VOLUME 1 SEPTEMBER 2022
ISSN-2722-4309

JURNAL EKONOMI STIE TRIANANDRA

JEKO TRI

PENGARUH MODAL KERJA TERHADAP PENGEMBANGAN USAHA MIKRO DI KELURAHAN PEJATEN BARAT JAKARTA SELATAN
Muh. Sarkowi dan Saepul

PENGARUH TEKNOLOGI GADGET DAN PERILAKU KONSIMTIF TERHADAP PERTUMBUHAN INDUSTRI RUMAHAN
(Studi Kasus Rusunawa Pinus Elok Tower D Jakarta Timur)
Abd. Ghafur
Dosen Jurusan Manajemen STIE Trianandra Jakarta

PENGARUH BEBAN PROMOSI TERHADAP PENJUALAN
(Studi Kasus Pada Online Shop Papa Pengusaha Tahun November 2017 – Oktober 2018)
Dani Ratna Damayanti dan Tommy Brahmana
Dosen STIE Trianandra Jakarta

PENGARUH PENJUALAN KREDIT TERHADAP PIUTANG
Dani Ratna Damayanti dan Fitri Aninnas Islamiyah
Dosen STIE Trianandra Jakarta

PENGARUH STATUS KARYAWAN TERHADAP KINERJA KARYAWAN
Amir Riani dan Usni Atmayanti
Dosen Jurusan Manajemen STIE Trianandra
Karyawan PT Tembaga Mulia Semanan. Tbk

PENILAIAN KEWAJARAN DAN PERHITUNGAN HARGA SAHAM
(Artikel)
Tia Listiani

J E K O T R I

Jurnal Ekonomi STIE Trianandra

JEKOTRI (Jurnal Ekonomi STIE Trianandra) diterbitkan oleh Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Trianandra. Tujuan JEKOTRI diterbitkan sebagai media komunikasi dari hasil – hasil penelitian, tinjauan maupun kajian ilmiah bidang pengembangan serta pratek Ekonomi dan Bisnis yang meliputi: Manajemen umum, Pemasaran, Keuangan, Produksi/Operasional, , Akutansi, Strategi, Kualitas, SDM dan topik – topik lain yang terkait.

Redaksi menerima naskah atau artikel untuk dimuat dalam JEKOTRI, namun redaksi berhak mengubah naskah tersebut tanpa mengubah substansi dari isi naskah.

PENGELOLA REDAKSI

PENANGGUNG JAWAB
Dr. Darmin Dafid, S.Si., M.Si

DEWAN REDAKSI
Dani Ratna Damayanti, SE., MM
Drs. H. Hardjadinanta, Bac., M.Si., MM
Dr. Drs. Djafar Hasan, MM

PIMPINAN REDAKSI
Abd. Ghafur, S.PdI., MM

SEKRETARIS REDAKSI
Muh. Sarkowi, S.PdI., MM

ALAMAT REDAKSI
Jl. Amal No. 35, Pondok Bambu – Jakarta Timur
Telp. 021-8613481 | e-mail: lppm20trianandra@gmail.com

DAFTAR ISI

PENGARUH MODAL KERJA TERHADAP PENGEMBANGAN USAHA MIKRO DI KELURAHAN PEJATEN BARAT JAKARTA SELATAN
Muh. Sarkowi dan Saepul

PENGARUH TEKNOLOGI GADGET DAN PERILAKU KONSIMTIF TERHADAP PERTUMBUHAN INDUSTRI RUMAHAN
(Studi Kasus Rusunawa Pinus Elok Tower D Jakarta Timur)
Abd. Ghafur
Dosen Jurusan Manajemen STIE Trianandra Jakarta

PENGARUH BEBAN PROMOSI TERHADAP PENJUALAN
(Studi Kasus Pada Online Shop Papa Pengusaha Tahun November 2017 – Oktober 2018)
Dani Ratna Damayanti dan Tommy Brahmana
Dosen STIE Trianandra Jakarta

PENGARUH PENJUALAN KREDIT TERHADAP PIUTANG
Dani Ratna Damayanti dan Fitri Aninnas Islamiyah
Dosen STIE Trianandra Jakarta

PENGARUH STATUS KARYAWAN TERHADAP KINERJA KARYAWAN
Amir Riani dan Usni Atmayanti
Dosen Jurusan Manajemen STIE Trianandra
Karyawan PT Tembaga Mulia Semanan. Tbk

PENILAIAN KEWAJARAN DAN PERHITUNGAN HARGA SAHAM
(Artikel)
Tia Listiani

PENGARUH MODAL KERJA TERHADAP PENGEMBANGAN USAHA MIKRO DI KELURAHAN PEJATEN BARAT JAKARTA SELATAN

Muh Sarkowi(1) dan Saepul(2)

STIE Trianandra Jakarta

This study aims to find out how the development of Micro Enterprises in Pejaten Barat Village, South Jakarta is running very slowly. This research was carried out with the aim of knowing how the Effect of Working Capital on Micro Business Development in Pejaten Barat Village, South Jakarta.

The population of this research is all Micro Business actors who are in Pejaten Barat Village, South Jakarta. The sampling method is taken by purposive method, namely randomly according to research needs. The data in this study was conducted using a research instrument in the form of a questionnaire. The results of the study obtained t count = 4.028, with sig. 0.00 < 0.05 means that Working Capital has an effect on Micro Business Development, with a large effect of 0.503 and because the influence is greater than the standard error of 0.123, the effect given is a positive influence.

Keywords*: working capital, micro business development*

PENDAHULUAN

Menurut Hasibuan (2016: 69), Pengembangan adalah suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual, dan moral karyawan sesuai dengan kebutuhan pekerjaan/jabatan melalui pendidikan dan latihan. Dengan demikian pengembangan merupakan bagian penting dalam rangka meningkatkan kemampuan secara teknis, teoritis, konseptual, dan moral karyawan sehingga sumber daya yang ada semakin meningkat dan berkualitas. Dengan adanya sumber daya manusia yang berkualitas maka dapat meningkatkan kinerja perusahaan baik dalam segi produksi, keuanagan maupun penjualan, sehingga perusahaan menghasilkan profit yang meningkat dan mendapatkan laba yang maksimal. Pada umumnya tujuan didirikan perusahaan adalah mencari laba, untuk menjaga kelangsungan perusahaan. Peningkatan laba perusahaan dapat memberikan dampak positif terhadap kemakmuran pemilik dan karyawan perusahaan, maupun untuk membayar kewajiban-kewajiban perusahaan dalam menjalankan usahanya.

Kelurahan Pejaten Barat adalah salah satu kelurahan yang berada di kecamatan Pasar Minggu, Jakarta Selatan yang memiliki jumlah penduduk sebesar 12.000 jiwa dan dibagi menjadi 8 RW, Luas wilayah keluarahan ini sekitar 300Ha2 sumber (https://id.wikipedia.org). Kelurahan ini merupakan salah satu wilayah yang sebagian besar perekonomiannya didukung oleh sektor

usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Melihat cukup banyaknya UMKM di kelurahan tersebut pihak kelurahan diharapkan memperhatikan perkembangannya, karena dengan banyaknya UMKM yang berkembang dapat mempengaruhi perekonomian di wilayah sekitar kelurahan tersebut.

Saat ini banyak UMKM di Kelurahan Pejaten Barat Jakarta Selatan yang sudah menjalankan usahanya bertahun tahun akan tetapi usaha yang dijalaninya masih biasa saja tidak ada perkembangan baik dari segi produk maupun dari segi keuangannya, usaha yang mereka jalankan cenderung hanya sekedar cukup untuk bertahan menjaga kelangsungan usahanya. Setelah dilakukuannya pengamatan oleh peneliti, ternyata pelaku UMKM mengalami beberapa hambatan untuk mengembangkan usahanya antara lain masalah modal, pengetahuan tentang cara mengembangan usaha yang baik dan benar, tidak adanya tenaga kerja yang ahli atau terampil, pengelolaan keuangan yang buruk, tidak adanya tempat mengembangkan usaha, serta pemasaran produk yang tidak tepat sasaran. Akan tetapi hambatan- hambatan itu semua dapat diatasi dengan cara mengembangkan dan menerapkan strategi pengembangan usaha yang baik.

Cara mengembangkan usaha dengan baik yaitu dengan memberikan pendidikan dan pelatihan kepada UMKM agar dapat meningkatkan keahlian kepada pengusaha (wirausaha) seperti memberi pelatihan workshop tentang pengembangan usaha. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan wawasan yang lebih kepada pengusaha terhadap pengembangan usaha yang baik, dan perlu diingat bahwa pengembangan usaha itu merupakan bagian dari perencanaan pemasaran (*marketing plan*) oleh karena itu setiap pengusaha baik pengusaha kecil maupun besar harus mampu membuat marketing plan terlebih dahulu sebelum mengembangkan usahanya.

Didalam perencanaan pemasaran dimuat hal- hal seperti analisa situasi, tujuan pemasaran, anggaran pemasaran, dan kontrol/pengawasan terhadap pemasaran. Dengan adanya perencanaan pemasaran diharapkan usaha yang dijalani bisa berkembang dan usaha yang dijalani dapat bertahan lama dan tidak bangkrut. Dengan demikian Pengembangan usaha yang baik tidak lepas dari masukan atau informasi – informasi yang sifatnya membangun untuk pengusaha.

Selain itu, modal kerja perusahaan juga mempunyai peranan yang sangat penting dalam menunjang kegiatan perusahaan. Menurut Kasmir (2016: 99), modal kerja yaitu modal yang digunakan untuk membiayai operasional perusahaan pada saat perusahaan sedang beroperasi.

Modal kerja yang telah dikeluarkan diharapkan akan kembali lagi masuk dalam perusahaan dalam jangka waktu yang pendek melalui hasil penjualan produksinya. Modal kerja yang berasal dari penjualan produk tersebut akan segera dikeluarkan lagi untuk membiayai kegiatan operasional selanjutnya. Maka dari itu setiap perusahaan berusaha memenuhi kebutuhan modal kerjanya, agar dapat meningkatkan likuiditasnya, kemudian dengan terpenuhinya modal kerja, perusahaan juga dapat memaksimalkan pendapatanya.

Menurut Sawir (2014: 100), Modal kerja adalah keseluruhan aktiva lancar yang dimiliki perusahaan, atau dapat pula dimaksudkan sebagai dana yang harus tersedia untuk membiayai kegiatan operasional sehari-hari. Dengan demikian modal usaha sangat penting dalam kegiatan operasional perusahaan, karena modal kerja yang cukup dapat meningkatkan jumlah hasil produksi maupun hasil penjualan, sehingga usaha yang dijalani dapat berjalan terus serta dapat berkembang.

Selain modal kerja masalah lain yang dihadapi dalam mengembangkan usaha yaitu kurangnya inovasi produk. Mempertahankan produk untuk selalu diminati konsumen memerlukan usaha yang kreatif seperti membuat inovasi-inovasi dari produk yang ditawarkan, dengan harapan dapat membuat konsumen tidak berpindah keproduk lain yang sejenis. Menurut Kotler dan Keller (2009) inovasi adalah produk, jasa, ide, dan persepsi yang baru dari seseorang. Inovasi adalah produk atau jasa yang dipersepsikan oleh konsumen sebagai produk atau jasa baru. Secara sederhana, inovasi dapat diartikan sebagai terobosan yang berkaitan dengan produk-produk baru. Namun Kotler menambahkan bahwa inovasi tidak hanya terbatas pada pengembangan produk-produk atau jasa-jasa baru. Inovasi juga termasuk pada pemikiran bisnis baru dan proses baru. Inovasi juga dipandang sebagai mekanisme perusahaan untuk beradaptasi terhadap lingkungan yang dinamis. Inovasi semakin memiliki arti penting bukan saja sebagai suatu alat untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan melainkan juga untuk unggul dalam persaingan. Maka dari itu diduga kurangnya inovasi produk dapat mempengaruhi pengembangan usaha mikro.

Dari uraian diatas peneliti tertarik untuk meneliti lebih jauh, tentang pengembangan usaha mikro. Maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **"Pengaruh Modal Kerja Terhadap Pengembangan Usaha Mikro di Kelurahan Pejaten Barat Jakarta Selatan".**

Menurut Ariyanti (2018: 90), Pengembangan usaha adalah tugas dan proses persiapan analitis tentang peluang pertumbuhan potensial, dukungan dan pemantapan pelaksanaan peluang pertumbuhan usaha, tetapi tidak termasuk keputusan tentang strategi dan implementasi dari peluang pertumbuhan usaha. Menurut Subagyo (2007: 29), Pengembangan usaha berarti usaha yang akan di bangun merupakan bagian dari entititas usaha yang sudah ada sebelumnya.

Menurut Hasibuan (2016: 69), Pengembangan adalah suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual, dan moral karyawan sesuai dengan kebutuhan pekerjaan/jabatan melalui pendidikan dan latihan. Jadi pengembangan itu bertujuan untuk meningkatkan kemampuan dan keahlian baik secara teknis, teoritis, konseptual maupun moral yang dilakukan melalui pendidikan dan latihan, dalam rangka untuk menetapkan segala sesuatu yang akan dilaksanakan dalam proses kegiatan usaha yang dilakukan dengan memperhatikan potensi yang ada.

Berdasarkan teori – teori diatas bisa dikatakan pengembangan usaha merupakan tugas dan proses kegiatan usaha yang harus dipersiapkan untuk meningkatkan peluang pertumbuhan usaha yang dijalankan.

Menurut Sawir (2005: 129), Modal kerja adalah keselurahan aktiva lancar yang dimiliki perusahaan, atau dapat pula dimaksudkan sebagai dana yang harus tersedia untuk membiayai kegiatan operasi sehari-hari. Sedangkan menurut Kasmir (2016: 99), modal kerja yaitu modal yang digunakan untuk membiayai operasional perusahaan pada saat perusahaan sedang beroperasi.

Berdasarkan teori – teori diatas maka dapat dikatakan modal kerja merupakan sumber pendanaan yang dipakai oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan operasional sehari-hari dalam rangka menjamin berlangsungnya kegiatan dan pengembangan perusahaan.

Pada dasarnya penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana Modal Kerja Berpengaruh Terhadap Pengembangan Usaha Mikro di Kelurahan Pejaten Barat Jakarta Selatan, semakin baik pengelolaan Modal Kerja maka semakin baik pula Pengembangan Usahanya.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah merupakan bentuk penelitian kuantitatif *expost pacto* dalam rangka mengukur kausal atau sebab akibat antara variabel (X) Modal Kerja, terhadap variabel (Y) Pengembangan Usaha Mikro. Berdasarkan bentuk permasalahannya, penelitian ini termasuk penelitian deskriptif korelasional karena semua variabel yang diamati dideskriptifkan. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh pelaku Usaha Mikro yang berada di Kelurahan Pejaten Barat Jakarta Selatan, sedangkan metode pengambilan sampel diambil dengan cara purposif yaitu secara acak sesuai dengan kebutuhan penelitian sebanyak 50 pelaku Usaha Mikro.

HASIL PENELITIAN

1. Analisis Deskriptif Responden

Untuk mengetahui karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel1 berikut ini:

Tabel 1

Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	37	74.0	74.0	74.0
	Perempuan	13	26.0	26.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Sumber data: Output SPSS

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa Usaha Mikro yang berada di lingkungan kelurahan Pejaten Barat Jakarta Selatan yang terpilih sebagai responden tidak terbatas pada jenis kelamin tertentu. Data yang dipilih melalui kuesioner yang diisi oleh responden menunjukan bahwa responden berjenis kelamin laki-laki sebesar 74%, sedangkan responden berjenis kelamin perempuan sebesar 26%. Dari persentase tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden adalah laki-laki karena sebagian besar pelaku Usaha Mikro di kelurahan Pejaten Barat Jakarta Selatan yang menjalankan usahanya adalah laki-laki.

Untuk mengetahui karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada Tabel 2 berikut ini:

Tabel 2
Profil Responden Berdasarkan Umur

Umur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	21-30 Tahun	10	20.0	20.0	20.0
	31-40 Tahun	27	54.0	54.0	74.0
	>41 Tahun	13	26.0	26.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Sumber data: Output SPSS

Berdasarkan tabel 2 dapat diketahui bahwa responden Usaha Mikro yang berusia dibawah 20 tahun sebanyak 0%, usia 20-30 tahun sebanyak 20%, usia 30-40 tahun sebanyak 54%, dan usia diatas 40 tahun sebanyak 26%. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden berusia 30-40 tahun, hal ini disebabkan pengalaman hidup yang matang membuat mereka lebih paham terhadap pengalaman perdagangan dan mampu mengelola usaha dibanding responden yang usianya lebih muda dari mereka.

Untuk mengetahui karakteristik responden berdasarkan pendidikan dapat dilihat pada tabel 3 berikut ini:

Tabel 3
Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S1	1	2.0	2.0	2.0
	D3	2	4.0	4.0	6.0
	SMA	21	42.0	42.0	48.0
	SMP	20	40.0	40.0	88.0
	Lainnya	6	12.0	12.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Sumber data: Output SPSS

Berdasarkan tabel 3 dapat diketahui bahwa responden Usaha Mikro dengan pendidikan terakhir SD sebanyak 12%, pendidikan terakhir SMP sebanyak 40%, pendidikan terakhir SMA sebanyak 42%, pendidikan terakhir Diploma 3 (D3) sebanyak 4%, pendidikan terakhir Strata 1 (S1) sebanyak 2%, dan Lain-lain sebanyak 0%. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden berpendidikan terakhir SMA. Hal ini disebabkan karena dengan

adanya tingkat pengetahuan yang tinggi membuat pelaku Usaha Mikro mampu bersaing dan berani mengembangkan Usahanya dengan mengandalkan pengetahuan yang mereka miliki dibanding pelaku Usaha Mikro yang berpendidikan lebih rendah dari SMA.

Untuk mengetahui karakteristik responden berdasarkan Status Pernikahan dapat dilihat pada Tabel 4 berikut ini:

Tabel 4
Profil Responden Berdasarkan Status Pernikahan

Status

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Menikah	40	80.0	80.0	80.0
	Belum Menikah	10	20.0	20.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Sumber data: Output SPSS

Berdasarkan tabel 4 dapat diketahui bahwa responden Usaha Mikro yang sudah menikah 80%, dan yang belum menikah 20%. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden sudah menikah hal ini disebabkan karena waktu luang yang di dapatkan lebih banyak dibandingkan dengan bekerja di tempat lain.

