasional diisi oleh editor, videografer, dan fotografer. Pada bagian videografer dan fotografer yang statusnya adalah *outsourcing* atau pegawai kontrak yang hanya bekerja jika ada *project* saja.

6. Process (Proses)

Proses adalah langkah-langkah atau prosedur yang terkait dengan proses layanan ZH Picture. Proses dari layanan jasa ZH Picture ada beberapa tahapan yaitu:

- a. Pendaftaran lewat website *vizispace.com*. atau di website *zhpicture.com* Pendaftaran ini berguna untuk memilih paket apa yang akan dibeli oleh klien seperti membeli jasa foto *wedding* atau video *wedding*.
- b. Setelah melakukan pemilihan paket apa yang akan dibeli adalah proses pembayaran.
- c. Setelah pembayaran maka membahas penentuan konsep apa yang ingin dibuat dan tema apa yang mau dibuat.
- d. Setelah melakukan pertemuan dengan klien ZH Picture melakukan pengerjaan di lokasi acara pernikahan/ *prewedding/ event*. Pengerjaan ini biasanya memberikan tambahan waktu 1 jam untuk melakukan sesi foto/video sebelum acara dimulai.
- e. Setelah melakukan pengerjaan foto atau video baru dilakukan pengerjaan editing dan setelah di edit akan dikirimkan file foto melewati *google drive*. Pada pengerjaan editing video atau foto ada yang bernama *same day edit* (SDE) yaitu proses pengerjaan editing 1 hari. Untuk paket SDE ini

biasanya lebih mahal dikarenakan proses yang pengerjaan yang harus cepat.

7. Physical Evidence (Bukti Fisik)

Physical Evidence atau yang berarti bukti fisik adalah bukti fisik yang ada pada ZH Picture seperti: Studio



Gambar 1. Studio Vizi Space

2. Tempat Parkir



Gambar 2. Tempat Parkir

3. Peralatan yang menunjang untuk proses produksi

4. Logo ZH Picture



Gambar 3. Logo ZH Picture

5. Website



Gambar 4. Website ZH Picture

Matriks Hasil Analisis Domain

Berikut adalah hasil analisis domain yang dapat diambil yaitu gambaran umum tentang ZH Picture dan bauran pemasaran. Pada analisis domain tentang gambaran umum ZH Picture terdapat hubungan semantik yang meliputi sejarah perusahaan, tujuan perusahaan, dan struktur organisasi perusahaan.

Tabel 3. Matriks Hasil Analisis Domain

Domain	Hubungan Semantik	Pertanyaan Struktural	Hasil
(a)	(b)	(c)	(d)
Gambaran umum tentang ZH Picture	Gambaran umum meliputi sejarah perusahaan, tujuan perusahaan, dan struktur organisasi perusahaan	Bagaimana gambaran umum perusahaan yang meliputi sejarahnya, tujuan perusahaan, dan struktur organisasi perusahaan?	ZH Picture diresmikan pada tahun 2017. Pada tahun 2018 menjadi CV. Harapan Negara Indonesia. Tujuan perusahaan yaitu "Maju bareng dan Sejahtera Bareng". ZH Picture ingin menciptakan lingkungan kerja yang sejahtera dengan berkolaborasi oleh para pekerja kreatif yang bekerja sama oleh CV Harapan Negara. Struktur organisasi perusahaan jasa ZH Picture yaitu komisaris, direktur, bidang keuangan, bidang pemasaran dan operasional. Operasional pada ZH Picture terbagi menjadi editor, fotografer, dan Videografer.
Marketing Mix Production House ZH Picture	Implementasi bauran pemasaran jasa yang dilakukan pada Production House ZH Picture	Bagaimana implementasi bauran pemasaran jasa yang dilakukan pada Production House ZH Picture?	Produk ZH Picture yaitu usaha jasa fotografi dan video di bidang pernikahan, event, profil perusahaan, dan iklan produk. Harga ZH Picture termasuk <i>priced</i> dari harga produk kompetitor. Harga Foto lebih mahal daripada video. Tempat ZH Picture terletak di Sumatra No. 124. Promosi dari ZH Picture menggunakan iklan dari sosial media. Orang pada ZH Picture yaitu karyawan yang terlepas dari <i>background</i> dari pendidikan videografi dan fotografi namun bisa mengoperasikan kamera. Proses ZH Picture yaitu pembayaran, proses produksi, proses editing, pemberian file kepada klien. Bukti Fisik bangunan, tempat parkir, peralatan yang menunjang kebutuhan foto, video, dan editing, logo dan <i>website</i>

Matriks Hasil Analisis Taksonomi

Berikut adalah hasil analisis taksonomi tentang implementasi bauran pemasaran jasa pada Production House ZH Picture. Pada analisis taksonomi ini terdapat rencana,

pelaksanaan, kendala dan hambatan, dan solusi terkait pada perusahaan, hal ini berguna untuk mempermudah dalam pemberian solusi pada kendala dan hambatan bauran pemasaran pada perusahaan.

