



Universitas
PRISMA
Best Start-ups and Entrepreneurs Starts Here

ISSN 2654-699xx

VOLUME 3, No. 1, JULI 2021

JURNAL EQUIL

AKUNTANSI, MANAJEMEN
DAN AGRIBISNIS

Jln. Pomorouw No. 113 Lingkungan III,
Kelurahan Tikala Baru,
Kecamatan Tikala, Telp : 0431-858878
e-mail: jurnalequil@gmail.com
Website: ejournal.prisma.ac.id



ISSN 2654-699xx



**SUSUNAN TIM REDAKSI JURNAL
EQUIL**

PELINDUNG
REKTOR UNIVERSITAS PRISMA

PENASEHAT
WAKIL REKTOR I UNIVERSITAS PRISMA

PEMBINA
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUKUM
KETUA PROGRAM STUDI AKUNTANSI
KETUA PROGRAM STUDI MANAJEMEN

REVIEWER
Sinjo James Laoh, MBA., P.hD
Michael S. Rumondor, SE, MM
Claudya P. Watulingas, S.P., MSi
Christiana G. Angel, SE, MSA., Ak., CA

REDAKTUR
Maikel G. Kawengian, SE, MSi
Irene F. Pontoh, SE, MSA, Ak

WAKIL REDAKTUR

SEKRETARIAT
Priskila B. Rottie, SE, MM
Rifo Pangemanan, S.Kom

LAYOUT EDITOR / DESAIN GRAFIS
Marvel Montolalu, S.E., MM

VOLUME 3, No. 1, JULI 2021

JURNAL AKUNTANSI MANAJEMEN DAN
AGRIBISNIS

Daftar Isi	
Sinopsis	
ANALISA TREN TIPE BISNIS STARTUP DIGITAL 2021	
Maikel Kawengian	
Mardy S. Rattu.....	1
ANALISIS NILAI TAMBAH DARI PENGOLAHAN HASIL VANILI	
Claudya P Watulingas	7
PENINGKATAN KUALITAS SUMBER DAYA MANUSIA KOPERASI DAN UMKM UNTUK KETAHANAN EKONOMI NASIONAL	
Michael Spink Rumondor	15
PENGARUH INSENTIF TERHADAP PENINGKATAN KINERJA KARYAWAN SURVEYOR PADA PT. AGRO MAKMUR RAYA BITUNG	
Gratia Nova Lengkong	23

Penerbit
UNIVERSITAS PRISMA
Jln. Pomorouw No. 113 Lingkungan III,
Kelurahan Tikala Baru, Kecamatan Tikala, Telp :
0431-858878
e-mail: jurnalequil@gmail.com
Website: ejournal.prisma.ac.id

ANALISA TREN TIPE BISNIS STARTUP DIGITAL 2021

Maikel Giovani Kawengian

Universitas Prisma

Mardy Rattu

Universitas Prisma

ABSTRAK

Kemajuan teknologi adalah sesuatu yang tidak bisa dihindari dalam kehidupan saat ini, karena kemajuan teknologi akan berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Hal ini mengakibatkan pertumbuhan bisnis startup digital yang makin berkembang pesat di Indonesia dan juga di dunia. Berdasarkan pengertian menurut Yevgeniy Brikman (2015), startup digital merupakan sekumpulan individu yang membentuk organisasi sebagai perusahaan rintisan yang menghasilkan produk dalam bidang teknologi. Sayangnya, bisnis startup seringkali lahir dalam sebuah ketidakpastian. Mulai dari model bisnisnya, target pasarnya, bahkan hingga ide produknya. Banyak orang hanya ikut-ikutan membangun bisnis startup tanpa memahami dasar-dasar yang harus dilakukan. Salah satu hal yang penting untuk dilakukan adalah dengan memperhatikan tren bisnis startup digital yang berkembang di awal tahun 2021 ini. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa tren bisnis startup digital untuk bisa mengetahui perkembangan bisnis digital di awal tahun ini. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk tujuan deskriptif. Lingkup penelitian ini adalah 25 bisnis-bisnis startup digital yang dimulai pada bulan Februari tahun 2021. Tren bisnis startup digital pada bulan Februari 2021 didominasi oleh bisnis startup digital di bidang aplikasi layanan pendukung bisnis, terutama di aspek pemasaran dalam bisnis. Pandemi virus Corona juga menyebabkan munculnya bisnis-bisnis startup digital di bidang Kesehatan. Diperlukan penelitian lanjutan untuk melihat lebih jauh pertumbuhan dari bisnis startup digital di kategori ini. Untuk pebisnis yang ingin memulai usaha startup digital bisa mempertimbangkan untuk mencoba pada aplikasi B2B yang mendukung kinerja bisnis lain.

Kata Kunci: *Bisnis Startup Digital, pandemic virus Corona, aplikasi*

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi adalah sesuatu yang tidak bisa dihindari dalam kehidupan saat ini, karena kemajuan teknologi akan berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Setiap inovasi diciptakan untuk memberikan manfaat positif, memberikan banyak kemudahan, serta sebagai cara baru dalam melakukan aktifitas bagi kehidupan manusia. Khusus dalam bidang teknologi masyarakat sudah menikmati banyak manfaat yang dibawa oleh inovasi-inovasi yang telah dihasilkan dalam dekade terakhir ini.

Manfaat internet semakin sangat terasa bagi para pemakainya yang tidak bisa lepas dari dunia internet ini. Seperti misalnya para internet marketer, narablog, blogger, dan juga sekarang toko online semakin mempunyai tempat di mata para konsumen yang sedang mencari barang tertentu.

Peluang lain yang didapatkan UMKM yaitu adanya kebijakan pemerintah yang sudah mengupayakan agar pelaku usaha kecil dan menengah dapat memperluas wawasannya mengenai peluang dan tantangan melalui sistem online atau yang biasa dikenal dengan e-commerce.

Penyusunan rancangan peraturan pemerintah yang merupakan regulasi e-

commerce ini di amanatkan oleh Undang-undang 7/2014 tentang perdagangan.

Hal ini mengakibatkan pertumbuhan bisnis startup digital yang makin berkembang pesat di Indonesia dan juga di dunia. Berdasarkan pengertian menurut Yevgeniy Brikman (2015), startup digital merupakan sekumpulan individu yang membentuk organisasi sebagai perusahaan rintisan yang menghasilkan produk dalam bidang teknologi.

Perkembangan teknologi memungkinkan makin mudahnya masyarakat mendapatkan akses digital dalam kehidupan mereka. Hal ini membuka peluang bagi pebisnis untuk menciptakan ide bisnis dengan menggunakan platform digital yang ada.

Sayangnya, bisnis startup seringkali lahir dalam sebuah ketidakpastian. Mulai dari model bisnisnya, target pasarnya, bahkan hingga ide produknya. Banyak orang hanya ikut-ikutan membangun bisnis startup tanpa memahami dasar-dasar yang harus dilakukan.

Salah satu hal yang penting untuk dilakukan adalah dengan memperhatikan tren bisnis startup digital yang berkembang di awal tahun 2021 ini. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa tren bisnis startup digital untuk bisa mengetahui perkembangan bisnis digital di awal tahun ini.

TINJAUAN TEORI

Bisnis Startup Digital

Start-up merupakan perusahaan yang bertujuan untuk terus tumbuh, dan esensi dari start-up adalah tumbuh serta segala sesuatu yang dikaitkan dengan perusahaan adalah tumbuh (Patel, 2015). Start up adalah institusi yang didesain untuk

mengembangkan produk atau jasa baru dan berada dalam kondisi yang penuh ketidakpastian (Rip, 2014). Kondisi ini sulit untuk dimodelkan (dimana seberapa besar pun risiko menjadi tidak penting) tetapi yang pasti adalah ketidakpastian risiko. Dari penjelasan kedua ahli di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa start-up merupakan suatu perusahaan yang masih baru dan sedang mencari bentuk. Selain itu, start-up juga akan terus tumbuh dan diproyeksikan sebagai perusahaan yang bertujuan untuk mendapatkan profit yang besar sementara start up digital merupakan perusahaan yang bertujuan untuk terus tumbuh dan mencari bentuk.

Start up merupakan suatu organisasi yang dirancang untuk menemukan model bisnis yang tepat agar dapat menghasilkan pertumbuhan yang cepat (Afdi & Purwanggono, 2018). Sedangkan penambahan kata digital dimaksudkan kepada perusahaan start up yang mengintegrasikan digitalisasi baik pada produknya maupun prosesnya. Peringkat pertama negara di dunia dengan jumlah start up digital terbanyak diduduki oleh Amerika Serikat dengan 45.877 start up. Kemudian, disusul oleh India dengan 5.768 start up. Sementara Indonesia menempati peringkat ke-enam dengan 1.939 start up. Hal ini menunjukkan partisipasi pengembangan dan penciptaan start-up di Indonesia cukup baik (Startup Rangkaing, 2019). Hasil riset yang dimuat dalam dailysocial.id memprediksi bahwa perkembangan start-up dari segi jumlah di Indonesia akan mengalami peningkatan sebesar 6,5 kali. Dengan demikian, diprediksi bahwa jumlah start-up berbasis digital yang akan muncul pada tahun 2020 di Indonesia adalah sebanyak 13.000 start-up (Ries, 2011).

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk tujuan deskriptif. Dalam pelaksanaannya, beberapa Batasan diberlakukan, yaitu: peneliti tidak melakukan intervensi data, unit analisis adalah organisasi (start up), dan cross-sectional secara waktu pengambilan datanya.

Lingkup penelitian ini adalah 25 bisnis-bisnis startup digital yang dimulai pada bulan Februari tahun 2021.

HASIL

Berikut adalah hasil data yang didapatkan:

Tabel 1. Daftar Bisnis Startup Digital

NO	NAMA BISNIS STARTUP	ASAL	KATEGORI
1	Localite Media	UK	Pendukung bisnis
2	ASCII SYSTEM	Bangladesh	IT
3	Panther	UK	Pendukung bisnis
4	BRITE bites	Amerika	Makanan
5	Stonks - Finance	Amerika	Finansial
6	Gametimer	Belanda	Produktivitas
7	Waitabit	Amerika	Pendukung bisnis
8	KovidPass	Amerika	Kesehatan
9	Bindr	Amerika	Jasa Marketplace
10	elate	UK	Layanan sosial
11	Gable	Amerika	Jasa sewa
12	Valii	Amerika	Pendukung bisnis
13	Ameyo	UK	Produktivitas
14	Finlook	Amerika	Finansial
15	Blue Planit	Amerika	Perjalanan
16	DSLALB GLOBAL	Korea Selatan	IT
17	The Portfolio Collective	UK	Produktivitas
18	PulsAero Agency	India	Pendukung bisnis
19	Quaver	Spanyol	Layanan sosial
20	Numberslides	UK	Finansial

21	TeamHQ	Amerika	Pendukung bisnis
22	Shub.one	UK	Pendukung bisnis
23	Promote	Amerika	Pendukung bisnis
24	Ginevar	Italia	Pendukung bisnis
25	PRO Marketplace	Amerika	Jasa Marketplace

Berikut adalah deskripsi untuk setiap bisnis:

