

p-ISSN: 2654-7325
e-ISSN: 2656-7695

OBIS

Jurnal Ekonomi dan Bisnis

Volume 3, No. 1, Maret 2021



Diterbitkan oleh
Unit Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat
Politeknik Tonggak Equator

PENANGGUNG JAWAB

Sugianto, S.E., M.M.
Pembantu Direktur Bidang Akademik
(Politeknik Tonggak Equator)

CHIEF EDITOR

Fera Maulina, S.E.T., M.M.
(Politeknik Tonggak Equator)

EDITORIAL TEAM

Vivi, S.E., M.M.
(Politeknik Tonggak Equator)

SECTION EDITOR

Welly Deglas, S.T.P., M.Si.
(Politeknik Tonggak Equator)

Wandry Junaryo, S.Kom.
(Politeknik Tonggak Equator)

REVIEWER

Latifah, S.E., M.M.
(Universitas Bina Sarana Informatika)

Nuraisyah, S.E., M.M.
(Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pontianak)

ALAMAT

Jalan Fatimah No. 1-2, Pontianak,
Kalimantan Barat – 78111
Website : www.polteq.ac.id
e-mail : uppm.polteq@gmail.com
CP. (0561) 767 884

Jurnal OBIS, Jurnal Ekonomi dan Bisnis merupakan publikasi hasil-hasil penelitian dan informasi dalam bidang ilmu ekonomi dan bisnis yang diterbitkan oleh Unit Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat Politeknik Tonggak Equator secara berkala, dua kali dalam setahun, yaitu bulan Maret dan September.

Tulisan-tulisan yang dimuat telah melalui proses penyuntingan seperlunya oleh penerbit dengan tanpa mengubah substansi sesuai naskah aslinya. Tulisan dalam setiap penerbitan merupakan tanggung jawab pribadi penulisnya, dan bukan mencerminkan pendapat penerbit. Naskah yang dikirim pada redaksi harus merupakan naskah asli dan tidak sedang dipertimbangkan untuk diterbitkan oleh penerbit yang lain.

Jurnal OBIS, Jurnal Ekonomi dan Bisnis mengucapkan terima kasih atas artikel yang sudah dikirimkan

Daftar Isi

Dewan Redaksi	ii
Daftar Isi	iii
Penilaian Kinerja Keuangan Dalam Perspektif Investor (Studi Kasus PT. Alfaria Trijaya, Tbk Tahun 2016-2019)	1-7
Yuniarti	
Persepsi Konsumen Terhadap Sayuran Hidroponik Di Kabupaten Sambas	8-12
Uray Dian Novita, Wilis Widi Wilujeng	
Analisis Persepsi Mahasiswa Terhadap Kemampuan Dosen Dalam Menjalankan Pembelajaran Daring di Politeknik Tonggak Equator	13-19
Wui San Taslim	
Analisis Kelayakan Pemanfaatan Danau Kurapan Di Desa Sepantai Kecamatan Sejangkung	20-26
Nur Istiqamah, Saifullah, Uray Dian Novita	
E-Servqual Pada Aplikasi Layanan Transportasi Go-Jek Di Pontianak.....	27-33
Sugianto, Vivi	

PENILAIAN KINERJA KEUANGAN DALAM PERSPEKTIF INVESTOR (Studi Kasus PT. Alfaria Trijaya, Tbk Tahun 2016-2019)

Yuniarti
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pontianak
Email : yuniarti.sadikin@gmail.com

Abstract

This research aims to analyze and know the financial performance of the company from an investor's point of view. By using ratio analysis that has to do with investors, so as to assess the financial performance of companies only use liquidity ratios, solvency ratios, and profitability ratios. The research sample uses financial data for 4 (four) periods. Based on liquidity ratio shows the company's financial performance is improving, characterized by the increasing value of the ratio, meaning that the company's ability to meet its current obligations is liquid. By using solvency ratio can be concluded that the company's financial performance is quite good (solvabel), because the use of debt is slightly reduced from previous years. Using the profitability ratio can be concluded that the company's financial performance fluctuates, but is still in good condition because the company can still make a profit. To improve the company's financial performance, it is necessary to manage effective assets, such as the management of receivables and supplies, for the payment of liabilities, or the costs that are necessary in order to increase sales so as to increase the company's profits. The improvement in the company's financial performance which indicates a significant change will be very encouraging to investors.

Keywords : *financial performance, liquidity ratio, solvency ratio, profitability ratio, investor Perspective*

1. PENDAHULUAN Latar Belakang Penelitian

Menganalisis prestasi atau kinerja keuangan suatu perusahaan dapat menggunakan analisis rasio keuangan, yang menjelaskan berbagai hubungan dan indikator keuangan. Analisis kinerja keuangan dalam beberapa periode akan menggambarkan trend perubahan keuangan pada perusahaan yang bersangkutan. Pengukuran kinerja keuangan sangat diperlukan oleh banyak pihak, tidak hanya bagi para manajer sebagai alat bantu dalam pengambilan keputusan tetapi juga berguna bagi pihak-pihak yang berkepentingan seperti para pemilik perusahaan, para investor dan calon investor, serta para kreditor dan calon kreditor (IAI, 2002).

Menurut Fahmi (2014) terdapat enam penggolongan rasio meliputi rasio likuiditas, rasio solvabilitas, rasio aktivitas, rasio profitabilitas, rasio pertumbuhan, dan rasio nilai

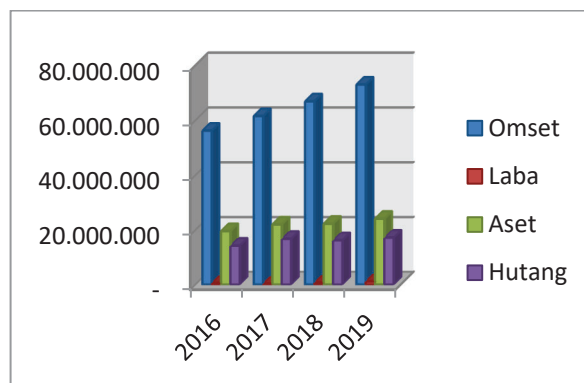
pasar. Bagi investor rasio likuiditas, solvabilitas, dan rasio profitabilitas dianggap sudah representatif untuk menilai kondisi awal suatu perusahaan. Karena para investor menerapkan konsep "*Think fast and Decision fast*" maka rasio keuangan dianggap lebih fleksibel, sederhana, dan mampu menggambarkan kinerja keuangan perusahaan sehingga mampu memberikan jawaban yang dibutuhkannya. Investor memerlukan laporan kinerja keuangan suatu perusahaan dengan tujuan untuk menanamkan dananya pada suatu investasi, atau mempertahankan investasinya, atau menjual investasinya dengan harapan akan memperoleh tingkat pengembalian (*rate of return*) dari investasi tersebut.

PT. Sumber Alfaria Trijaya, Tbk yang berdiri sejak tahun 1989 mengawali usahanya di bidang perdagangan dan distribusi. Setahun kemudian mulai memasuki sektor mini market dengan kepemilikan langsung dan berdasarkan

perjanjian waralaba. Saat ini perusahaan tergabung dalam IDX pada sektor layanan perdagangan dan investasi, industri peragangan eceran. Industri ini tergolong aktivitas perniagaan yang melibatkan penjualan barang atau penawaran jasa kepada konsumen akhir untuk kebutuhan sehari-hari, bukan untuk dijual kembali, dan merupakan bisnis yang menarik bagi pemilik modal karena dapat menghasilkan laba yang cukup besar.

Informasi terkini dari PT. Sumber Alfaria Trijaya, Tbk bahwa harga saham berkisar antara Rp 600,- sampai Rp 700,-, dan per tanggal 4 November 2020, 03:12 PM ditutup dengan harga Rp 690,- naik 10 poin dari harga sebelumnya dengan jumlah saham yang diperdagangkan 377.000 lembar saham. Berdasarkan peringkat kapitalisasi pasar maka perusahaan ini termasuk kategori peringkat 1 dari 26 perusahaan industri terkait, dan merupakan peringkat 37 dari 710 perusahaan (semua perusahaan yang terdaftar di bursa saham).

Berikut ini merupakan gambaran kondisi keuangan PT. Sumber Alfaria Trijaya, Tbk selama tahun 2016 sampai tahun 2019.



Gambar 1. Fluktuasi Omset, Laba, Aset, dan Hutang

Grafik pada gambar 1. melukiskan keadaan keuangan perusahaan selama empat periode. Dimulai dari keadaan omset atau pendapatan perusahaan cenderung meningkat dari tahun 2016 sampai tahun 2019, tetapi hanya berkisar 1% saja. Kemudian kondisi laba yang diperoleh perusahaan cenderung meningkat pula, tetapi tahun 2017 laba yang dicapai perusahaan

mengalami penurunan hingga 53% dari tahun sebelumnya, dan tahun berikutnya keuntungan yang dicapai sangat fantastis yakni lebih dari 150% dari tahun sebelumnya dan turun kembali pada tahun berikutnya. Demikian pula dengan aset perusahaan bertambah setiap periodenya, namun pertumbuhan aset tersebut cenderung berfluktuasi dimana pertumbuhan nilai aset di tahun 2018 hanya 1% jika dibandingkan tahun sebelumnya. Selanjutnya keadaan hutang perusahaan relatif meningkat, sekilas dari grafik kondisi hutang relatif stabil, sempat berkurang pada tahun 2018 sebesar 3% saja, tetapi bertambah kembali tahun berikutnya sebesar 6%.

Dari gambar 1. Menampilkan perbedaan yang sangat jauh antara nilai omset atau pendapatan dengan laba atau profit yang diperoleh. Laba merupakan jumlah uang yang dihasilkan dari penjualan dalam periode tertentu yang telah dikurangi dengan biaya produksi dan biaya lainnya atau yang disebut dengan laba bersih. Secara teoritis penjualan meningkat tentu akan meningkatkan laba perusahaan, namun secara jangka pendek hal itu sulit untuk dilakukan. Peningkatan laba dalam jangka pendek harus melalui jumlah penjualan dalam unit yang besar, dan atau dengan cara mendapatkan pelanggan yang sangat banyak.

Rumusan Masalah

Bagaimana kinerja keuangan PT. Sumber Alfaria Trijaya, Tbk dari tahun 2016 sampai tahun 2019?

Tujuan Penelitian

Mengetahui dan menganalisis kinerja keuangan PT. Sumber Alfaria Trijaya, Tbk dari tahun 2016 sampai tahun 2019.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data menggunakan teknik dokumentasi berupa laporan keuangan perusahaan dari tahun 2016 sampai tahun 2019 dari www.idx.co.id, kemudian dilakukan pencatatan-pencatatan terhadap hal-hal yang terkait dengan masalah penelitian seperti data-data nilai total aset, kas dan setara kas, persediaan, aset lancar, hutang lancar, total hutang, ekuitas, pendapatan, laba atau rugi, serta

data-data historis tentang perusahaan.