2. Analisis Deskriptif Data

Distribusi frekuensi data Modal Kerja dapat digambarkan seperti pada tabel 5

Tabel 5
Frekuensi Data Modal kerja

KATEGORI	INTERVAL	Fa	Fr (%)
Sangat baik	$46,04 \leq X$	2	4 %
Baik	$41,8 \leq X < (46,04)$	19	38 %
Cukup	$37,56 \leq X < (41,8)$	19	38 %
Kurang baik	$33,32 \leq X < (37,56)$	8	16 %
Tidak Baik	$X < 26,96$	2	4 %
Rata-rata = 39,68 ($37,56 \leq X < 41,8$) = Cukup			

Berdasarkan distribusi frekuensi data Modal Kerja diperoleh nilai rata-rata sebesar 39,68 atau berada pada interval 37,56 ≤ X < (41,8) = Cukup, sehingga dapat disimpulkan bahwa kebutuhan modal kerja cukup memadai.

Distribusi frekuensi data Pengembangan Usaha Mikro dapat digambarkan seperti pada tabel 6

Tabel 6
Frekuensi Data Pengembangan Usaha Mikro

KATEGORI	INTERVAL	Fa	Fr (%)
Sangat baik	49,89 ≤ X	8	16 %
Baik	45,71 ≤ X < (49,89)	13	26 %
Cukup	41,53 ≤ X < (45,71)	18	36 %
Kurang baik	37,35 ≤ X < (41,53)	8	16 %
Tidak Baik	X < 31.08	3	6 %
Rata-rata = 43,62 (41,53 ≤ X < (45,71) = Cukup			

Berdasarkan distribusi frekuensi data Pengembangan Usaha Mikro diperoleh nilai rata-rata sebesar 43,62 atau berada pada interval 41,53 ≤ X < (45,71) = Cukup, sehingga dapat disimpulkan bahwa pengembangan usaha mikro cukup baik.

3. Uji Persyaratan

1) Uji Normalitas

Uji Normalitas data bertujuan untuk mengetahui apakah data yang terkumpul terdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan teknik *One Sample Kolmogorov Smirnov Test* dengan bantuan SPSS 16.0 yaitu dengan membandingkan hasil uji KS dengan taraf signifikasi α = 0,05 atau taraf kepercayaan 95%.

Tabel 7
Uji Normalitas Variabel Modal Kerja

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		X
N		50
Normal Parameters[a]	Mean	39.6800
	Std. Deviation	4.24956
Most Extreme Differences	Absolute	.103
	Positive	.076
	Negative	-.103
Kolmogorov-Smirnov Z		.726
Asymp. Sig. (2-tailed)		.668

a. Test distribution is Normal.

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa uji normalias menyatakan nilai Asymp.Sig (2-tailed) sebesar 0,688 > 0,05. Bedasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan data yang digunakan dalam penelitian ini dalam pendistribusian instrument Modal Kerja telah terdistribusi Normal.

Tabel 8
Uji Nomralitas Variabel Pengembangan Usaha Mikro

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Y
N		50
Normal Parameters[a]	Mean	43.6200
	Std. Deviation	4.18398
Most Extreme Differences	Absolute	.115
	Positive	.099
	Negative	-.115
Kolmogorov-Smirnov Z		.815
Asymp. Sig. (2-tailed)		.520

a. Test distribution is Normal.

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa uji normalitas menyatakan nilai Asymp.Sig (2-tailed) sebesar 0,520 > 0,05. Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan data yang digunakan dalam penelitian ini dalam hal pendistribusian instrument Pengembangan Usaha Mikro telah terdistribusi Normal.

2) Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui pola hubungan antara variabel Modal Kerja dengan variabel Pengembangan Usaha Mikro mempunyai hubungan yang linier atau tidak. Jika terdapat hubungan linier maka digunakan analisis regresi linier. Sedangkan

jika tidak terdapat hubungan linier antara dua variable tersebut maka digunakan analisis regresi non-linier.

Tabel 9
Uji Linieritas Variabel Modal Kerja dan Variabel Pengembangan Usaha Mikro

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y*X	Between Groups	(Combined)	387.573	15	25.838	1.868	.065
		Linearity	216.723	1	216.723	15.671	.000
		Deviation from Linearity	170.850	14	12.204	.882	.583
	Within Groups		470.207	34	13.830		
	Total		857.780	49			

Dari tabel di atas dapat diketahu nilai *sig deviation from linearity* sebesar 0,583 > 0,05 maka dapat ditarik kesimpulan, ada hubngan yang linear secara signifikan antara Modal Kerja dengan Pengembangan Usaha Mikro.

4. Uji Hipotesis

Uji Hipotesis pada dasarnya menunjukan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengujiaan Hipotesis dilakukan guna mengetahui apakah hipotesis yang diungkapkan dalam penelitian ini dapat diterima atau ditolak. Hasil analisis statistik dan menggunakan program *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) Versi 16.0 windows, diperoleh output yang terlihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 10
Uji Hipotesis Model Summary

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.503[a]	.253	.237	3.65450

a. Predictors: (Constant), X

Berdasarkan table Model Summary didapatkan nilai R sebesar 0,503 atau 50,3%, dianggap mendekati hubungan yang sempurna (diatas 0 mendekati 1), artinya Modal Kerja berpengaruh sedang terhadap Pengembangan Usaha Mikro, kemudian nilai R *square* (R^2) adalah 0,253 yang berarti bahwa kemampuan variabel Modal Kerja dalam menjelaskan varian variabel Pengembangan Usaha Mikro sebesar 25,3%.

Tabel 11
Uji Hipotesis Tabel Anova

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	216.723	1	216.723	16.227	.000[a]
	Residual	641.057	48	13.355		
	Total	857.780	49			

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

Pada tabel Anova di atas diketahui nilai F hitung (16.227) dengan signifikansi 0,000. Karena sig. lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa koefisien regresi signifikan.

Tabel 12

Uji Hipotesis Tabel Coefficients

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	23.983	4.902		4.892	.000
	X	.495	.123	.503	4.028	.000

a. Dependent Variable: Y

Dari table *coefficients* diatas membentuk persamaan Ŷ=23.983+0.495X, persamaan tersebut diinterpretasikan bahwa jika variabel Modal kerja dianggap 0 atau tidak ada, maka nilai variabel Perkembangan Usaha Mikro hanya sebesar 23.983, kemudian jika score variabel Modal Kerja meningkat satu point maka nilai variabel Pengembangan Usaha Mikro meningkat sebesar 0.495.

Selanjutnya untuk menjawab hipotesis diperoleh hasil t_{hitung} = 4.028, dengan sig.0,000 < 0,05 artinya Modal Kerja berpengaruh terhadap Pengembangan usaha Mikro, dengan besar pengaruh 0.503 dan karena besar pengaruh lebih dari standart Error 0,123 maka pengaruh yang diberikan adalah pengaruh positif

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan kajian yang telah diuraikan sebelumnya, serta hasil hipotesis maka dapat di simpulkan bahwa terdapat pengaruh Modal Kerja terhadap

Pengembangan Usaha Mikro di Kelurahan Pejaten Barat Jakarta Selatan, ini dapat dilihat dari membentuk sebuah persamaan $\hat{Y}$ = 23,983+ 0,495 X, persamaan tersebut diinterpretasikan bahwa jika variabel Modal kerja dianggap 0 atau tidak ada, maka nilai variabel Pengembangan Usaha Mikro hanya sebesar 23,983, kemudian jika score variabel Modal kerja meningkat satu poin maka nilai variable Pengembangan Usaha Mikroakan meningkat sebesar 0,495.

Selanjutnya untuk menjawab hipotesis diperoleh t_{hitung} = 4.028, dengan sig. 0,00 < 0,05 artinya Modal Kerja berpengaruh terhadap Pengembangan Usaha Mikro, dengan besar pengaruh 0.503 dan karena besar pengaruh lebih dari standart Error 0,123 maka pengaruh yang diberikan adalah pengaruh positif.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang telah dijabarkan sebelumnya, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Efisiensi modal kerja Usaha Mikro harus dilakukan agar dapat menjaga likuiditas perusahaan, dan Usaha Mikro harus mempunyai cadangan modal kerja dan meningkatkan penjualan sehingga perusahaan memperoleh kas yang cukup tinggi untuk membiayai operasional perusahaan sehingga perusahaan berjalan lebih efektif, serta dapat berkembang usaha yang dijalankannya.
2. Usaha Mikro perlu membuat anggaran biaya operasional. Hal ini berguna untuk membantu Usaha Mikro melakukan pengendalian biaya-biaya yang dikeluarkan oleh usaha yang dijalankannya.
3. Usaha mikro seharusnya lebih memperhatikan laporan keuangannya, atau dengan kata lain usaha mikro harus mencatat penghasilan dan pengeluaran pada usahanya. Untuk memudahkan pencatatan laporan keuangan bisa menggunakan aplikasi online yang sekarang sudah bias di gunakan oleh usaha mikro dengan mudah.
4. Untuk mencapai target penjualan yang direncanakan, Usaha Mikro juga perlu menambah anak cabang baik didalam maupun diluar daerah, serta Usaha Mikro juga perlu meningkatkan promosi produknya agar konsumen mengetahui kualitas dari produk yang dijualnya.
5. Pemerintah sebaiknya lebih peduli dan membantu usaha-usaha yang memiliki nilai tambah yang tinggi pada sektor Usaha Mikro bias berupa tambahan modal kepada setiap usaha yang memiliki nilai tambah yang tinggi pada output yang dihasilkannya agar

usaha-usaha tersebut dapat lebih meningkatkan usahanya dan mampu menghasilkan output yang lebih baik lagi dari sisi kualitas dan kuantitasnya yang dapat bersaing dipasaran dan mampu memberikan kontribusi yang besar terhadap perkembangan Usaha Mikro.

DAFTAR PUSTAKA

Abd'rachim (2008). Manajemen Keuangan. Jakarta: Penerbit Pt Perca.

Abdullah Thamrin, & Tantri (2017). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Penerbit PT Rajagrafindo Persada.

Ariyanti Widaningsih (2018). Aspek Hukum Kewirausahaan. Politeknik Negeri Malang: Penerbit Polinema Press.

Darsono (2007). Manajemen Keuangan Pendekatan Praktis. Jakarta: Penerbit Diadit Media.

Fahmi Irham (2014). Pengantar Manajemen Keuangan. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Fuad, dkk. (2006). Pengantar Bisnis. Jakarta: Penerbit Pt Gramedia Pustaka Utama.

Harinaldi (2005). Prinsip-Prinsip Statistik untuk Teknik dan Sains. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Hasibuan Malayu, S.P. (2016). Manajemen Sumber Daya Manusia (Rev.Ed). Jakarta: Penerbit Pt Bumi Aksara.

Kasmir (2016). Kewirausahaan (Rev.Ed). Jakarta: Penerbit Pt Rajagrafindo Persada.

Keputusan Menteri Keuangan No.40/Kmk.06/2003 tanggal 29 Januari 2003 Tentang Pendanaan Kredit Usaha Mikro dan Kecil.

Sawir Agnes (2005). Analisis Kinerja Keuangan dan Perencanaan Keuangan Perusahaan. Jakarta: Penerbit Pt Gramedia Pustaka Utama.

Subagyo Ahmad (2007). Studi Kelayakan Teori dan Aplikasi. Jakarta: Penerbit PT Elex Media Komputindo.

Sutrisno (2014). Ikatan Banker Indonesia. Jakarta: Penerbit Pt Gramedia Pustaka Utama.

Undang-Undang No. 9 Tahun 1995 Pasal 1 Tentang Usaha Kecil.

Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 (2016). Undang-Undang. Ketenagakerjaan. Depok: Penerbit Redaksi Huta Publisher.

Undang-Undang Republik Indonesia No 20 Tahun 2008 Pasal 1 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 1981 Tentang Metrologi Lega Pasal 1 Huruf P.

Sumber Internet:

(Https://Id.Wikipedia.Org/Wiki/Pejaten_Barat,_Pasar_Minggu,_Jakarta_Selatan)

PENGARUH TEKNOLOGI GADGET DAN PERILAKU KONSUMTIF TERHADAP PERTUMBUHAN INDUSTRI RUMAHAN
(Studi Kasus Rusunawa Pinus Elok Tower D Jakarta Timur)

Abd. Ghafur

Dosen Jurusan Manajemen STIE Trianandra

ABSTRACT

The influence of gadget technology and consumption behavior toward home industry growth (case of study is at Pinus Elok tower D Flats) population is the people who live in flat with 510 houses, Determination of the number of samples, using purposive sampling method, which is one of the non-random sampling techniques where the researcher determines the sample by setting special criteria that are in accordance with the research objectives so that it is expected to be able to answer the research problem. for the criteria used are;1). Residents of the beautiful pine flats in tower D, 2) Willing to fill out research questionnaires via google form, 3). Have your own home business or have made transactions via gadgets. Based on the output of the Anova table above, the significance value for the influence of gadget technology (X1) and consumptive behavior (X2) simultaneously on Home Industry Growth (Y) is 0.016 < 0.005 and the calculated F value is 4.318 > F Table 3.08, so it can be concluded that there is an effect of variables X1 and X2 simultaneously affect the variable Y.

Keywords*; gadget technology, consumption behavior, home industry*

PENDAHULUAN

Ditengah kondisi ekonomi Indonesia yang lajunya senantiasa melambat, Industri rumahan bisa dijadikan solusi alternatif yang brilian, khususnya bagi kaum milenial, dalam industri rumahan tidak ada ketentuan minimum modal untuk memulai, cukup bermodalkan dana seadanya serta kemauan dan kegigihan dalam melaksanakannya. Dilain sisi dewasa ini, masyarakat Indonesia dalam keadaan transisi, dimana mereka sedang bertransisi dari masyarakat yang bergerak dari masyarakat agraris yang bernuansa spiritualistik menuju masyarakat modern yang bernuansa materialistik. Dalam terminologi keadaan, masyarakat Indonesia dapat dikategorikan sebagai masyarakat yang bergerak dari bentuk masyarakat yang penuh solidaritas organik ke masyarakat individualis egoistik dan narsistik personal. Secara holistik, kondisi ini sangat memungkinkan munculnya fenomena kegalauan budaya pada tingkat individu dan sosial. Industri rumahan dapat membantu kaum milenial lepas dari stigma bahwa bekerja harus menjadi pekerja pada perusahaan atau institusi. Menurut Kimbal (2015) Industri Rumah Tangga disebut pula sebagai suatu kegiatan keluarga, yaitu sebagai unit-unit konsumtif dan produktif yang terdiri dari paling sedikit dua anggota rumah tangga yang sama, sama-sama menanggung pekerjaan makanan dan tempat berlindung.

Khusus mengenai budaya konsumtif pada era kemajuan teknologi yang sangat pesat dan sarana prasarana yang sangat memadai menjadikan masyarakat yang terlena olehnya. Budaya konsumtif tidak bisa dipahami hanya sebatas makanan dan miniman saja tetapi dalam kontek lebih luas budaya konsumtif dapat diartikan sebagai perilaku masyarkat yang berorientasi pada proses pemakaian atau mengkonsumsi segala hal yang ada pada kebutuhan tanpa memperdulikan klasifikasi kebutuhan yang meliputi kebutuhan primer, skunder dan tersier.

Menurut Triyaningsih (2011), perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli dan menggunakan barang yang tidak didasarkan atas pertimbangan secara rasional dan memiliki kecenderungan untuk mengkonsumsi sesuatu tanpa batas dimana individu lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan serta ditandai oleh adanya kebutuhan mewah dan berlebihan, penggunaan segala hal yang paling mewah memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik. Jika diperhatikan secara kasat mata kondisi atau kasus tingginya budaya konsumtif seringkali terjadi pada masyarakat urban atau masyarakat perkotaan, dengan fasilitas yang sangat memadai dan bujukan media yang menggiurkan menjadikan nilai guna tidak lagi penting, nilai tanda (*Sign value*) sebagai indentitas sosial diutamakan, euforia dan kepuasan lahiriah didahulukan tanpa memikirkan penyesalan diakhir. Maka tidak heran ketika melihat grafik ekonomi makro yang menunjukkan penurunan saving dan investasi yang senantiasa bergerak turun dari waktu kewaktu. Kota Jakarta sebagai ibu kota Republik Indonesia yang memiliki perkembangan yang sangat pesat dibergbagai bidang dan sektor, sehingga menjadi daya tarik bagi para pendatang untuk meraih mimpi dan mengubah nasib. Berbagai pemberitaan dibergai media menyebutkan bahwa setelah lebaran *Idul Fitri* tahun 2020 pemerintah provinsi Jakarta mengestimasi 71.000 orang pendatang yang akan membanjiri Jakarta

Dalam rangka memenuhi kebutuhan hunian yang layak bagi masyarakat DKI Jakarta, maka pemerintah yang dalam hal ini pemprov DKI Jakarta membangun rusunawa untuk masyarakat yang berpenghasilan rendah. Salah satunya adalah rusunawa pinus elok tower D yang dibuka pada akhir tahun 2019 memiliki 510 hunian dengan rincian bangunan rusunawa terdiri 15 lantai dengan masing-masing lantai terdiri 34 hunian.

Fenomena ini, menjadikan munculnya komunitas baru dalam masyarakat khususnya dalam dunia industri rumahan, karena dengan adanya rusunawa khususnya Pinus Elok tower D

dengan daya tampung yang cukup besar yaitu 510 kepala keluarga pastinya akan menjadi peluang yang sangat besar dalam segi ekonomis sehingga berdasarkan data yang diperoleh peneliti terdapat pada tahun 2021 terdapat 246 industri rumahan yang berada di rusunawa tersebut.

Penelitian ini mengkaji pertumbuhan industri rumahan ditinjau perkembangan teknologi gadged dan budaya konsumtif.