Tabel 2. Deskripsi Bisnis Startup Digital

NO	NAMA BISNIS STARTUP	DESKRIPSI
1	Localite Media	Menawarkan solusi pemasaran yang disesuaikan untuk membantu bisnis Anda menonjol dari yang lain. Kami mengkhususkan diri dalam bisnis start-up, kecil dan menengah; menyediakan berbagai layanan untuk memenuhi semua kebutuhan pemasaran Anda
2	ASCII SYSTEM	Solusi IT full-stack terkemuka yang melayani secara global. Kembangkan situs web & aplikasi seluler terbaik di kota
3	Panther	membantu perusahaan rintisan mempekerjakan orang di 150+ negara tanpa harus mendirikan anak perusahaan asing
4	BRITE bites	Dengan menggabungkan bahan-bahan kaya nutrisi dengan probiotik yang menyehatkan usus, Anda akan memiliki vitalitas dan kapasitas untuk menjalani kehidupan yang bahagia dan memuaskan.
5	Stonks - Finance	Aplikasi stok dengan umpan berita Twitter
6	Game timer	Gametimer adalah alat yang sempurna untuk membantu anak-anak dari segala usia

		mengatur waktu bermain game harian mereka	18	PulsAero Agency	Membantu bisnis terhubung dengan pelanggan mereka pada tingkat emosional
7	Waitabit	Waitabit adalah daftar tunggu yang berfokus pada Privasi dan api program rujukan.	19	Quaver	Terhubung dengan orang-orang melalui selera musik Anda
8	KovidPass	perusahaan teknologi kesehatan yang berspesialisasi dalam mHealth dan teknologi kesehatan.	20	Numberslides	alat pemodelan keuangan yang dirancang untuk pendiri yang ingin mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang keuangan mereka
9	Bindr	Menyederhanakan proses pembelian dan penjualan buku teks oleh mahasiswa	21	TeamHQ	membantu tim startup Anda melacak tujuan jangka panjang, mengatur tugas Anda, dan merencanakan pekerjaan mingguan Anda semua di satu tempat
10	elate	aplikasi kencan yang dirancang untuk hubungan	22	Shub.one	membantu para profesional, influencer, merek, dan bisnis memamerkan produk dan layanan mereka
11	Gable	menawarkan jaringan ruang kerja jarak jauh di lingkungan	23	Promote	Kembangkan bisnis Anda melalui kemitraan, afiliasi, dan pemasaran rujukan
12	Valii	membantu para pendiri startup menguji apakah ide mereka berpotensi menguntungkan	24	Ginevar	Dapatkan pemberitahuan saat pertunjukan freelance baru tersedia
13	Ameyo	Ekstensi chrome yang mirip dengan Trello tetapi dengan logika dan grafik otomatis untuk mendorong membangun kebiasaan yang kuat dan konsisten	25	PRO Marketplace	toko online untuk barang-barang buatan Amerika, untuk memudahkan berbelanja barang-barang secara etis dan berkelanjutan
14	Finlook	Memberi Anda alat canggih untuk tetap berada di atas pengeluaran Anda tanpa perlu tahu siapa Anda atau apa yang Anda belanjakan			
15	Blue Planit	Perencana jadwal perjalanan modern, terinspirasi oleh Trello, sehingga kami dapat bergerak melampaui spreadsheet			
16	DSLAB GLOBAL	menyediakan solusi otomatisasi kecerdasan buatan untuk membuat AI lebih mudah diakses untuk bisnis di seluruh dunia.			
17	The Portfolio Collective	membantu para profesional berhasil meluncurkan dan mempertahankan karir portofolio, di mana mereka memonetisasi keterampilan mereka dalam berbagai cara			

Berdasarkan data yang ada, bisa dilihat gambaran sekilas mengenai perkembangan bisnis startup digital di awal 2021, tepatnya pada bulan february. Bisnis startup digital yang berkembang masih didominasi oleh negara-negara maju seperti Amerika dan Inggris (UK). Meski demikian ada pula negara-negara berkembang seperti Bangladesh yang mempunyai bisnis startup digital baru. Penelitian lanjutan diperlukan untuk bisa mengetahui dengan jelas penyebaran bisnis startup digital di negara maju dan berkembang.

Tren bisnis startup digital di awal tahun 2021, berdasarkan data, didominasi oleh

startup aplikasi digital B2B (Business-to-Business) untuk pendukung bisnis. Hal ini disebabkan karena pertumbuhan bisnis startup yang pesat di berbagai negara, baik bisnis besar dan juga UMKM, yang memerlukan bantuan untuk peningkatan efisiensi dan efektivitas dalam bisnis mereka.

Variasi jasa aplikasi untuk kategori ini juga beragam. Ada aplikasi untuk membantu bisnis di bidang sumber daya manusia seperti Panther, yang membantu mencari tenaga kerja yang sesuai, ada pula aplikasi yang membantu bisnis di bidang perencanaan pengujian produk. Jasa aplikasi yang dominan di kategori ini adalah membantu bisnis di bidang pemasaran. Bisnis-bisnis startup digital ini menyediakan layanan yang membantu bisnis yang ada untuk memamerkan produk, mendapatkan kemitraan afiliasi yang sesuai, juga menciptakan marketplace digital yang bisa digunakan pebisnis untuk memasarkan produk mereka.

Tren bisnis startup digital lainnya yang terlihat adalah munculnya bisnis-bisnis startup digital di bidang Kesehatan. Hal ini bisa disebabkan karena pandemi virus Corona yang terjadi sejak 2020 mengubah kebiasaan masyarakat dunia untuk lebih sadar menjaga Kesehatan. Hal ini mengakibatkan permintaan yang berhubungan dengan produk dan info Kesehatan makin berkembang di dunia. Contoh bisnis startup digital di kategori ini adalah BRITE bites yang menyediakan makan sehat dan KovidPass yang berspesialisasi di bidang teknologi Kesehatan.

Bisnis startup digital yang membantu produktivitas individu juga tetap ada. Contohnya adalah Ameyo, startup digital yang membantu individu membentuk kebiasaan hidup yang kuat dan konsisten. Aplikasi digital untuk produktivitas

individu memang berkembang pesat, terlebih sejak bermunculan banyak produk smart technology seperti smart watch, yang memiliki berbagai fungsi seperti mendeteksi detak jantung dan sebagainya.

Pebisnis startup digital di dunia cepat dalam melihat peluang pasar yang ada, meskipun di tengah-tengah pandemic virus Corona. Penyesuaian dalam tren bisnis digital yang ada terjadi disebabkan oleh perubahan tingkah laku pasar baik global maupun lokal.

KESIMPULAN

Tren bisnis startup digital pada bulan Februari 2021 didominasi oleh bisnis startup digital di bidang aplikasi layanan pendukung bisnis, terutama di aspek pemasaran dalam bisnis.

Pandemi virus Corona juga menyebabkan munculnya bisnis-bisnis startup digital di bidang Kesehatan. Diperlukan penelitian lanjutan untuk melihat lebih jauh pertumbuhan dari bisnis startup digital di kategori ini.

Untuk pebisnis yang ingin memulai usaha startup digital bisa mempertimbangkan untuk mencoba pada aplikasi B2B yang mendukung kinerja bisnis lain.

Diperlukan penelitian selanjutnya untuk meneliti efektivitas dalam industri pendukung bisnis pada startup digital di Indonesia agar bisa mendapat informasi yang lebih akurat terhadap pasar digital di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Afdi, Z., & Purwanggono, B. (2017). Perancangan strategi berbasis metodologi lean startup untuk mendorong pertumbuhan

- perusahaan rintisan berbasis teknologi di Indonesia. *Industrial Engineering Online Jurnal*, Vol. 6, No. 4, Diakses dari <<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/ieoj/article/view/20398>>
- Anggara, R. G. (2018). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan technopreneur: Studi kasus pada bandung techno park. Dilihat dari <<http://home/catalog/id/143588/slug/analisis-faktor-faktor-yang-mempengaruhikeberhasilan-technopreneur-studi-kasus-pada-bandung-techno-park.html>>
- Avital, M., & Te'eni, D. (2009). From generative fit to generative capacity: exploring an emerging dimension of information systems design and task performance'. *Information Systems Journal*, 19(4), 345–367.
- Bank Indonesia. (2006). *Kajian Inkubator Bisnis Dalam Rangka Pengembangan UMKM*. Jakarta: Laporan Kajian Inkubator Bisnis Dalam Rangka Pengembangan UMKM.
- Bharadwaj, Sundar G., Varadarajan, P Rajan dan Fahy, John (1993). Sustainable competitive advantage in service industries: a conceptual model and research propositions. *Journal of Marketing*, 57(4)
- Gerakan Nasional 1000 Startup Digital. (2017). *Gerakan Nasional 1000 Startup Digital*, Gerakan Nasional 1000 Startup Digital, Dilihat dari, <<https://1000startupdigital.id/i/>>.
- Ries, E. (2011). *The lean startup: how today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses*. New York : Fletcher & Company

ANALISIS NILAI TAMBAH DARI PENGOLAHAN HASIL VANILI

(Studi Di Desa Wioy Kecamatan Ratahan)

Claudia P. Watulingas

Universitas Prisma

ABSTRAK

Tanaman vanili memiliki peranan yang sangat penting bagi meningkatkan pendapatan petani yang mengusahakannya. Peningkatan pendapatan tersebut dapat diperoleh dengan adanya peningkatan mutu vanili, dengan cara penanganan yang intensif dan benar dari tahap kegiatan budidaya sampai penanganan pasca panen. Vanili yang bermutu tinggi memiliki nilai atau harga yang lebih tinggi. Untuk memperoleh tanaman vanili yang bermutu tinggi maka diperlukannya pengolahan pasca panen yang baik. Penanganan pasca panen vanili dimaksudkan untuk meningkatkan nilai tambah dari tanaman vanili tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kegiatan-kegiatan yang dilakukan selama pengolahan pasca panen dan besarnya nilai tambah yang diperoleh petani dengan menjual vanili dalam keadaan kering. Manfaat penelitian ini diharapkan memberikan informasi bagi petani tentang besarnya penambahan pendapatan yang diperoleh jika menjual vanili dalam keadaan kering. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey. Pengambilan sampel dilakukan dengan cara teknik acak bersrta berimbang (proportionate sratified random sampling) berdasarkan jumlah pohon dalam satu hektar yang dimiliki oleh petani. Dengan jumlah responden sebanyak 30 petani. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pendapatan petani dengan menjual vanili dalam keadaan kering lebih menguntungkan dari pada penjualan vanili dalam keadaan basah. Namun biaya yang dikeluarkan oleh petani yang menjual vanili dalam keadaan kering mengeluarkan biaya lebih besar dan memerlukan waktu yang lama dari pada menjual vanili dalam keadaan basah.

Kata kunci:

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Tanaman vanili merupakan salah satu jenis tanaman tahunan yang termasuk pada salah satu jenis tanaman anggrek yang mempunyai nilai ekonomi yang tinggi. Hal tersebut disebabkan karena vanili sangat bermanfaat bagi manusia untuk digunakan sebagai sumber bahan pengharum pada minuman, kue-kue, es krim, dan minyak wangi. Bahan pengharum ini dihasilkan dari buah tanaman vanili melalui proses pengeringan (Wokas, 1985).

Pada saat ini tanaman vanili merupakan salah satu komoditi ekspor hasil perkebunan Indonesia yang mempunyai nilai ekonomi tinggi. Vanili adalah komoditas ekspor hasil pertanian yang cukup potensial dan memiliki keunggulan kompetitive, oleh sebab itu diperlukan penanganan yang serius, mulai dari budidaya, penanaman, panen, pasca panen, dan pemasarannya.

Tanaman vanili memiliki peranan yang sangat penting bagi meningkatkan pendapatan petani yang mengusahakannya. Peningkatan pendapatan tersebut dapat diperoleh dengan adanya peningkatan mutu vanili, dengan cara penanganan yang intensif dan benar dari tahap kegiatan budidaya sampai penanganan pasca panen. Vanili yang bermutu tinggi memiliki nilai atau harga yang lebih tinggi. Untuk memperoleh tanaman vanili yang bermutu tinggi maka diperlukannya pengolahan pasca panen yang baik. Penanganan pasca panen vanili dimaksudkan untuk meningkatkan nilai tambah dari tanaman vanili tersebut.

Pada saat ini, petani di desa Wioi sebagian besar melakukan proses pasca panen yaitu dengan menjual vanili dalam keadaan kering. Hal tersebut dapat meningkatkan nilai tambah dari tanaman vanili. Dengan meningkatnya nilai tambah dari tanaman vanili tersebut maka akan meningkatkan pendapatan dari petani.

Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dapat dilihat bahwa saat ini petani di Desa Wioy menjual vanili dalam keadaan basah dan kering. Dengan menjual basah petani lebih cepat mendapatkan uang tetapi pendapatan yang diterima sedikit, sedangkan dengan menjual kering petani lambat mendapatkan uang tetapi pendapatan yang diperoleh lebih tinggi. Sehingga yang menjadi masalah dalam penelitian ini apakah ada penambahan pendapatan yang diperoleh petani dengan menjual basah atau menjual kering.