Teknik Analisis Data

Untuk menilai kinerja keuangan perusahaan bagi investor (Fahmi, 2014) menggunakan rasio likuiditas (*liquidity ratio*), rasio solvabilitas (*solvability ratio*), dan rasio profitabilitas (*profitability ratio*). Selanjutnya rasio-rasio tersebut dianalisis menggunakan pendekatan analisis horisontal, yaitu analisa dengan mengadakan perbandingan laporan keuangan (dalam hal ini rasio keuangan) untuk beberapa periode atau beberapa saat, sehingga akan diketahui perkembangannya (Munawir, 2004).

Selanjutnya berdasarkan nilai-nilai rasio akan dijadikan acuan saran atau masukan bagi perusahaan untuk menjadi lebih baik dalam pengambilan keputusan.

2. TINJAUAN TEORITIS

Kinerja Keuangan

Pengukuran kinerja dapat dibedakan menjadi 2 (dua), yaitu pengukuran kinerja manajerial dan pengukuran kinerja keuangan. Pengukuran keuangan manajerial bertujuan untuk mengelola kegiatan operasional perusahaan secara efektif dan efisien dengan memotivasi karyawan secara maksimum, membantu pengambilan keputusan yang bersangkutan dengan karyawan, mengidentifikasi kebutuhan pelatihan dan pengembangan karyawan. Sedangkan pengukuran kinerja keuangan bertujuan untuk pengambilan keputusan baik pihak internal maupun eksternal perusahaan. Laporan keuangan merupakan alat yang dijadikan acuan untuk penilaian kondisi keuangan, operasi dan hasil usaha perusahaan tersebut.

Jumingan (2006) mengatakan berdasarkan tekniknya kinerja keuangan dapat dinilai dengan beberapa alat analisis, antara lain:

1. Analisis perbandingan laporan keuangan, merupakan teknis analisis dengan cara membandingkan laporan keuangan dua periode atau lebih dengan menuju perubahan, baik dalam jumlah (*absolut*) maupun dalam persentase (relatif).
2. Analisis tren (tendensi posisi), merupakan analisis untuk mengetahui tendensi keadaan

keuangan mengalami kenaikan atau penurunan.

3. Analisis persentase per-komponen (*common size*) merupakan teknis analisis untuk mengetahui persentase investasi pada masing-masing aktiva terhadap keseluruhan atau total aktiva maupun utang.
4. Analisis sumber dan penggunaan modal kerja, merupakan teknis analisis untuk mengetahui besarnya sumber dan penggunaan modal kerja melalui dua periode waktu yang dibandingkan.
5. Analisis sumber dan penggunaan kas, merupakan teknis analisis mengetahui kondisi kas disertai terjadinya perubahan kas pada suatu periode waktu tertentu. Analisis rasio keuangan, merupakan teknis analisis keuangan untuk mengetahui hubungan diantara pos tertentu dalam neraca maupun laporan laba rugi baik secara individu maupun perubahan laba.
6. Analisis perubahan laba kotor, merupakan teknik analisis untuk mengetahui posisi laba dan terjadinya perubahan laba.
7. Analisis *break even*, merupakan teknis analisis untuk mengetahui tingkat penjualan yang dicapai agar perusahaan tidak mengalami kerugian.

Dan menurut Munawir (2004) teknik pengukuran kinerja keuangan dapat dinilai dengan analisis antara lain:

1. Mengetahui tingkat likuiditas, yaitu kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban keuangan yang harus segera diselesaikan pada saat tagih.
2. Mengetahui tingkat solvabilitas, yaitu kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangannya apabila perusahaan dilikuidasi, kewajiban keuangan mencakup keuangan jangka pendek maupun jangka panjang.
3. Mengetahui tingkat profitabilitas atau rentabilitas, yaitu kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu dengan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu menggunakan aktiva atau modal secara produktif.
4. Mengetahui tingkat stabilitas, yaitu kemampuan perusahaan dalam menjalankan dan mempertahankan usahanya sehingga

tetap stabil. Kemampuan yang dimaksud diukur dari kemampuan perusahaan membayar pokok hutang dan beban Bunga tepat waktunya.

Analisis Rasio Keuangan

Menurut Munawir (2007) rasio keuangan adalah suatu metode analisis untuk mengetahui hubungan setiap pos-pos tertentu dalam laporan laba rugi atau neraca secara individu atau kombinasi dari kedua laporan tersebut. Sedangkan menurut Kasmir (2012) rasio keuangan adalah suatu kegiatan untuk membandingkan angka-angka yang terdapat dalam laporan keuangan dengan cara membagi satu angka dengan angka lainnya. Perbandingan juga dapat dilakukan dengan satu komponen dengan komponen lainnya dalam satu laporan keuangan.

Dari bukunya Fahmi (2014) terdapat beberapa penggolongan rasio keuangan yaitu:

1. Rasio Likuiditas (*Liquidity Ratio*), adalah kemampuan suatu perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendeknya secara tepat waktu. Analisis dapat dilakukan dengan menggunakan rasio sebagai berikut:
 - a. *Current Ratio*
 - b. *Quick Ratio (Acid Test Ratio)*
 - c. *Net Working Capital Ratio*
2. Rasio Leverage (*Leverage Ratio*), adalah mengukur seberapa besar perusahaan dibiaya dengan utang. Rasio leverage terdiri dari :
 - a. *Debt to Total Assets Ratio*
 - b. *Debt to Equity Ratio*
 - c. *Time Interest Earned Ratio*
 - d. *Fixed Charge Coverage Ratio*
 - e. *Times Interest Earned Ratio*
3. Rasio Aktivitas (*Activity Ratio*) adalah rasio yang menggambarkan sejauh mana suatu perusahaan mempergunakan sumber daya yang dimilikinya guna menunjang aktivitas perusahaan. Secara umum rasio aktivitas ada 4 (empat) yaitu:
 - a. *Inventory Turnover Ratio*
 - b. Rasio Rata-Rata Periode Pengumpulan Piutang
 - c. *Fixed Assets Turnover Ratio*
 - d. *Total Assets Turnover Ratio*
4. Rasio Profitabilitas (*Profitability Ratio*),

yaitu rasio yang mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi.

- a. *Gross Profit Margin*
- b. *Net Profit Margin*
- c. *Return On Investment (ROI)*
- d. *Return On Net Work*

5. Rasio Pertumbuhan, yaitu rasio yang mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisinya di dalam industri dan dalam perkembangan ekonomi secara umum. Rasio ini dilihat dari berbagai segi yaitu dari *sales* (penjualan), *earning after tax* (EAT), laba perlembar saham, deviden perlembar saham, dan harga pasar perlembar saham.
6. Rasio Nilai Pasar, yaitu rasio yang menggambarkan kondisi yang terjadi di pasar. Juga sering dipakai untuk melihat bagaimana kondisi perolehan keuntungan yang potensial dari suatu perusahaan, jika keputusan menempatkan dana di perusahaan tersebut terutama untuk masa yang akan datang.
 - a. Pendapatan Perlembar Saham (*Earning Per Share*)
 - b. Rasio Harga Laba (*Price Earning Ratio*)
 - c. Harga Buku Per Saham (*Book Value Per Share*)
 - d. Hasil Saham (*Dividen Yield*)
 - e. Rasio Pembayaran Dividen (*Dividen Payout Ratio*)

Investor

Investor merupakan seseorang yang melakukan bisnis pada berbagai sektor investasi misalnya bisnis properti, komoditi, kuliner, transportasi, delivery, dan sebagainya, atau melakukan investasi pada berbagai instrumen keuangan seperti saham, obligasi, mata uang, serta derivatif lainnya.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia online bahwa dalam dunia keuangan “investor atau penanam uang atau modal adalah orang yang menanamkan uangnya dalam usaha dengan tujuan mendapatkan keuntungan”. Para investor yang ingin menanamkan modalnya dapat

mendirikan perusahaan industri besar (penanam uang yang bermodal banyak), kecil (penanam uang yang bermodal sedikit), dan publik (masyarakat yang menanamkan modalnya dalam pasar modal atau bursa efek).

Mengenali kebutuhan investasi merupakan proses awal dalam menentukan investasi itu sendiri. Karakter dari seorang investor perlu dipahami agar memudahkan dalam menentukan kebutuhan investasinya. Ada tiga karakter seorang investor dilihat dari tingkat resiko yang dihadapi yaitu (Kompas.com):

1. Tipe Konservatif

Tipe ini cenderung tidak berani menghadapi resiko kerugian dan lebih memilih instrumen yang sangat aman dengan hasil yang sudah diketahui sebelumnya seperti tabungan dan deposito.

2. Tipe Moderat

Tipe ini lebih berani dibandingkan tipe konservatif. Tipe moderat sangat berhati-hati dalam menentukan jenis instrumen dan membatasi jumlah dana pada investasi beresiko tinggi hingga porsi tertentu.

3. Tipe Agresif

Tipe agresif punya keberanian dalam memutuskan investasi pada instrumen beresiko tinggi. Tipe ini mengharapkan hasil lebih besar sehingga berani menanggung resiko yang tinggi juga. Pemilihan investasi cenderung pada instrumen pasar yang beresiko tinggi dengan porsi yang lebih besar seperti pada saham dan obligasi.

Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian yang mengupas permasalahan kinerja keuangan dengan menggunakan alat analisis rasio keuangan diantaranya Jhoni Kurniawan (2017) “Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015”, dengan menggunakan variabel *Current Ratio*, *Quick Ratio*, *Debt to Total Asset*, *Debt to Equity Ratio*, *Net Profit Margin*, *Return on Equity* disimpulkan bahwa penilaian kinerja terhadap rasio likuiditas dikatakan likuid, penilaian kinerja terhadap rasio solvabilitas dikatakan solvable, penilaian kinerja terhadap profitabilitas untuk *net profit margin* dikatakan efisien, sedangkan untuk *return on*

equity dikatakan tidak efisien.

Hasil penelitian yang dilakukan Dedi Suhendro (2018), “Analisis Penilaian Kinerja Keuangan Perusahaan Menggunakan Rasio Keuangan Pada PT Unilever Indonesia Tbk Yang Terdaftar di Bursa efek Indonesia”, menggunakan variabel penelitian rasio likuiditas, rasio manajemen asset, rasio manajemen utang, dan rasio profitabilitas, disimpulkan bahwa dengan rasio likuiditas kinerja keuangan kurang baik, dengan rasio manajemen asset kinerja dinyatakan meningkat secara keseluruhan, dan rasio manajemen utang sudah cukup baik.

Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Fidyani Dyah Ayuningtyas (2019) dengan judul “Analisis Rasio Profitabilitas Untuk Menilai Kinerja Keuangan (Studi Kasus Pada Industri Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2018)”, menyatakan bahwa kinerja keuangan di industri farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015 - 2018 berdasarkan *Net Profit Margin* (rasio profitabilitas) dikatakan sangat kurang baik.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Rasio Likuiditas (*Liquidity Ratio*)

Rasio likuiditas merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek yang harus segera dipenuhi pada saat yang tepat. Semakin tinggi nilai rasio likuiditas menunjukkan semakin baik dan mampu perusahaan dalam membayar utang lancarnya dengan menggunakan aset lancar.

Tabel 1. *Liquidity Ratio*

Tahun	<i>Ratio-Ratio (%)</i>		
	<i>CR</i>	<i>QR</i>	<i>CaR</i>
2016	90	37	8
2017	88	35	7
2018	115	50	19
2019	112	55	30

Berdasarkan tabel *Liquidity Ratio* menunjukkan pergerakan yang berfluktuasi dan signifikan semakin meningkat baik dari sisi *current ratio*, *quick ratio*, maupun *cash ratio*. Untuk tahun 2017 rata-rata rasionya menurun, hal ini mengindikasikan bahwa kemampuan

perusahaan untuk melunasi kewajiban lancar kurang baik (*illikuid*) dimana pada saat itu jumlah hutang lancar melebihi aset lancar. Tetapi untuk tahun-tahun berikutnya kinerja perusahaan dari sisi likuiditas semakin membaik (*likuid*). Bagi investor jika hutang perusahaan semakin bertambah dan tidak ada transaksi pembayaran atau cicilan terhadap hutang, dan kondisi ini terus terjadi maka akan mengkhawatirkan, sebab kegagalan suatu perusahaan dalam membayar kewajiban lancar dapat mengarah pada kebangkrutan.

Rasio Solvabilitas (*Solvability Ratio*)

Rasio solvabilitas merupakan gambaran kemampuan perusahaan untuk memenuhi dan menjaga kemampuannya agar selalu mampu membayar hutang-hutangnya yang jatuh tempo secara tepat waktu. Rasio ini juga menunjukkan seberapa besar perusahaan dibiayai dengan hutang. Semakin tinggi nilai rasio solvabilitas artinya semakin kecil aktiva yang digunakan untuk menjamin terbayarnya hutang-hutang apabila perusahaan sewaktu-waktu dilikuidasi. Dengan kata lain, semakin tinggi penggunaan hutang maka akan membahayakan perusahaan.

Tabel 2. *Solvability Ratio*

Tahun	Ratio-Ratio (%)	
	DAR	DER
2016	73	268
2017	76	317
2018	73	268
2019	71	249

Tabel *Solvability Ratio* (Tabel 2) menjelaskan bahwa rata-rata terjadi peningkatan dalam penggunaan total hutang, dan penurunan hutang hanya di tahun 2018 berkisar 3% dari tahun sebelumnya. Secara rasio baik dari *debt to total assets ratio* dan *debt to equity ratio* terjadi fluktuasi tetapi tidak terlalu berbeda. Dan untuk tahun-tahun terakhir kinerja perusahaan dipandang dari sudut solvabilitas semakin membaik (*solvable*). Penggunaan total hutang yang semakin bertambah akan meningkatkan resiko bagi perusahaan, sebab penjamin dalam melakukan pembayaran atau cicilan hutang tersebut adalah aset dan atau ekuitas (modal

sendiri). Kinerja keuangan perusahaan yang *solvable* dapat menjadi acuan jangka panjang bagi investor dalam mempertimbangkan investasi yang telah ditanamkannya pada perusahaan tersebut. Namun investor harus selalu waspada karena resiko akibat penggunaan total hutang masih cenderung tinggi.

Rasio Profitabilitas (*Profitability Ratio*)

Rasio profitabilitas adalah rasio yang bertujuan untuk mengetahui kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu dan juga memberikan gambaran tentang tingkat efektifitas manajemen dalam melaksanakan kegiatan operasinya.

Tabel 3 atau tabel *Profitability Ratio* menunjukkan bahwa tingkat keuntungan perusahaan rata-rata mengalami fluktuasi. Penurunan laba terjadi pada tahun 2017 sebesar lebih dari 50% dari tahun sebelumnya. Tingkat keuntungan menurun sangat drastis akibat penggunaan atau penambahan aset perusahaan. Atau dengan kata lain penggunaan aset belum mampu mendongkrak penjualan sehingga keuntungan yang diperoleh cenderung berkurang. Namun pada tahun-tahun terakhir tingkat keuntungan perusahaan selalu meningkat, dan ini menunjukkan kinerja perusahaan semakin membaik. Tingkat penjualan yang semakin meningkat tentu berdampak pula terhadap peningkatan laba perusahaan, sehingga akan memberi nilai positif bagi investor dan menjadi alasan investor untuk tetap bertahan dan mungkin menambah jumlah investasinya.

Tabel 3. *Profitability Ratio*

Tahun	Ratio-Ratio (%)	
	ROA	ROE
2016	3	10
2017	1	5
2018	3	11
2019	5	17

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Berdasarkan analisis rasio likuiditas bahwa dengan menggunakan *Current Ratio*, *Quick Ratio* dan *Cash Ratio*, maka kinerja

keuangan perusahaan berfluktuasi dan cenderung meningkat, sehingga bisa dikatakan kinerja keuangan perusahaan bersifat *likuid*. Jika rasio likuiditas perusahaan semakin meningkat, hal ini menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban lancar semakin bertambah.

2. Berdasarkan analisis rasio solvabilitas dapat dikatakan bahwa tingkat solvabilitas dalam kurun waktu 3 (tiga) tahun terakhir menurun dan ini dapat dikatakan *solvable*. Jika rasio solvabilitas perusahaan semakin menurun berarti penggunaan hutang semakin berkurang sehingga tingkat resiko yang dihadapi perusahaan juga semakin berkurang.
3. Berdasarkan analisis rasio profitabilitas dapat dikatakan bahwa kinerja keuangan perusahaan berfluktuasi dan cenderung meningkat di tahun-tahun berikutnya. Rasio profitabilitas meningkat menunjukkan nilai perusahaan juga semakin meningkat, dan akan berdampak pada peningkatan laba per lembar saham sehingga pembagian deviden kepada para pemegang saham atau investor juga dapat bertambah.

Saran

Sebaiknya perusahaan dapat meningkatkan efektifitas dalam hal pengelolaan aktivitya. Aset yang berlimpah memang menunjukkan kekayaan perusahaan, namun disisi lain dapat pula dikatakan penggunaan aset tidak dimanfaatkan secara maksimal. Pengelolaan aset yang baik misalnya manajemen persediaan dan manajemen piutang yang efektif efisien akan meningkatkan penjualan.

Peningkatan hutang perusahaan juga bisa menyebabkan tingkat laba menjadi lebih rendah. Semakin bertambah hutang menyebabkan semakin bertambah biaya tetap bunga, selain resiko yang dihadapi akan semakin meningkat pula. Bertambahnya biaya akan mengurangi laba yang akan dicapai perusahaan. Aset yang menumpuk juga dapat digunakan untuk melunasi kewajiban perusahaan yang terus bertambah. Selain itu aset juga bisa digunakan untuk melakukan promosi, sehingga kemungkinan dapat

mendongkrak tingkat penjualan dan akhirnya akan berdampak pada peningkatan laba perusahaan.

Investor tentu lebih menyenangi perusahaan yang mampu memenuhi kewajibannya secara disiplin serta dapat memperoleh laba yang terus meningkat dari hasil peningkatan penjualan. Efektivitas pengelolaan aset, hutang, dan penjualan tentu akan memperbaiki kinerja keuangan perusahaan, sehingga diharapkan akan mengundang minat investor untuk bergabung dengan perusahaan.

5. REFERENSI

- Kasmir. 2012. "Analisis Laporan Keuangan". Jakarta. PT. Raja Grafindo.
- Munawir, S. 2002. "Analisis Laporan Keuangan Edisi Pertama". Yogyakarta. Liberty.
- 2007. "Analisa Laporan Keuangan". Yogyakarta. Liberty
- Dedi Suhendro. 2018. "Analisis Penilaian Kinerja Keuangan Perusahaan Menggunakan Rasio Keuangan Pada PT Unilever Indonesia Tbk Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI)", Jurnal At-Tawassuth:Jurnal Ekonomi Islam, Volume III No.1, <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/tawassuth/article/view/1710>
- Fidyani Dyah Ayuningtyas. 2019. "Analisis Rasio Profitabilitas Untuk Menilai Kinerja Keuangan (Studi Kasus Pada Industri Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2018)", repository.iainpurwokerto.ac.id/6293/2/FIDYANI_.pdf · PDF
- Jhoni Kurniawan dan Sri Walyoto, 2017. "Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan *Food and Beverage* Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015", <http://eprints.iain-surakarta.ac.id/850>
- http://www.idx.co.id//AMRT_LK_TW_IV_2017.pdf, diakses 4-11-2020
- http://www.idx.co.id//AMRT_LK_TW_IV_2017.pdf, diakses 4-11-2020
- <http://kbbi.web.id/investor>, diakses 6-11-2020
- <https://nasional.kompas.com/read/2008/07/22/11241261/anda.tipe.investor.yang.mana>, diakses 6-11-2020

PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP SAYURAN HIDROPONIK DI KABUPATEN SAMBAS

Uray Dian Novita¹⁾, Wilis Widi Wilujeng²⁾

¹⁾ ²⁾Program Studi Agrobisnis Jurusan Agrobisnis, Politeknik Negeri Sambas

¹⁾ email: diannovi_281182@yahoo.com

²⁾ email: wiliswidi@gmail.com

Abstract

The high consumption of vegetables makes business opportunities for vegetable producers quite promising. So far, the vegetables consumed by the people of Sambas district come from outside the district, namely from the City of Singkawang. This study intends to find out how consumers perceive the hydroponic vegetables they have been consuming. By knowing consumers' perceptions of a product, it will influence purchasing decisions. High demand will be a business opportunity for agribusiness actors, especially for hydroponic farmers. The results of this study can be the basis for developing hydroponic farming. From the primary data, the existing variables will be analyzed at each stage of the purchasing decision-making process using a Likert scale. At the need identification stage, consumers have realized the need for healthy food by consuming fresh vegetables (53%). The majority of consumers (60%) get hydroponic vegetable information from friends or traders, and not from other media. As many as 60% of consumers said they were satisfied with the purchase of hydroponic vegetable products.

Keywords : *buying decision, consumers, hidroponic vegetable*

1. PENDAHULUAN

Pola pengeluaran konsumsi dapat dijadikan sebagai salah satu indikator tingkat kesejahteraan ekonomi masyarakat. Konsumsi adalah pembelanjaan atas barang-barang dan jasa-jasa yang dilakukan oleh rumah tangga dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dari orang yang melakukan pembelanjaan tersebut. Menurut data BPS Kabupaten Sambas, pengeluaran rata-rata makanan sebulan menurut kelompok barang, sayuran sebesar Rp 32.283/bulan. Total pengeluaran untuk makanan sebesar Rp 431.488/bulan. Kelompok makanan yang lain terdiri dari padi-padian, umbi-umbian, ikan, daging, telur, susu, buah-buahan dan kelompok makanan lain (BPS Kabupaten Sambas, 2017).