Adapun rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh teknologi gadget terhadap pertumbuhan industri rumahan di rusunawa pinus elok tower D?
2. Apakah terdapat pengaruh perilaku konsumtif terhadap pertumbuhan industri rumahan di rusunawa pinus elok tower D?
3. Apakah terdapat pengaruh teknologi gadget dan perilaku konsumtif terhadap pertumbuhan industri rumahan di rusunawa pinus elok tower D?

Pengertian industri rumah menurut Mulyawan (2008) adalah suatu unit usaha atau perusahaan dalam sekala kecil yang bergerak dalam industri tertentu. Menurut Badan Pengawas Obat dan Makanan bahwa usaha rumah tangga adalah suatu perusahaan pangan yang memiliki tempat usaha ditempat tinggal dengan peralatan pengolahan pangan manual hingga semi otomatis. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), arti industri rumah tangga adalah industri yang dilakukan di rumah. Arti lainnya dari industri rumah tangga adalah industri rumahan

Dari ketiga teori diatas bisa ditarik sebuah kesimpulan bahwa Industri Rumah adalah suatu unit usaha pangan dalam sekala kecil yang dilakukan di rumah dengan peralatan pengolahan manual hingga semi otomatis.

Mulyawan (2008) menjelaskan bahwa beberapa manfaat yang dapat diperoleh dari pertumbuhan industri rumah tangga secara khusus untuk tingkat kesejahteraaan masyarakat adalah sebagai berikut;

1. Pembukaan lapangan kerja baru
2. Pembentuk dan penguat jaringan sosial budaya dan ekonomi lokal
3. Pendorong percepatan siklus finansial
4. Memperpendek kesenjangan sosial masyarakat.
5. Mengurangi tingkat kriminalitas
6. Alat penganekaragaman sumber daya alam manusia.

Dengan perkembangan teknologi yang cukup signifikan, salah satu media atau alat yang dianggap efektif dan efisein untuk mempromosikan hasil dari industri rumahan adalah gawai atau gadget.

Menurut Manumpil (2015;2) Gadget merupakan sebuah inovasi dari teknologi terbaru dengan kemampuan yang lebih baik dan fitur terbaru yang memiliki tujuan maupun fungsi lebih praktis dan juga lebih berguna. Sedangkan menurut Widiawati dan Sugiman (2014), gadget merupakan barang canggih yang diciptakan dengan berbagai aplikasi yang dapat menyajikan berbagai media berita, jejaring sosial, hobi, bahkan hiburan. Dan Jati dan Herawati (2014), mendefinisikan gadget adalah media yang dipakai sebagai alat komunikasi modern dan semakin mempermudah kegiatan komunikasi manusia

Dari ketiga teori diatas bisa disimpulkan bahwa gadget merupakn media atau alat komunikasi yang canggih dan praktis untuk mempermudah komunikasi manusia. Salah satu dampak positif dari gadget seperti yang diunkapkan oleh Hafriyanto (2015) adalah memudahkan interaksi dengan orang banyak sehingga mempersingkat jarak dan dan waktu.

Disamping itu gadget mempunyai dampak negatif seperti yang salah satunya diungkapkan Ameliola dan Nugraha (2013) adalah menjadikan remaja menjadi malas bergerak dan beraktifitas. Dalam memenuhi kebutuhannya manusia khususnya kaum remaja bisa memenuhinya dengan mengakses via gadget sehingga dapat meningkatkan budaya konsumtif dikalangan mereka

Menurut Sumartono (2002) perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena keinginan yang sudah tidak mencapai taraf tidak rasional lagi. Sedangkan menurut Menurut Mowen dan Minor (2002), perilaku konsumtif merupakan perilaku yang tidak memiliki pertimbangan rasional, melainkan dengan membeli produk atau jasa tertentu untuk memperoleh kesenangan atau perasaan emosi sementara.

Ancok (1995) menjelaskan secara detail bahwa perilaku konsumtif merupakan perilaku untuk membeli barang yang tidak dibutuhkan tanpa melihat fungsi utama dari barang tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa individu cenderung membeli barang berdasarkan keinginan, dimana bagi sebagian orang kebutuhan sekunder berubah menjadi kebutuhan primer.

Berdasarkan definisi para ahli diatas dapat diambil kesimpulan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku membeli produk atau jasa untuk memperoleh kesengan atau emosi tanpa melalui pertimbangan rasional.

Menurut moningka (2006) ada 3 tipe perilaku konsumtif yaitu;

1. *Addictive Consumption* (Ketagihan)
2. *Compulsive Consumption* (pergeseran dari kebutuhan skunder dari kebutuhan primer)
3. *Impulsive Consumption* (tanpa perencanaan)

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah merupakan bentuk penelitian kuantitatif ekspost-facto dengan menggunakan observasi partisipatif. Penelitian ini menggunakan dua variabel bebas yaitu teknologi gadget (X_1), dan perilaku konsumtif (X_2) sedangkan variabel terikatnya yaitu Industri Rumahan (Y). Adapun penelitian ini menggunakan data kualitatif yaitu data bukan angka namun dikalibrasikan menjadi data kuantitatif melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan skala likert.

Penelitian ini dilaksanakan di Rusunawa Pinus Elok Tower D Jl. Raya penggilingan RT 005-006 RW 019 Kelurahan Penggilingan Kecamatan Cakung Jakarta Timur.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh warga (penghuni rusunawa) yang berjumlah 510 KK dan pelaku usaha rumahan yang berada di rusunawa pinus elok tower D yang jumlahnya semakin bertambah. Penentuan jumlah sampel, menggunakan metode sampling purposive yaitu salah satu teknik sampling non random dimana peneliti menentukan sampel dengan cara menetapkan kriteria khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian. untuk Kriteria yang digunakan adalah;

1. Warga rusunawa pinus elok tower D
2. Bersedia mengisi kuisioner penelitian via google form.

Mempunyai usaha rumahan sendiri atau pernah melakukan transaksi via gaget

HASIL PENELITIAN

Berikut data karakteristik responden berdasarkan lama tinggal di rusunawa pinus elok tower D penggilingan;

Lama Tinggal	Jawaban Responden	
	Orang	%
< 1 Bulan	0	0%
1 - 6 Bulan	10	9,43
7 - 12 Bulan	23	21,70
13 - 18 Bulan	33	31,13
17 - 24 Bulan	25	23,58
25 - 30 Bulan	15	14,15
Jumlah	**106**	**100%**

Sumber data : olahan kuisioner

Berdasarkan hasil olahan data mengenai karakteristik responden menurut lama tinggal di rusunawa pinus elok tower D penggilingan, tidak ada responden yang tinggal kurang dari 1 bulan, sedangkan responden yang tinggal antara 1-6 bulan sebanyak 10 orang jika dipersentasikan sebesar 9,43%. Responden yang tinggal antara 7-12 bulan sebanyak 23 atau 21%, responden yang tinggal antara 13-18 bulan berjumlah 33 atau 31,13%, responden yang tinggal antara 17-24 bulan berjumlah 25 atau 23,58%, serta yang tinggal antara 25-30 bulan berjumlah 15 atau 14,15%.

Dari keterangan diatas maka jumlah responden dengan lama tinggal 13 – 18 Bulan adalah yang terbanyak yakni 31.13%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden yang mengisi kuisioner telah tinggal di Rusunawa pinus elok tower D sudah tinggal di rusunawa lebih dari satu tahun.

Untuk melihat sejauhmana pengaruh teknologi gadget dan perilaku konsumtif terhadap pertumbuhan industri rumahan di Rusunawa Pinus Elok Tower D Penggilingan, maka dapat digunakan analisis regresi berganda dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 22 yang hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	50,341	11,410		4,412	,000
	TEKNOLOGI GADGET	,233	,113	,206	2,070	,041
	PERILAKU KONSUMTIF	,166	,122	,135	1,361	,176

a. Dependent Variable: PERTUMBUHAN INDUSTRI RUMAHAN

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	505,954	2	252,977	4,318	,016[b]
	Residual	6034,584	103	58,588		
	Total	6540,538	105			

a. Dependent Variable: PERTUMBUHAN INDUSTRI RUMAHAN

b. Predictors: (Constant), PERILAKU KONSUMTIF, TEKNOLOGI GADGET

Output SPSS pada tabel coefficents diatas nilai constan/intercept (a) diperoleh nilai sebesar 50,341, nilai slope/koefisien regresi (b) diperoleh nilai untuk teknologi gadget sebesar 0,233 dengan nilai sig 0,041 dan perilaku konsumtif sebesar 0,166 dengan nilai sig 0,176 dengan persamaan regresinya sebagai berikut Y = 50,341 + 0,233 + 0,166 sehingga dapat diinterprestasikan jika variabel teknologi gadget dan perilaku konsumtif dianggap 0 atau tidak ada, maka nilai variabel pertumbuhan industri rumahan sebesar 50,341, selanjutnya jika variabel teknologi gadget dan perilaku konsumtif naik satu poin maka nilai variabel teknologi gadget naik sebesar 0,233 dan perilaku konsumtif sebesar 0,166.

Selanjutnya dari tabel diatas nilai sig untuk pengaruh variabel teknologi gadget (X_1) terhadap Pertumbuhan Industri Rumahan (Y) adalah sebesar 0,041< dari 0,05 dan t hitung sebesar 2,070 > t tabel 1,983 sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima yang berarti terdapat pengaruh teknologi gadget terhadap pertumbuhan industri rumahan.

Sedangkan untuk pengaruh perilaku konsumtif (X_2) terhadap terhadap Pertumbuhan Industri Rumahan (Y) adalah sebesar 0,176 > dari 0,05 dan t hitung sebesar 1,361 < t tabel 1,983 sehingga dapat disimpulkan bahwa H_2 ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh perilaku konsumtif terhadap Pertumbuhan Industri Rumahan (Y)

Berdasarkan dari output tabel Anova diatas diperoleh nilai signifikasi untuk pengaruh teknologi gadget (X_1) dan perilaku konsumtif (X_2) secara simultan terhadap Pertumbuhan Industri Rumahan (Y) adalah sebesar 0,016 < 0,005 dan nilai F hitung sebesar 4,318 > F Tabel 3,08, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh variabel X_1 dan X_2 secara simultan berpengaruh terhadap variabel Y.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,278[a]	,177	,059	7,654

a. Predictors: (Constant), PERILAKU KONSUMTIF, TEKNOLOGI GADGET

Berdasarkan tabel model summary diatas besarnya nilai hubungan antara variabel teknologi gadget dan perilaku konsumtif terhadap variabel pertumbuhan industri rumahan sebesar 0,278 artinya koefisien tersebut mendekati angka 1, dengan demikian dapat dikatakan hubungan antara variabel bebas dan terikat. Sedangkan output tabel Model summary diatas diketahui nilai R Square sebesar 0,177, hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel X_1 dan X_2 secara simultan berpengaruh terhadap variabel Y sebesar 17,7%.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan kajian yang sudah diuraikan sebelumya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh teknologi gadget dan perilaku konsumtif terhadap pertumbuhan industri rumahan di Rusunawa Pinus Elok Tower D Penggilingan Jakarta Timur Y = 50,341 + 0,113 + 0,122 bahwa jika skor variabel teknologi gadget dan perilaku konsumtif dianggap 0 atau tidak ada, maka nilai variabel pertumbuhan industri rumahan hanya sebesar 50,341, Selanjutnya dari tabel diatas nilai sig untuk pengaruh variabel teknologi gadget (X_1) terhadap Pertumbuhan Industri Rumahan (Y) adalah sebesar 0,041< dari 0,05 dan t hitung sebesar 2,070 > t tabel 1,983 sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima yang berarti terdapat pengaruh teknologi gadget terhadap pertumbuhan industri rumahan dan untuk pengaruh perilaku konsumtif (X_2) terhadap terhadap Pertumbuhan Industri Rumahan (Y) adalah sebesar 0,176 > dari 0,05 dan t hitung sebesar 1,361 < t tabel 1,983 sehingga dapat disimpulkan bahwa H_2 ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh perilaku konsumtif terhadap Pertumbuhan Industri Rumahan (Y) Berdasarkan dari output tabel Anova diatas diperoleh nilai signifikasi untuk pengaruh teknologi gadget (X_1) dan perilaku konsumtif (X_2) secara simultan terhadap Pertumbuhan Industri Rumahan (Y) adalah sebesar 0,016 < 0,005 dan nilai F hitung sebesar 4,318 > F Tabel 3,08, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh variabel X_1 dan X_2 secara simultan berpengaruh terhadap variabel Y.

B. Saran

Dari hasil analisa yang telah dikemukakan diatas maka, saran peneliti ajukan sebagai bahan pertimbangan sebagai berikut;

1. Hendaknya pemerintah khususnya pemerintah provinsi jakarta lebih memperhatikan industri rumahan yang ada dirusunawa khususnya yang ada di rusunawa pinus elok tower D penggilingan Jakarta Timur.
2. Dalam menghadapi persaingan usaha maka hendaknya industri rumahan senantiasa meningkatkan produksi dan kualitas produksinya sehingga dapat diterima oleh konsumen.
3. Perlu dilakukan riset lanjutan untuk meningkatkan pertumbuhan industri rumahan.

DAFTAR PUSTAKA

Irhandayaningsih, Y. C. E. dan A. (2007). Pengaruh Penggunaan Smartphone Terhadap Minat Baca Siswa SMA Negeri 1 Semarang. Jurnal Ilmu Perpustakaan, 6. https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/23095/21123

Kasmir, (2016) *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta : Penerbit : PT.RajaGrafindo Persada

Koentjaraningrat.1983. Metode-Metode Penelitian Masyarakat.Gramedia. Jakarta

Prasetijo, R. & Ihalauw, J. (2005). Perilaku konsumen. Yogyakarta: Andi Offset

Muliawan, (2008) Manajemen Home Industri Peluang usaha ditengah krisis, Bandung. Penerbit : Ombak

Maryati, (2001) *Sosiologi*, Jakarta : Penerbit : Erlangga

Nanang Tegar, (2019) *Manajemen SDM Dan Karyawan*, Jogjakarta : Penerbit : ISBN

Sugiyono, (2014) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D,* Bandung : Penerbit : Alfabeta

Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam iklan. Bandung*: CV Alfabeta

Setiadi, N. J. (2003). Perilaku konsumen. Jakarta: Kencana Prenanda Media

Schiffman, L. G. & Kanuk, L. L. (2009). Consumer behavior (10th ed.). New Jersey, UK: Pretince Hall.

Wiratna, (2015) Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi, Jogjakarta : Penerbit : Pustakabarupress

PENGARUH BEBAN PROMOSI TERHADAP PENJUALAN (STUDI KASUS PADA ONLINE SHOP PAPA PENGUSAHA TAHUN NOVEMBER 2017- OKTOBER 2018)

Dani Ratna Damayanti [(1)] dan Tommy Brahmana[(2)]

Dosen STIE Trianandra Jakarta

ABSTRACT

Tommy Brahmana. 216031006. The Influence of Promotion Cost towards Selling (Case of Study is at Toko Papa Pengusaha) Accounting Major STIE Trianandra (Supervised by Indra Gouw and Dani Ratna Damayanti). Population is derived selling report for 1 year period and sample is taken from secondary data of selling report 2017 – 2018 periods. Based regression test result towards anova table, the value of f is 26,352 with Sig. 0,000 < α = 0,05 and predetermination influence can be assumed that equation of coefficient regression linear is t count = 5,133 with Sig. 0,000 < α = 0,05. It means cost promotion has an influence on selling and the influence is predetermined on coefficient table through path analysis of 0.851 and on table Coefficient for Standardized Coefficients (Beta) = 0.851 < Std. Error on Unstandardized Coefficients = 0,134. Then it can be concluded that the influence is positive on cost of promotion towards selling.

Keywords*; Promotion cost and selling*

PENDAHULUAN

Untuk melihat seberapa besar kemajuan dan keberhasilan yang telah dicapai oleh perusahaan terutama penjualan online, secara mendasar dapat kita lihat dari kemampuan perusahaan dalam menciptakan laba dalam suatu periode tertentu. Penciptaan laba usaha harus dengan suatu teknik pengukuran yang tepat, karena laba merupakan informasi yang penting bagi berbagai pihak, baik pihak internal maupun pihak eksternal perusahaan. Kata berarti jumlah, sedang penjualan berarti kegiatan menjual barang yang bertujuan mencari laba/pendapatan. Jadi penjualan berarti Jumlah penghasilan/laba yang diperoleh dari hasil menjual barang/jasa. Menurut Sutamto (1997) dalam Nissa Nurfitria (2011 : 9) tentang pengertian penjualan adalah usaha yang dilakukan manusia untuk menyampaikan barang dan jasa kebutuhan yang telah dihasilkannya kepada mereka yang membutuhkan dengan imbalan uang menurut harga yang telah ditentukan sebelumnya.

Papa pengusaha adalah salah satu pengusaha yang melakukan kegiatannya via online. Papa pengusaha berdiri sejak November 2016, adapun produk yang dijual adalah Arloji original baik untuk pria maupun wanita. Arloji yang dijual oleh Papa Pengusaha dari berbagai merk seperti

Alexander Christie, Fossil, G-Shock, Guess, Christ Verra, Bonia dan lain-lain. Berdasarkan hasil pengamatan peneliti selama beroperasi kurang lebih 2 tahun, penjualannya masih belum maksimal. Permasalahan yang berkaitan dengan penurunan penjualan adalah sebagai berikut : Tingginya Beban promosi berpengaruh terhadap penjualan. Tingginya Beban promosi yang belum dapat meningkat laba sesuai dengan harapan perusahaan. Beban promosi yang di terapkan bersifat fluktuasi untuk tiap bulannya. Kemungkinan rendahnya Keamanan berpengaruh terhadap penjualan. Keamanan jaringan (www.wikipedia.com) dalam jaringan komputer sangat penting dilakukan untuk memonitor akses jaringan dan mencegah penyalahgunaan sumber daya jaringanyang tidak sah. Ketatnya persaingan usaha berpengaruh terhadap penjualan. Memulai bisnis sudah pasti akan menciptakan tingkat kompetisi yang lebih besar. Kemungkinan lemahnya jaringan internet berpengaruh terhadap penjualan. Tingginya Beban pengiriman berpengaruh terhadap penjualan. Hal menarik inilah yang menjadi salah satu alasan peneliti memilih judul **"Pengaruh Beban Promosi Terhadap Penjualan (Studi Kasus Pada *Online Shop* Papa Pengusaha Bulan Februari 2018 – Januari 2019)".**

Menurut Kotler dalam Alvonco (2014 : 235) Penjualan sebagai suatu kegiatan yang ditujukan untk mencari pembeli, memengaruhi, dan memberikan petunjuk agar pembeli dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan produk yang ditawarkan serta mengadakan perjanjian mengenai harga yang menguntungkan bagi kedua belah pihak. Maksud dari teori ini, menjual merupakan keahlian yang tidak mungkin diganti oleh mesin.