Tujuan dan Manfaat

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kegiatan-kegiatan yang dilakukan selama pengolahan pasca panen dan besarnya nilai tambah yang diperoleh petani dengan menjual vanili dalam keadaan kering. Manfaat penelitian ini diharapkan memberikan informasi bagi petani tentang besarnya penambahan pendapatan yang diperoleh jika menjual vanili dalam keadaan kering.

KAJIAN TEORITIS

Deskripsi Tanaman Vanili

Tanaman vanili termasuk suku Orchidaceae atau sering disebut *the orchid of flavors* atau anggrek yang memiliki rasa. Di Jawa disebut pula anggrek vanili. Sementara itu orang mancanegara menamakannya *Vanielye, Vanillier, Vanille, Vanilla plant*.

Ada tiga species vanili yang mempunyai arti ekonomis, yaitu: *Vanilla planifolia Andrews, Vanilla pompona Scieda* dan *Vanilla tahitensis J.W. Moore*. Namun yang biasa dan paling banyak diusahakan orang ialah *Vanilla planifolia* (Santoso, 1988).

Bentuk buah vanili mirip dengan bunga cattleya, warnanya kuning kehijauan, tidak bertangkai dan agak harum. Tanaman ini tidak dapat menyerbuk sendiri dan biasanya dibantu oleh manusia.

Konsep Pasca Panen

Membaca atau mendengar kata vanili, selalu terkesan terhadap aroma atau 'flavour'nya yang khas setelah baru dipanen dan masih segar belum memberikan aroma sama sekali. Aroma yang spesifik baru akan timbul setelah buah itu diproses (diolah) menjadi bahan setengah jadi yang dapat diperdagangkan.

Tujuan pengolahan buah vanili ialah untuk menghasilkan buah yang cukup kering dengan kadar vanillin yang tinggi serta dapat memenuhi persyaratan mutu yang ditentukan.

Penanganan pasca panen vanili meliputi :

1. Sortasi (pemilihan buah)
2. Proses pelayuan bahan (wilting treatment) guna mematikan sel-sel buah.
3. Proses pemanasan dan pemeraman (proses fermentasi) guna mendapatkan tekstur dan fleksibilitas tertentu yaitu buah menjadi liat tidak getas dan dapat menghasilkan flavor dan aroma yang dikehendaknya.
4. Proses pengeringan di udara terbuka dengan jalan mengangin-anginkan ditempat teduh, guna mengurangi kandungan air secara perlahan-lahan sampai kadar air tertentu sehingga tahan pada penyimpanan (tidak mudah ditumbuhi jamur). Pengeringan dapat juga dengan sinar matahari atau menggunakan alat pengering. Kadar air yang diharapkan adalah 30-35%.
5. Proses penyimpanan didalam kotak-kotak atau pembungkus lainnya beberapa lama guna memperoleh aroma serta rasa yang khas vanili.

Analisis Nilai Tambah

Menurut Nograho 2007, nilai tambah adalah nilai tambah adalah merupakan pendapatan yang diperoleh dari hasil penjualan produk setelah dikurangi biaya yang di keluarkan untuk pembelian bahan dan jasa. Selanjutnya Nograho menjelaskan bahwa nilai tambah merupakan kekayaan yang dikumpulkan oleh usaha bersama dari mereka yang bekerja pada suatu perusahaan dan yang menyediakan modal.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode Pengumpulan Data

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara langsung pada petani dengan menggunakan daftar pertanyaan yang telah disiapkan. Sedangkan data sekunder diperoleh dari instansi yang terkait dengan penelitian ini.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama 3 bulan sejak persiapan hingga penyusunan laporan akhir penelitian. Tempat penelitian berada di desa Wioy Kabupaten Minahasa Tenggara.

HASIL DAN PEMBAHASAN

KARAKTERISTIK USAHATANI VANILI YANG ADA DI DESA WIOY

Daerah Ratahan merupakan salah satu penghasil vanili di Sulawesi Utara. Salah satu desa yang menghasilkan vanili di Ratahan adalah desa Wioy. Di desa ini petani menjual vanili dalam keadaan basah atau tanpa pengolahan dan di jual kering atau sudah melalui proses pengolahan pasca panen.

Dari hasil penelitian dapat dilihat bahwa luas lahan rata-rata yang dimiliki oleh petani responden adalah 0,675 ha. Dari luas lahan tersebut dapat dilihat bahwa persentase banyaknya jumlah pohon yang diusahakan oleh petani berada pada < 2400 atau sebesar 66,67 %,

sehingga dapat mempengaruhi produktivitas tanaman vanili yang diusahakan.

Kebanyakan petani di desa Wioy memanen vanili mereka pada umur 8 bulan dan hanya 7 petani yang memanen vanilinya pada umur 9 bulan. Vanili yang panen pada umur 9 bulan lebih banyak diolah menjadi vanili kering yaitu sebesar 70,52% vanili yang dihasilkan diolah menjadi vanili kering dan untuk panen 7 – 8 bulan kebanyakan petani menjual vanili dalam keadaan basah. Hal tersebut disebabkan karena kadar air pada vanili masih terlalu tinggi sehingga tidak begitu baik untuk diproses atau diolah.

Pengolahan Pasca Panen Vanili

Petani di desa Wioy menjual vanili dalam keadaan basah dan kering. Petani mengharapkan dari penjualan vanili kering adalah agar vanili yang dijual oleh petani meningkat harganya. Harga vanili yang dijual basah adalah Rp 12.500 sampai Rp 20.000, sedangkan jika petani menjual kering harga vanilinya bisa mencapai Rp 45.000 sampai Rp 70.000. Biasanya 1 Kg vanili kering hasil olahan menggunakan 4 Kg vanili basah. Vanili yang dihasilkan langsung dipasarkan ke pedagang pengumpul di Kecamatan Ratahan atau menjual langsung ke pedagang besar di Manado.

Adapun proses pengolahan vanili di desa Wioy adalah sebagai berikut :

1. Pemisahan, proses ini bertujuan untuk menseleksi vanili yang baik yang dapat

- diolah juga pemisahan vanili yang masih memiliki tangkai.
2. Perebusan, vanili yang akan direbus dimasukan kedalam drum atau wadah yang sudah disiapkan. Dalam proses ini petani di desa Wioy menggunakan minyak tanah atau kayu bakar untuk digunakan sebagai bahan bakar. Proses perebusan ini memakan waktu 15 menit sampai 1 jam.
 3. Pemeraman, pemeraman dimaksudkan untuk menghilangkan sisa air yang ada pada vanili.
 4. Penjemuran, Vanili yang sudah selesai diperam diangkat dan ditaruh di rak atau ram kawat yang dialas kain hitam lalu ditutup lagi dengan kain hitam. Namun ada juga petani yang menjemur vanili hanya menggunakan terpal yang dibentangkan di halaman rumah. Hal tersebut disebabkan karena tidak semua petani di desa Wioy mendapatkan bantuan ram kawat dari pemerintah. Proses penjemuran selama 2-3 minggu tergantung pada cuaca pada saat penjemuran.
 5. Pengepakan, setelah vanili kering dilakukan proses pengepakan. Dalam kegiatan ini petani menggunakan dos atau plastik. Biasanya bila vanili yang dihasilkan banyak petani menggunakan dos dalam proses pengepakan.
 6. Vanili yang dihasilkan biasanya dipasarkan ke pedagang pengumpul di Kecamatan Ratahan dan UD. Mitra organik Tombatu, namun ada juga yang

langsung dijual ke pedagang pengumpul di Manado.

Di desa wioy, petani jarang menggunakan pestisida ataupun pupuk dalam proses produksi. Adapun alat-alat yang digunakan di dalam proses pengolahan pasca panen adalah ram kawat, terpal, drum, plastik, dos, minyak tanah dan kayu bakar. Untuk alat ram kawat merupakan bantuan dari pemerintah pada tahun 2003.

Dalam proses produksi vanili, kegiatan yang paling banyak menggunakan biaya adalah penggunaan tenaga kerja. Penggunaan tenaga kerja paling banyak digunakan pada proses pasca panen. Adapun biaya tenaga kerja di desa Wioy pada saat penelitian adalah untuk pria Rp 35.000 dan untuk wanita Rp 25.000.

Biaya Usahatani Vanili Yang Dijual Basah Dan Dijual Kering

Biaya usahatani adalah semua biaya yang digunakan oleh petani untuk memproduksi vanili baik dijual dalam keadaan basah maupun dalam keadaan kering dalam satu kali proses produksi. Biaya dalam usahatani vanili dapat dibagi menjadi dua yaitu dalam biaya tetap dan biaya variabel. Komponen biaya tetap diantaranya adalah biaya penyusutan alat sedangkan biaya variabel adalah sarana produksi yang digunakan seperti biaya tenaga kerja, angkutan, dan biaya lain-lain seperti karung, plastik, dos, minyak tanah dan kayu bakar.

Biaya Tetap

Biaya tetap pada usahatani vanili adalah biaya penyusutan alat. Penyusutan alat merupakan biaya yang perlu dimasukan kedalam

perhitungan biaya tetap. Biaya penyusutan alat yaitu pengurangan nilai yang disebabkan oleh pemakaian alat selama proses berlangsung. Biaya penyusutan alat yang digunakan antara lain ram kawat, terpal dan drum. Penyusutan alat terbesar adalah pada alat ram kawat yaitu Rp 105.000 dan yang terkecil adalah terpal yaitu sebesar Rp 6.260. Untuk biaya per Kg vanili yang dihasilkan adalah sebesar Rp 5.011,94. Untuk ram kawat diperoleh oleh petani dari bantuan dinas pertanian dan perkebunan yang ada di Kabupaten Minahasa Tenggara.

Biaya Variabel

Biaya variabel pada usahatani vanili meliputi biaya tenaga kerja, angkutan, dan biaya lain-lain seperti karung, plastik, dos, minyak tanah dan kayu bakar.

1. Biaya Tenaga Kerja

Tenaga kerja yang digunakan dalam usahatani vanili berasal dari dua sumber yaitu dalam keluarga dan luar keluarga. Jumlah jam kerja perhari adalah 6 jam. Upah tenaga kerja adalah untuk pria sebesar Rp 30.000-35.000 dan Rp 25.000 untuk wanita. Hal ini berlaku di desa Wioy untuk semua petani. Penggunaan tenaga kerja lebih banyak digunakan untuk pengolahan vanili menjadi vanili kering. Dalam proses pengolahan dapat dilihat bahwa kegiatan yang paling banyak menggunakan tenaga kerja adalah pada saat penjemuran. Hal tersebut disebabkan karena proses penjemuran yang memakan waktu yang lama sehingga perlunya pengawasan dari petani pada saat kegiatan tersebut. Proses pengepakan dilakukan dua kali karena

pengepakan pertama dilakukan oleh petani saat mereka melakukan panen dan yang kedua saat mereka selesai pengolahan pasca panen.

Biaya tenaga kerja adalah biaya yang paling besar yang harus dikeluarkan oleh petani dalam proses produksi vanili khususnya pada saat pengolahan vanili basah menjadi vanili kering. Sehingga banyak petani yang menggunakan tenaga kerja dalam keluarga untuk melakukan usahatannya. Biaya rata-rata penjualan vanili dalam keadaan basah adalah sebesar Rp 52.500 dan dalam keadaan kering mempunyai rata-rata biaya sebesar Rp 231.310. Hal tersebut disebabkan karena penjualan vanili dalam keadaan kering melalui proses pengolahan pasca panen sehingga menggunakan tenaga kerja lebih banyak dari pada menjual vanili dalam keadaan basah.

2. Biaya Transportasi dan lain-lain

Penggunaan biaya terbesar adalah saat proses pengangkutan yaitu sebesar Rp 10.566,66. Dalam proses pengangkutan petani sering menggunakan ojek ataupun roda. Biaya terkecil adalah penggunaan kayu bakar. Kayu yaitu sebesar Rp 966,67. Kayu bakar digunakan pada saat proses pengolahan pasca panen. Biasanya petani yang menggunakan kayu bakar adalah petani yang mempunyai perekonomian yang rendah karena tidak mampu membeli minyak tanah yang harganya semakin lama semakin meningkat.