Konsumsi sayur yang tinggi ini menjadikan peluang usaha untuk produsen sayuran cukup menjanjikan. Selama ini sayuran yang dikonsumsi oleh masyarakat kabupaten Sambas berasal dari luar kabupaten. Sayuran dipasok oleh produsen sayur dari Kota Singkawang. Hal ini menjadikan konsumen sayuran di Kabupaten

Sambas sangat tergantung pada ketersediaan dari luar.

Hidroponik adalah sebuah cara bertani tanpa media tanah. Hidroponik merupakan sebuah teknologi bercocok tanam yang dapat menghasilkan bahan pangan (Suryani, 2016). Bertanam dengan hidroponik merupakan salah satu cara bertanam yang terbebas dari kendala seperti, kotor karena menggunakan tanah, berpanas-panasan, bahkan terbebas dari hama, antara lain, cacing dan ulat. Banyak kelebihan dari pertanian Hidroponik, tak hanya karena dapat menggunakan lahan yang terbatas, tetapi juga kualitas tanaman menjadi lebih baik dibanding dengan berkebun dengan menggunakan media tanam berupa tanah. Hidroponik merupakan sebuah solusi bagi masyarakat untuk mempertahankan lahan hijau dalam mengatasi kehidupan kota yang mulai tercemar dan kurangnya udara sejuk dalam suasana kehidupan di kota ditambah lagi merupakan salah satu solusi untuk ketahanan pangan.

Budidaya sayuran secara hidroponik sebenarnya tidak jauh berbeda dengan budidaya

konvensional dengan media tanah. Hanya saja biasanya sayuran hidroponik dijual dengan harga yang lebih mahal. Hal ini dikarenakan sayuran hidroponik memiliki banyak kelebihan, diantaranya akar sayuran lebih bersih, rasa sayuran yang lebih renyah, dan umur panen yang lebih cepat. Pertanian Hidroponik

merupakan respons dalam mengatasi masalah keterbatasan lahan kosong, yang merupakan bagian dari *urban farming*. Sistem pertanian ini dapat dilakukan tanpa menggunakan lahan yang luas dan mudah dilakukan di pekarangan rumah saja.

Kabupaten Sambas sejak lima tahun terakhir sudah ada yang menjalankan usaha budidaya sayuran secara hidroponik. Khususnya di Kecamatan Sambas Desa Sebayan, dengan nama Ceria Hidroponik. Hingga saat ini, usahatani secara hidroponik ini masih berjalan, bahkan dikecamatan lain sudah ada yang mencoba untuk mengikuti jejak usaha ini. Desa Semparuk Kecamatan Semparuk dan Desa Sebedang Kecamatan Sebawi adalah dua tempat yang juga mengusahakan pertanian jenis ini.

Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui bagaimana persepsi konsumen terhadap sayur hidroponik yang selama ini telah mereka konsumsi. Dengan mengetahui persepsi konsumen akan suatu produk, akan berpengaruh pada keputusan pembelian. Jika persepsi konsumen terhadap suatu jenis produk baik, maka hal ini akan berpengaruh pada keputusan pembelian dan tidak menutup kemungkinan akan ada pembelian ulang akan produk tersebut (dalam perilaku pasca pembelian). Hal ini bisa menyebabkan permintaan yang tinggi akan produk sayur hidroponik. Permintaan yang tinggi akan menjadi peluang usaha bagi para pelaku agribisnis khususnya pada petani hidroponik ini. Hasil penelitian ini bisa menjadi dasar dalam pengembangan usaha tani secara hidroponik

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan disini adalah deskriptif dengan melakukan observasi langsung kelapangan. Populasi disini adalah masyarakat yang mengkonsumsi sayuran hidroponik dimana lokasi yang dipilih adalah tiga rumah produksi sayur hidroponik. Di Desa

Sebayan Kecamatan Sambas, Desa Sebedang Kecamatan Sebawi, dan di Kecamatan Semparuk yaitu Desa Semparuk. Diambil sampel dari tiga kecamatan ini karena hanya hanya pada kecamatan ini ada usahatani sayur secara hidroponik. Sampel dalam penelitian ini adalah berjumlah 150 orang dimana setiap lokasi diambil 50 orang dengan metode pengumpulan sampel secara *accidental sampling*, yaitu konsumen yang kebetulan sedang membeli sayuran hidroponik.

Analisa data

Analisa data yang digunakan disini adalah dengan analisa naratif dimana setelah kuesioner didapat kemudian didata, ditabulasi, diinterpretasikan dalam grafik kemudian dinarasikan sesuai dengan data yang telah didapat.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan di tiga lokasi yaitu Kecamatan Sambas (Ceria Hydrofarm), Kecamatan Sebedang (Desa Sempalai Sebedang) dan Kecamatan Semparuk (Desa Semparuk) dimana untuk melihat persepsi konsumen terhadap keberadaan sayuran hidroponik. Dari hasil penelitian ini didapat beberapa hal yang memiliki point cukup penting sebagai salah satu aspek untuk potensi usaha sayuran hidroponik kedepannya.

Tahapan untuk mencapai keputusan membeli dilakukan oleh konsumen melalui beberapa tahapan berikut. Proses pembelian bermula dari mengenali kebutuhan. Kebutuhan dapat dipicu oleh stimulus internal pada saat kebutuhan normal seperti perasaan lapar, haus, dan sebagainya. Dari pengalaman yang pernah terjadi, orang dapat mempelajari cara mengatasi kebutuhan-kebutuhan dan mencari jalan untuk memenuhi kebutuhannya tersebut.

Kebutuhan juga dapat dipicu oleh stimulus eksternal seperti contoh iklan. Iklan yang menawarkan suatu produk atau jasa dapat menjadikan seseorang menyadari kebutuhannya.

Konsumen secara disadari atau tidak akan mencari informasi. Jika motivasinya kuat dan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan harganya yang terjangkau, mungkin ia akan membelinya. Jika tidak barangkali konsumen hanya dapat mengingat kebutuhan tersebut atau

mencari informasi sebatas yang berkaitan dengan kebutuhannya.

Jumlah pencarian yang dilakukan akan sangat ditentukan oleh kuatnya dorongan motivasi, jumlah informasi awal yang didapat, dan kemudahan dalam memperoleh lebih banyak informasi dan kepuasan yang didapat dari pencarian. Konsumen dapat memperoleh informasi dari berbagai sumber yang meliputi:

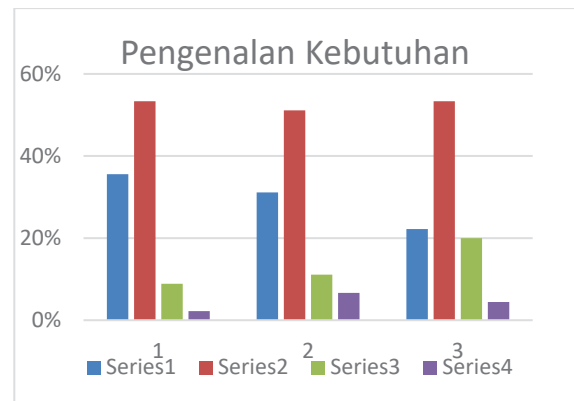
- a. Individu yaitu keluarga, kawan, tetangga dan kerabat.
- b. Komersial yaitu iklan, wiraniaga, penyalur, kemasan dan pameran
- c. Umum yaitu media massa dan lembaga konsumen
- d. Pengalaman yaitu penggunaan produk, pemilikan produk dan pengujian produk.

Pengaruh hubungan sumber-sumber informasi tersebut terhadap pembeli bervariasi. Pada umumnya, porsi informasi terbesar yang diperoleh konsumen berasal dari sumber komersial yang dikendalikan oleh produsen atau pemasar.

Pada tahap evaluasi konsumen menyusun peringkat merk dan membentuk tujuan pembelian. Biasanya keputusan pembelian konsumen akan menetapkan untuk membeli merk yang paling diminati. Ada dua factor yang dapat muncul diantara tujuan pembelian dan keputusan untuk membeli. Yang pertama adalah pengaruh atau sikap pihak lain terhadap pilihan konsumen. Yang kedua adalah faktor situasi yang tidak terduga. Konsumen menetapkan tujuan pembelian berdasarkan beberapa factor seperti pendapatan keluarga, harga yang terjangkau dan manfaat yang akan diperoleh. Jika ada situasi yang tidak terduga seperti pemutusan hubungan kerja, akan dapat mengubah bahkan membatalkan keputusan pembelian.

Setelah melakukan pembelian suatu produk, konsumen dapat memperoleh kepuasan atau sebaliknya merasa kecewa dengan produk yang dibeli. Kondisi ini akan berpotensi membentuk perilaku pembelian pada minat konsumen terhadap produsen atau penjual. faktor penyebab kepuasan atau kekecewaan di pihak konsumen terletak pada hubungan antara harapan konsumen dan citra produk yang didapatkannya.

Ditahap pengenalan kebutuhan, konsumen sudah mengerti arti penting dari manfaat sayuran hidroponik, seperti yang terlihat pada gambar 1. Sebanyak 53% menyatakan setuju akan pentingnya mengkonsumsi sayur hidroponik. 36% konsumen sangat setuju. Masyarakat sambah sudah paham akan pentingnya hidup sehat dengan mengkonsumsi produk yang bebas bahan kimia. Sayuran hidroponik, walaupun belum sepenuhnya organik tetapi sudah meniadakan penggunaan pestisida. Hama yang menyerang bisa dikendalikan secara manual, yaitu langsung diambil dengan tangan seperti hama ulat dan siput. Hal ini disebabkan oleh media tanam sayuran yang berada di atas, sehingga jika ada serangan ulat akan tampak dan bisa langsung dikendalikan.