Sedangkan menurut Henry S. Siswasoediro (2008 : 61) penjualan langsung adalah metode penjualan barang atau jasa tertentu melalui jaringan pemasaran yang dikembangkan mitra usaha yang bekerja atas dasar komisi atau bonus atas penjualan kepada konsumen diluar lokasi eceran tetap.

Penjualan menurut Jhon Westwood (2004 : 4) adalah konsep lugas yang diantaranya berupa usaha membujuk pelanggan untuk membeli sebuah produk.

Dari definisi di atas dapat kita simpulkan bahwa penjualan merupakan salah satu fungsi pemasaran yang sangat penting. Ada tidaknya fungsi pemasaran lain sangat tergantung pada fungsi penjualan, oleh karena itu, sangatlah wajar penjualan sangat diperhatikan, karena berhasil tidaknya operasi bisnis tergantung bagaimana berhasilnya penjualan dilakukan.

Sedangkan Beban promosi menurut Phillip Kotler, (2002 : 28), menyatakan bahwa Beban promosi sebagai alat yang digunakan untuk sarana penghubung terjadinya transaksi jual beli barang dan jasa. Menurut teori ini Beban promosi dalam hal Beban yang dikeluarkan untuk memperkenalkan barang dagangan dari produsen ke konsumen, maka salah satu faktor yang penting adalah penatapan Beban promosi, akan tetapi sebelum ditetapkan Beban yang akan dikeluarkan terlebih dahulu berapa besarnya Beban promosi dalam memasarkan barang.

Secara umum Beban promosi oleh Sofyan Assauri (2001 : 112) ialah sejumlah Beban yang dikeluarkan untuk memperkenalkan produk barang dan jasa, sehingga barang yang belum dikenal oleh masyarakat umum dapat diketahui karena perusahaan telah mengeluarkan Beban hanya dalam bentuk jasa pada salah satu media penerbit untuk dipromosikan. Menurut Henry Simamora (2010:762) Beban promosi merupakan sejumlah dana yang diluncurkan ke dalam promosi untuk meningkatkan penjualan. Beban promosi adalah sejumlah dana yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan untuk promosi, yang tujuannya adalah untuk meningkatkan hasil penjulan atau volume penjualan. Adapun Persamaan dari teori-teori tersebut diatas Beban promosi merupakan sejumlah Beban yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam rangka untuk memperkenalkan barang dan jasa yang dijual oleh perusahaan tersebut.

Berdasarkan teori-teori tersebut diatas dapat dapat disintesiskan bahwa Beban promosi adalah alat yang digunakan untuk memperkenalkan produk barang dan jasa, sehingga barang yang belum dikenal oleh masyarakat umum terjadinya transaksi jual beli barang dan jasa.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif expost facto. Penelitian ini menggunakan dua variabel yang terdiri dari satu variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel terikat (Y) yaitu tentang Penjualan sedangkan variabel bebasnya (X) adalah Beban Promosi. Populasi dalam penelitian ini adalah laporan keuangan Online Shop Papa Pengusaha. selama 1 tahun dimulai dari bulan November 2017 – Oktober 2018. Besarnya sampel yang diambil 12 bulan laporan keuangan dengan menggunakan metode sample jenuh.

Penelitian ini mengambil tempat di Online Shop Papa Pengusaha yang beralamat di Rawamangun Jakarta Timur. Data penelitian ini dilaksanakan selama 6 bulan, terhitung dari bulan April sampai dengan September 2019.

HASIL PENELITIAN

Penjualan Online Shop Papa Pengusaha selama 12 (dua belas) Bulan, dari tahun 2017 sampai dengan 2018, adalah sebagai berikut :

Tabel 1
Data Penjualan Online Shop Papa Pengusaha
Di Tokopedia Periode Nov 2017 – Okt 2018

No	Periode	Penjualan	%
1	1-30 Nov 2017	7.250.035	2,12
2	1-31 Des 2017	1.452.000	0,42
3	1-31 Jan 2018	13.502.114	3,94
4	1-28 Feb 2018	15.719.932	4,59
5	1-31 Mar 2018	16.015.036	4,67
6	1-30 Apr 2018	15.032.654	4,39
7	1-31 Mei 2018	24.227.646	7,07
8	1-30 Jun 2018	36.805.862	10,74
9	1-31 Jul 2018	42.027.978	12,27
10	1-30 Ags 2018	64.591.722	18,85
11	1-31 Sep 2018	34.850.282	10,17
12	1-31 Okt 2018	71.095.912	20,75
Total		342.571.173	100

Sumber : diolah penulis dari laporan keuangan papa pengusaha

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa Penjualan Online Shop Papa Pengusaha selama 12 bulan sangat fluktuasi naik dan turunnya. Pada periode 1-30 November 17 Penjualan sebesar Rp. 7.250.035,- atau 2.12 % dan pada 1- 30 Desember 17 terjadi penurunan penjualan yang cukup signifikan sebesar Rp 1.452.000,- atau 0,42%, pada tahun 2018 terjadi peningkatan yang sangat signifikan periode 1-31 Januari 18 sebesar Rp. 13.502.114,- atau 3,94%. Untuk periode 1-28 Februari 18 sebesar Rp. 15.719.932,- atau 4,59, pada 1-31 Maret 18 sebesar Rp. 16.015.036 atau 4,67 %, pada periode 1-30 April sebesar Rp. 15.032.654,- atau 4,39%. Peningkatan meningkat cukup signifikan pada periode 1-31 Mei 18 sebesar 24.227.646,- atau 7,07%, pada periode 1-30 Juni 18 naik menjadi sebesar Rp. 36.805.862 atau 10,74%, pada periode 1-31 Juli 18 kenaikan sebesar Rp. 42.027.978,- atau 12,27%, untuk periode 1-30 Agustus 18 sebesar 64.591.722,- atau 18,85%. Terjadi penurunan yang sangat signifikan pada periode 1-31 September 18 sebesar Rp. 34.850.282,- atau 10,81%, terjadi kenaikan yang sangat signifikan pada periode 1-31 oktober 18 sebesar Rp. 71.095.912,- atau 20,75%.

Analisis Deskripsi (gambar dan grafik)

Untuk melihat sejauh mana pengaruh beban promosi terhadap penjualan yang dilakukan oleh Onlineshop Papa maka dapat digunakan analisis regresi sederhana dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 22 yang hasilnya dapat dilihat melalui tabel berikut :

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	329,502	1	329,502	26,352	,000[b]
	Residual	125,041	10	12,504		
	Total	454,543	11			

a. Dependent Variable: Penjualan
b. Predictors: (Constant), Beban Promosi

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,601	1,513		1,719	,116
	Beban Promosi	,688	,134	,851	5,133	,000

a. Dependent Variable: Penjualan

Selanjutnya uji regresi berdasarkan tabel anova diatas diperoleh F sebesar 26,352 dengan nilai *Sig*. 0,000 < α = 0,05, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa koefisien persamaan regresi linear, dan uji signifikan korelasi dalam penentuan pengaruh sebesar t = 5,133 yang *Sig*. 0,000 < α = 0,05, yang artinya Beban Promosi berpengaruh terhadap Penjualan dengan besar pengaruh ditentukan menggunakan analisis jalur (*Path Analysis*) sebesar 0.851, karena pada table Coefficients[a] khususnya *Standardized Coefficients* (Beta) = 0,851 < Std. Error pada Unstandardized Coefficients = 0,134 maka pengaruh yang diberikan adalah pengaruh positif.

Output analisis regresi pada table Coefficients diatas, Nilai Constant/intercept (*a*) diperoleh 2,601, nilai slope/koefisien regresi (b) diperoleh 0,688 dengan nilai *Sig.* 0,000, dengan demikian persamaan regresinya dapat ditulis $\hat{Y} = a + bX = 2{,}601 + 0{,}688\ X$, maka dapat di interpretasikan bahwa jika skor variabel Beban Promosi dianggap 0 atau tidak ada, maka nilai variabel Penjualan hanya sebesar nilai dari 2,601, selanjutnya jika skor variabel Beban Promosi meningkat satu poin maka nilai variabel Penjualan akan meningkat sebesar 0,688.

Nilai koefisien regresi (r) yang diperoleh dari program SPSS 22 adalah sebagai berikut :

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,851[a]	,725	,697	3,53611

a. Predictors: (Constant), Beban Promosi

Berdasarkan tabel diatas besarnya nilai hubungan antara variabel Beban Promosi dan variabel Penjualan sebesar 0,851 artinya koefisien tersebut mendekati angka 1, dengan demikian dapat dikatakan hubungan keduanya dalam kategori sangat kuat, kemudian angka *R square* (R^2) adalah 0,851 maka besar kemampuan variabel Beban Promosi dalam menjelaskan varians dari variable Penjualan sebesar 85,1%.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan kajian yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat Beban promosi terhadap Penjualan pada Online Shop Papa Pengusaha ini dapat dilihat dari membentuk sebuah persamaan $\hat{Y} = a + bX = 2{,}601 + 0{,}688\ X$, bahwa jika skor variabel Beban Promosi dianggap 0 atau tidak ada, maka nilai variabel Penjualan hanya sebesar nilai dari 2,601, selanjutnya jika skor variabel Beban Promosi meningkat satu poin maka nilai variabel Penjualan akan meningkat sebesar 0,688. Selanjutnya uji dan uji signifikan korelasi dalam penentuan pengaruh sebesar t = 5,133 yang *Sig*. 0,000 < α = 0,05, yang artinya Beban Promosi berpengaruh terhadap Penjualan dengan besar pengaruh ditentukan menggunakan analisis jalur (*Path Analysis*) sebesar 0.851, karena pada table Coefficients[a] khususnya *Standardized Coefficients* (Beta) = 0,851 < Std. Error pada Unstandardized Coefficients = 0,134, maka pengaruh yang diberikan adalah pengaruh positif.

B. Saran

Dari hasil analisa yang telah dikemukakan, maka saran yang penulis ajukan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak perusahaan adalah sebagai berikut :

1. Hendaknya Online Shop Papa Pengusaha lebih memperhatikan survey tentang hal-hal apa yang dibutuhkan para konsumen untuk dapat membeli produk yang dijual Papa Pengusaha dan survei inipun dilakukan secara berkala.
2. Hendaknya Online Shop Papa Pengusaha juga lebih Dalam hal ini tim marketing selalu memberikan informasi yang baik kepada konsumen serta memberikan jaminan *delivery service* yang just in time kepada para konsumen meningkatkan kualitas pelayanannya kepada para tim marketingnya.
3. Dalam menghadapi persaingan dari perusahaan sejenis dengan cara melakukan perbaikan-perbaikan dari harga, kualitas barang, kualitas pelayanan sehingga dapat memenangkan kompetisi ini.
4. Dalam hal ini divisi marketing Online Shop Papa Pengusaha mempersiapkan pertukaran, yang meliputi : pembelian dan penjualan dan fungsi penyediaan fisik yang meliputi pengangkutan dan penyimpanan serta memaksimalkan fungsienunjang yang meliputi: pembelanjaan, penanggungan resiko, standarisasi dan *grading* serta pengumpulan informasi pasar.
5. Perlu dilakukan riset lanjutan dengan memasukkan variabel selain Beban Promosi.

DAFTAR PUSTAKA

Alma, Buchari. (2007), *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi,. Bandung CV. Alfabeta.

Alvonco, Jhonson, (2014) *Practical Communication Skill, Sistem Komunikasi Model Umum dan Horenso untuk sukses dalam bisnis, organisasi dan Kehidupan*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.

Assauri ,Sofyan. (2001). *Pangsa Pasar*. Jakarta: Lembaga Penerbit Universitas Indonesia.

Gilarso, T., (2003) *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*. Yogyakarta : Penerbit Kanisius.

Iwantono, Sutrisno (2001) *Kiat Sukses Berwiraswasta, Strategi Baru Mengelola Usaha Kecil Dan Menengah*. Jakarta : Grasindo.

Juli Ratnawati & Retno Indah Hernawati,(2015) *Dasar-dasar Perpajakan*, Yogyakarta: Deepublish.

Kuswandi, (2006) *Memahami Rasio-Rasio Keuangan Bagi Orang Awam*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.

Mulyadi. (2001). *Akuntansi Manajemen: Konsep, Manfaat, dan Rekayasa*. Edisi 3. Jakata: Salemba Empat.

Natalia, Nurvi Anna (2013). *Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Omzet Penjualan (Studi Kasus Pada PT. Bank Sinar Mas,Tbk),* Non Publish, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Trianandra Jakarta.

Nugroho, Susanti Adi (2012) *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia Dalam Teori dan Praktik Serta Penerapan Hukumnya*. Jakarta : Kecana.

Nurfitria, Nissa (2011). *Analisis Perbedaan Omzet Penjualan Berdasarkan Jenis Hajatan Dan Waktu (Studi Pada Catering Sonokembang Semarang),* Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.

Novera, Ade (2014), *Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Penjualan Sepada Motor Honda di CV. Mitra Makmur Samarinda*. eJournal Ilmu Administrasi Bisnis, 2014, 2 (4): 899-913 ISSN 2355-5408, ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id.

Rangkuti, Freddy (2009) Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.

Siswosoediro, Henry S., (2008) *Buku P intar Pengurusan Perijinan Dan Dokumen, Panduan Untuk Pelaku Usaha Dan Masyarakat Umum*. Jakarta : Visi Media Pustaka.

Simamora, Bilson. (2002). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

Simamora, Henry, (2010), *Manajemen Sumber Daya Manusia*, cetakan pertama edisi ke tiga, Yogyakarta : Penerbit : YKPN.

Soedarmono, Hartoto (2006) *Menjadi Kaya Dengan UKM Otomotif Roda Dua*. Tangerang : PT. Kawan Pustaka.

Sunarto, (2006). *Pengantar Manajemen Pemasaran*, Cetakan 1. Yogyakarta : Ust. Press Sugiyono, (2014) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D,* Bandung : Penerbit : Alfabeta

Tjiptono, Fandy. (2005), *Pemasaran Jasa*, Edisi pertama, Yogyakarta; Penerbit. Bayumedia Publishing.

Westwood, John, (2004) *How To Write a Marketing Plan*, Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.

Wiratna, (2015) *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, Jogjakarta : Penerbit : Pustakabarupress.

Yuhezar, (2008). *10 Jam Menguasai Internet Teknologi Dan Aplikasinya*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.

Yulitasari, Deavy (2014) *Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Yamaha Sudirman Motor Temanggung*, Program Studi Akuntansi Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

http://artikelsiana.id/2017/10/pengertian-penjualan-tujuan-jenis.html

http://eprints.polsri.ac.id/2807/3/BAB%20II.pdf

http://repo.iain-tulungagung.ac.id/4417/3/BAB%20II.pdf

www. wikipedia.com

PENGARUH PENJUALAN KREDIT TERHADAP PIUTANG

Dani Ratna Damayanti (1) dan Fitri Aninnas Islamiyah(2)

Dosen STIE Trianandra Jakarta

ABSTRACT

The problem in this study is the high number of uncollectible accounts at PT Supratalindo. The purpose of this study was to determine the effect of Credit Sales on Receivables at PT. Supratalindo. The results of the study found that $\hat{Y} = a + bX = -317770{,}308 + 1{,}100\,X$*,The equation is interpreted that if the Credit Sales variable is considered 0 or non-existent, then the value of the Receivables variable is only -317770,308, then if the Credit Sales variable score increases by one point then the value of the Receivables variable will increase by 1,100. Then the coefficient of determination obtained by 1,000 then the ability of the Credit Sales variable in explaining the variance of the Accounts Receivable variable by 100%. Thus Credit Sales are a factor that must be considered to determine Receivables. Furthermore, to answer the hypothesis obtained by the results of t = 2055.189 which Sig. 0,000 <α = 0.05, which means that Credit Sales affect the Receivables with the amount of influence determined using path analysis of 1,000, because in the Coefficientsa table, especially Standardized Coefficients (Beta) = 1,000 > Std. Error on Unstandardized Coefficients = 0.001, the effect given is negative direction.*

Keywords*: Credit Sales, Uncollectible Accounts, Receivables*

PENDAHULUAN

Dalam upaya meningkatkan volume penjualan barang atau jasa, suatu perusahaan sering menerapkan kebijakan penjualan kredit, disamping juga kebijakan penjualan tunai atau *cash.* Kebijakan penjualan kredit yang diterapkan oleh perusahaan ternyata menghasilkan piutang bagi perusahaan. Masalah piutang yang dihasilkan dari penjualan kredit tersebut juga ternyata tidak bisa diabaikan begitu saja karena resiko yang mungkin dihadapi oleh perusahaan yang berkaitan dengan piutang lebih besar dibandingkan jika perusahaan menjual barang atau jasa secara tunai. Hal ini disebabkan karena piutang yang dihasilkan dari penjualan secara kredit melibatkan pihak debitur yang berada di luar perusahaan.

PT. Supra Talindo, didirikan pada tahun 1980 dan berlokasi di Jakarta, Indonesia. PT. Supra Talindo adalah pemasok dan distributor terkemuka tali kawat, perangkat keras, perangkat pengangkat dan penanganan untuk kelautan, di darat / lepas pantai minyak dan gas, pertambangan, konstruksi, crane dan industri perkapalan di Indonesia. Tujuan kami adalah untuk melampaui harapan setiap klien dengan menawarkan mereka layanan dan solusi yang luar biasa ditambah dengan keahlian teknis dan produk berkualitas. Dalam perjalanannya PT.