Tabel 5. Matriks Hasil Analisis Taksonomi

Marketing Mix	Rencana	Pelaksanaan	Kendala dan Hambatan	Solusi
(a)	(b)	(c)	(d)	(e)
Product	Produk foto dan video event, pernikahan, katalog produk.	Terealisasi dengan baik	Untuk saat ini kendala pada produk yaitu pada SOP dalam proses download Foto dan Video di Google Drive	Membuat SOP dengan baik agar tidak terjadi miss komunikasi
	Kelas Online Videografi	Terealisasi dengan baik	Untuk saat ini tidak ada hambatan	Tidak ada solusi yang diberikan
Price	Harga yang ditawarkan ZH Picture cukup Pricey daripada kompetitor, hal ni dikarenakan pengalaman owner yang telah lama menekuni dunia video dan sinematografi.	Terealisasi dengan baik	Untuk hambatan harga yang pricey akan membuat calon konsumen memilih PH yang lain	Memberikan promo diskon harga agar konsumen tertarik dengan ZH Picture.
Place	Membuat tempat yang nyaman untuk konsumen saat proses produksi	Terealisasi.	Tempat proses produksi di lantai 2 menjadi hambatan para konsumen yang usia lanjut atau konsumen yang difabel	Membuat studio baru yang terletak di lantai bawah agar konsumen berusia lanjut dan difabel bisa menikmati jasa tersebut.
Promotion	Membuat iklan di sosial media	Terealisasi	Algoritma Instagram yang berubah menjadi hambatan dalam proses periklanan di sosial media	Membuat konten TikTok yang sedang viral saat ini agar bisa For Your Page (FYP) serta di iklankan konten tersebut di TikTok <i>AdSense</i> . Membuat konten video di Youtube.
People	Merekrut karyawan yang mengikuti Lebih Kreatif dan orang-orang yang paham tentang fotografi dan videografi.	Terealisasi	Tidak ada hambatan	Tidak ada solusi yang diberikan
Process	Proses dilakukan dengan pendaftaran melalui website ZH Picture / Vizi Space, pembayaran, proses produksi, editing, pemberian file kepada konsumen.	Terealisasi	Tidak ada hambatan	Tidak ada solusi yang diberikan
Physical Evidence	Bangunan	Terealisasi	Background studio yang monoton akan membuat calon konsumen bosan	Menambah background studio
	Tempat Parkir	Terealisasi	Tidak ada hambatan	Tidak ada solusi yang diberikan
	Peralatan	Terealisasi	Tidak ada hambatan	Tidak ada solusi yang diberikan
	Logo	Terealisasi	Tidak ada hambatan	Tidak ada solusi yang diberikan

Website

Terealisasi

Tidak ada hambatan

Tidak ada solusi yang diberikan



Kesimpulan

Berdasarkan penjabaran hasil analisis dari data penelitian hasil wawancara data observasi pada ZH Picture, maka dapat diperoleh kesimpulan dari analisa yang dilakukan implementasi bauran pemasaran jasa yang dilakukan oleh ZH Picture adalah pengimplementasian tujuh unsur bauran pemasaran yaitu:

1. Produk yang ditawarkan oleh perusahaan yaitu jasa pembuatan foto dan video pernikahan, *event*, iklan produk, profil perusahaan, kelas belajar videografi secara daring, konten video *Youtube*, dan *marketplace*.
2. Harga yang ditawarkan oleh perusahaan adalah harga yang cukup *pricey* karena sesuai target pasar perusahaan adalah kalangan menengah keatas.
3. Tempat perusahaan terletak di Jalan Sumatra No. 124 Jember. Tempat yang dipilih ZH Picture merupakan letak yang strategis yang lokasinya cukup dekat di pusat kota dan di tengah wilayah kampus di Kabupaten Jember.
4. Promosi yang dilakukan oleh ZH Picture yaitu melalui *Instagram adsense*, *TikTok*, konten konten *Youtube* dan membagikan hasil karya dari ZH Picture melalui status Whatsapp dan Instaram karyawan ZH Picture.
5. Sumber daya manusia pada perusahaan merupakan karyawan yang notabennya bukan dari pendidikan perfilman atau fotografi melainkan seseorang yang hobi fotografi dan videografi.
6. Proses dalam pembelian jasa dilakukan setelah klien melakukan pembayaran, dilakukan pengambilan gambar pada saat acara, proses editing, dan pemberian hasil karya kepada klien.
7. Bukti Fisik pada ZH Picture adalah seperti kantor, logo, website, dan

peralatan untuk menunjang produksi foto dan video.