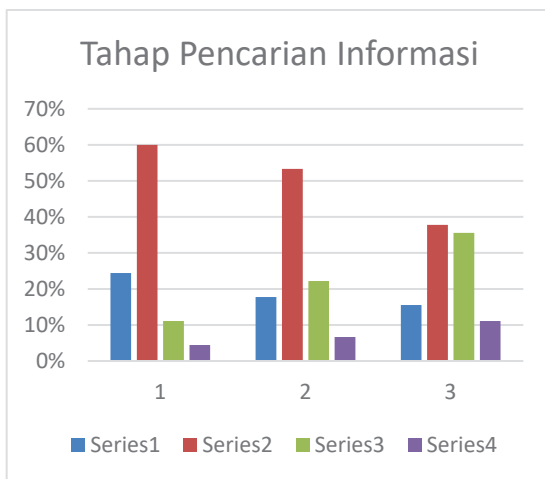


Gambar 1. Persepsi Konsumen pada Tahap Pengenalan Kebutuhan

Harga sayuran hidroponik umumnya relative lebih mahal jika dibandingkan dengan sayuran konvensional. Hal ini dikarenakan biaya investasi yang besar di awal proses budidaya. Harga sayuran sawi hidroponik dijual Rp 5.000 per kantong. Pada saat pengumpulan data, harga sawi berada di harga Rp 6.000 – Rp 7.000 per ikat. Harga sawi konvensional pada saat itu termasuk ke kategori mahal, karena biasanya sawi konvensional di jual dengan harga Rp 4.000 – Rp 5.000 per ikat. Hal ini disebabkan pasokan sawi konvensional sedikit dari produsen. Beda dengan sawi hidroponik yang selalu tersedia. Jika dibandingkan dengan harga sawi konvensional yang sedang melambung tinggi, maka harga sawi hidroponik lebih murah. Selain itu, biasanya sawi hidroponik dipasarkan ditempat penjualan ikan konsumsi. Hal ini memudahkan konsumen yang tidak memiliki

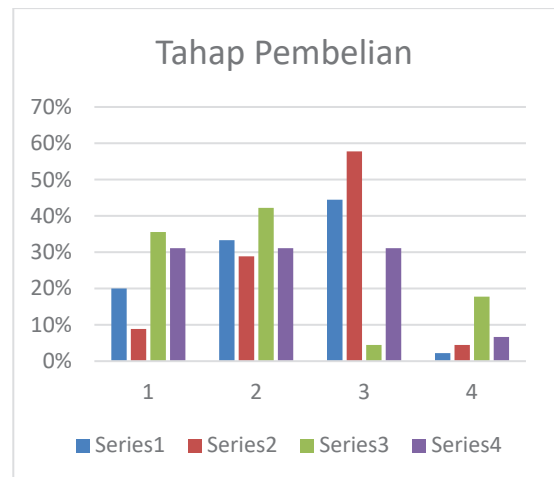
waktu untuk ke pasar sayur. Konsumen yang membeli ikan bisa ikut membeli sayur hidroponik yang di jual di tempat tersebut. Pada data terdapat 20% konsumen yang merasa harga sayur hidroponik mahal. Sedangkan 53% konsumen tidak memperlmasalahkan harga yang mahal.

Di tahap pencarian informasi, konsumen banyak yang menyatakan memperoleh informasi produk sayur hidroponik dari pedagang. Sebanyak 60% konsumen seperti gambar 2. menyatakan memperoleh informasi dari pedagang. Konsumen tidak ada yang memperoleh informasi dari media lainnya.



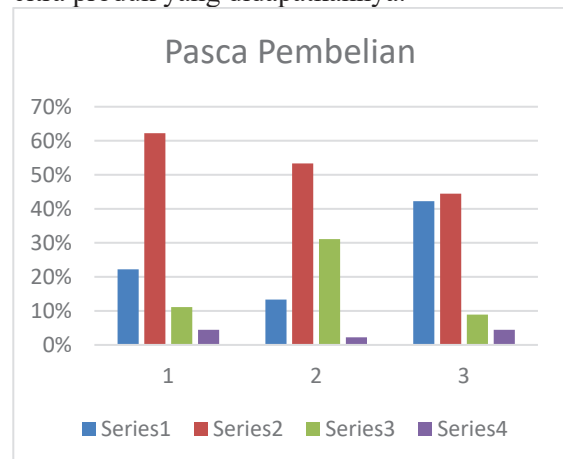
Gambar 2. Persepsi Konsumen pada Tahap Pencarian Informasi

Mayoritas konsumen yaitu sebanyak 58% menyatakan bahwa mereka tidak merencanakan untuk membeli sayur hidroponik. Pada gambar 3. Konsumen menetapkan tujuan pembelian berdasarkan beberapa factor seperti pendapatan keluarga, harga yang terjangkau dan manfaat yang akan diperoleh.



Gambar 3. Persepsi Konsumen pada Tahap Pembelian

Konsumen merasa puas dengan sayur hidroponik yang ditunjukkan dengan 62% konsumen menyatakan puas terhadap pembelian sayur hidroponik. Hal tersebut ditunjukkan oleh gambar 4. Kepuasan didapat oleh konsumen jika kenyataan produk melebihi ekspektasi. Konsumen sayur tidak mengharapkan ekspektasi yang berlebihan pada sayuran hidroponik, tetapi produk tersebut bisa memberikan nilai yang melebihi ekspektasi. Faktor penyebab kepuasan atau kekecewaan di pihak konsumen terletak pada hubungan antara harapan konsumen dan citra produk yang didapatkannya.



Gambar 4. Persepsi Konsumen Pada Tahap Pasca Pembelian

Konsumen merasa bahwa sayur hidroponik lebih tahan lama jika disimpan. Hal ini dibuktikan dengan 44% setuju dan 42% sangat setuju jika produk tersebut tahan untuk disimpan dalam jangka waktu lama. Hal ini disebabkan oleh produk tersebut masih segar waktu di

panen. Jika dibandingkan dengan sawi budidaya konvensional yang berasal dari luar kota sambas, maka sawi hidroponik akan terlihat lebih segar. Sehingga daya simpannya relative lebih lama.

Hubungan Persepsi Konsumen dengan proses pengambilan keputusan pembelian konsumen dalam mengkonsumsi suatu produk dipengaruhi oleh kegiatan pemasaran dan persepsi yang terbentuk dalam diri konsumen. Proses keputusan pembelian terdiri dari pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif pembelian dan kepuasan konsumen. Pengusaha perlu mengetahui faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian untuk menentukan strategi dan komunikasi pasar yang efektif. keputusan pembelian seseorang dipengaruhi oleh faktor psikologi utama, antara lain persepsi serta keyakinan dan pendirian. Pendapat di atas menunjukkan adanya hubungan antara persepsi konsumen dengan keputusan untuk membeli suatu produk. Berdasarkan pendapat di atas, proses pengambilan keputusan pembelian sangat ditentukan oleh faktor psikologi konsumen seperti keyakinan, pendirian, keterbukaan menerima masukan dan kemampuan mengevaluasi untuk melakukan keputusan. Persepsi konsumen akan memberikan pengaruh pada keputusan pembelian karena konsumen memiliki keinginan dan kebutuhan tertentu yang berbeda sesuai dengan kondisi konsumen dan kemampuan beli.

4. KESIMPULAN

1. Ditahap identifikasi kebutuhan, konsumen sudah menyadari kebutuhan akan makanan sehat dengan mengkonsumsi sayuran segar (53%). Konsumen sebanyak 60% mendapatkan informasi sayur hidroponik dari teman atau pedagang, dan tidak dari media lain. Sebanyak 62% konsumen menyatakan puas dengan pembelian produk sayur hidroponik.
2. Persepsi konsumen ditiap tahapan pembelian menunjukkan reaksi positif yang ditunjukkan oleh persentase diatas 50%.

5. REFERENSI

Badan Pusat Statistik Kabupaten Sambas. 2017.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc

Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Andi

Sengkey, M Y. Welson M. W. Elsje P M. 2017. *Persepsi Masyarakat Terhadap Hidroponik Di Kelurahan Teling Bawah, Kota Manado Agri-SosioEkonomi Unsrat*, ISSN 1907– 4298, Volume 13 Nomor 2, Mei 2017 : 33 – 46

Sukma, N. Akhmad Baihaqi. 2013. *Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Produk Cokelat Di Kota Banda Aceh*. *Agrisep Vol (14) No. 2* , 2013 : 12

Suryani, R, 2016. *Hidroponik: Budidaya Tanaman Tanpa Tanah*:Yogyakarta. Arcitra.

ANALISIS PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP KEMAMPUAN DOSEN DALAM MENJALANKAN PEMBELAJARAN DARING DI POLITEKNIK TONGGAK EQUATOR

Wui San Taslim

Prodi Bahasa Inggris (Konsentrasi Business English & Management), Politeknik Tonggak Equator
email : basilius.wuisan.taslim@gmail.com

Abstract

The Covid'19 pandemic has changed the face of various aspects of life, starting from the aspects of health, economy, to education. Anticipating this pandemic, the Indonesian government has made various policies, especially those related to PSBB which require people to wear masks, keep their distance and always wash their hands. The government also urges people to stay at home, work at home, pray at home and for students to study at home. The conditions in the midst of this pandemic require universities to produce various innovations in online learning activities.. Lecturers' abilities which include Pedagogical Ability, Professional Ability, Personality Ability, and Social Ability are really being tested during this pandemic, where lecturers are expected to be better prepared in implementing this online learning. These also become the problems simulation for this research. To answer the problems that have been formulated, researchers will use primary and secondary data then those datas will be processed and analyzed using a descriptive qualitative approach. From the results of the discussion, it can be concluded that the student's perception of the ability of the Politeknik Tonggak Equator lecturers is 90.87%, higher than 40%. This shows that during online lectures, students are very satisfied with the lecturer's performance. The highest satisfaction starts with the Lecturer Personality ability which achieves a mean perception of 92.45%, followed by the Professional ability of the Lecturer who achieves a mean perception of 91.02%, Pedagogic Ability 90.08% and the last is Social Ability which only reaches a perception average of 89.93%.

Keywords : *Online Learning, Lecturer Ability*

1. PENDAHULUAN

Berdasarkan penjelasan yang disampaikan oleh peneliti di latar belakang dan agar tidak menyimpang dari judul penulisan, maka peneliti menyimpulkan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi mahasiswa terhadap kemampuan dosen dalam menjalankan pembelajaran daring di Politeknik Tonggak Equator?.
2. Kemampuan manakah dari dosen Politeknik Tonggak Equator yang masih harus dikembangkan agar pembelajaran daring lebih efektif?

Dari permasalahan tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Persepsi mahasiswa terhadap kemampuan dosen dalam menjalankan pembelajaran daring di Politeknik Tonggak Equator
2. Kemampuan manakah dari dosen Politeknik Tonggak Equator yang masih harus dikembangkan agar pembelajaran daring lebih efektif?

Untuk mempermudah penulisan penelitian ini dan agar lebih terarah dan berjalan dengan baik, maka perlu kiranya dibuat suatu batasan masalah. Adapun ruang lingkup permasalahan yang akan dibahas dalam penulisan penelitian ini, yaitu meliputi Kemampuan Pedagogik, Kemampuan Profesional, Kemampuan Kepribadian, dan Kemampuan Sosial dosen.

Dalam analisa teori ini penulis mengemukakan teori-teori yang mempunyai hubungan dengan persepsi, pembelajaran daring, kemampuan/kompetensi dosen.

Menurut Jalaludin Rakhmat (2003: 51) persepsi adalah pengamatan tentang obyek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi setiap individu dapat sangat berbeda walaupun hal yang diamati benar-benar sama.