Supra Talindo mengalami berbagai kendala dalam peningkatan penagihan piutangnya selama tahun 2016-2017 ini, adapun kendala yang harus dihadapi oleh divisi *Account Receivable* dalam melakukan penagihan adalah sebagai berikut:

Tingginya persaingan usaha dapat berpengaruh terhadap piutang. penjualan kredit dapat juga dapat mempengaruhi Piutang. Lunaknya kebijakan perusahaan dalam hal penagihan kredit dapat juga berpengaruh terhadap Piutang. Dan Kemungkinan kurang aktifnya kegiatan penagihan piutang dari pihak perusahaan berpengaruh terhadap piutang.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Penjualan Kredit terhadap Piutang.

Piutang menurut Sunarto dalam Hengki Irawan Setia Budi (2011:2) adalah klaim atau tuntutan atas uang dari suatu perusahaan kepada pihak ketiga yang akan berakibat adanya penerimaan uang tunai di masa akan datang. Makna dari teori ini klaim hak suatu perusahaan kepada pihak ketiga dengan jangka waktu yang telah ditetapkan bersama. piutang dapat dibagi menjadi dua bagian berdasar jangka waktunya, ada piutang jangka pendek dan pitang jangka panjang.

Sedangkan Menurut Kariyoto (2018 : 105) menjelaskan piutang merupakan wujud penjualan yang dijalankan oleh suatu perusahaan dengan pembayaran tidak dilakukan secara cash namun bersifat kredit. Berbeda dengan definisi di atas diketahui bahwa piutang secara luas diartikan sebagai tagihan atas segala sesuatu hak perusahaan baik berupa uang, barang maupun jasa atas pihak ketiga setelah perusahaan melaksanakan kewajibannya.

Menurut Warren, et al (2005) dalam Gary Hamel (2013 :275), menyatakan bahwa yang dimaksud dengan piutang meliputi semua klaim dalam bentuk uang terhadap pihak lainnya, termasuk individu, perusahaan atau organisasi lainnya. Persamaan dari teori-teori diatas Maksud dari teori ini semua klaim dalam bentuk uang terhadap pihak lainnya. Pada umumnya piutang timbul ketika sebuah perusahaan menjual barang.secara kualitas maupun kuantitas yang dilakukan oleh seorang karyawan, tanpa adanya kesalahan sesuai dengan standar yang ditetapkan.

Berdasarkan teori tersebut diatas dapat disintesiskan Piutang adalah semua klaim dalam bentuk uang terhadap pihak lainnya berupa uang, barang, atau jasa yang dihasilkan dari penjualan

barang atau jasa secara kredit dengan pembayaran tidak dilakukan secara cash namun bersifat kredit.

Sedangkan Mulyadi (2011:227) menyatakan Penjualan kredit dilaksanakan oleh perusahaan dengan cara mengirimkan barang sesuai dengan order yang diterima dari pembeli dan untuk jangka waktu tertentu perusahaan mempunyai tagihan kepada pembeli tersebut.

Menurut Kieso (2009) dalam Marissa Shanti (2013 : 20) Penjualan Kredit adalah janji lisan dari pembeli untuk membayar jasa yang dijual, biasanya dapat ditagih 30-60 hari dan merupakan piutang terbuka yang berasal dari pelunasan utang jangka pendek. Berbeda dengan teori Mulyadi, pada teori ini penjualan kredit merupakan janji secara lisan yang disampaikan pembeli untuk membayar jasa yang telah dibelinya dengan jangka waktu yang telah disepakati bersama yaitu 30-60 hari.

Sedangkan pengertian Penjualan Kredit menurut Wibowo & Abubakar (2002 :79) adalah penjualan barang dagangan dengan kesepakatan antara pembeli dan penjual pada saat transaksi, yaitu pembayaran akan dilakukan pada waktu yang akan datang. Persamaan dari kedua teori diatas dengan teori ini adalah merupakan penjualan barang atau jasa dengan kesepatakatan antara penjual dan pembeli dalam hal pembayaran yang akan dilakukan dalam tempo 30-60 hari.

Dari beberapa pengertian diatas maka dapat peneliti simpulkan bahwa penjualan kredit adalah suatu transaksi yang dilakukan perusahaan dengan cara pihak perusahaan mengirimkan barang yang telah di pesan oleh pelanggan dan pembayarannya menggunakan jangka waktu dilakukan secara berangsur, sesuai ketentuan yang dimiliki perusahaan tersebut.

Pada dasarnya penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh penjualan kredit terhadap piutang pada PT. Supra Talindo.

METODE PENELITIAN

Variabel terikat (Y) yaitu tentang Piutang sedangkan variabel bebasnya (X) adalah Penjualan Kredit. Penelitian ini dilaksanakan PT. Supra Talindo yang beralamat di Jalan Danau Agung 1 Blok A-4 No.16 Sunter, Jakarta Utara Indonesia. Data penelitian ini dikumpulkan kurang lebih 4 bulan, terhitung dari bulan Januari sampai dengan Agustus 2019. Populasi dalam penelitian ini adalah laporan keuangan PT. Supra Talindo tahun 2016 sampai dengan tahun 2017. Besarnya sampel yang diambil 2 tahun laporan keuangan.

HASIL PENELITIAN

Pada penelitian ini laporan penjualan yang akan diteliti tahun 2016-2017. Adapun laporan penjualan nya sebagai berikut :

No	Bulan	Tahun 2016	
		Penjualan Kredit	Piutang
1	Jan	958.171.515	1.053.988.666
2	Feb	1.119.409.066	1.234.631.072
3	Mar	1.265.072.900	1.391.580.190
4	Apr	1.044.744.390	1.149.218.829
5	May	1.800.208.467	1.980.229.313
6	Jun	1.225.217.100	1.347.738.810
7	Jul	574.016.050	631.417.655
8	Aug	898.541.200	988.395.320
9	Sep	1.144.828.200	1.259.311.020
10	Oct	1.210.942.036	1.332.036.239
11	Nov	1.067.881.655	1.174.669.821
12	Dec	988.099.060	1.086.908.966

Berdasarkan tabel 1 diatas besarnya piutang dari PT. Supra Talindo jumlahnya cukup fluktuatif setiap tahunnya. Pada bulan Januari 2016 jumlah piutang Rp. 1.053.988.666 sedangkan pada tahun 2017 jumlah piutang sebesar Rp. 985.099.046 mengalami penurunan. Pada bulan Februari 2016 dengan Februari 2017 mengalami kenaikan dari Rp. 1.234.631.072 menjadi Rp. 1.529.251.558. Untuk Maret-Juni baik di tahun 2016 dan 2017 mengalami kenaikan yang cukup signifikan namun pada bulan Juli dan Agustus 2016 mengalami kenaikan piutang yang sangat signifikan di tahun 2017 masing-masing Rp. 2.370.646.397 dan 2.188.799.866. Untuk September- November baik di tahun 2016 dan 2017 mengalami kenaikan/penurunan yang cukup signifikan namun pada bulan Desember 2016 mengalami penurunan piutang yang signifikan di tahun 2017 yaitu sebesar Rp. 1.086.908.966 menjadi Rp. 761.000.152. Selanjutnya untuk data besarnya penjualan kredit tahun 2016 – 2017 adalah sebagai berikut :

Analisis Deskripsi (gambar dan grafik)

Untuk melihat sejauh mana pengaruh penjualan kredit terhadap piutang pada PT. Supra Talindo maka dapat digunakan analisis regresi sederhana dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 22 yang hasilnya dapat dilihat melalui tabel berikut:

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4149500127796874200,000	1	4149500127796874200,000	4223802,787	,000[b]
	Residual	9824085869056,021	10	982408586905,602		
	Total	4149509951882743300,000	11			

a. Dependent Variable: Piutang

b. Predictors: (Constant), Penjualan Kredit

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-317770,308	354099,282		-,897	,391
	Penjualan Kredit	1,100	,001	1,000	2055,189	,000

a. Dependent Variable: Piutang

Berdasarkan tabel diatas uji regresi berdasarkan table anova diatas diperoleh F sebesar 4223802,787 dengan nilai *Sig*. 0,000 < α = 0,05, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa koefisien persamaan regresi linear, dan uji signifikan korelasi dalam penentuan pengaruh sebesar t = 2055,189 yang *Sig*. 0,000 < α = 0,05, yang artinya Penjualan Kredit berpengaruh terhadap Piutang dengan besar pengaruh ditentukan menggunakan analisis jalur (*Path Analysis*) sebesar 1,000, karena pada table Coefficients[a] khususnya *Standardized Coefficients* (Beta) = 1,000 < Std. Error pada Unstandardized Coefficients = 0,001.

Output analisis regresi pada table Coefficients diatas, Nilai Constant/intercept (*a*) diperoleh -317770,308, nilai slope/koefisien regresi (b) diperoleh 1,100 dengan nilai *Sig.* 0,000, dengan demikian persamaan regresinya dapat ditulis $\hat{Y} = a + bX = -317770{,}308 + 1{,}100\,X$, maka dapat di interpretasikan bahwa jika skor variabel Penjualan Kredit dianggap 0 atau tidak ada, maka nilai variabel Piutang hanya sebesar nilai dari -317770,308, selanjutnya jika skor variabel Penjualan Kredit meningkat satu poin maka nilai variabel Piutang akan meningkat sebesar 1,100.

Nilai koefisien regresi (r) yang diperoleh dari program SPSS 22 adalah sebagai berikut :

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	1,000[a]	1,000	1,000	991165,26720

a. Predictors: (Constant), Penjualan Kredit

Berdasarkan table diatas besarnya nilai hubungan antara variabel Penjualan Kredit dan variabel Piutang sebesar 1,000 artinya koefisien tersebut mendekati angka 0, dengan demikian dapat dikatakan hubungan keduanya dalam kategori sangat kuat, kemudian angka *R square* (R^2) adalah 1,000 maka besar kemampuan variabel Penjualan Kredit dalam menjelaskan varians dari variable Piutang sebesar 100%.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan kajian yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh Penjualan Kredit terhadap Piutang pada PT. Supratalindo ini dapat dilihat dari membentuk sebuah persamaan $\hat{Y} = a + bX = -317770{,}308 + 1{,}100\,X$, persamaan tersebut diinterpretasikan bahwa jika variabel Penjualan Kredit dianggap 0 atau tidak ada, maka nilai variabel Piutang hanya sebesar -317770,308, kemudian jika score variabel Penjualan Kredit meningkat satu point maka nilai variabel Piutang akan meningkat sebesar 1,100. Lalu Koefisien determinasi didapat sebesar 1,000 maka besar kemampuan variable Penjualan Kredit dalam menjelaskan varians dari variable Piutang sebesar 100%. Dengan demikian Penjualan Kredit merupakan faktor yang harus diperhatikan untuk menentukan Piutang.

Selanjutnya untuk menjawab hipotesis diperoleh hasil t = 2055,189 yang *Sig*. 0,000 < α = 0,05, yang artinya Penjualan Kredit berpengaruh terhadap Piutang dengan besar pengaruh ditentukan menggunakan analisis jalur (*Path Analysis*) sebesar 1,000, karena pada table Coefficients[a] khususnya *Standardized Coefficients* (Beta) = 1,000 > Std. Error pada Unstandardized Coefficients = 0,001, maka pengaruh yang diberikan arahnya negatif.

B. Saran

Dari hasil analisa yang telah dikemukakan, maka saran yang penulis ajukan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak perusahaan adalah sebagai berikut :

6. PT. Supra Talindo hendaknya lebih ketat dalam menetapkan kebijakan tentang penjualan kredit produk-produk yang dijualnya dengan cara menetapkan persyaratan yang mudah namun dapat mengikat pelanggan, melakukan penagihan dengan baik, menetapkan denda keterlambatan jika terjadi one prestasi.
7. Dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat seharusnya PT. Supra Talindo melakukan berbagai inovasi dalam menentukan strategi marketing tim marketing PT. Supra Talindo harus melakukan analisa terhadap para pesaingnya seperti mengetahui kekuatan dan kelemahan pesaingnya sehingga mereka dapat menentukan strategi apa yang harus digunakan untuk meningkatkan pendapatan perusahaan.
8. PT. Supra Talindo perlu memperhatikan kembali kebijakan penjualan kreditnya untuk meningkatkan perputaran piutang. Perputaran piutang memiliki pengaruh yang penting terhadap penjualan kredit, hal itu disebabkan kecepatan penerimaan hasil piutang dalam satu periode (perputaran piutang) akan dapat mempengaruhi likuiditas perusahaan karena pertukaran piutang lebih cepat dari yang diharapkan dan seberapa jauh piutang jangka pendeknya.

DAFTAR PUSTAKA

Alvanco, Jhonson, (2014), *Pratical Communication Skill Sistem Komunikasi Model Umum dan HORENSO untuk sukses dalam bisnis, organisasi dan kehidupan*, Jakarta, PT. Elex Media Komputindo

Bambang Sudianto, (2010), *Peran Kinerja Perusahaan Dalam Menentukan Pengaruh Faktor Fundamental Makroekonomi, Risiko Sistematis, Dan Kebijakan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empirik Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia),* Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro Semarang, http://eprints.undip.ac.id/26263/1/Desertasi_Bambangu_Sud.pdf

Endang Kurniawati, (2010), *Evaluasi Sistem Pengendalian Internal Atas Penjualan Kredit Studi Kasus Pada PT. "Y" Semarang (Internal System Evaluation Operation Of Credit Sales Case Study At* PT *"Y" Semarang*), Fokus Ekonomi Vol. 5 No. 1 Juni 2010 : 25 – 35.

Gary Hamel, (2013), *Evaluasi Sistem Pengendalian Intern Terhadap Piutang Pada PT Nusantara Surya Sakti*, Jurnal EMBA Vol.1 https://www.pelajaran.id/2017/12/pengertian-ciri-ciri-jenis-dan-klasifikasi-piutang.html

Hengki, Irawan, Setia, Budi, (2011), *Bijak Mengelola Piutang*, Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.

Henry, S., Siswosoediro, (2008), Buku pintar pengurusan perijinan & dokumen, Panduan untuk pelaku usaha dan masyarakat, Jakarta, Visi Media.

Imron, Ali. (2002). *Kebijaksanaan Pendidikan di Indonesia.* Jakarta : PT Bumi Aksara.

Iswi Hariyani, (2010), Restrukturisasi dan Penghapusan Kredit Macet, Jakarta, PT. Elex Media Komputindo.

Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi Volume 15 No. 04 Tahun 2015 Gerald Lumempouw: Evaluasi sistem pengendalian No.3 Juni 2013, Hal. 274-281, file:///D:/Daily%20Activity/ campuran/ok/Fitriok/fitri/ teori/teorifitri/piutang5.pdf

Kariyoto, (2018), *Manajemen Keuangan Konsep & Implementasi*, Malang : UB Press.

Marissa Shanti, (2013), *Pengaruh Penjualan Kredit Terhadap Perputaran Piutang* (Studi Kasus Pada PT. Sadikun Niagamas Raya), Non Publikasi, Jakarta, STIE Trianandra Jakarta.

Mudrajad Kuncoro, (2005), Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif,Jakarta: Erlangga.

Muchlisin Riady,https://www.kajianpustaka.com/2013/09/penjualan-kredit.html

Rachmadi Usman, (2003), *Aspek Aspek Hukum Perbankan Di Indonesia*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.

Rudianto, (2012), *Pengantar Akuntansi konsep dan teknik penyusunan laporan keuangan*, Jakarta : Erlangga.

YLBHI, (2007), *Panduan Bantuan Hukum Indonesia, Pedoman Anda memahami dan menyelesaikan Masalah Hukum*, Jakarta : Sentralisme Production.

https://library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab2/RS1_2015_1_990_Bab2.pdf

Sugiyono, (2014) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D,* Bandung : Penerbit : Alfabeta.

Wiratna, (2015) *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, Jogjakarta : Penerbit : Pustakabarupress

PENGARUH STATUS KARYAWAN TERHADAP KINERJA KARYAWAN

Amir Riani[(1)] dan Usni Atmayanti[(2)]

[(1)]Dosen Jurusan Manajemen STIE Trianandra Jakarta [(2)]Karyawan PT. Tembaga Mulia Semanan Tbk

ABSTRACT

This study aims to find out how the influence of the contract employee status toward employee performance at Drawing Business Unit PT. Tembaga Mulia Semanan Tbk. Whereas the methods of analysis used is qualitative which consists of a descriptive analysis, a simple linear regression analysis, test validity and reliability. The methode applied is purposive sampling with 16 person of contract employee as sampel Based on the results of the regression coefficient analysis between the status of employee against employee performance regression results obtained is positive and significant, where with the certainty of status (appointed so permanent employees) then it will have an effect on the performance of the employee which is based on the results of the correlation coefficient is then retrieved the value of R = 0.547, thitung 2.442 and the value of Sig = 0.028. This means between the contrac employee status toward employee performance had simultaneous relationships.

Keywords*: Employee Status, Contract Employee, Performance*

PENDAHULUAN

Nanang T (2019:77) mengatakan bahwa motivasi adalah tanggung jawab manajemen perusahaan untuk menciptakan, mengatur, dan melaksanakannya. Oleh karena itu, sesuai dengan sifatnya, motivasi merupakan rangsangan bagi motif perbuatan manusia, maka manajemen harus dapat menciptakan motivasi yang mampu menumbuhkan motif orang-orang sehingga mau berbuat sesuai dengan tujuan perusahaan. Berdasarkan pendapat tersebut maka perusahaan dapat meningkatkan kembali motivasi dan kinerja karyawan kontrak yang menurun pada Bisnis Unit Drawing PT. Tembaga Mulia Semanan Tbk secara maksimal dengan memberikan kepastian status yakni diangkat menjadi karyawan tetap.