Serapan penggunaan biaya paling besar dalam proses produksi vanili baik dijual kering maupun dijual basah adalah pada kegiatan

pengolahan pasca panen khususnya penggunaan tenaga kerja. Untuk penjualan basah tidak ada biaya penyusutan karena pemanenan vanili dilakukan secara manual oleh petani tidak menggunakan alat bantu.

Produksi

Dari hasil penelitian dapat dilihat bahwa rata-rata petani di desa Wioy lebih banyak menjual vanili dalam keadaan basah yaitu sebanyak 37,6 Kg dari pada menjual vanili dalam keadaan kering yaitu sebanyak 25,1 Kg..Hal tersebut disebabkan karena harga yang diterima oleh petani waktu itu dengan besarnya biaya produksi khususnya pada saat pasca panen yang begitu tinggi sehingga menyebabkan petani lebih banyak memproduksi vanili dalam keadaan basah juga faktor cuaca yang sangat mempengaruhi dalam proses pengolahan vanili tersebut. Namun dari hasil penelitian juga dapat dilihat bahwa ada 3 orang petani yang tidak menjual vanili dalam keadaan basah namun disimpan dan diolah untuk menjadi vanili kering.

Penerimaan

Penerimaan yang diperoleh petani dalam keadaan kering lebih besar dari pada penerimaan petani dalam keadaan basah. Penerimaan dalam keadaan basah adalah sebesar Rp 577.33,33 dan penerimaan dalam keadaan basah adalah sebesar Rp 1.420.833,33. Hal tersebut disebabkan karena perbedaan harga jual vanili, dimana harga jual vanili dalam keadaan kering lebih besar dari harga jual vanili dalam keadaan basah.

Pendapatan

Pendapatan yang diperoleh petani dengan manual kering lebih tinggi dari pada pendapatan petani

yang menjual vanili dalam keadaan basah. Dimana pendapatan petani vanili yang manual kering adalah Rp 990.173,33 dan pendapatan petani dalam menjual basah adalah Rp 509.316,66. Hal tersebut disebabkan karena adanya proses pengolahan vanili sehingga menyebabkan terjadinya perbedaan harga yang diterima oleh petani.

Nilai Tambah

Pengolahan pasca panen memberikan penambahan nilai tambah sebesar Rp 27.292,8 per Kg. Itu berarti dengan melakukan proses pengolahan dari vanili basah menjadi vanili kering dapat menghasilkan perubahan pendapatan kepada petani.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Vanili yang dihasilkan dipanen pada umur 7-9 bulan. Umur panen mempengaruhi kualitas dari vanili yang dihasilkan. Dari hasil penelitian dapat dilihat bahwa vanili yang dijual kering di panen pada umur 9 bulan. Hal tersebut karena semakin lama vanili dipanen semakin sedikit kadar air yang dihasilkan.

Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pendapatan petani dengan menjual vanili dalam keadaan kering lebih menguntungkan dari pada penjualan vanili dalam keadaan basah. Namun biaya yang dikeluarkan oleh petani yang menjual vanili dalam keadaan kering mengeluarkan biaya lebih besar dan memerlukan waktu yang lama dari pada menjual vanili dalam keadaan basah.

Dari perhitungan nilai tambah dapat dilihat bahwa dengan manual vanili dalam keadaan kering dengan melalui proses pengolahan memberikan nilai tambah sebesar Rp 27.292,8 per Kg vanili. Hal tersebut dapat menyebabkan peningkatan pendapatan yang diterima oleh petani.

Saran

1. Vanili yang dihasilkan, dipanen pada umur 9 bulan agar kadar air dari vanili menjadi rendah.
2. Perlu adanya pengawasan dari pemerintah yang bersangkutan terhadap pencurian vanili di kebun petani.
3. Vanili yang dihasilkan dijual dalam keadaan kering karena dapat menambah pendapatan dari petani.

Daftar Pustaka

Anonimous, 2005. *Statistik Perkebunan Di Sulawesi Utara Pada Tahun 2005*. Dinas Perkebunan Di Sulawesi Utara

Anonimous, 2006. *Statistik Perkebunan Di Kecamatan Ratahan 2006*. Dinas Perkebunan Kecamatan Ratahan.

Anonimous, 2007. *Konsep dan definisi*. [http : /www.Probolinggokab.go.id/PDRB/2006](http://www.Probolinggokab.go.id/PDRB/2006)

Hermanto, F. 1993. *Ilmu Usahatani*. PT Penebar Swadaya. Jakarta.

Nogroho. A. 2006. *Konsep Dasar Nilai Tambah*.
[http : /www.geocities.com](http://www.geocities.com)

Rismunandar. 2002. *Bertanam Panili (Seri Agribisnis)*. Penebar Swadaya. Jakarta

Santoso. 1989. *Panili, Bududaya Dan Analisis Ekonomi*. Sinar Baru. Bandung

Soekartawi. 1995. *Analisis Usahatani*. Universitas Indonesia. Jakarta

Suwandi, A. 2005. *Pengolahan Dan Pemasaran Vanili*. Penebar Swadaya. Jakarta

Sudiyono. 2004. *Pemasaran Pertanian*. Universitas Muhamadiyah Malang. Malang

Sutidjo. D. 1986. *Pengantar Sistem Produksi Tanaman Agronomi*. Institut Pertanian Bogor. Bogor.

Taringan. H. 2006. *Peningkatan Nilai Tambah Melalui Pengembangan Agroindustri Pisang Di Kabupaten Lumajang*. [http : /www.Pse.litbang.deptan.go.id/pros.2007](http://www.Pse.litbang.deptan.go.id/pros.2007)

Yusdja. Y. 2006. *Kebijakan Peningkatan Manfaat dan Nilai Tambah Sumber Daya Ternak*. Pusat Analisis Sosial Ekonomi Dan Kebijakan Pertanian Departemen Pertanian. 2006.

Wokas. F. H. M. 1985. *Vanilii*. Fakultas Pertanian Universitas Sam Ratulangi. Manado.

PENINGKATAN KUALITAS SUMBER DAYA MANUSIA KOPERASI DAN UMKM UNTUK KETAHANAN EKONOMI NASIONAL

Michael Spink Rumondor

Universitas Prisma Manado

e-mail : michael.rumondor@prisma.ac.id

ABSTRAK

Abstrak: Koperasi adalah lembaga bisnis yang berwatak sosial. Sebagai institusi bisnis, koperasi mau tak mau menghadapi kompetisi bisnis yang kian ketat. Apapun jenisnya, koperasi terus menghadapi persaingan usaha baik terhadap koperasi sejenis (produksi dan pemasaran), persaingan dengan lembaga pembiayaan non bank/perbankan bagi KSP, koperasi kredit atau koperasi yang memiliki unit simpan pinjam (USP), dan persaingan dengan ritel modern bagi Koperasi Serba Usaha (KSU), koperasi wanita, koperasi fungsional, dan koperasi masyarakat. Namun yang paling merasakan sengitnya persaingan usaha adalah koperasi yang tumbuh di masyarakat seperti Credit Union, KSP, kopdit, kopwan, KSU. Tentang Usaha- usaha mengembangkan koperasi selaras dengan zaman, agar semakin kompetitif. Model penelitian secara deskriptif kualitatif menjadi desain untuk melihat dari dekat tentang kebijakan dan usaha yang dilakukan oleh koperasi Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan yaitu; (1). Penggunaan IT untuk meningkatkan pelayanan kepada anggota koperasi. (2). Melaksanakan manajemen yang memiliki transparansi dan akuntabilitas untuk meningkatkan kepercayaan anggota kepada pengelola koperasi. (3). Menyenggarakan pendidikan dan pelatihan (diklat) secara berkelanjutan. (4). Mengikutsertakan pengurus dan pengelola koperasi pada acara temu ilmiah yang relevan, dan belajar mandiri untuk meningkatkan kompetensi mereka dalam mengelola koperasi yang semakin modern.

Kata kunci: *koperasi, daya saing, ketahanan nasional.*

Abstract: *Cooperation is a business institution having a social character. It, nowadays, has been challenged by tight business competition. The business challenge comes not only from similar cooperation (production and marketing), non-banking financing institution/ banking for KSP, credit and save-loan cooperation (USP), but also from modern ritel such as KSU (Koperasi Serba Usaha/ multi-business cooperation), female cooperation, functional cooperation, and community cooperation. The most difficult competition, however, is experienced by the cooperation living in community for instance: credit union, KSP, kopdit, kopwan, KSU, and many more. It is a descriptive- qualitative research design. It focuses on the policy and the cooperation business. The study results: (1). the use of technology of information to increase the service on customer; (2). the implementation of transparent and accountable management to enhance the trust of the customer; (3). the organization of a sustainable education and training; (4). The participation of cooperation management on relevant scientific forum due to creating independent learning to raise their competence in organizing more modern cooperation management.*

Key Word: *cooperation, competition, sustainable national.*

PENDAHULUAN

Koperasi banyak memiliki anggota yang kebanyakan masyarakat biasa dan berprofesi sebagai pengusaha mikro seperti penjual sembako, pedagang kaki lima, penjual sayur, dll, maka maraknya minimarket dan perbankan atau lembaga non bank yang *nyasar* ke pengusaha kecil bahkan merambah pedesaan menjadi tantangan sekaligus ancaman dalam bisnis koperasi. Dengan perubahan bisnis yang begitu cepat serta selera dan tuntutan masyarakat yang kian meningkat, sudah seharusnya para pengurus dan pengelola koperasi meningkatkan kemampuannya. Bisnis yang terus berubah tidak bisa dihadapi dengan cara-cara tempo dahulu yang mungkin boleh jadi kurang sesuai dengan kondisi sekarang. Tidak mungkin menyelesaikan sebuah masalah baru dengan cara lama. Kalaupun ada hasilnya, pasti kurang optimal. Berbagai permasalahan tersebut muncul dari dalam lingkungan bisnis tersebut.

Berdasarkan konstitusi Indonesia, pengembangan ekonomi nasional dibangun di atas tiga pilar ekonomi, yaitu BUMN, swasta dan koperasi. Ketiga pilar ekonomi itu merupakan infrastruktur perekonomian Indonesia, sesuai Pasal 33 UUD 1945. Idealnya, ketiganya tertata sesuai cita-cita untuk apa negara ini didirikan. Karena itu, ketiganya harus menjadi pilar sistem perekonomian sebagai manifestasi usaha bersama atas asas kekeluargaan. Ketiganya harus mampu mewujudkan cita-cita, bahwa cabang-cabang produksi yang penting bagi negara dan yang menguasai hajat hidup orang banyak dikuasai negara. Ketiga pilar itu harus mampu mewujudkan bumi, air dan kekayaan alam yang terkandung di dalamnya dikuasai negara dan digunakan untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Semuanya diselenggarakan atas demokrasi ekonomi, dengan prinsip kebersamaan, efisien, berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan,

kemandirian, serta dengan menjaga kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional. Itulah pesan konstitusi Republik Indonesia. Pembinaan BUMN harus sesuai amanat itu dan tidak terlepas dari pembinaan dua pilar perekonomian Indonesia lainnya, yaitu swasta dan koperasi. Namun, kondisi tiga pilar perekonomian Indonesia itu, dewasa ini, belum berjalan sesuai amanat kemerdekaan. Bahwa mungkin telah menyimpang dari prinsip-prinsip perekonomian sebagaimana dikemukakan di atas. Dan yang paling memprihatinkan dari tiga pilar tersebut adalah koperasi, maka yang dibahas dalam kajian ini adalah koperasi beserta permasalahannya.