Persepsi menurut Desideranto dalam Jalaludin Rakhmat (2003: 16) persepsi adalah penafsiran suatu obyek, peristiwa atau informasi yang dilandasi oleh pengalaman hidup seseorang yang melakukan penafsiran. Dapat dikatakan juga bahwa persepsi adalah hasil pikiran seseorang dari situasi tertentu.

Sejalan dengan hal tersebut, Bimo Walgito (2002: 54) mengemukakan bahwa persepsi adalah pengorganisasian, penginterpretasian terhadap stimulus yang diterima oleh organisme atau individu sehingga merupakan sesuatu yang berarti dan merupakan aktifitas integrasi dalam diri individu. Proses terbentuknya persepsi sangat kompleks dan ditentukan oleh dinamika yang terjadi dalam diri individu ketika individu mengamati obyek dalam melibatkan aspek psikologis dan panca inderanya.

Menurut David Krech dan Richard Cructfield dalam Jalaludin Rakhmat (2003: 55) membagi faktor-faktor yang menentukan persepsi menjadi dua, yaitu:

1. Faktor Fungsional

Faktor fungsional adalah faktor yang berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu dan hal-hal lain yang termasuk apa yang kita sebut sebagai faktor personal. Faktor fungsional yang menentukan persepsi adalah obyek-obyek yang memenuhi tujuan individu yang melakukan persepsi.

2. Faktor Struktural

Faktor struktural adalah faktor-faktor yang berasal semata-mata dari sifat stimulus fisik terhadap efek syaraf yang ditimbulkan pada sistem syaraf individu. Faktor-faktor struktural yang menentukan persepsi menurut teori Gestalt bila kita ingin memahami suatu peristiwa kita tidak dapat meneliti faktor-faktor

yang terpisah tetapi memandangnya dalam hubungan keseluruhan.

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi saat ini memberikan banyak kemudahan dan kemungkinan dalam membuat suatu perancangan dan pengembangan sistem pendidikan, khususnya konsep dan model pembelajaran *online* atau banyak yang menyebutkannya dengan *E-Learning*.

E-Learning adalah pembelajaran yang menggunakan TIK untuk mentransformasikan proses pembelajaran antara pendidik dan peserta didik. Tujuan utama penggunaan teknologi ini adalah meningkatkan efisiensi dan efektivitas, transparansi, dan akuntabilitas pembelajaran. Di samping itu, suatu *E-Learning* juga harus mempunyai kemudahan bantuan profesional isi pelajaran secara *on line*. Dari uraian tersebut jelas bahwa *E-Learning* menggunakan teknologi informasi dan komunikasi sebagai alat; dengan tujuan meningkatkan efisiensi, efektivitas, transparansi, akuntabilitas, dan kenyamanan belajar; dengan obyeknya adalah layanan pembelajaran yang lebih baik, menarik, interaktif, dan atraktif. Hasil akhir yang diharapkan adalah peningkatan prestasi dan kecakapan akademik peserta didik serta pengurangan biaya, waktu, dan tenaga untuk proses pembelajaran (Budi Murtiyasa, 2012).

1. *E-Learning* sebagai salah satu bentuk alat pendukung SCL (*Student Centered Learning*)

a. Definisi SCL

Gibbs dalam tulisan Sparrow dkk (2000:114) menyatakan bahwa SCL adalah suatu metode pembelajaran dimana guru dan penyelenggara pendidikan memberikan otonomi dan kendali lebih besar kepada siswa untuk menentukan materi pelajaran, model pembelajaran dan cepat-lambat tahapan dalam pembelajaran. Hal tersebut akan sangat berharga dan bermanfaat sepanjang hidup siswa. Melaksanakan pembelajaran dengan menggunakan metode SCL berarti guru perlu membantu siswa untuk menentukan tujuan yang dapat dicapai, mendorong siswa untuk dapat menilai hasil belajarnya sendiri, membantu mereka untuk bekerja sama dalam kelompok, dan memastikan agar mereka mengetahui bagaimana memanfaatkan semua sumber belajar yang

tersedia.

b. Desain Pembelajaran SCL

Menurut Jacobsen (2009:230), desain atau strategi pembelajaran yang berpusat pada siswa meliputi pembelajaran kooperatif, diskusi dan pembelajaran yang berbasis masalah. Adapun desain pembelajaran SCL pada penelitian ini (Rt. Nuqi B-BPPT, 2006) adalah sebagai berikut :

1) *Constructivisme*. Pada tahapan ini guru membantu dalam membangun pemahaman siswa dari pengalaman baru berdasarkan pengetahuan awal siswa.

2) *Cooperative Learning*. Pembelajaran kooperatif sebagai lingkungan belajar dimana siswa bekerja dalam kelompok heterogen untuk menyelesaikan tujuan bersama.

3) *Problem Based Learning (PBL)*. Pembelajaran berbasis PBL diartikan sebagai rangkaian aktivitas pembelajaran yang menekankan proses penyelesaian masalah melalui diskusi kelompok.

4) *Presentation*. *Presentation* adalah penyampaian informasi pengetahuan. Kegiatan ini dilakukan tiap kelompok tentang pokok bahasan masalah tertentu.

5) *Reflection*. Pada tahapan ini guru *me-review*

6) proses pembelajaran yang dilakukan serta siswa mencatat apa yang telah dipelajarinya.

2. *E-Learning* sebagai Media Pembelajaran.

E-Learning termasuk model pembelajaran yang berpusat pada peserta didik. Dengan ini, peserta didik *dituntut* mandiri dan bertanggung jawab terhadap proses pembelajarannya, sebab ia dapat belajar di mana saja, kapan saja, yang penting tersedia alatnya. *E-Learning* menuntut keaktifan peserta didik. Melalui *E-Learning*, peserta didik dapat mencari dan mengambil informasi atau materi pembelajaran berdasarkan silabus atau kriteria yang telah ditetapkan pengajar atau pengelola pendidikan. Peserta didik akan memiliki kekayaan informasi, sebab ia dapat mengakses informasi dari mana saja yang berhubungan dengan materi *pembelajarannya*. Peserta didik juga dapat berdiskusi secara *online* dengan pakar-pakar pada bidangnya, melalui *e-mail* atau *chatting*. Dengan demikian, jelas bahwa keaktifan peserta didik dalam *E-Learning* sangat menentukan hasil belajar yang mereka peroleh. Semakin

siswa aktif, semakin banyak pengetahuan atau kecakapan yang akan diperoleh.

Dengan sistem semacam ini diharapkan bahwa hasil akhir proses belajar dengan *E-Learning* akan lebih baik, sebab tuntutan belajar tuntas (*mastery learning*) dapat dipenuhi. Peserta didik juga bebas mengakses bahan pembelajaran *E-Learning* dari mana saja ia suka. Bahan pembelajaran *E-Learning* yang dirancang dengan baik dan profesional akan memperhatikan dan menggunakan ciri-ciri *multimedia*. Artinya, dalam bahan pembelajaran tersebut di samping memuat teks, juga dapat memuat gambar, grafik, animasi, simulasi, audio, dan video. Pemilihan warna yang baik dan tepat juga akan meningkatkan penampilan di layar monitor. Hal ini menjadikan bahan pembelajaran *E-Learning* menjadi lebih menarik, berkesan, interaktif dan atraktif. Dari keadaan semacam ini memungkinkan peserta didik selalu ingat tentang apa yang dipelajari.

Kelebihan *E-Learning* menurut Elangoan (1999), Soekartawi (2002), Mulvihill (1997), Utarini (1997) dalam Asep Herman Suyanto 2005, antara lain tersedianya fasilitas *e-moderating* di mana guru dan siswa dapat berkomunikasi secara mudah melalui fasilitas internet secara regular atau kapan saja kegiatan berkomunikasi itu dilakukan dengan tanpa dibatasi oleh jarak, tempat dan waktu. Kedua, guru dan siswa dapat menggunakan bahan ajar atau petunjuk belajar yang terstruktur dan terjadual melalui internet, sehingga keduanya bisa saling menilai sampai berapa jauh bahan ajar dipelajari. Ketiga, dapat belajar atau *me-review* bahan ajar setiap saat dan di mana saja kalau diperlukan mengingat bahan ajar tersimpan di komputer. Bila siswa memerlukan tambahan informasi yang berkaitan dengan bahan yang dipelajarinya, ia dapat melakukan akses di internet secara lebih mudah. Baik guru maupun siswa dapat melakukan diskusi melalui internet yang dapat diikuti dengan jumlah peserta yang banyak, sehingga menambah ilmu pengetahuan dan wawasan yang lebih luas. Poin penting adalah bahwa peran siswa dari yang biasanya pasif menjadi aktif.

Walaupun demikian pemanfaatan *E-Learning* juga tidak terlepas dari berbagai kekurangan (Bullen, 2001; Beam, 1997 dalam

Asep Herman Suyanto 2005), antara lain kurangnya interaksi antara guru dan siswa atau bahkan antar siswa itu sendiri. Kurangnya interaksi ini bisa memperlambat terbentuknya *values* dalam proses belajar dan mengajar. Kecenderungan mengabaikan aspek akademik atau aspek sosial dan sebaliknya mendorong tumbuhnya aspek komersial. Proses belajar dan mengajarnya cenderung ke arah pelatihan daripada pendidikan. Berubahnya peran guru dari yang semula menguasai teknik pembelajaran konvensional, kini juga dituntut mengetahui teknik pembelajaran yang menggunakan ICT. Kemudian, tidak semua tempat tersedia fasilitas internet dan kurangnya tenaga yang mengetahui dan memiliki keterampilan internet.

Kehadiran guru sebagai makhluk yang hidup yang dapat berinteraksi secara langsung dengan para murid telah menghilang dari ruang-ruang elektronik *E-Learning* ini. Inilah yang menjadi ciri khas dari kekurangan *E-Learning* yang tidak bagus. Sebagaimana asal kata dari *E-Learning* yang terdiri dari *e* (elektronik) dan *learning* (belajar), maka sistem ini mempunyai kelebihan dan kekurangan.

Kompetensi merupakan kemampuan yang dimiliki seseorang. Dikatakan kompeten apabila orang tersebut memiliki kemampuan yang terlihat dan diakui oleh orang lain. Pemerintah telah merumuskan empat jenis kompetensi, hal ini sesuai perspektif kebijakan nasional. Keempat jenis kompetensi tersebut tercantum dalam Penjelasan Peraturan Pemerintah No. 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan, yaitu kompetensi pedagogis, kepribadian, sosial, dan profesional.

1. Kompetensi Pedagogis

Dosen tidak hanya mendidik mahasiswa di dalam kelas, namun juga diluar kelas. Mahasiswa memiliki rasa ingin tahu yang tinggi dan selalu mencoba hal-hal baru. Tugas dosen yaitu membantu perkembangan keingintahuan tersebut dan membuat mereka lebih ingin tahu. Menurut Badan Standar Nasional Pendidikan, yang dimaksud kompetensi pedagogis adalah: Kemampuan dalam pengelolaan peserta didik yang meliputi : (a) pemahaman wawasan atau landasan kependidikan; (b) pemahaman tentang peserta didik; (c) pengembangan kurikulum /

silabus; (d) perancangan pembelajaran; (e) pelaksanaan pembelajaran yang mendidik dan dialogis; (f) evaluasi hasil belajar; dan (g) pengembangan peserta didik untuk mengaktualisasikan berbagai potensi yang dimilikinya.