Pada dasarnya perusahaan dapat mempertahankan karyawan terbaiknya demi menggerakan roda perusahaan apabila manajemen handal dalam memahami kebutuhan karyawan dan dapat menciptakan suasana kerja yang kondusif sehingga membuat karyawan termotivasi untuk bekerja lebih baik guna meningkatkan produktivitas kerja. Kondisi tersebut hanya akan tercapai bila adanya kepastian status tanpa khawatir dengan pemutusan hubungan kerja karena adanya *Perjanjian Kerja Waktu Tertentu (PKWT*) yang selama ini identik dengan karyawan kontrak. Dengan adanya *Perjanjian Kerja Waktu Tertentu (PKWT)* berarti karyawan dikontrak oleh perusahaan untuk jangka waktu tertentu paling lama dua tahun dan hanya dapat diperpanjang satu kali untuk jangka waktu maksimal satu tahun berdasarkan Undang-Undang RI Ketenagakerjaan 2003 Pasal 50 Ayat 1. Setelah jangka waktu tersebut berakhir karyawan

memiliki tiga kemungkinan yaitu: karyawan diangkat menjadi karyawan tetap, kontrak kerjanya akan diperpanjang, atau hubungan kerja dengan perusahaan berakhir.

Menyadari betapa pentingya kepastian status dalam upaya meningkatkan kinerja karyawan, maka penulis mengadakan penelitian dengan judul: PENGARUH STATUS KARYAWAN KONTRAK TERHADAP KINERJA KARYAWAN.

Secara sederhana kinerja menurut Kasmir (2016:182) merupakan hasil kerja yang telah dicapai dalam menyelesaikan tugas-tugas dan tanggung jawab yang diberikan dalam suatu periode tertentu. Kemudian kinerja dapat diukur dari kemampuannya menyelesaikan tugas-tugas dan tanggung jawab yang diberikan. Artinya dalam kinerja mengandung unsur standar pencapaian yang harus dipenuhi.sehingga bagi yang mencapai standar yang telah ditetapkan berarti berkinerja baik atau sebaliknya bagi yang tidak tercapai dikategorikan berkinerja kurang atau tidak baik.

Sedangkan menurut John W.Atkinsoi dalam Hery (2019:37) kinerja merupakan fungsi dari motivasi dan kemampuan. Sementara itu, Lyman Porter dan Edward Lawler berpendapat bahwa kinerja merupakan fungsi dari keinginan melakukan pekerjaan, ketrampilan yang perlu untuk menyelesaikan tugas, pemahaman yang jelas atas apa yang dikerjakan dan bagaimana mengerjakannya. Sedangkan Jay Lorsch dan Paul Laurence mengunakan pemahaman kinerja adalah fungsi dari atribut individu, organisasi dan lingkungan. Dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa kinerja karyawan adalah hasil kerja tuntas dengan pencapaian hasil kerja yang maksimal baik secara kualitas maupun kuantitas yang dilakukan oleh seorang karyawan , tanpa adanya kesalahan sesuai dengan standar yang ditetapkan.

Sedangkan menurut Soekanto (1990:239-240) mengartikan status adalah tempat atau posisi seseorang dalam suatu kelompok sosial. Secara abstrak, kedudukan atau status berarti tempat seseorang dalam suatu pola tertentu. Dengan demikian, seseorang dikatakan mempunyai beberapa kedudukan, oleh karena itu seseorang biasanya ikut serta dalam berbagai pola kehidupan. Pengertian tersebut menunjukkan tempatnya sehubungan dengan kerangka masyarakat secara menyeluruh. Apabila dipisahkan dari individu yang memilikinya, kedudukan hanya merupakan kumpulan hak-hak dan kewajiban. Karena hak dan kewajiban yang dimaksud hanya dapat terlaksana melalui perantara individu, maka agak sukar untuk memisahkan secara tegas antara pengertian status dan status sosial.

Sementara itu, menurut Maryati (2001:69)) status merupakan posisi seseorang secara umum dalam masyarakat dalam hubungannya dengan orang lain. Secara empiris, perbedaan status mempengaruhi cara bersikap seseorang dalam berinteraksi sosial. Orang yang menduduki status tinggi mempunyai sikap yang berbeda dengan orang yang statusnya rendah. Contohnya, cara berbicara seorang pemilik perusahaan atau seorang atasan tentu berbeda dengan seorang karyawan rendah. Status seseorang menentukan perannya dan peran seseorang menentukan apa yang diperbuat atau perilaku. Berdasarkan definisi-definisi di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa status adalah posisi atau kedudukan yang membedakan seseorang atau sekelompok orang dengan yang lainnya dimana status tersebut menentukan perannya dan peran menentukan apa yang diperbuat.

Pada dasarnya penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh status karyawan kontrak terhadap kinerja karyawan pada Bisnis Unit Drawing PT. Tembaga Mulia Semanan Tbk.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah merupakan bentuk penelitian kuantitatif ekspost-facto dengan menggunakan observasi partisipatif. Adapun penelitian ini pendekatannya menggunakan data kualitatif yaitu data bukan angka namun diangkakan melalui penyebaran kuesioner dengan pertanyaan yang terkait dengan pengaruh status karyawan kontrak, kemudian jumlah sampel, penulis menggunakan metoda sampling purposive yaitu salah satu teknik sampling non random dimana peneliti menentukan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 16 orang karyawan kontrak pada Bisnis Unit Drawing PT. Tembaga Mulia Semanan Tbk**.**

HASIL PENELITIAN

Untuk karakteristik responden berdasarkan masa kerja dapat dilihat melalui tabel berikut ini :

Proporsi Persentase Pengelompokan Responden
Menurut Masa Kerja

Masa Kerja	Tanggapan Responden	
	Orang	%
1-2 tahun	4	25.00
2-3 tahun	2	12.50
3-4 tahun	0	0.00
4-5 tahun	0	0.00
5-6 tahun	5	31.25
6-7 tahun	0	0.00
7-8 tahun	5	31.25
	16	100

Sumber : Data diolah, Kuesioner

Berdasarkan hasil olahan data mengenai karakteristik responden menurut masa kerja pada tabel di atas, maka jumlah responden dengan masa kerja 5–6 dan 7-8 tahun adalah yang terbanyak yakni 31.25%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian dari karyawan kontrak Bisnis Unit Drawing PT.Tembaga Mulia Semanan Tbk telah bekeja rata-rata di atas 5 tahun.

Analisis Deskripsi (gambar dan grafik)

Untuk melihat sejauh mana pengaruh status kontrak terhadap kinerja yang dilakukan oleh PT. Tembaga Mulia Semanan Tbk maka dapat digunakan analisis regresi sederhana dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 23 yang hasilnya dapat dilihat melalui tabel berikut:

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	73.491	1	73.491	5.964	.028[b]
	Residual	172.509	14	12.322		
	Total	246.000	15			

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

b. Predictors: (Constant), Status Karyawan Kontrak

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	23.554	6.588		3.575	.003
	Status Karyawan Kontrak	.462	.189	.547	2.442	.028

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

Dari hasil perhitungan analisis regresi sederhana untuk melihat berapa besar pengaruh status karyawan kontrak terhadap kinerja karyawan, maka dinyatakan dengan persamaan regresi :

$Y = 23.554 + 0.462X$

Dalam kaitannya dengan uraian tersebut di atas, maka dapat disajikan interpretasi sebagai berikut :

a) Nilai b0 = 23.554 yang merupakan nilai konstanta dimana diartikan bahwa dengan adanya karyawan yang masih berstatus kontrak mempengaruhi kinerja sebesar 23.554
b) Nilai b1 = 0.462X yang diartikan bahwa apabila adanya kepastian status (diangkat jadi karyawan tetap) maka kinerja akan meningkat 0.462 kali.

Berdasarkan hasil hitungan korelasi dan analisa regresi sederhana menunjukkan hasil yang cukup meyakinkan bahwa terdapat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Adapun langkah-langkah pengujian Uji T adalah sebagai berikut:

1. Ho : b = 0 artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara status karyawan kontrak terhadap kinerja karyawan.
2. Ho : $b \neq 0$ artinya ada pengaruh yang signifikan antara status karyawan kontrak terhadap kinerja karyawan.
   a. Menentukan nilai t hitung : Nilai $\alpha = 0.05 = 2.442$ (hasil SPSS Coefficients)
   b. Menentukan nilai t tabel : Nilai t tabel dengan derajat kebebasan (dk) = 16-2 = 14 dan $\alpha = 0.05 =$ 1.7613
   c. Keputusan :
      T hitung > t tabel = 2.442 > 1.7613 maka Ho ditolak dan Ha diterima yang berarti variabel X (status karyawan kontrak) berpengaruh signifikan terhadap variabel Y (kinerja karyawan).

Hasil tes hipotesis berdasarkan uraian yang telah disebutkan di atas dengan menggunakan statistik uji t menunjukkan bahwa koefisien arah regresi (b) pada regresi sederhana $Y = 23.554 + 0.462X$ secara statistik tidak sama dengan nol. Hal ini berarti bahwa variabel X (Status karyawan kontrak) memiliki pengaruh terhadap variabel Y (Kinerja karyawan). Hal ini bisa dijadikan tolak ukur untuk memprediksi Kinerja Karyawan Bisnis Unit Drawing PT. Tembaga Mulia Semanan Tbk berdasarkan variabel Status Karyawan Kontrak.

Suatu variabel dinyatakan berpengaruh kuat terhadap variabel yang lain diukur dengan suatu nilai yang disebut koefisien regresi. Setiap regresi pasti memiliki korelasi tetapi tidak semua

korelasi dapat dilanjutkan dangan regresi. Keeratan korelasi dapat dikelompokkan sebagai berikut :

a) 0.00 sampai 0.199 berarti korelasi memiliki keeratan sangat rendah.
b) 0.20 sampai 0.399 berarti korelasi memiliki keeratan rendah.
c) 0.40 sampai 0.599 berarti korelasi memiliki keeratan yang sedang.
d) 0.60 sampai 0.799 berarti korelasi memiliki keeratan yang kuat
e) 0.80 sampai 1 berarti korelasi memiliki keeratan sangat kuat.

Nilai koefisien regresi (r) yang diperoleh dari program SPSS 23 adalah sebagai berikut :

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.547[a]	,299	,249	3,51028

a. Predictors: (Constant), Status Karyawan Kontrak

Berdasarkan perhitungan olah data di atas, maka diperoleh nilai R = 0.547 atau 54.7%. Hal ini menunjukkan bahwa status karyawan kontrak berpengaruh sedang terhadap kinerja karyawan. Sedangkan koefisien determinasi (R Square) dari tabel 4.9 adalah sebesar 0.299 atau 29.9% berarti bahwa status karyawan mempengaruhi kinerja sebesar 29.9%, sedangkan sisanya sebesar 70.1% merupakan pengaruh dari faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil analisis dan serangkaian pengujian maka disimpulkan bahwa status karyawan kontrak berpengaruh terhadap kinerja karyawan. Hal ini terlihat dari hasil analisis dan pengujian sebagai berikut :

1. Bahwa dari 20 item pertanyaan kuesioner semua hasil output correlation di atas 0.3 sehingga data yang ada dinyatakan valid reliable.
2. Berdasarkan hasil analisis koefisien regresi antara status karyawan kontrak terhadap kinerja karyawan diperoleh hasil regresi bernilai positif dan signifikan dengan persamaan regresi Y = 23.554 + 0.462X.

3. Berdasarkan hasil koefisien korelasi maka diperoleh nilai R = 0.547, hal ini berarti antara status karyawan kontrak dan kinerja karyawan mempunyai hubungan yang simultan

B. Saran

Dari hasil analisa yang telah dikemukakan, maka saran yang penulis ajukan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak perusahaan adalah sebagai berikut :

1. Disarankan kepada perusahaan guna meningkatkan kinerja perusahaan maka perlu memperhatikan kinerja karyawan, khususnya karyawan yang masih berstatus karyawan kontrak.
2. Disarankan kepada perusahaan agar melakukan evaluasi kinerja karyawan kontrak setiap tahun guna pengajuan pengangkatan menjadi karyawan tetap.
3. Disarankan kepada perusahaan agar segera memberikan kepastian status bagi karyawan kontrak (diangkat menjadi karyawan tetap) yang telah bekerja lebih dari dua tahun dan telah melewati masa perpanjangan kontrak 1 (satu) kali dalam jangka satu tahun sesuai dengan peraturan pemerintah yaitu UU No. 13/2003 pasal 59 ayat 4.

DAFTAR PUSTAKA

Adzikra Ibrahim (2019), Pengertian Karyawan dan Jenis-Jenis Karyawan di Perusahaan https://pengertiandefinisi.com/pengertian-karyawan-dan-jenis-jenis-karyawan- di-perusahaan/

Copyright (2019) Skripsi Pengaruh Status Sosial Tehadap Alternatif Pemecahan Masalah Tidak Pidana Kecelakaan Lalu Lintas digilib.unila.ac.id/10690/19/BAB%2OIL.pdf

Dosen Pendidikan2 (2019), Pengertian Karyawan Menurut Para Ahli http://www.dosenpendidikan.co.id/7-pengertian-karyawan-menurut-para-ahli-lengkap/

Emmanuel Kurniawan, (2013) *Hak-Hak Karyawan Tetap dan Kontrak*, Jakarta : Penerbit : Dunia Cerdas.

Hari Sulaksono, (2015) Budaya Organisasi Dan Kinerja, Jogjakarta : Penerbit : ISBN ELEKTRONIK.

Hery, (2019) *Manajemen Kinerja*, Jakarta : Penerbit : PT. Grasindo.

Ike Kusdyah, (2008) *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jogjakarta : Penerbit : C.V Andi Offset (Penerbit Andi)

Johanes Handriadi (2014), Beda Status Karyawan Tetap Dengan Karyawan Kontrak http://www.facebook.com/notes/gresik-update/beda-status-karyawan-tetap-dgn-karyawan-kontak/744354255638524

Kasmir, (2016) *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta : Penerbit : PT.RajaGrafindo Persada

Mangkunegara, (2000) *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*, Bandung : Penerbit : PT. Remaja Rosdakarya

Maryati, (2001) *Sosiologi*, Jakarta : Penerbit : Erlangga

Nanang Tegar, (2019) *Manajemen SDM Dan Karyawan*, Jogjakarta : Penerbit : ISBN

Sugiyono, (2014) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D,* Bandung : Penerbit : Alfabeta

Wiratna, (2015) *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, Jogjakarta : Penerbit : Pustakabarupress

ARTIKEL

PENILAIAN KEWAJARAN DAN PERHITUNGAN SAHAM

Tia Listiani

ABSTRAK

Instrumen penyertaan atau saham merupakan instrumen yang lebih populer di masyarakat. Saham merupakan instrumen penyertaan modal seseorang atau lembaga dalam suatu perusahaan. Modal ini terbagi menjadi tiga tingkatan yaitu modal dasar, modal ditempatkan, dan modal disetor. Siapa saja yang memiliki saham berarti dia ikut menyertakan modal atau memiliki perusahaan yang mengeluarkan saham tersebut.

Dalam bahasa Belanda, Saham disebut "aandeel", dan dalam bahasa Inggris disebut dengan "share", dalam bahasa Jerman disebut "aktie", dan dalam bahasa Perancis disebut "action". Semua istilah ini mempunyai arti surat berharga yang mencantumkan kata "saham" di dalamnya sebagai tanda bukti kepemilikan sebagian dari modal perseroan, dengan mana Saham Perseroan dikeluarkan atas nama pemiliknya

Berdasarkan Pasal 60 UU NO. 40 Tahun 2007, Saham merupakan benda bergerak dan rnemberikan hak untuk menghadiri dan mengeluarkan suara dalam RUPS, menerima pembayaran dividen dan sisa kekayaan hasil likuidasi serta menjalankan hak lainnya berdasarkan Undang-Undang ini.

Saham merupakan surat berharga yang menunjukkan bagian dari kepemilikan perusahaan, jika para investor berinvestasi dengan membeli saham berarti investor tersebut membeli sebagian kepemilikan atas perusahaan tersebut, dan investor tersebut berhak atas keuntungan yang diperoleh perusahaan dalam bentuk dividen.

PENDAHULUAN

Pengembangan perusahaan yang kian ketat guna mengantisipasi persaingan di era globalisasi yang terus menerus maju mengakibatkan seluruh perusahaan baik perusahaan besar maupun perusahaan kecil harus bersaing secara kompetitif dengan menciptakan berbagai strategi dan inovasi baru yang diharapkan mampu menembus target pasar sehingga dapat memaksimalkan keuntungan perusahaan. Tujuan utama perusahaan yang mencari keuntungan bagi pemiliknya

atau pemegang saham dengan membeli saham berarti mengharapkan *return* tertentu dengan resiko tertentu (Sagita Drayono, 2011:1). Adanya *return* dan resiko tertentu pun terkait karena adanya pengaruh dari tinggi rendahnya harga saham tersebut.

Saham merupakan salah satu jenis surat berharga yang diperdagangkan di bursa efek. Saham diartikan sebagai bukti penyertaan modal di suatu perseroan, atau merupakan bukti kepemilikan atas suatu perusahaan. Siapa saja yang memiliki saham berarti dia ikut menyertakan modal atau memiliki perusahaan yang mengeluarkan saham tersebut. Para pembeli saham membayarkan uang pada perusahaan melalui bursa efek dan mereka menerima sebuah sertifikat saham sebagai tanda bukti kepemilikan mereka atas saham-saham dan kepemilikan mereka dicatat dalam daftar saham perusahaan. Para pemegang saham dari sebuah perusahaan merupakan pemilik-pemilik yang disahkan secara hukum dan berhak untuk mendapatkan bagian dari laba yang diperoleh perusahaan dalam bentuk deviden.

Dalam menilai harga saham sebuah perusahaan, analisis aspek perusahaan sangat penting dilakukan. Kemampuan perusahaan dalam mengoperasikan kegiatan operasional perusahaan memiliki hubungan timbal balik dengan pendapatan atau laba yang diperoleh perusahaan. Hal inilah yang akan dipertimbangkan oleh investor saat akan menanamkan modalnya. Beberapa faktor yang diteliti berkaitan dengan harga saham dapat dilihat dari laporan keuangan 3 perusahaan diantaranya adalah basic earning power, return on asset, financial leverage, earning yield, dan kas operasi. Basic earning power merupakan salah satu ukuran profitabilitas, dimana mampu mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Basic earning power dihitung dengan membagi laba usaha/operasi dengan total aktivanya.