Struktur organisasi koperasi Indonesia mirip organisasi pemerintah/lembaga kemasyarakatan yang terstruktur dari primer sampai tingkat nasional. Hal ini telah menunjukkan kurang efektifnya peran organisasi sekunder dalam membantu koperasi primer. Tidak jarang menjadi instrumen eksplorasi sumber daya daerah. Fenomena ini dimasa datang harus diubah karena adanya perubahan orientasi bisnis yang berkembang sesuai dengan globalisasi. Untuk mengubah arah ini hanya mampu dilakukan bila penataan mulai diletakkan pada daerah otonom. Selama ini koperasi diharapkan mampu berperan sebagai soko guru perekonomian Indonesia, tetapi dalam perjalanannya, untuk mensejahterakan anggotanya saja, koperasi sudah kesulitan. Hal ini terjadi karena tantangan-tantangan berat yang selalu melilit koperasi Indonesia. Tidak dapat dipungkiri, bahwa saat ini perkembangan pasar begitu cepat dan kompetitif, dan koperasi hadir di tengah-tengah persaingan tersebut. Persaingan dengan usaha-usaha lain yang memiliki permodalan dan manajemen yang baik. Persaingan itu menjadi tidak seimbang, bila dikaitkan dengan kondisi koperasi Indonesia saat ini. Koperasi saat ini merupakan badan usaha

yang berbasis pada masyarakat golongan ekonomi lemah dan minimnya sumber daya manusia yang dimiliki.

Koperasi merupakan bagian dari tata susunan ekonomi, hal ini berarti bahwa dalam kegiatannya Koperasi turut mengambil bagian bagi tercapainya kehidupan ekonomi yang sejahtera, baik bagi orang-orang yang menjadi anggota perkumpulan itu sendiri maupun untuk masyarakat di sekitarnya. Koperasi sebagai perkumpulan untuk kesejahteraan bersama, melakukan usaha dan kegiatan di bidang pemenuhan kebutuhan bersama dari para anggotanya. Koperasi menurut Undang-undang (UU) Nomor 25 Tahun 1992 adalah badan usaha yang beranggotakan orang seorang, atau badan hukum Koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip Koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan. Prinsip koperasi sendiri ditegaskan dalam UU Nomor 25 Tahun 1992 pasal 5, yaitu demokratis; pembagian sisa hasil usaha dilakukan secara adil sebanding dengan besarnya jasa usaha; pemberian balas jasa yang terbatas terhadap modal dan kemandirian. Koperasi adalah lembaga bisnis yang berwatak sosial. Sebagai institusi bisnis, koperasi mau tak mau menghadapi kompetisi bisnis yang kian ketat. Apapun jenisnya, koperasi terus menghadapi persaingan usaha baik terhadap koperasi sejenis (produksi dan pemasaran), persaingan dengan lembaga pembiayaan non bank/perbankan bagi KSP, koperasi kredit atau koperasi yang memiliki unit simpan pinjam (USP), dan persaingan dengan ritel modern bagi Koperasi Serba Usaha (KSU), koperasi wanita, koperasi fungsional, dan koperasi masyarakat. Namun yang paling merasakan sengitnya persaingan usaha adalah koperasi yang tumbuh di masyarakat seperti KSP, kopdit, kopwan, KSU, dll. Dengan anggota yang kebanyakan masyarakat biasa dan berprofesi sebagai pengusaha mikro

seperti penjual sembako, pedagang kaki lima, penjual sayur, dll, maka maraknya minimarket dan perbankan atau lembaga non bank yang nyasar ke pengusaha kecil bahkan merambah sampai ke pedesaan menjadi tantangan sekaligus ancaman dalam bisnis koperasi. Dengan perubahan bisnis yang begitu cepat serta selera dan tuntutan masyarakat yang kian meningkat, sudah seharusnya para pengurus dan pengelola koperasi meningkatkan kemampuannya. Bisnis yang terus berubah tidak bisa dihadapi dengan cara-cara tempo dahulu yang mungkin boleh jadi kurang sesuai dengan kondisi sekarang. Tidak mungkin menyelesaikan sebuah masalah baru dengan cara lama. Kalaupun ada hasilnya, pasti kurang optimal. Untuk itu perlu mengembangkan koperasi selaras dengan zaman, agar semakin kompetitif.

METODE PENELITIAN

Penelitian tentang meningkatkan daya saing koperasi untuk meningkatkan kondisi ketahanan nasional bidang ekonomi ini menggunakan desain penelitian *Survey Analysis*, yang dilakukan secara *Discriptive Qualitative*, dengan lokasi studi di Koperasi Credit Union Mototabian Kotamobagu. Adapun Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi langsung di lapangan, penyebaran kuesioner (untuk data primer), partisipasi dan wawancara mendalam (*depth interview*) dengan responden (pengurus koperasi dan anggota). Sedangkan data sekunder diperoleh dari studi pustaka dan studi literatur yang berkenaan dengan pokok permasalahan yang sedang diteliti yaitu kiat bisnis dalam pengembangan korporasi, khususnya koperasi-koperasi dalam wilayah binaan Credit Union Mototabian sesuai dengan lokasi penelitian yang telah ditetapkan. Sedangkan analisa data hasil penelitian yang diperoleh dari lapangan diolah berdasarkan teknik dan desain kualitatif bahwa peneliti sebagai instrumen juga merupakan analisator

hasil untuk dikembangkan kesimpulan berupa teori koperasi.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Koperasi merupakan salah satu dari tiga pelaku Pelaku ekonomi Indonesia (BUMN/BUMD, koperasi dan BUMS), dan koperasi merupakan satu-satunya pelaku usaha yang eksistensinya diakui dalam undang-undang dasar 1945, yang bahkan diharapkan dapat menjadi soko-guru perekonomian Indonesia. Meskipun tujuan ideal koperasi sebagai soko guru dalam perekonomian Indonesia, namun peran koperasi kalah jauh dibandingkan BUMN/BUMD apalagi dengan BUMS. Bahkan pada tahun 1992 dalam perekonomian global muncul trend ekonomi berbasis konglomerasi. Hal ini berpengaruh kuat dalam perekonomian bangsa dan membuat kehidupan koperasi dan semangatnya semakin tidak begitu populer lagi. Namun krisis moneter yang melanda beberapa negara di kawasan Asia (Korea, Thailand, Indonesia, Malaysia) pada tahun 1997 memberikan pembelajaran yang sangat berharga bagi pengambil kebijakan dan keputusan serta pengaturan regulasi bahwa sesungguhnya pengembangan ekonomi bangsa yang berbasis konglomerasi rentan terhadap badai krisis moneter. Sementara itu, pada saat yang sama kita dapat menyaksikan bahwa ekonomi kerakyatan dan lembaga keuangan mikro (di antaranya adalah koperasi) yang sangat berbeda jauh karakteristiknya dengan ekonomi konglomerasi – mampu menunjukkan daya tahannya terhadap gempuran badai krisis moneter yang melanda Indonesia. Lembaga keuangan mikro terbukti telah dapat menjaga kesinambungan hidupnya dengan mandiri. Melalui keuangan mikro kebangkitan ekonomi rakyat maupun pengurangan kemiskinan, akan dilakukan oleh rakyat sendiri. Masyarakat menemukan jalannya sendiri untuk mengatasi persoalan yang mereka hadapi. Dengan demikian sektor

kelompok usaha kecil menengah (KUKM) dapat menjadi pengganjal untuk tidak terjadinya kebangkrutan perekonomian, bahkan sebaliknya dapat diharapkan sebagai motor penggerak roda perekonomian nasional untuk keluar dari krisis. Tentu saja hal ini merupakan sesuatu yang patut dicermati, pada satu sisi peranan koperasi dalam perekonomian nasional masih jauh tertinggal, namun pada sisi yang lain keberadaan koperasi dan UKM pada masa badai krisis justru memberi peranan yang cukup berarti. Sejarah koperasi sebenarnya bukanlah organisasi usaha yang khas berasal dari Indonesia.

Kegiatan berkoperasi dan organisasi koperasi pada mulanya diperkenalkan di Inggris di sekitar abad pertengahan. Pada waktu itu misi utama berkoperasi adalah untuk menolong kaum buruh dan petani yang menghadapi problem-problem ekonomi dengan menggalang kekuatan mereka sendiri. Kemudian di Perancis yang didorong oleh gerakan kaum buruh yang tertindas oleh kekuatan kapitalis sepanjang abad ke 19 dengan tujuan utamanya membangun suatu ekonomi alternatif dari asosiasi-asosiasi koperasi menggantikan perusahaan-perusahaan milik kapitalis.

Ide koperasi ini kemudian menjalar ke AS dan negara-negara lainnya di dunia. Di Indonesia, koperasi diperkenalkan pada awal abad 20. Sejarah kelahiran dan berkembangnya koperasi di negara maju dan negara berkembang memang sangat diametral. Di Barat koperasi lahir sebagai gerakan untuk melawan ketidak-adilan pasar. Perekonomian pasar yang digerakkan oleh para kapitalis dalam mengejar keuntungan pribadi tidak memberi ruang gerak untuk kaum marjinal. Hal ini disebabkan karena kaum marjinal tidak mempunyai akses pada (kapital) modal yang faktor kunci bagi seorang pelaku ekonomi untuk dapat berperan secara efektif dalam perekonomian pasar. Ketidak-adilan pasar

tersebut direspon oleh kaum marjinal dengan menghimpun kekuatan bersama dalam suatu wadah yang dikenal koperasi.

Di negara maju gerakan koperasi telah mampu menempatkan koperasi sebagai fenomena global yang menjadikan koperasi merupakan alternatif bagi perekonomian pasar. Bahkan, di berbagai negara, pemerintah telah membuat peraturan perundangan untuk mengatur dan melindungi keberadaan koperasi sebagai respon atas tuntutan masyarakat. Sedangkan pada negara berkembang seperti Indonesia, koperasi hadir sebagai institusi yang akan menjadi mitra negara dalam menggerakkan pembangunan untuk mencapai kesejahteraan masyarakat. Pemerintah menempatkan koperasi sebagai instrumen negara untuk memajukan kemakmuran masyarakat. Sehingga tidaklah aneh bila pemerintah mencoba membuat pengembangan koperasi sebagai suatu gerakan massal, tanpa memperhatikan perlunya ikatan sentimental antar anggota dalam pengembangan suatu koperasi seperti yang terjadi di negara Barat. Ada beberapa masalah yang teridentifikasi di banyak koperasi-koperasi di desa-desa, terutama yang terletak di pedalaman jauh dari kota bahkan kadang-kadang permasalahan tersebut masih dijumpai di koperasi-koperasi pinggiran kota dan kota-kota kecil. Masalah-masalah tersebut harus dicarikan solusinya agar koperasi-koperasi tersebut dapat berjalan selaras dengan perkembangan zaman dan kompetitif. Dari hasil survei di beberapa koperasi di desa-desa Kotamobagu teridentifikasi beberapa masalah yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Kurang primanya pelayanan kepada anggota.
2. Masih rendahnya transparansi dan akuntabilitas para pengelola koperasi.
3. Masih rendahnya kesadaran berkoperasi anggotanya.
4. Adanya stagnasi kompetensi pengurus atau pengelola koperasi.

Dari empat rumusan masalah di atas, maka dapat dirumuskan tujuan dari kajian ini yaitu: 1) Menemukan upaya-upaya untuk meningkatkan pelayanan kepada anggota, 2) Menemukan upaya-upaya untuk meningkatkan transparansi dan akuntabilitas para pengelola koperasi. 3) Menemukan upaya-upaya untuk meningkatkan kesadaran berkoperasi anggota. 4) Menemukan upaya-upaya untuk meningkatkan kompetensi pengurus atau pengelola koperasi.