2. Kompetensi Kepribadian

Kompetensi kepribadian yaitu "Kemampuan kepribadian yang : (a) berakhlak mulia; (b) mantap, stabil, dan dewasa; (c) arif dan bijaksana; (d) menjadi teladan; (e) mengevaluasi kinerja sendiri; (f) mengembangkan diri; dan (g) religius."

3. Kompetensi Sosial

Kompetensi sosial merupakan kemampuan pendidik sebagai sebagian dari masyarakat untuk: (a) berkomunikasi lisan dan tulisan; (b) menggunakan teknologi komunikasi dan informasi secara fungsional; (c) bergaul secara efektif dengan peserta didik, sesama pendidik, tenaga kependidikan, orang tua/wali peserta didik; dan (d) bergaul secara santun dengan masyarakat sekitar. (BNSP, 2006: 88). Mulyasa menyatakan, "Banyak cara yang dapat dilakukan untuk mengembangkan kecerdasan sosial di lingkungan sekolah. Cara ini antara lain diskusi, bermain peran, dan kunjungan langsung ke masyarakat dan lingkungan sosial yang beragam." Hal tersebut juga dapat diterapkan dalam situasi perkuliahan.

4. Kompetensi Profesional

Kompetensi profesional adalah kemampuan penguasaan materi pembelajaran secara luas dan mendalam yang meliputi: (a) konsep, struktur, dan metode keilmuan/teknologi/seni yang menaungi/koheren dengan materi ajar; (b) materi ajar yang ada dalam kurikulum sekolah; (c) hubungan konsep antar mata pelajaran terkait; (d) penerapan konsep keilmuan dalam kehidupan sehari-hari; dan (e) kompetensi secara profesional dalam konteks global dengan tetap melestarikan nilai dan budaya nasional.

Kemampuan atau kompetensi yang ada dalam diri seseorang disebut dengan kompetensi individu. Kompetensi individu menurut John adalah penampilan spesifik yang rasional sebagai harmoni dan pemilihan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan yang dibutuhkan oleh tugas pekerja untuk

mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan dengan penuh keberhasilan.

Seseorang tentu memiliki sikap dalam melakukan proses komunikasi. Sikap tersebut berasal dari diri individu yang bersangkutan dan biasa disebut dengan gaya komunikasi. Setiap dosen tentu memiliki gaya sendiri dalam berkomunikasi. Gaya komunikasi adalah seperangkat perilaku antar pribadi yang terspesialisasi dan digunakan dalam suatu sistem tertentu. Masing-masing gaya komunikasi terdiri dari sekumpulan perilaku komunikasi yang dipakai untuk mendapatkan respon atau tanggapan tertentu dalam situasi yang tertentu pula. Kesesuaian dari gaya komunikasi yang digunakan bergantung pada maksud dari pengirim (*sender*) dan harapan dari penerima (*receiver*).

Pengirim dalam hal ini adalah dosen. Dosen tentu mengharapkan bahwa maksud dari penjelasan yang diucapkan akan diterima oleh mahasiswa. Dosen memiliki peran penting pada proses tersebut. Kegiatan pembelajaran bagi sebagian mahasiswa akan terasa jenuh jika pengirim pesan, dalam hal ini dosen, tidak dapat membangkitkan semangat mereka. Sedangkan penerima pesan adalah mahasiswa. Mahasiswa juga dituntut untuk berusaha memahami materi yang disampaikan dosen. Ketika belum memahami maksud yang disampaikan, mahasiswa tidak boleh merasa malu untuk bertanya. Namun dalam proses perkuliahan, dosen tidak hanya berperan sebagai pengirim pesan, tapi juga penerima pesan. Begitu pula sebaliknya, mahasiswa juga dapat disebut sebagai pengirim pesan. Hal ini karena setiap mahasiswa perlu menyampaikan ide maupun gagasan saat perkuliahan berlangsung. Saat itu dosen berperan sebagai penerima, dan pada saat itulah dosen perlu menjadi pengirim pesan lagi ketika alur berpikir mahasiswa dirasa kurang benar. Gaya komunikasi dosen akan terlihat pada saat itu. Yang terpenting adalah dosen menyesuaikan gaya komunikasi dengan situasi dan kondisi mahasiswa pada saat proses perkuliahan.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Bentuk penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan

menggunakan bentuk Deskriptif. Dalam penelitian ini, definisi operasional variabelnya adalah sebagai berikut:

1. Kemampuan Pedagogik dengan indikator:
 - a. Kesiapan memberikan kuliah dan/atau praktek/praktikum
 - b. Keteraturan dan ketertiban penyelenggaraan perkuliahan
 - c. Kemampuan menghidupkan suasana kelas
 - d. Pemberian umpan balik terhadap tugas/penilaian
 - e. Kesesuaian materi ujian dan/atau tugas dengan tujuan mata kuliah
 2. Kemampuan Profesional dengan indikator:
 - a. Kemampuan menjelaskan pokok bahasan/topik secara tepat
 - b. Kemampuan menggunakan beragam teknologi komunikasi
 - c. Ketepatan waktu dalam mengawali dan mengakhiri perkuliahan
 3. Kemampuan Kepribadian dengan indikator:
 - a. Kewibawaan sebagai pribadi dosen
 - b. Menjadi contoh dalam bersikap dan berperilaku
 - c. Adil dalam memperlakukan mahasiswa
 4. Kemampuan Sosial dengan indikator:
 - a. Kemampuan menerima kritik, saran, dan pendapat dari mahasiswa
 - b. Mengenal dengan baik mahasiswa yang mengikuti kuliahnya
- Penelitian ini menggunakan analisis data kualitatif yang terdiri atas pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Tingkat persepsi mahasiswa dalam penelitian ini mengacu pada standar pengukuran yaitu:
- a. Negatif jika persentase rerata total butir komponen $\leq 40\%$, dan
 - b. Positif jika persentase rerata total butir komponen $> 40\%$.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk menjawab permasalahan kedua pada penelitian ini yaitu kemampuan manakah dari dosen Politeknik Tonggak Equator yang masih harus dikembangkan agar pembelajaran daring lebih efektif, bisa kita lihat pada tabel rekap berikut:

Indikator Kemampuan	Skor Rerata Persepsi
KEMAMPUAN PEDAGOGIK	
Kesiapan memberikan kuliah dan/atau praktek/praktikum	92,92
Keteraturan dan ketertiban penyelenggaraan perkuliahan	92,64
Kemampuan menghidupkan suasana kelas	83,19
Pemberian umpan balik terhadap tugas/penilaian	88,89
Kesesuaian materi ujian dan/atau tugas dengan tujuan mata kuliah	92,78
Rerata Kemampuan Pedagogik	90,08
KEMAMPUAN PROFESIONAL	
Kemampuan menjelaskan pokok bahasan/topik secara tepat	89,44
Kemampuan menggunakan beragam teknologi komunikasi	90,14
Ketepatan waktu dalam mengawali dan mengakhiri perkuliahan	93,47
Rerata Kemampuan Profesional	91,02
KEMAMPUAN KEPRIBADIAN	
Kewibawaan sebagai pribadi dosen	92,50
Menjadi contoh dalam bersikap dan berperilaku	91,67
Adil dalam memperlakukan mahasiswa	93,19
Rerata Kemampuan Kepribadian	92,45
KEMAMPUAN SOSIAL	
Kemampuan menerima kritik, saran, dan pendapat dari mahasiswa	91,94
Mengenal dengan baik mahasiswa yang mengikuti kuliahnya	87,92
Rerata Kemampuan Sosial	89,93
RERATA PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP KEMAMPUAN DOSEN POLTEQ = 90,87%	

Sumber : data olahan, 2020

Dari tabel rekapitan, terlihat bahwa berdasarkan persepsi mahasiswa terhadap kemampuan dosen Politeknik Tonggak Equator adalah 90,87%, jauh dari batas persepsi positif yakni 40%. Hal ini menunjukkan bahwa selama perkuliahan daring, mahasiswa sangat puas terhadap kinerja dosen. Kepuasan tertinggi dimulai dari kemampuan Kepribadian Dosen yang mencapai rerata persepsi sebesar 92,45%, dilanjutkan dengan kemampuan Profesional Dosen yang mencapai rerata persepsi sebesar 91,02%, Kemampuan Pedagogik 90,08% dan terakhir adalah Kemampuan Sosial yakni hanya mencapai rerata persepsi 89,93.

Menjadi catatan tersendiri baik bagi Polteq maupun dosen yakni terkait dengan indikator kemampuan dosen dalam menghidupkan suasana kelas daring karena indikator ini mendapatkan persepsi terendah diantara indikator-indikator lainnya, diikuti dengan masih ada dosen yang kurang mengenal mahasiswanya serta yang terakhir pemberian umpan balik terhadap tugas dan penilaian. Ketiga indikator tersebut menjadi pekerjaan rumah baik bagi Polteq maupun bagi

dosen itu sendiri.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Adapun kesimpulan yang dapat ditarik dari pembahasan yang ada adalah :

1. Persepsi mahasiswa terhadap kemampuan dosen Politeknik Tonggak Equator adalah 90,87%, jauh dari batas persepsi positif yakni 40%. Hal ini menunjukkan bahwa selama perkuliahan daring, mahasiswa sangat puas terhadap kinerja dosen.
2. Kepuasan tertinggi dimulai dari kemampuan Kepribadian Dosen yang mencapai rerata persepsi sebesar 92,45%, dilanjutkan dengan kemampuan Profesional Dosen yang mencapai rerata persepsi sebesar 91,02%, Kemampuan Pedagogik 90,08% dan terakhir adalah Kemampuan Sosial yakni hanya mencapai rerata persepsi 89,93.
3. Kemampuan dosen Polteq dalam menghidupkan suasana kelas daring masih harus menjadi perhatian baik bagi Polteq maupun dosen karena indikator ini mendapatkan persepsi terendah diantara indikator-indikator lainnya,
4. Walaupun indikator pengenalan dosen terhadap

mahasiswa dan pemberian umpan balik terhadap tugas dan penilaian bukanlah yang terendah dipersepsikan mahasiswa, namun juga harus menjadi perhatian khusus bagi Polteq dan dosen.