Untuk memulai investasi, investor akan melihatkinerja perusahaan, kemudian harga saham dari perusahaan yang akan dipilih. Selanjutnya menilai berapa banyak yang akan diperoleh bila dana investor terbatas. Namun dalam melakukan investasi saham seorang investor tidak cukup hanya melihat dari segi harga saham tanpa mengerti resiko dan return. Tetapi kunci utama untuk sukses dalam investasi dan mengelolanya adalah dengan menilai aset tersebut dan juga sumber aset untuk mendapatkan nilai tersebut.

LITERASI TEORI

Saham merupakan salah satu instrumen pasar modal yang paling diminati investor karena memberikan tingkat pengembalian yang menarik. Saham dapat didefinisikan sebagai tanda

penyetaan modal seorang atau sepihak (badan usaha) dalam suatu perusahaan atau perseroan terbatas. Dengan menyertakan modal tersebut, maka pihak tersebut memiliki klaim atas pendapatan perusahaan, klaim atas aset perusahaan, dan berhak hadir dalam rapat umum pemegang saham (RUPS).

1. Menurut Ina Rinati (2010:3)

   "Saham merupakan tanda penyertaan atau kepemilikan seseorang atau badan dalam suatu perusahaan, selembar saham adalah selembar kertas yang menerangkan bahwa pemilik kertas tersebut adalah pemiliknya (berapapun porsi atau jumlahnya) dari suatu perusahaan yang menerbitkan kertas (saham) tersebut".

2. Menurut Tandelilin (2010:81)

   "Mendefinisikan bahwa saham merupakan surat bukti kepemilikan atas aset-aset perusahaan yang menerbitkan saham. Dengan memiliki saham suatu perusahaan,maka investor akan mempunyai hak terhadap pendapatan dan kekayaan perusahaan, setelah dikurangi dengan pembayaran semua kewajiban perusahaan".

3. Kemudian menurut Darmadji dan Fakhruddin (2012:5)

   "Saham (stock) merupakan tanda penyertaan atau pemilikan seseorang atau badan dalam suatu perusahaan atau perseroan terbatas. Saham berwujud selembar kertas yang menerangkan bahwa pemilik kertas tersebut adalah pemilik perusahaan yang menerbitkan surat berharga tersebut".

4. Menurut Hermuningsih (2012:78)

   "Saham merupakan salah satu surat berharga yang diperdagangkan di pasar modal yang bersifat kepemilikan.

5. Sedangkan menurut Fahmi (2016:271)

   "Saham merupakan salah satu instrument pasar modal yang paling banyak diminati oleh investor, karena mampu memberikan tingkat pengembalian yang menarik. Saham adalah kertas yang tercantum dengan jelas nilai nominal, nama perusahaan, dan diikuti dengan hak dan kewajiban yang telah dijelaskan kepada setiap pemegangnya".

PEMBAHASAN

A. Saham

Saham merupakan salah satu jenis surat berharga yang diperdagangkan di bursa efek. Saham diartikan sebagai bukti penyertaan modal di suatu perseroan, atau merupakan bukti kepemilikan atas suatu perusahaan. Siapa saja yang memiliki saham berarti dia ikutmenyertakan modal atau memiliki perusahaan yang mengeluarkan saham tersebut.

Saham merupakan salah satu jenis investasi yang paling diminati oleh investor jika dibandingkan dengan obligasi, reksadana, maupun lainnya. Hal ini dikarenakan saham merupakan bentuk kepemilikan yang sangat sederhana jika dibandingkan dengan jenis investasi jangka panjang lainnya. Metode utama untuk meningkatkan modal bisnis selain menerbitkan obligasi. Saham dijual melalui pasar primer *(primary market)* atau pasar sekunder *(secondary market).*

Suatu perusahaan dapat menjual hak kepemilikannya dalam bentuk saham *(stock).* Jika perusahaan perusahaan hanya mengeluarkan satu kelas saham saja, saham ini disebut dengan saham biasa *(common stock).* Untuk menarik investor potensial lainnya, suatu perusahaan mungkin saja mengeluarkan kelas lain dari saham, yaitu yang disebut dengan saham preferent *(preferred stock).*

Saham preferen mempunyai hak-hak prioritas lebih dari saham biasa. Hak-hak prioritas dari saham preferen yaitu hak atas deviden yang tetap dan hak terhadap aktiva jika terjadi lukuidasi. Akan tetapi, saham preferen umumnya tidak mempunyai hak veto seperti yang dimiliki oleh saham biasa.

B. Saham Preferen

Saham preferen mempunyai sifat gabungan *(hybrid)* antara obligasi *(bond)* dan saham biasa. Seperti *bond* yang membayarkan bunga atas pinjaman, saham preferen juga memberikan hasil yang tepat berupa *deviden* preferen. Seperti saham biasa, dalam hal likuidasi, klaim pemegang saham preferen di bawah klaim pemegang obligasi *(bond).* Dibanding dengan saham biasa, saham preferen mempunyai beberapa hak, yaitu hak atas deviden tetap dan hak pembayaran terlebih dahulu jika terjadi likuidasi. Oleh karena itu, saham preferen dianggap mempunyai karakteristik ditengah-tengah antara *bond* dan saham biasa.

1. Karakteristik Saham Preferen
   a. Preferen terhadap Deviden
      a) Pemegang saham preferen mempunyai hak untuk menerima deviden terlebih dahulu dibanding dengan pemegang saham biasa.
      b) Saham preferen juga umumnya memberikan hak kepada deviden komulatif, yaitu memberikan hak kepada pemegangnya untuk menerima deviden tahun-tahun sebelumnya yang belum dibayarkan sebelum pemegang saham biasa menerima devidennya. Jika saham preferen disebutkan memberikan hak deviden kumulatif, maka deviden-deviden yang belum dibayarkan disebut dengan *devidends in arrears.*
   b. Preferen terhadap Waktu Likuidasi

a) Saham preferen mempunyai hak terlebih dahulu atas aktiva perusahaan dibandingkan dengan hak yang dimiliki oleh saham biasa pada saat terjadi likuidasi. Besarnya hak atas aktiva pada saat likuidasi adalah sebesar nilai nominal saham preferennya termasuk semua deviden yang belum dibayar jika bersifat komulatif.

b) Karena karakteristik ini, investor pada umumnya menganggap saham preferen lebih kecil resikonya dibandingkan dengan saham biasa. Akan tetapi jika dibandingkan dengan *bond*, saham preferen dianggap lebih beresiko, karena klaim dari pemegang saham preferen di bawah klaim dari pemegang *bond*

2. Jenis Saham Preferen

Untuk menarik minat investor terhadap saham preferen dan untuk memberikan beberapa alternatif yang menguntungkan baik bagi investor atau bagi perusahaan yang mengeluarkan saham preferen, beberapa macam saham preferen telah dibentuk. Jenis dari saham preferen diantaranya adalah saham preferen yang dapat dikonversikan kedalam saham biasa *(convertible preferred stock)*, saham preferen yang dapat ditebus *(callable preferred stock)*, saham preferen dengan tingkat deviden yang mengambang *(floating* atau *adjustable-rate preferred stock).*

a. *Convertible Preferred Stock*

Untuk menarik investor yang menyukai saham biasa, beberapa saham preferen menambah bentuk di dalamnya yang memungkinkan pemegangnya untuk menukar saham ini dengan saham biasa dengan rasio penukaran yang sudah ditentukan. Saham preferen semacam ini disebut dengan *convertible preferred stock*. Penukaran dari saham preferen ke saham biasa tidak menimbulkan keuntungan *(gain)* atau kerugian *(loss)* diperusahaan emiten. Diperusahaan emiten, nilai yang dicatat untuk saham-saham ini adalah sebesar nilai nominalnya dan selisih yang diterima yang berbeda dengan nilai nominalnya dicatat sebagai rekening agio saham *(paid-in capital in excess of par value)*. Juga di dalam catatan perusahaan emiten, nilai pasar saat penukaran tidak diperhitungkan karena alasannya adalah pertukaran saham tersebut dilakukan langsung dengan perusahaan

b. *Callable Preferred Stock*

Bentuk lain dari saham preferen adalah memberikan hak kepada perusahaan yang mengeluarkan untuk membeli kembali saham ini dari pemegang saham pada tanggal tertentu dimasa mendatang dengan nilai yang tertentu. Harga tebusan ini biasanya lebih tinggi dari nilai nominal sahamnya

c. *Floating / Adjustable Rate Preferred Stock (ARP)*

Saham preferen ini merupakan saham inovasi baru di Amerika Serikat yang dikenalkan pada tahun 1982. Saham preferen ini tidak membayar deviden secara tetap, tetapi tingkat deviden yang dibayar tergantung dari tingkat return dari sekuritas *t-bill (treasury bill)*. Saham preferen tipe baru ini cukup populer sebagai investasi jangka pendek untuk investor yang mempunyai kelebihan kas.

C. Saham Biasa

Saham biasa yakni tanda penyertaan modal individu maupun instansi dalam sebuah perusahaan, menggantikan klaim kepemilikan terhadap penghasilan ataupun aktiva yang dipunyai perusahaan. Pemegang saham memiliki kewajiban yang terbatas artinya apabila perusahaan tersebut mengalami gulung tikar, kerugian yang akanditanggung oleh pemegang saham hanya sebesar investasinya yang ada dalam saham saja. Pemegang saham biasa mempunyai beberapa hak.

Beberapa hak dimiliki oleh pemegang saham biasa adalah hak kontrol, hak menerima pembagian keuntungan, hak preemptif dan hak klaim sita

a. Hak Kontrol

Pemegang saham biasa mempunyai hak untuk memilih dewan direksi. Ini berarti bahwa pemegang saham mempunyai hak untuk mengontrol siapa yang akan memimpin perusahaannya.

Pemegang saham dapat melakukan hak kontrolnya dalam bentuk memveto dalam pemilihan direksi di rapat tahunan pemegang saham atau memveto pada tindakan-tindakan yang membutuhkan persetujuan pemegang saham.

b. Hak Menerima Pembagian Keuntungan

Sebagai pemilik perusahaan, pemegang saham biasa berhak untuk mendapat bagian dari keuntungan perusahaan. Tidak semua lba dibagikan, sebagian laba akan ditanamkan kembali ke dalam perusahaan. Laba yang ditahan ini *(retained earning)* merupakan sumber dana intern perusahaan. Laba yang tidak ditahan dibagikan dalam bentuk deviden.

Tidak semua perusahaan membayar deviden. Keputusan perusahaan membayar deviden atau tidak dicerminkan dalam kebijaksanaan devidennya *(devidend policy)*. Jika perusahaan memutuskan untuk membagi keuntungan dalam bentuk deviden, semua pemegang saham biasa mendapatkan haknya yang sama. Pembagian deviden untuk saham preferen.

c. Hak Preemptif

Hak preemptif *(preemptive right)* merupaakan hak untuk mendapatkan presentasi pemilikan yang sama jika perusahaan mengeluarkan tambahan lembar saham. Jika

perusahaan mengeluarkan tambahan lembar saham, maka jumlah saham yang beredar akan lebih banyak dan akibatnya presentase kepemilikan pemegang saham yang lama akan turun.

Hak preemptif memberi prioritas kepada pemegang saham lama untuk membeli tambahan saham yang baru, sehingga presentase pemiliknya tidak berubah. Hak ini mempunyai dua tujuan, tujuan pertama adalah untuk melindungi hak kontrol dari pemegang saham lama. Tujuan yang kedua adalah untuk melindungi pemegang saham lama dari nilai yang merosot.

D. Saham Treasury

Saham treasuri *(trasury stock)* adalah saham milik perusahaan yang sudah pernah dikeluarkan dan beredar yang kemudian dibeli kembali oleh perusahaan untuk tidak depensiunkan tetapi disimpan sebagai treasuri. Perusahaan emiten membeli kembali saham beredar sebagai saham treasuri dengan alasan sebagai berikut:

a. Akan digunakan untuk diberikan kepada manajer-manajer atau karyawan-karyawan didalam perusahaan sebagai bonus dan konvensasi dalam bentuk saham
b. Meningkatkan volume perdagangan di pasar modal dengan harapan meningkatkan nilai pasasrnya
c. Memberikan sinyal kepada pasar bahwa harga saham tersebut murah, sehingga perusahaan mau membelinya kembali
d. Mengurangi jumlah lembar saham yang beredar untuk menaikkan laba per lembarnya
e. Alasan khusus lainnya yaitu dengan mengurangi jumlah saham yang beredar sehingga dapat mengurangi kemungkinan perusahaan lain untuk menguasai jumlah saham secara mayoritas dalam rangka pengambilan.

E. Perhitungan Saham

Untuk menghitung biaya modal pada aktifitas saham, kita dapat menggunakan rumus perhitungan sebagai berikut:

a) Menghitung Total Harga Perolehan Saham

$$\textbf{Total Harga Perolehan Saham} = (\textbf{MPS x QS}) + \textbf{C}$$

Dimana:

MPS = *Market Price per Share* (Harga pasar per lembar saham
QS = Quantity of Shares (Jumlah Saham yang di peroleh)
C = *Cost* (Biaya perolehan Saham)

b) Menghitung Harga Perolehan Per Lembar Saham

$$\textbf{Harga Perolehan Perlembar Saham} = \frac{(\textbf{MPS x QS}) + \textbf{C}}{\textbf{QS}}$$

Dimana:

MPS = *Market Price per Share* (Harga pasar per lembar saham
QS = Quantity of Shares (Jumlah Saham yang di peroleh)
C = *Cost* (Biaya perolehan Saham)

Atau

$$\textbf{Harga Perolehan Perlembar Saham} = \textbf{PPS} + \left((\textbf{MPS} - \textbf{PPS}) + \frac{\textbf{C}}{\textbf{QS}}\right)$$

Dimana:
MPS = *Market Price per Share* (Harga pasar per lembar saham)
PPS = *Price per Share* (Nilai nominal per lembar saham)
QS = Quantity of Shares (Jumlah saham yang di peroleh)
C = *Cost* (Biaya perolehan saham)

Contoh investasi sementara pada saham:
Tanggal 2 April 2020 PT. B membeli 1.000 lembar saham milik PT. A dengan harga pasar Rp 1.500 perlembar. Saham tersebut mempunyai nilai nominal Rp 1.000 per lembar. Untuk transaksi itu, perusahaan dibebani biaya komisi broker sebesar Rp 75.000. Hitunglah total harga perolehan atas aktifitas pembelian saham tersebut dan berapakah harga perolehan per lembar sahamnya!

Penyelesaian kasus:
Menghitung Total Harga Perolehan Saham

$$\textbf{Total Harga Perolehan Saham} = (\textbf{MPS x QS}) + \textbf{C}$$

$$\begin{aligned}\text{Total Harga Perolehan Saham} &= (\text{Rp } 1.500 \text{ x } 1000) + \text{Rp } 75.000 \\ &= \text{Rp } 1.575.000\end{aligned}$$

Menghitung Harga Perolehan Per Lembar Saham

$$\textbf{Harga Perolehan Perlembar Saham} = ((\textbf{MPS x QS}) + \textbf{C})/\textbf{QS}$$

$$\begin{aligned}\text{Harga Perolehan Perlembar Saham} &= ((\text{Rp } 1.500 \text{ x } 1.000) + \text{Rp } 75.000)/1.000 \\ &= (\text{Rp } 1.500.000 + \text{Rp } 75.000)/1.000 \\ &= \text{Rp } 1.575.000/1.000 \\ &= \text{Rp } 1.575\end{aligned}$$

Atau

$$\textbf{Harga Perolehan Perlembar Saham} = \textbf{PPS} + ((\textbf{MPS} - \textbf{PPS}) + (\textbf{C})/\textbf{QS})$$

$$\begin{aligned}\text{Harga Perolehan Perlembar Saham} &= \text{Rp } 1.000 + \left((\text{Rp } 1.500 - \text{Rp } 1.000) + \frac{\text{Rp } 75.000}{1.000}\right) \\ &= \text{Rp } 1.000 + \left((\text{Rp } 1.500 - \text{Rp } 1.000) + \frac{\text{Rp } 75.000}{1.000}\right) \\ &= \text{Rp } 1.000 + \left(\text{Rp } 500 + \frac{\text{Rp } 75.000}{1.000}\right) \\ &= \text{Rp } 1.000 + (\text{Rp } 500 + \text{Rp } 75) \\ &= \text{Rp } 1.000 + \text{Rp } 575\end{aligned}$$

$$= \text{Rp } 1575$$

c) Menghitung Deviden Saham

Untuk mengetahui pendapatan deviden atas saham yang diperoleh pemilik saham dapat dihitung dengan cara sebagai berikut:

$$\textbf{Pendapatan Deviden} = \textbf{DVS} \text{ x } \textbf{QS}$$

Dimana:

DVS = *Deviden per Share* (Deviden per lembar saham)

QS = Quantity of Shares (Jumlah saham yang di peroleh)

Contoh Kasus:

Tanggal 10 April 2021, PT. B menerima dividen tunai sebesar Rp 250 per lembar. Pada saat ini, PT. B menguasai 2.000 lembar saham PT. A. Hitunglah besarnya total deviden yang didapatkan oleh PT.B!