Masalah kurang primanya pelayanan kepada anggota:

Pelayanan kepada anggota dikatakan berjalan secara prima, apabila anggota koperasi sebagai pelanggan mendapat layanan secara cepat dengan kualitas prima saat bertransaksi di koperasi. Guna mencapai tujuan tersebut harus digunakan perangkat IT secara memadai. Penggunaan perangkat IT atau teknologi informasi, seperti *software*, *hardware* hingga pemasangan *website* dan *e-mail* dapat mempermudah anggota berhubungan dengan koperasinya. Penggunaan IT ini akan berdampak pada efisiensi dan efektifitas kerja serta mencegah penyalahgunaan dana koperasi. Dengan semakin membaiknya kualitas layanan kepada anggota, maka dapat diprediksi bahwa loyalitas anggota untuk bertransaksi di koperasinya semakin meningkat. Dengan kata lain, partisipasi ekonomi anggota akan terus meningkat dan omset bisnis koperasi akan semakin meningkat. Apabila kondisi di atas terwujud, berarti pelayanan kepada anggota kompetitif terhadap pelaku-pelaku usaha yang lain. Keberhasilan ini pada ujungnya akan meningkatkan kondisi ekonomi anggota koperasi pada khususnya, serta masyarakat pada umumnya. Kondisi di atas akan menciptakan kondisi ketahanan nasional bidang ekonomi yang semakin meningkat.

Masalah masih rendahnya transparansi dan akuntabilitas pengelola koperasi:

Transparansi dan akuntabilitas pengurus/pengelola koperasi dapat ditingkatkan apabila para pengurus/pengelola koperasi mempunyai keyakinan bahwa para anggota koperasi adalah pemilik sejati dari koperasi tersebut. Dengan demikian para pengurus/pengelola koperasi memiliki pandangan bahwa transparansi dan akuntabilitas merupakan kewajiban yang harus diutamakan bukan sekedar formalitas untuk meningkatkan kepercayaan anggota kepada pengelola koperasi. Apabila anggota sebagai pemilik badan usaha koperasi ingin mengetahui kondisi serta kinerja koperasi, maka pengurus koperasi akan memenuhi keinginan tersebut dengan sukarela atau tulus ikhlas, tanpa anggota harus bersabar menunggu keinginannya terpenuhi sampai dilaksanakannya R.A.T yang terjadi setahun sekali. Salah satu contoh upaya untuk memperluas ruang transparansi dan akuntabilitas adalah pengelola koperasi memajang laporan transparansi koperasi bulanan di lokasi yang mudah dilihat oleh anggota atau di tempat pelayanan anggota. Apabila kondisi transparansi dan akuntabilitas para pengelola koperasi terwujud, berarti kinerja koperasi kompetitif terhadap kinerja badan usaha lain, yang selanjutnya dapat memajukan/meningkatkan koperasi. Pada akhirnya keadaan ini akan meningkatkan kondisi ekonomi anggota maupun masyarakat pada umumnya, sebagai akibat dari meningkatnya tingkat kepercayaan anggota, yang berupa peningkatan transaksi, serta SHU (Sisa Hasil Usaha). Kondisi di atas akan menciptakan kondisi ketahanan nasional bidang ekonomi yang semakin meningkat.

Masalah rendahnya kesadaran berkoperasi anggota:

Masih rendahnya kesadaran berkoperasi anggota dapat ditingkatkan melalui pendidikan, pelatihan maupun penataran anggota yang dilakukan secara rutin terhadap anggota lama maupun anggota baru melalui pelatihan yang terus menerus dan berkesinambungan. Diharapkan dengan diklat tersebut “*mind-set*” anggota akan berubah, yang sebelumnya merasa tidak ikut memiliki koperasi, menjadi ikut memiliki koperasi, sehingga “*sense of belonging*” anggota terhadap koperasi meningkat. Jika rasa memiliki koperasi meningkat, maka anggota akan merasa punya tanggung jawab atas kemajuan koperasinya. Dengan demikian, anggota akan enggan bertransaksi dengan lembaga lain karena ia punya tanggung jawab memajukan bisnis koperasinya, salah satunya dengan berpartisipasi aktif di koperasi.

Dengan adanya kesadaran anggota yang meningkat, maka kontrol anggota ke koperasi akan semakin tinggi. Sehingga, pengurus atau pengelola akan sulit melakukan penyimpangan keuangan. Selain itu, dampak dari pendidikan dan pelatihan adalah anggota akan kritis terhadap berbagai kebijakan pengurus yang kurang menguntungkan bagi koperasinya. Karena itu, pengurus akan berpikir seribu kali jika mengeluarkan kebijakan atau tindakan yang menyimpang. Apabila kondisi kesadaran berkoperasi para anggota terwujud, maka dapat diprediksi bahwa omset koperasi akan meningkat tajam, dan pada giliran selanjutnya akan meningkatkan keuntungan usaha koperasi, dan pada ujungnya akan meningkatkan kondisi ekonomi anggota koperasi khususnya, dan masyarakat pada umumnya. Atau dengan kata lain, kondisi di atas akan menciptakan kondisi ketahanan nasional bidang ekonomi yang semakin meningkat.

Masalah adanya stagnasi kompetensi pengurus atau pengelola koperasi:

Stagnasi kompetensi pengurus akan berpengaruh besar pada pengelola atau karyawan koperasi dan anggota koperasi. Akibatnya, organisasi dan bisnis koperasi seperti jalan di tempat, tidak ada perkembangan, sehingga menimbulkan kejenuhan dan frustrasi di lingkungan kerja koperasi. Tidak hanya merugikan koperasinya, pengurus dan pengelola yang kompetensinya tidak meningkat juga merugikan dirinya sendiri. Untuk itu, harus ada peningkatan kompetensi, baik di tubuh pengurus maupun pengelola koperasi agar anggota tidak lari.

Salah satu cara meng-*up grade* kompetensi adalah melalui pendidikan dan pelatihan yang dilakukan secara *continue* dan sesuai dengan bidang yang ditangani. Selain diklat yang difasilitasi oleh koperasi sendiri, pengurus dan pengelola bisa diikutsertakan pada lembaga training lain, seminar, dan studi banding ke koperasi lain. Itu saja belum cukup. Pengurus dan pengelola secara mandiri juga harus berusaha menambah pengetahuan tentang bisnis dan manajemen koperasi melalui buku, majalah, internet dll, secara otodidak. Selain itu pengurus harus tahu dan menjiwai visi dan misi koperasi yang diemban, bisa menjalankan fungsi dan tugas kepengurusan dengan baik dan amanah. Pengurus juga harus bisa menyusun perencanaan strategis jangka pendek, menengah dan jangka panjang. Pengelola harus bisa bekerja dengan baik untuk mewujudkan visi dan misi koperasi baik di level *manager* hingga *cleaning service*.

Jika seluruh SDM koperasi ditingkatkan kompetensinya, maka akan memberikan nilai tambah secara personal dan kinerja koperasi, dan pada akhirnya meningkatkan kepercayaan kepada anggota dan mitra koperasi. Pada ujungnya akan terbentuk koperasi yang kompetitif, kuat di bidang manajemen dan ekonomi, dan dampaknya akan meningkatkan kondisi ekonomi anggota khususnya, dan masyarakat pada

umumnya. Dengan kata lain, apabila kondisi di atas tercipta maka kondisi ketahanan nasional bidang ekonomi semakin meningkat.

PENUTUP

Kesimpulan

Dari pembahasan di atas, ditemukan beberapa masalah yang melilit gerak perkoperasian di Indonesia, dari beberapa masalah yang teridentifikasi, dicoba menawarkan beberapa solusi yang mungkin untuk diimplementasikan agar koperasi Indonesia tidak jalan di tempat, dan dapat berjalan selaras dengan kemajuan zaman dan kompetitif seperti koperasi-koperasi di Finlandia.

Adapun kesimpulan-kesimpulan yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Masih banyak dijumpai koperasi-koperasi yang menghadapi masalah. Akibatnya banyak koperasi yang tidak kompetitif dan tidak dapat berkembang selaras dengan kemajuan zaman.
2. Masalah-masalah yang pada umumnya dihadapi koperasi adalah masalah kurang primanya pelayanan kepada anggota koperasi, masalah masih rendahnya transparansi dan akuntabilitas pengelola koperasi, masalah rendahnya kesadaran berkoperasi anggota, dan masalah adanya stagnasi kompetensi pengurus atau pengelola koperasi.
3. Beberapa solusi ditawarkan guna memecahkan masalah-masalah yang ada. Pemecahan masalah yang ditawarkan disesuaikan dengan masalah yang ada.
4. Dengan berhasilnya pelaksanaan pemecahan masalah, diharapkan akan terbentuk koperasi yang selaras dengan zaman, kompetitif serta dapat mengantarkan anggota ke kondisi yang sejahtera secara bersama-sama sesuai dengan tujuan koperasi pada umumnya dan tujuan nasional yang tercantum dalam

konstitusi Indonesia. Dengan kata lain, peningkatan daya saing koperasi akan mewujudkan kondisi ketahanan nasional bidang ekonomi yang semakin meningkat.

Saran

1. Memberikan tambahan informasi dan menimbulkan inisiatif untuk melakukan penelitian pada masa akan datang yang menjadi salah satu sumber dalam pengembangan Ilmu Manajemen Koperasi.
2. Difokuskan pada bidang program koperasi yang menyesuaikan perkembangan kebutuhan manusia.
3. Sistem pelayanan yang menggunakan teknologi informasi agar jangkauan pelayanan lebih luas, cepat dan data-data anggota koperasi lebih akurat dan terpercaya.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Hatta, Moh, *Membangun Koperasi dan Koperasi Membangun Kumpulan Pidato*, Jakarta: Inti Idayu, 1987.

[2] Soejono, Ibnoe, "*Membangun Koperasi Mandiri dalam Koridor Jati Diri*", Jakarta: LSP21-ISC, 2007.

[3] Sunardi, "*Teori Ketahanan Nasional*", Jakarta: HASTANAS, 1997. Teks UUD 1945 yang telah diamandemen.

[4] Undang-undang No.25. tahun 2004 Tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional, // <http://www.bappenas.go.id>

PENGARUH INSENTIF TERHADAP PENINGKATAN KINERJA KARYAWAN SURVEYOR PADA PT. AGRO MAKMUR RAYA BITUNG

THE INFLUENCE OF INCENTIVES ON PERFORMANCE IMPROVEMENT OF SURVEYOR EMPLOYEES AT PT. AGRO MAKMUR RAYA BITUNG

Oleh:

Gratia Nova Lengkong

Program Studi Agribisnis, Fakultas Sains dan Teknologi
Universitas Prisma Manado

E-mail:

gratia.lengkong@yahoo.com

Abstrak: Sumber daya manusia tidak bisa dilepaskan dari sebuah organisasi perusahaan. Secara umum banyak perusahaan yang hanya memikirkan bagaimana cara memajukan perusahaan namun kurang memberikan perhatian terhadap karyawan. Insentif adalah sebagai sarana motivasi yang mendorong para karyawan untuk bekerja dengan kemampuan yang optimal, yang dimaksudkan pendapatan ekstra di luar gaji atau upah yang telah ditentukan. Tujuan untuk mengetahui pengaruh insentif terhadap peningkatan kinerja karyawan surveyor pada PT. Agro Makmur Raya Bitung. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 50 karyawan surveyor, dengan menggunakan teknik non probability sampling dan formula Slovin, sampel penelitian adalah 36 responden. Analisis data berupa uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi sederhana, uji t dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemberian insentif berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan surveyor. Dimana pemberian insentif berpengaruh sebesar 1,365, yang berarti bahwa setiap kenaikan insentif sebesar satu-satuan akan meningkatkan kinerja sebesar 1,365.

Kata kunci: Insentif, Kinerja, Karyawan Surveyor

Abstract: Human resources are inseparable from a corporate organization. Generally, many companies only think of advancing the company but paying less attention to employees. Incentives are means of motivation that encourage employees to work with optimal capabilities, which is meant as extra income excluding the specified salary or wages. The purpose of this study was to determine the effect of incentives on enhancing the performance of surveyor employees at *PT. Agro Makmur Raya Bitung*. The population of this study amounted to 50 surveyor employees, using non-probability sampling technique and Slovin formula, with 36 respondents as the research sample. Data analysis was done in the form of validity test, reliability test, simple regression analysis, t-test and coefficient of determination. The results show that the provision of incentives has a positive effect on the performance of surveyor employees, where the giving of incentives has an effect of 1.365, which means that each bonus increase of one unit will improve the performance of 1.365.