ZH Picture memiliki produk video yang berbeda dengan kompetitor lain yaitu video yang memiliki makna, kesan, dan cerita meskipun dianggap *timeless* oleh kompetitor. ZH Picture juga memiliki produk unggulan dalam pemesanan layanan jasa ZH Picture yaitu dengan membuat pembelian jasanya melalui *marketplace* yang dibuat oleh *vizispace.com*. ZH Picture juga menerapkan kemudahan penjualan di era digitalisasi dengan memanfaatkan media sosial seperti *Instagram*, *Youtube*, *TikTok*, dan *website*. ZH Picture juga mengedepankan integrasi antar *brand* yang dibuat oleh CV Harapan Negara Indonesia. Pengimplementasian ketujuh unsur bauran pemasaran yang diterapkan perusahaan guna menjadikan sebagai strategi pemasaran yang kompetitif di antara *production house* kompetitornya. Berdasarkan penjelasan dan kesimpulan di atas, maka saran yang dapat disampaikan kepada ZH Picture adalah:

1. Produk yang ditawarkan dengan harga yang *pricey* harus benar-benar terjaga kualitasnya, dikarenakan jika konsumen tidak puas dengan hasilnya akan menjadi dampak yang buruk bagi perusahaan. Narahubung perusahaan diusahakan tidak diganti agar konsumen tidak terjadi kebingungan saat mencari nomor perusahaan jika terjadi masalah.
2. Tempat pembuatan produksi dari perusahaan bisa dibuat lebih nyaman lagi di lantai 1 jika ada konsumen yang disabilitas dan usia lanjut.
3. Promosi yang ditawarkan perusahaan jika pandemi harus gencar oleh perusahaan melalui via *online* pada sosial media.
4. Proses pembuatan produksi oleh

perusahaan bisa dibuat SOP dalam proses download pada Google Drive agar tidak terjadi *miss* komunikasi oleh klien dan perusahaan.

5. Harga yang ditawarkan bisa diturunkan di masa pandemi agar menjaga kestabilan omzet perusahaan.
6. Pegawai pada perusahaan dapat memberikan kenyamanan yang terbaik kepada konsumen agar mengikuti permintaan konsumen dan mengikuti *style* konsumen.
7. Bukti Fisik perusahaan seperti lingkungan dalam perusahaan seperti studio ditambah lagi background fotonya agar menjadi lebih terlihat estetik dan banyak spot untuk foto.

Daftar Pustaka

- Anggito, Albi. Setiawan, Johan. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi Jawa Barat : CV Jejak. ISBN : 978-602-474-392-5 Diakses pada cetakan pertama Oktober 2018
- Aulia, M. F., Mahriani, R., & Murti, K. (2020). *Strategi Branding Production House Musi Kreatif Indonesia Dalam Membangun Brand Awareness Di Kota Palembang* (Doctoral Dissertation, Sriwijaya University).
- Creswell, Jhon W. 2016. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Dinka, A. R. *Implementasi Strategi Pemasaran Jasa Pada J&T Express Cabang Jember* (Implementation of Service Marketing Strategy at J&T Express Jember Branch).
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019) *.Pemasaran Jasa: (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Deepublish.
- Hidayat, Nanang Choirul 2012. Strategi Memasarkan Produk Jasa. *Jurnal Ilmiah Progressif*, Vol9. No. 25 April 2012
- Lovelock, C., Wirtz, J., dan Mussry, J. 2011. *Pemasaran Jasa: Manusia, Teknologi dan Strategi Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Moleong, Lexy J. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. RemajaRosdakarya.
- Musfar, T. F. 2020. *Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok Dalam Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV Media Sains Indonesia
- Prihatin, R. P., & Ahmad, I. F. (2020). *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Upaya Meningkatkan Minat Siswa Baru Di MTSN 5 Sleman Yogyakarta. Evaluasi: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 4(2), 173-198.
- Setiawan, A. T. F. *Implementasi Strategi Pemasaran Pada Rumah Sakit Ibu Dan Anak Srikandi IBI Jember*.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung:Alfabeta.
- Tengku Firli Musfar, S. M. (2020). *Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok Dalam Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia. Tjiptono, Fandy, 2019. *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Wibowo, A. A. (2015). *Fotografi Tak Lagi Sekadar Alat Dokumentasi. Imajinasi: Jurnal Seni*, 9(2), 137-142.