Penyelesaian Kasus:

$$\textbf{Pendapatan Deviden} = \textbf{DVS} \text{ x } \textbf{QS}$$

$$\text{Pendapatan Deviden} = \text{Rp } 250 \text{ x } 2.000 = \text{Rp}500.000$$

d) Menghitung Laba/Rugi Pelepasan Saham

Pemilik saham dapat saja melepas saham yang dimilikinya dengan cara menjual saham tersebut kepada pihak lain. Untuk mengetahui apakah hasil penjualan saham tersebut menghasilkan Laba/Rugi, dapat diperoleh dengan cara sebagai berikut:

1) Mencari Hasil Penjualan Saham

$$\textbf{Hasil Penjualan Saham} = (\textbf{Kurs} \text{ x } \textbf{PPS x QS}) \textbf{ x Commitions}$$

2) Menghitung Laba/Rugi atas Penjualan Saham

$$\textbf{Laba} - \textbf{Rugi Atas Penjualan Saham}$$
$$= \textbf{Total Harga Perolehan Saham} - \textbf{Hasil Henjualan Saham}$$

Keterangan:

Kurs = Kurs nilai pada saat pelepasan saham

PPS = *Price per Share* (Nilai nominal per lembar saham)

QS = Quantity of Shares (Jumlah saham yang di peroleh)

Commition = Biaya Komisi pada saat pelepasan saham

Contoh Kasus:

Tgl. 10 Juli 2021, PT. B menjual semua kepemilikan sahamnya atas PT. A yaitu 500 lembar saham dengan kurs jual 150% dengan menggunakan jasa perusahaan broker. Nilai nominal saham yang dimiliki PT.B kepemilikan PT.A adalah Rp.1000 per lembar. Berkaitan dengan hal itu, perusahaan dikenakan biaya komisi broker sebesar 2%. Hitunglah besarnya selisih laba/rugi atas transaksi pelepasan saham tersebut:

Penyelesaian Kasus:

Mencari Hasil Pelepasan Saham

$$\textbf{Hasil Pelepasan Saham} = (\textbf{Kurs} \text{ x } \textbf{PPS x QS}) \textbf{ x Commitions}$$

$$\begin{aligned}\text{Hasil Pelepasan Saham} &= (150\% \text{ x Rp } 500 \text{ x } 1.000) \text{ x } 2\% \\ &= (150\% \text{ x Rp } 2.000.000) \text{ x } 2\% \\ &= \text{Rp } 3.000.000 \text{ x } 2\% \\ &= \text{Rp } 2.940.000\end{aligned}$$

Menghitung Laba/Rugi atas Pelepasan Saham

$$\begin{aligned}&\textbf{Laba} - \textbf{Rugi Atas Pelepasan Saham} \\ &\quad = \textbf{Hasil Henjualan Saham} - \textbf{Total Harga Perolehan Saham}\end{aligned}$$

Perhitungan :

Dividen = 2.000 lbr x Rp 250 = Rp 500.000,-

Harga Jual = 150% x 500 lembar x Rp 1.000,- = Rp 3.000.000,-

Biaya komisi = 2% x Rp 3.000.000,- = Rp 60.000,-

Hasil Penjualan Saham	= Rp 2.940.000,-
Harga Perolehan	= (Rp 1.575.000,-)
Laba Penjualan Saham	= Rp 1.365.000,-

F. Nilai Saham

Ada beberapa nilai yang berhubungan dengan saham, yaitu nilai buku (book value), nilai pasar (market value) dan nilai intrinsic (intrinsic value)[6].

1. Nilai buku

   Nilai buku ialah nilai asset yang tersisa setelah dikurangi kewajiban perusahaan jika dibagikan. Nilai buku hanya mencerminkan berapa besar jaminan atau seberapa besar aktiva bersih untuk sham yang dimiliki investor. Ada beberapa nilai-nilai yang berkaitan dengan nilai buku, yaitu:

   a. Nilai Nominal

Nilai nominal yaitu nilai yang ditetapkan oleh emiten. Nilai nomilnal (*par value*) dari suatu sham merupakan nilai kewajiban yang ditetapkan untuk tiap-tiap lembar saham. Kpentingan dari nilai nominal adalah untuk kaitannya dengan hukum.

Nilai nominal ini merupakan modal per lembar yang yang secara hokum harus ditahan di perusahaan untuk proteksi. Kadangkala suatu saham tidak mempunyai nominal (*no-par value stock*). Untuk sham yang tidak mempunyai nilai nominal, dewan direksi umumnya menetapkan nilai sendiri (*statted value*) per lembarnya. Jika tidak ada nilai yang ditetapkan, maka yang dianggap sebagai modal secara hokum adalah semua penerimaan bersih (*proceed*) yang diterima oleh emiten pada waktu mengeluarkan saham bersangkutan.

b. Agio Saham

Agio saham ialah selisih harga yang diperoleh yang dibayarkan investor kepada emiten dikurangi harga nominalnya atau selisih yang dibayar oleh pemegang saham kepada perushaan dengan nominal sahamnya. Misalnya nilai nominal saham biasa per lembar adalah Rp7.000,- dan saham ini dijual sebesar Rp10.000,- per lembar, maka agio saham per lembar adalah sebesar Rp.3.000,-, agio per lembar dikalikan dengan jumlah lembar yang dijualnya

c. Nilai Modal Disetor

Nilai modal disetor ialah total yang dibayar oleh pemegang saham kepada perusahaan emiten, yaitu jumlah nilai nominal ditambah agio saham. Misalnya nilai nominal saham biasa per lembar adalah Rp5.000,- dan saham ini dijual sebesar Rp8.000,- per lembar, maka agio saham per lembar adalah sebesar Rp.3.000,-, agio per lembar dikalikan dengan jumlah lembar yang dijualnya

d. Laba Ditahan

Laba ditahan merupakan laba yang tidak dibagikan kepada pemegang saham. Laba yang tidak dibagi ini diinvestasikan kembali ke perusahaan sebagai sumber dana internal

e. Nilai Buku

Nilai buku (*book value*) adalah dimana per lembar saham menunjukkan nilai aktiva bersih (*net assets*) yang dimiliki pemegang saham dengan memiliki per lembar saham. Karena aktiva bersih adalah sama dengan total ekuitas pemegang saham, maka nilai buku per lembar saham adalah ekuitas dibagi dengan jumlah saham yang beredar:

Jika perusahaan mempunyai dua macam kelas saham, yaitu saham preferen dan saham biasa, maka perhitungan nilai buku per lembar untuk masing-masing kelas saham ini lebih rumit dibandingkan jika hanya mempunyai saham biasa saja. Perhitungan nilai buku per lembar saham untuk dua macam kelas aham adalah sebagai berikut:

a. Hitung nilai ekuitas saham preferen

Nilai ekuitas dihitung dengan mengalihkan nilai tebus *(call price)* ditambah dengan dividen yang arreans dengan lembar saham preferen yang beredar. Jika nilai tebus tidak digunakan, maka nilai nominal yang digunakan. Di dalam perhitungn ini, agio saham untuk saham preferen tidak di masukkan, karena pemegang sham preferen tidak mempunyai hak untuk agio ini walaupun berasal dari saham preferen, sehingga nilai agio ini dimasukkan sebgai tambahan nilai ekuitas saham biasa

b. Hitung nilai ekuitas saham biasa

Nilai ekuitas saham biasa dihitung dengan mengurangi nilai total ekuitas saham preferen

c. Nilai buku saham biasa dihitung dengan membagi nilai ekuitas saham biasa dengan jumlah saham lembar biasa yang beredar

Contoh:

Suatu perusahaan mengotorisasi untuk menerbitkan saham biasa sebanyak 1.000.000 lembar dengan nilai nominal Rp7.000.-. Pada tanggal 18 Februari tahun ini, perusahaan mengeluarkan sebanyak 800.000 lembar saham biasa dengan harga Rp10.000,-per lembar. Dari penjualan saham biasa ini perusahaan mendapatkan kas sebesar Rp8.000.000.000,-(800.000 x Rp10.000,-) yang terdiri dari:

Modal Saham Biasa	800.000 x Rp7.000,-	= Rp5.600.000.000,-
Agio Saham Biasa	800.000 x Rp3.000,-	= Rp2.400.000.000,-
Total Kas Diterima		= Rp8.000.000.000,-

Pada tanggal 17 Desember 2021 ini, perusahaan membeli balik saham biasa yang beredar sebagai saham treasuri sebanyak 100.000 lembar dengan harga pasar sebesar Rp15.000,-. Nilai total saham treasuri adalah:

Saham Treasuri = 100.000 x Rp15.000,-
= Rp1.500.000.000,-

Selanjutnya pada tanggal 25 Desember 2021, sebanyak 20.000 lembar saham treasuri dijual kembali dengan harga Rp17.500, per lembarnya. Dari penjualan saham treasuri ini perusahaan mendapatkan kas sebesar Rp350.000.000,(20.000 x Rp17.500,-) yang terdiri dari:

Modal Saham Treasuri	20.000 x Rp15.000,-	= Rp300.000.000,-
Agio Saham Treasuri	20.000 x Rp2.500,-	= Rp50.000.000
Total Kas Diterima		= Rp350.000.000

Pada tanggal neraca, yaitu 31 Desember tahun ini, posisi saham treasuri perusahaan adalah sebanyak 80.000 lembar (100.000 lembar pada tanggal 17 Desember dan dijual 20.000 lembar pada tanggal 25 Desember). Nilai dari saham treasuri ini adalah sebesar Rp1.200.000.000, (Rp1.500.000.000 - Rp300.000.000,-). Saham treasuri ini adalah milik perusahaan, bukan milik pemegang saham biasa, sehingga akan mengurangi total nilai ekuitas. Misalnya laba ditahan untuk akhir tahun ini adalah sebesar Rp550.000.000,- maka penyajian ekuitas yang nampak di neraca adalah sebagai berikut ini:

EKUITAS PEMEGANG SAHAM		
Modal Disetor		
Modal Saham Biasa, nominal Rp7.000,- diotorisasi		
Sebanyak 1.000.000 lembar, 800.000		
Dikeluarkan dengan harga Rp8.000,dan		
720.000 beredar		Rp 5.600.000.000,-
Total Modal Saham		Rp 5.600.000.000,-
Tambahan Modal Disetor		
Agio Saham Biasa	Rp 2.400.000.000	
Agio Saham Treasuri	Rp 50.000.000	
Total Tambahan Modal Disetor		Rp 2.450.000.000,-
Total Modal Disetor		Rp 8.050.000.000,-
Laba Ditahan		Rp 550.000.000,-
Total Modal Disetor dan Laba Ditahan		Rp 8.600.000.000,-
Dikurangi: Saham Treasuri (80.000 lb)		(Rp1.200.000.000,-
TOTAL EKUITAS		Rp 7.400.000.000,-

2. Nilai Pasar *(market value)*

   Nilai pasar merupakan harga yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran saham di pasar modal atau disebut juga dengan harga pasar sekunder. Nilai pasar berbeda dengan nilai buku. Jika nilai buku merupakan nilai yang dicatat pada saat saham dijual oleh perusahaan, maka nilai pasar dimana harga saham yang terjadi di pasar bursa pada saat tertentu yang ditentukan oleh pelaku pasar.

3. Nilai Intrinsic

   Nilai intrinsic menentukan harga wajar suatu saham agar saham tersebut mencerminkan nilai saham yang sebenarnya sehingga tidak terlalu mahal.

Dua macam analisis yang banyak digunakan untuk menentukan nilai yang sebenarnya dari saham, yaitu analisis sekuritas fundamental *(fundamental security analysis)* atau analisis perusahaan *(company analysis)* dan analisis teknis *(technical analysis)*.

Analisis fundamental menggunakan data fundamental, yaitu data yang berasal dari data keuangan perusahaan (misalnya laba, dividen yang dibayar, penjualan dan sebagainya), sedangkan analisis teknis menggunakan nalisis data pasar dari saham (misalnya harga dan volume transaksi saham) untuk menetukan nilai dari saham.

Analisis teknis banyak digunakan oleh praktisi dalam menentukan harga saham. Sedangkan analisis fundamental banyak digunakan oleh akademisi.

a. Pendekatan Nilai Sekarang

   Pendekatan nilai sekarang juga disebut dengan metode kapitalisasi laba *(capitalization of income method)* kerena melibatkan proses kapitalisasi nilai-nilai masa depan yang didiskontokan menjadi nilai sekarang. Jika investor percaya bahwa nilai dari perusahaan tergantung dari prospek perusahaan tersebut dimasa mendatang dan prospek ini merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan aliran kas di masa mendatang.

   Arus kas merupakan komponen didalam penentuan nilai perusahaan. Arus kas merupakan kasyang diterima oleh perusahaan emiten. Sebagai alternative dari arus kas, laba perusahaan *(earnings)* juga dapat digunakan untuk menghitung nilai perusahaan[9]. *Earnings* yang diperoleh oleh perusahaan dapat ditahan sebagai sumber dana internal *(retained earnings)* atau dibagikan dalam bentuk deviden. Arus kas deviden dapat dianggap sebagai arus kas yang diterima oleh investor. Dengan alasan bahwa deviden merupakan satu satunya arus pendapatan yang diterima oleh investor, model diskonto deviden dapat digunakan sebagai pengganti model diskonto arus kas untuk menghitung nilai intrinstik saham.

   Beberapa kasus dapat ditemui didalam besarnya nilai deviden dengan yang dibayarkan. Beberapa perusahaan membayar deviden dengan besarnya yang tidak teratur dan beberapa perusahaan yang lain membayar deviden yang nilainya konstan yang sama dari waktu ke waktu (disebut juga dengan deviden yang tidak bertumbuh atau pertumbuhan nol) dan beberapa perusahaan yang lainnya bahkan membayar deviden yang selalu naik dengan tingkat pertumbuhan yang konstan.

b. Pendekatan PER

Alternatif selain menggunakan arus kas atau arus dividen dalam menghitung nilai fundamental atau nilai intrinsik saham adalah dengan menggunakan nilai laba perusahaan *(earnings)*. Salah satu pendekatan yang populer yang menggunakan nilai *earnings* untuk mengestimasi nilai intrinsik adalah pendekatan PER *(price earnings ratio)* atau disebut juga dengan pendekatan *earnings multiplier*.

PER *(price earnings ratio)* menunjukkan rasio dari harga saham terhadap *earnings*. Ratio ini menunjukkan berapa besar investor menilai harga dari saham terhadap kelipatan dari *earnings*. Misalnya nilai PER adalah 5, maka ini menunjukkan bahwa harga saham merupakan kelipatan dari 5 kali *earnings* perusahaan.

Misalnya *earnings* yang digunakan adalah *earnings* tahunan dan semua *earnings* dibagikan dalam bentuk dividen, maka nilai PER sebesar 5 juga menunjukkan lama investasi pembelian saham akan kembali selama 5 tahun

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Saham merupakan salah satu jenis surat berharga yang diperdagangkan di bursa efek. Suatu perusahaan dapat menjual hak kepemilikannya dalam bentuk saham *(stock)*. Jika perusahaan perusahaan hanya mengeluarkan satu kelas saham saja, saham ini disebut dengan saham biasa *(common stock)*. Untuk menarik investor potensial lainnya, suatu perusahaan mungkin saja mengeluarkan kelas lain dari saham, yaitu yang disebut dengan saham preferent *(preferred stock)* atau saham treasuri *(treasure stock).*

B. Saran

Saya selaku pembuat artikel ini menyadari masih sangat jauh dari sempurna dan banyak sekali kekurangan. Oleh karena itu saya mengharapkan saran yang bersifat membangun untuk lebih menyempurnakan artikel ini. Saya berharap artikel ini bermanfaat untuk mahasiswa STIE Trianandra dan Umum

DAFTAR PUSTAKA

Putra, Y. M., (2017). Perencanaan Keuangan Jangka Panjang. *Modul Kuliah Manajemen Keuangan.* FEB-Universitas Mercu Buana: Jakarta

Jogiyanto HM, *"Teori Portofolio dan Analisis Investasi"*, Edisi kesepuluh, BPFE-Yogyakarta, 2016

Atmajaya, Lukas Setia. (2003). *Manajemen Keuangan*, Edisi Revisi, Yogyakarta: Penerbit Andi.

Brigham, Eugene. F and Joel F. Houston. (2018). *Manajemen Keuangan*. Terjemahan Tim Penerbit Erlangga, Edisi Kedelapan, Buku II. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Damayanti, Susana dan Fatchan Achyani. (2006). *Analisis Pengaruh Investasi, Likuiditas, Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan dan Ukuran Perusahaan terhadap Kebijakan Dividen Payout Ratio (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEJ)*. Jurnal Akuntansi dan Keuangan, Vol. 5 No. 1 Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Erliyani. Dewi. (2008). *Pengaruh EVA, MVA, dan REVA terhadap Return dan Abnormal return studi kasus pada saham LQ 45 di BEI 2002 – 2006*, Tesis: Program Pasca Ilmu Manajemen FE UI.

Gabungan Perusahaan Farmasi (GP Farmasi). (2008). *Membangun Industri Farmasi Berkelanjutan : Meyeibangkan Peran Sosial , Ekonomi dan Penggunaan Tekknologi*.

Ghozali, Imam. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

Gitosudarmo, Indriyo dan H. Basri. (2002). *Manajemen Keuangan*, Edisi Keempat, Yogyakarta: Cetakan Pertama, BPFE.

Gujarati, Damodar N. (2003). *Basic Econometrics* 4th ed. The Mcgraw - Hill Companies.

Halim, Abdul. (2003). *Analisis Investasi*. Cetakan pertama, Jakarta: Salemba Empat

Hidayat, T. (2006). *Perbandingan Pengaruh EVA dan Pengukuran Lainnya*

[1] http://id.wikipedia.org/wiki/Saham

[2] Jogiyanto HM, "Teori Portofolio dan Analisis Investasi", Edisi kesepuluh, BPFE-Yogyakarta, 2016. Hal 170.

[3] Jogiyanto HM, "Teori Portofolio dan Analisis Investasi", Edisi kesepuluh, BPFE-Yogyakarta, 2016. Hal. 172

[4] Jogiyanto HM, "Teori Portofolio dan Analisis Investasi", Edisi kesepuluh, BPFE-Yogyakarta, 2016. Hal. 174

[5] Jogiyanto HM, "Teori Portofolio dan Analisis Investasi", Edisi kesepuluh, BPFE-Yogyakarta, 2016. Hal.176

[6] Jogiyanto HM, "Teori Portofolio dan Analisis Investasi", Edisi kesepuluh, BPFE-Yogyakarta, 2016. Hal 179

[7] Jogiyanto HM, "Teori Portofolio dan Analisis Investasi", Edisi kesepuluh, BPFE-Yogyakarta, 2016. Hal 182

[8] Jogiyanto HM, "Teori Portofolio dan Analisis Investasi", Edisi kesepuluh, BPFE-Yogyakarta, 2016. Hal 188

[9] Jogiyanto HM, “Teori Portofolio dan Analisis Investasi”, Edisi kesepuluh, BPFE-Yogyakarta, 2016. Hal 190

[10] Jogiyanto HM, “Teori Portofolio dan Analisis Investasi”, Edisi kesepuluh, BPFE-Yogyakarta, 2016. Hal 204

JURNAL EKONOMI STIE TRIANANDRA

Diterbitkan oleh:
Badan Penerbit **STIE Trianandr**a