Keywords: *Incentives, Performance, Surveyor Employees*

PENDAHULUAN

Latar belakang

Sumber daya manusia tidak bisa dilepaskan dari sebuah organisasi perusahaan, karena sumber daya manusia mempunyai peranan yang dapat mengarahkan, mengelola dan melaksanakan segala aktifitas perusahaan, tanpa adanya sumber daya manusia dalam suatu organisasi perusahaan, berarti tidak ada pula kegiatan tersebut. Oleh sebab itu diperlukan cara dan upaya untuk mendorong atau merangsang setiap tenaga kerja agar bekerja secara optimal dengan cara penilaian pemberian balas jasa setiap individu sesuai bidang tugas sehingga terwujud tujuan organisasi dan kepuasan kerja karyawan. Insentif adalah sebagai sarana motivasi yang mendorong para karyawan untuk bekerja dengan kemampuan yang optimal, yang dimaksudkan pendapatan ekstra di luar gaji atau upah yang telah ditentukan. Dalam kamus besar bahasa indonesia insentif merupakan tambahan penghasilan (uang, barang dan sebagainya) yang diberikan untuk meningkatkan gairah kerja. Pemberian insentif nantinya akan memacu para tenaga kerja dalam meningkatkan produktifitasnya

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh bonus terhadap peningkatan kinerja karyawan surveyor pada PT. Agro Makmur Raya Cabang Bitung.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Kinerja

Kinerja merupakan catatan *outcome* yang dihasilkan dari fungsi pegawai tertentu atau kegiatan yang dilakukan selama periode waktu tertentu. Sedangkan kinerja suatu jabatan secara keseluruhan sama dengan jumlah (rata-rata) dari kinerja fungsi pegawai atau kegiatan yang dilakukan. Pengertian kinerja disini tidak bermaksud menilai karakteristik individu tetapi mengacu pada serangkaian hasil yang di peroleh selama periode waktu tertentu (Sulistiyani dan Rosidah 2003:224).

Jadi menurut pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa kinerja mempunyai hubungan erat dengan masalah produktivitas karena merupakan indikator dalam penentuan bagaimana usaha untuk mencapai tingkat produktivitas yang tinggi dalam suatu perusahaan.

Pengertian Insentif

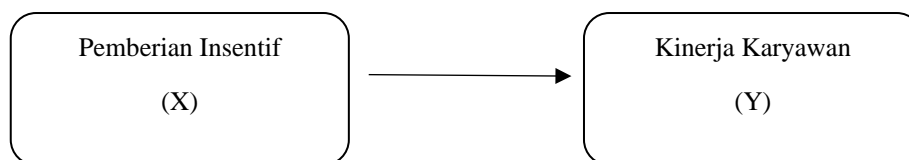
Insentif merupakan elemen atau balas jasa yang diberikan secara tidak tetap atau bersifat variabel tergantung pada kondisi pencapaian prestasi kerja karyawan (Jiwo Wangso dan Kartanto Broto Harsono 2003:101).

Oleh sebab itu pemberian insentif kepada karyawan akan berdampak terhadap semangat dalam mencapai prestasi yang baik dan memberikan kinerja yang besar bagi perusahaan.

Sistem Pemberian Insentif

Salah satu alasan pentingnya pembayaran insentif karena adanya ketidaksesuaian tingkat kompensasi yang dibayarkan kepada eksekutif dengan pekerja lain. Program insentif adalah salah satu cara untuk memungkinkan seluruh pekerja merasakan bersama kemakmuran perusahaan (Rivai 2004:387).

Model Penelitian



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Sumber: Kajian Teori, 2021

Dalam penelitian ini responden dipilih secara sengaja (*purposive sampling*). Metode ini dilakukan dengan mengambil orang-orang yang terpilih betul oleh peneliti menurut ciri-ciri khusus yang dimiliki oleh sampel itu, Jogiyanto (2004 : 79). Setiap responden mempunyai kesempatan yang sama untuk mengisi kuesioner.

Dalam penelitian ini sampel ditetapkan sebanyak 38 responden berdasarkan hasil rumus Slovin, dimana jumlah tersebut dianggap telah mewakili seluruh populasi.

Pengukuran Variabel

Dalam melaksanakan penelitian pengukuran variabel menggunakan skala likert yaitu yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala likert berhubungan dengan pernyataan tentang sikap seseorang terhadap sesuatu, misalnya setuju tidak setuju, senang tidak senang (Sugiyono, 2004 : 86).

METODE PENELITIAN

Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas

Uji Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen (Suharsimi, 2006). Untuk mengukur validitas digunakan rumus *Korelasi Product Moment* yang dikemukakan oleh Pearson (dalam Suharsimi, 2006) sebagai berikut:

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

Di mana:

- r_{xy} : Koefisien korelasi
- X : Skor butir
- Y : Skor total yang diperoleh
- N : Jumlah responden

Dalam rumus *Korelasi Product Moment* dari Pearson, suatu indikator dikatakan valid apabila $N = 30$ dan $\alpha = 0,05$ maka r tabel = 0,361 dengan ketentuan: Hasil $> 0,361$ = valid ; Hasil $< 0,361$ = tidak valid. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program *Excel* dimana tiap item (variabel) bisa dilihat pada tabel korelasi.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik (Suharsimi, 2006). Dalam penelitian ini teknik yang digunakan untuk mengetahui reliabilitas instrumen adalah rumus *Alpha Cronbach* (Suharsimi, 2006):

$$r_{11} = \left[\frac{K}{K - 1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Di mana:

- r_{11} : Reliabilitas instrumen
- k : Banyaknya butir pertanyaan
- $\sum \sigma_b^2$: Jumlah varians butir
- σ_t^2 : Varians total

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2009). Menurut Nunnally (dalam Ghozali, 2009) Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$.

Hasil Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana bertujuan untuk melihat ada tidaknya pengaruh yang signifikan. Model analisis regresi sederhana digunakan untuk melihat pengaruh pemberian bonus terhadap produktivitas kinerja karyawan menurut Walpole (1992) dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + bx$$

Dimana :

- Y : Kinerja Karyawan
- a : Konstanta
- X : Pemberian Bonus
- b : Koefisien regresi

Untuk mengetahui besarnya pengaruh antara pemberian bonus terhadap kinerja karyawan digunakan rumus koefisien korelasi (r) yang dikutip dalam *walpole (1992)* sebagai berikut:

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

Dimana:

- r = Koefisien korelasi
- x = pemberian bonus
- y = Kinerja Karyawan
- n = Jumlah responden

Apabila nilai koefisien korelasi sudah diketahui, maka untuk mendapatkan koefisien determinasi dapat diperoleh dengan mengkuadratkannya. Fungsi dari koefisien determinasi adalah melihat kemampuan variabel X mempengaruhi variabel Y. Semakin besar koefisien determinasi menunjukkan semakin baik kemampuan X mempengaruhi Y.

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

Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial (uji t) digunakan untuk menguji apakah variabel independen yaitu motivasi kerja mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan(Y) secara parsial. Kaidah pengambilan keputusan dalam uji t dengan menggunakan *program Excel* dengan tingkat signifikansi yang ditetapkan 5% adalah:

- 1). Jika nilai signifikansi > 0,05, maka Ho diterima dan Ha ditolak, atau variabel bebas tidak dapat menjelaskan variabel terikat atau tidak ada pengaruh antara variabel yang diuji.
- 2) Jika nilai signifikansi < 0,05, maka Ho ditolak dan Ha diterima, atau variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikat atau ada pengaruh antara variabel yang diuji.

Koefisien Determinasi (r²)

Koefisien determinasi merupakan ukuran yang dapat dipergunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Bila koefisien determinasi = 0, berarti variabel bebas tidak mempunyai pengaruh sama sekali (= 0%) terhadap variabel tidak bebas. Sebaliknya, jika koefisien determinasi = 1, berarti variabel terikat 100% dipengaruhi oleh variabel bebas. Karena itu letaknya berada dalam selang (interval) antara 0 dan 1. Besarnya koefisien determinasi secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat dapat diketahui dari skor atau kuadrat *partial correlation* dari tabel *coefficient*.

Koefisien determinasi secara simultan diperoleh dari besarnya atau *adjusted R square*. Nilai *adjusted R square* yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat amat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat (Ghozali, 2009).

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Hasil Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian dijelaskan sebagai suatu uji derajat ketepatan alat ukur penelitian tentang isi atau arti sebenarnya yang diukur (Umar, 2005). Uji validitas kuesioner bertujuan untuk mengetahui apakah pernyataan dalam kuesioner memenuhi syarat, sah atau tidak untuk dijadikan instrumen dalam penelitian.

Pada penelitian ini, kuesioner disebarkan kepada 50 responden. Jumlah responden yang diuji untuk menentukan validitas sebanyak 36 responden. Teknik yang dipakai untuk menguji validitas kuesioner adalah teknik korelasi *Pearson Product Moment*, yaitu mengkorelasikan antara skor setiap butir pertanyaan dengan skor total. Setiap butir pertanyaan dikatakan valid jika nilai *r hitung* > *r tabel*. Hasil perhitungan validitas dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) menunjukkan bahwa semua pertanyaan didalam variabel sistem pemberian bonus dan kinerja karyawan dinyatakan sah/valid, artinya pertanyaan tersebut memenuhi syarat sah untuk diolah lebih lanjut (*r hitung* > *r tabel*, dimana r tabel = 0,361, untuk n=30 pada selang kepercayaan 95 persen).

No.	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	0,584	0,361	Valid
2.	0,699	0,361	Valid
3.	0,529	0,361	Valid
4.	0,636	0,361	Valid

5.	0,580	0,361	Valid
6.	0,544	0,361	Valid
7.	0,637	0,361	Valid
8.	0,516	0,361	Valid
9.	0,830	0,361	Valid
10.	0,795	0,361	Valid
11.	0,709	0,361	Valid
12.	0,736	0,361	Valid
13.	0,786	0,361	Valid
14.	0,428	0,361	Valid
15.	0,496	0,361	Valid
16.	0,448	0,361	Valid
17.	0,405	0,361	Valid
18.	0,364	0,361	Valid
19.	0,695	0,361	Valid
20.	0,548	0,361	Valid
21.	0,468	0,361	Valid
22.	0,576	0,361	Valid
23.	0,713	0,361	Valid
24.	0,844	0,361	Valid
25.	0,746	0,361	Valid
26.	0,687	0,361	Valid
27.	0,719	0,361	Valid
28.	0,731	0,361	Valid
29.	0,649	0,361	Valid
30.	0,377	0,361	Valid
31.	0,368	0,361	Valid
32.	0,383	0,361	Valid
33.	0,464	0,361	Valid
34.	0,416	0,361	Valid
35.	0,424	0,361	Valid
36.	0,455	0,361	Valid

Tabel 1.
Validitas
Pemberian
Bonus

Tabel 2.
Validitas
Kinerja
Karyawan

No.	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	0,674	0,361	Valid
2.	0,824	0,361	Valid
3.	0,696	0,361	Valid
4.	0,897	0,361	Valid
5.	0,866	0,361	Valid
6.	0,826	0,361	Valid
7.	0,673	0,361	Valid
8.	0,798	0,361	Valid
9.	0,761	0,361	Valid
10.	0,887	0,361	Valid
11.	0,682	0,361	Valid
12.	0,792	0,361	Valid
13.	0,796	0,361	Valid
14.	0,799	0,361	Valid
15.	0,782	0,361	Valid
16.	0,857	0,361	Valid
17.	0,825	0,361	Valid
18.	0,815	0,361	Valid
19.	0,885	0,361	Valid
20.	0,758	0,361	Valid
21.	0,832	0,361	Valid
22.	0,819	0,361	Valid
23.	0,829	0,361	Valid
24.	0,860	0,361	Valid
25.	0,742	0,361	Valid

26.	0,729	0,361	Valid
27.	0,783	0,361	Valid
28.	0,685	0,361	Valid
29.	0,870	0,361	Valid
30.	0,703	0,361	Valid
31.	0,835	0,361	Valid
32.	0,771	0,361	Valid
33.	0,777	0,361	Valid
34.	0,825	0,361	Valid
35.	0,722	0,361	Valid
36.	0,725	0,361	Valid

2. Hasil Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk, dimana butir pertanyaan dikatakan reliable atau andal apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten (Sunyoto, 2009). Pengujian reliabilitas menggunakan teknik *Cronbach's Alpha* dengan bantuan program SPSS.

Model	Reliability Statistics		
	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Item	N of Items
X	.946	.945	36
Y	.982	.983	36

Berdasarkan hasil perhitungan didapatkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,946 untuk variabel bonus (X), sedangkan untuk variabel kinerja karyawan (Y) didapatkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,982. Hal ini menunjukkan bahwa instrument dalam penelitian ini memiliki syarat keandalan. Reliabilitas seluruh pertanyaan dikatakan baik jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 (Nugraha, 2011).

Analisis Persepsi Karyawan Terhadap Sistem Kompensasi Finansial dan Kinerja Karyawan

Tingkat pelaksanaan sistem pemberian insentif dan kinerja karyawan direpresentasikan oleh seluruh surveyor PT. Agro Bitung yang diperoleh dengan perhitungan nilai skor rata-rata atau rata-rata tertimbang terlebih dahulu., atau lebih dikenal dengan analisis deskriptif. Menurut Umar (2005), dari hasil rata-rata tertimbang kemudian ditentukan rentang setiap skala tiap komponen dengan menggunakan rumus, yaitu: $RS = (4-1)/4=0,75$

Nilai rentang skala menunjukkan tingkat pelaksanaan sistem kompensasi finansial dan kinerja karyawan adalah 0,75. Nilai skor rata-rata diperoleh dari hasil perkalian antara bobot nilai jawaban berdasarkan skala dengan jumlah responden, kemudian dibagi dengan jumlah responden.

Berdasarkan nilai skor rata-rata tersebut, maka didapatkan keterangan untuk tingkatan pelaksanaan kompensasi finansial dan kinerja karyawan, seperti pada Tabel berikut.

Tabel 3. Posisi keputusan penilaian

Skor Rataan	Kategori
1,00 – 1,75	Sangat buruk
1,76 – 2,5	Buruk
2,51 – 3,25	Baik
3,26 – 4,00	Sangat baik

Penilaian karyawan mengenai pernyataan-pernyataan yang menyangkut sistem bonus dan kinerja karyawan dilakukan dengan menggunakan skor rata-rata. Skor rata-rata tersebut yang digunakan untuk menyimpulkan tingkat persepsi tingkat pelaksanaan sistem bonus dan kinerja karyawan Surveyor PT. Agro Bitung.

Persepsi Karyawan Terhadap Sistem Insentif

Dalam menghadapi persaingan dan meningkatkan penjualan dengan cara pendistribusian produk, PT. Agro Bitung membutuhkan tenaga kerja atau sumberdaya manusia yang menjadi pelaku aktif dan dominan dalam memanfaatkan sumberdaya lainnya yang dimiliki oleh perusahaan. Sebagai pelaku aktif dan dominan, sumberdaya manusia memerlukan pemberian kompensasi atas balas jasa dari pekerjaan mereka yang hendaknya berdasarkan prinsip adil dan wajar. Kompensasi merupakan segala

sesuatu yang diterima oleh karyawan sebagai balas jasa atas upaya yang telah diberikan kepada perusahaan. Penilaian karyawan terhadap sistem pemberian insentif ditunjukkan oleh Tabel 4.

Tabel 4. Persepsi karyawan terhadap sistem kompensasi finansial

Kompensasi Finansial	Skor Rataan	Keterangan
Gaji	3,076	Baik
Bonus	3,311	Sangat Baik
Insentif	3,179	Baik
Tunjangan Hari Raya	3,151	Baik
Asuransi	3,143	Baik
Fasilitas Kantor	3,023	Baik
Rata-rata	3,147	Baik

Berdasarkan Tabel 4 diketahui bahwa pelaksanaan sistem kompensasi finansial berupa gaji yang diterima karyawan berada dalam kondisi baik. Hal ini menunjukkan bahwa pelaksanaan sistem kompensasi finansial berupa gaji dirasakan baik oleh seluruh karyawan Surveyor, dimana gaji terdiri dari gaji pokok (UMP Prov.Sulawesi Utara), tunjangan jabatan, tunjangan masa kerja, IHA (Imbalan Hadir) yang terdiri uang transport dan uang makan serta uang lembur. Gaji pokok sudah disesuaikan dengan tingkat pendidikan. Gaji diberikan kepada karyawan setiap akhir bulan. Total gaji juga terdiri dari uang lembur setiap bulannya..

Persepsi Karyawan Terhadap Kinerja

Kinerja adalah hasil kerja yang dicapai seseorang atau kelompok orang dalam suatu organisasi/perusahaan sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam rangka mencapai tujuan organisasi secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral dan etika. Ukuran kinerja dapat diperoleh dengan mengadakan penilaian kinerja. Tujuan utama sistem penilaian kinerja adalah untuk menghasilkan informasi yang akurat dan sah tentang perilaku dan kinerja anggota organisasi.

Kondisi kinerja seluruh karyawan surveyor dapat diketahui berdasarkan penilaian karyawan terhadap pernyataan-pernyataan mengenai kinerja karyawan. Penilaian karyawan terhadap kinerja mereka dapat dilihat dalam Tabel 5.

Tabel 5. Persepsi karyawan terhadap kondisi kinerja Karyawan

Kinerja	Skor Rataan	Keterangan
Kuantitas Kerja	3,278	Sangat Baik
Kualitas Kerja	3,342	Sangat Baik
Jangka Waktu	3,316	Sangat Baik
Absensi	3,309	Sangat Baik
Kerjasama	3,357	Sangat Baik
Rata-rata	3,320	Sangat Baik

Berdasarkan Tabel 5 diketahui kuantitas kerja karyawan surveyor berada pada kondisi sangat baik. Kuantitas kerja sangat baik dapat diartikan bahwa seluruh karyawan sangat mampu mencapai bahkan melebihi target dalam menyelesaikan pekerjaannya, yaitu mencapai target pendistribusian produk. Indikator lain dalam kuantitas kerja yang dianggap sangat baik yaitu bahwa seluruh karyawan sangat mampu untuk tidak sering melakukan kesalahan, berusaha hemat dan telaten dalam bekerja dihitung dari segi rupiah, material maupun jam kerja, serta mereka merasa mampu membuat rencana kerja yang matang dan berusaha menciptakan sistem kerja yang efektif dan efisien.

Kemampuan kerjasama bagi seluruh karyawan surveyor juga berada pada tingkatan sangat tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh karyawan merasa sangat mampu untuk bekerja dalam tim dalam rangka pencapaian target.

Analisis Pengaruh Insentif Terhadap Kinerja Karyawan

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Besarnya pengaruh insentif terhadap kinerja karyawan dapat diukur dengan analisis regresi linear berganda

model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		sig	Collinearity Statistic	
	B	Std.Error	Beta	t		Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.352	10.712	.126	.900			
VAR00001	1.365	.568	.251	2.403	.022	.461	2.167

model	R	R Square	Adjusted R Square	Std.Error of the Estimate
1	.919 ^a	8.44	.813	8.23814

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	11355.386	6	1892.564	27.886	.000 ^a
Residual	2103.877	31	67.867	8.23814	
Total	13459.263	37			

Dari regresi diatas dapat dilihat bahwa Koefisien Regresi Pemberian Bonus terhadap karyawan surveyor adalah sebesar 1.365 dengan probability sebesar 0.022

Berdasarkan model hasil perhitungan diatas diperoleh persamaan regresi :

$$Y = 1,352 + 1,365X1 \dots\dots\dots(6)$$

Dimana:

Y = Kinerja Karyawan

X1 = Insentif

Pada persamaan regresi tersebut terlihat bahwa koefisien kompensasi finansial berupa bonus sebesar 1,365 berarti bahwa setiap kenaikan bonus sebesar satu-satuan akan meningkatkan kinerja sebesar 1,365. Perhitungan regresi linear berganda menghasilkan nilai *Adjusted R square* sebesar 0,813 atau 81,3% yang berarti bahwa 81,3% variabel terikat yaitu kinerja karyawan dapat dijelaskan oleh variabel bebas dari sistem pemberian bonus dan sisanya 18,7% dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan.

Nilai Fhitung dapat digunakan untuk mengetahui pengaruh bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji F atau ANOVA terbaca nilai F hitung sebesar 27,886 dengan tingkat signifikansi 0,000. Probabilitas (0,000) jauh lebih kecil dari 0,05 (taraf signifikan atau $\alpha=5\%$) dan F hitung > F tabel, maka model regresi tersebut dianggap signifikan dan bisa dipakai untuk memprediksi kinerja karyawan. Hal ini menunjukkan bahwa pemberian insentif pada karyawan surveyor mempengaruhi kinerja karyawan.

PENUTUP

Kesimpulan

Koefisien kompensasi finansial berupa insentif sebesar 1,365 berarti bahwa setiap kenaikan insentif sebesar satu-satuan akan meningkatkan kinerja sebesar 1,365. Jika segala sesuatu yang berada pada variabel-variabel independen dianggap konstan, maka nilai koefisien kinerja karyawan adalah sebesar 1, 352. Perhitungan regresi linear berganda menghasilkan nilai *Adjusted R square* sebesar 0,813 atau 81,3% yang berarti bahwa 81,3% variabel terikat yaitu kinerja karyawan dapat dijelaskan oleh variabel bebas dari sistem pemberian bonus dan sisanya 18,7% dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan.

Saran

Saran bagi perusahaan agar dapat mempertahankan pemberian insentif bagi setiap karyawan, khususnya karyawan surveyor dan seluruh karyawan pada umumnya sehingga dapat meningkatkan kinerja karyawan yang juga dapat meningkatkan pendapatan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Sharsimi, (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta PT. Rineka Cipta.
- Ghozali, Imam (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan penerbit Undip
- Gorda, I Gusti Ngurah. (2006). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Cetakan Ketiga. Denpasar : Astabrata Bali.
- Hair, J.F., Anderson, RE., Tatham, R.L, Black, W.C. (1995). *Multivariate Data Analysis*(fourth ed.). New Jersey : Prentice-Hall.
- Hasibuan, SP, M. (2007). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi. Cetakan Kesepuluh. Jakarta: Bumi Aksara.
- Istijanto. (2006). *Riset Sumber Daya Manusia*. edisi kedua. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka.
- Koncoro, Mudrajad. (2001). *Metode Kuantitatif. Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi* (Cetakan 1). Yogyakarta: AMP YKPN.
- Kyoon Yoo, Dong. (2007). *Perceived Service Quality: Analyzing Relationship Among Employees, Customer, and Financial Performance*. Jeong Ah Park *The International Journal of Quality & Reliability Manajemen*.
- Lee, Andy H. (2006). *Measuring Job Satisfaction in Residential Aged Care*.
- Ranupandojo, H, Suad Husnan. (2000). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: BPFE-UGM.
- Sarwoto, (2000). *Dasar-Dasar Organisasi dan Manajemen*, Jakarta; Ghalia Indonesia.Sedarmayanti. 2001. *Sumber Daya Manusia*. Penerbit Bumi Aksara. Jakarta.
- Siagian, Sondang P. (2006). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. (1989). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta:LP3ES.
- Sugiono, (2010). *Metode Penelitian Untuk Bisnis Bandung*: CV Alfabeta
- Sulistiyani, Ambar Teguh dan Rosidah, (2003), *Manajemen Sumber Daya Manusia, Konsep, Teori dan Pengembangan dalam Konteks Organisasi Publik*, Edisi pertama, cetakan pertama, Penerbit : Graha Ilmu Yogyakarta.
- Thoha, Miftah. (1993). *Perilaku Organisasi: Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Gieter et el *Dimensionality Of The Pay Satisfaction Questionnaire : A Validation Study In Belgium*. Psychological Report. Belgium : Vrije Universiteit Brussel.
- Winardi, (2001). *Motivasi dan perotivasi*, Jakarta; Raja Grafindo Persada.