Berdasarkan hasil pembahasan dan pengamatan selama penelitian, berikut ini dikemukakan saran-saran sebagai berikut:

1. Politeknik Tonggak Equator diharapkan dapat mempertahankan bahkan meningkatkan kualitas pembelajaran daring mulai dari inovasi media pembelajaran sampai dengan metode pembelajaran agar mahasiswa tetap dapat menikmati pembelajaran walaupun bukan tatap muka secara fisik
2. Meningkatkan kemampuan sosial dari dosen terutama terkait pendekatan dan pengenalan dosen terhadap mahasiswanya agar terdapat hubungan emosional yang terbangun antara dosen dengan mahasiswa. Hubungan emosional antar dosen dan mahasiswa sangatlah penting di masa pembelajaran daring seperti ini yang dimana mahasiswa cenderung bosan, dan melakukan hal lain saat perkuliahan yang tidak berhubungan dengan perkuliahan itu sendiri
3. Melatih dosen untuk menggunakan berbagai media pembelajaran daring yang lebih interaktif tidak hanya sekedar media statis yang cenderung membuat mahasiswa merasa bosan.

5. REFERENSI

Dindin, J. (Ed.). (2020). *Pembelajaran Daring Masa Pandemi Covid-19 Pada Calon Guru: Hambatan, Solusi Dan Proyeksi*. Lembaga

Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Harjanto, T., & Sumunar, D. S. E. W. (2018). *Tantangan Dan Peluang Pembelajaran Dalam Jaringan: Studi Kasus Implementas Elok (E-Learning: Open For Knowledge Sharing) Pada Mahasiswa Profesi Ners*. Jurnal Keperawatan Respati Yogyakarta, 5, 24-28.

Hutomo, A.M., (2020). *Persepsi Mahasiswa terhadap Pembelajaran Daring pada Mata Kuliah Praktik di Pendidikan Vokasi*. Jurnal Pendidikan Equilibrium, 8 (2), 224-231.

Jalaludin, Rakhmat. (2003). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Moleong, L.J., (2002). *Metode Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosda Karya, Bandung.

Rusdiana, E., & Nugroho, A. (2020). *Respon Mahasiswa Pada Pembelajaran Daring Bagi Mahasiswa Mata Kuliah Pengantar Hukum Indonesia UNESA*. *Integralistik*, 31(1), 1-12.

Sanjaya, R. (Ed.). (2020). *21 Refleksi Pembelajaran Daring di Masa Darurat*. SCU Knowledge Media.

<https://www.duniadosen.com/mengajukan-sertifikasi-dosen-uhn/>

<https://voi.id/bernas/4162/mencatat-sejarah-tentang-respons-indonesia-hadapi-covid-19>

Surat Edaran Kemdikbud Nomor 4 Tahun 2020 tentang Pelaksanaan Pendidikan Dalam Masa Darurat Coronavirus Disease (Covid-19)

Peraturan Pemerintah No. 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan

ANALISIS KELAYAKAN PEMANFAATAN DANAU KURAPAN DI DESA SEPANTAI KECAMATAN SEJANGKUNG

Nur Istiqamah¹⁾, Saifullah²⁾, Uray Dian Novita³⁾

^{1), 2)}Program Studi Agribisnis Perikanan dan Kelautan Jurusan Agribisnis, Politeknik Negeri Sambas

³⁾Program Studi Agrobisnis Jurusan Agrobisnis, Politeknik Negeri Sambas

¹⁾ email: inonkistiqamah@gmail.com

²⁾ email : saifullahtatang@yahoo.co.id

³⁾ email : diannovi_281182@yahoo.com

Abstract

Lake Kurapan, located in Sepantai Village, Sejangkung District, Sambas Regency has three functions: ecology, social, and economy. Basically, the quality of the waters of Lake Kurapan is greatly influenced by human activities, especially human settlements, livestock, agriculture, and water transportation activities. The use of the lake should be controlled properly to preserve it. This descriptive quantitative study used survey. Financial feasibility was used for data analysis. Seeing the potential, threats, and prospects for community empowerment, conducting a study on the feasibility of Kurapan Lake use as an ecotourism area is essential as desired by the local community. To maximize the use of Kurapan lake ecotourism is an effort to preserve the lake ecosystem and increase the community income. The data were analyzed using financial analysis with assessment indicators, namely Net Present Value, Internal Rate Return, Net Benefit Cost Ratio, Payback period and sensitivity analysis. The results revealed the feasibility of ecotourism business of Kurapan Lake.

Keywords: *Ecotourism, Kurapan Lake, Feasibility Study*

1. PENDAHULUAN

Perairan danau merupakan sumberdaya alam yang dimiliki bersama oleh masyarakat (*common property*), sehingga dalam pemanfaatannya sering dilakukan secara bebas sesuai kebutuhannya. Sejalan dengan waktu, semakin intensif dan semakin beragam kebutuhan masyarakat, sehingga dalam perkembangannya dan dalam kewenangan pengelolaannya muncul kebijakan dan kepentingan bersifat multisektor. Apalagi dengan berkembangnya otonomi daerah kepentingan wilayah administrasi akan lebih mewarnai variasi pemanfaatan perairan danau.

Danau Kurapan yang terletak di Desa Sepantai kecamatan Sejangkung Kabupaten Sambas merupakan danau tapal kuda (*oxbow*) bentuknya mirip dengan sungai yang melengkung-lengkung, namun ada daratan di bagian ujung-ujungnya.

Danau ini mempunyai tiga macam fungsi, yaitu ekologi, sosial, dan ekonomi. Fungsi ekologi danau Kurapan merupakan habitat bagi

organisme, mengontrol keseimbangan tanah dan mengontrol iklim mikro. Fungsi ekonomi danau Kurapan ini bisa dijadikan sebagai sumber air untuk pertanian, perikanan, budidaya ikan dengan keramba apung maupun dengan penangkapan di area danau, pariwisata lokal maupun internasional, dan fungsi ekonomi terbesar adalah dapat dijadikan sebagai sumber energi listrik.

Multiguna ekosistem danau dalam menopang kegiatan ekonomi, sosial, dan budaya memerlukan sistem pengelolaan yang memenuhi kaidah tata ruang yang benar, regulasi dan kelembagaan yang jelas, serta kelestarian fungsi ekosistemnya yang terus terjaga.

Untuk itu, diperlukan pengelolaan danau terpadu yang berbasis pada pendekatan holistik dari aspek ekonomi, sosial, budaya, tata ruang, serta kepariwisataan. Pengelolaan danau berkelanjutan tidak hanya dikerjakan oleh satu lembaga/institusi secara eksklusif, namun membutuhkan upaya bersama dari berbagai

pihak, baik swasta maupun masyarakat. Pengelolaan danau berkelanjutan harus merupakan suatu aksi kolektif (*collective action*) dari berbagai berbagai pemangku kepentingan.

Kualitas perairan Danau Kurapan pada dasarnya sangat dipengaruhi oleh kegiatan-kegiatan manusia, terutama pemukiman penduduk, peternakan, pertanian dan kegiatan transportasi air. Sehingga perlu dikendalikan dengan baik pemanfaatan danau Kurapan tersebut agar tetap terjaga.

Kegiatan ekowisata memiliki kemampuan finansial, kawasan konservasi merupakan modal yang secara tidak langsung dapat menyediakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar serta untuk meningkatkan kepedulian dan pemahaman masyarakat mengenai pentingnya menjaga kelestarian ekosistem danau Kurapan.

Adanya kontribusi ekowisata terhadap taraf hidup masyarakat sekitar, maka diharapkan akan tumbuh rasa memiliki terhadap sumber daya alam yang dimanfaatkan untuk ekowisata. Motivasi ekowisata adalah untuk menghasilkan pendapatan tambahan bagi masyarakat sekitar. Adanya kegiatan ekowisata ini akan membantu pembangunan pertanian dan perikanan karena melalui ekowisata ini salah satunya akan tersedia pasar bagi produk-produk pertanian dan perikanan.

Ekowisata juga merupakan kesempatan untuk mendidik masyarakat tentang pertanian, perikanan dan ekosistem. Kunci utama didalam ekowisata adalah masyarakat setempat, pengunjung/wisatawan, dan pemerintah atau institusi. Peran mereka bersama dengan interaksi mereka sangat penting untuk menuju kesuksesan dalam pengembangan ekowisata.

Ekowisata dapat menjadi media promosi untuk produk lokal, dan membantu perkembangan regional dalam memasarkan usaha dan menciptakan nilai tambah dan merangsang kegiatan ekonomi dan memberikan manfaat kepada masyarakat di daerah dimana ekowisata dikembangkan.

Melihat potensi, ancaman dan prospek untuk pemberdayaan masyarakat tersebut penulis merasa penting untuk dilakukan penelitian tentang analisis kelayakan pemanfaatan danau Kurapan di Desa Sepantai sebagai kawasan ekowisata seperti yang

diinginkan masyarakat setempat selama ini. Analisis yang diamati dari aspek finansial yaitu memadukan konsep biaya, mafaat, kelayakan usaha dan konsep ekologi dalam usaha ekowisata.

2. METODE PENELITIAN

Studi Pustaka

Evaluasi proyek adalah suatu sistem analisis yang membandingkan sistem analisis yang membandingkan biaya proyek dengan manfaat proyek sebagai alat untuk menilai dari usulan suatu proyek. Pada hakikatnya, evaluasi proyek menaksir manfaat proyek (*benefit*) dan biaya proyek dan menyederhanakan menjadi tolak ukur yang berlaku umum sebagai dasar untuk menentukan apakah suatu proyek untuk dilaksanakan atau tidak dilaksanakan.

Analisis finansial penting dilakukan untuk proyek-proyek yang berskala besar yang seringkali menimbulkan perubahan dalam penambahan *supply* dan *demand* akan produk-produk tertentu karena dampak yang ditimbulkannya pada ekonomi nasional cukup berarti.

Perhitungan analisis finansial danau menjadi ekowisata adalah untuk mengetahui proyeksi dalam penyusunan kebijakan berhubungan dengan konservasi danau yang berbasis ekowisata, serta membangun sinergitas antara pemangku kepentingan, baik di tingkat pusat maupun daerah, dalam menyelesaikan permasalahan pengelolaan danau maupun daerah perairan umum daratan ke depan.

Biaya Proyek

Biaya proyek adalah seluruh biaya yang dikeluarkan proyek ekowisata danau Kurapan guna mendatangkan benefit (*return*) pada masa yang akan datang bagi desa Sepantai dan sekitarnya. Biaya proyek itu pada dasarnya dapat diklasifikasikan atas biaya investasi dan biaya operasional. Biaya investasi adalah seluruh biaya yang dikeluarkan mulai proyek tersebut dilaksanakan sampai proyek tersebut mulai berjalan (beroperasi). Biaya investasi disebut juga modal investasi, yaitu modal yang dipakai untuk membiayai pendirian suatu perusahaan. Biaya operasional adalah biaya yang dikeluarkan selama proses produksi itu

berlangsung. Artinya secara rutin biaya ini harus dikeluarkan selama proses produksi.

Manfaat Proyek

Pengukuran manfaat ekonomi utama (*primair*) yang berupa output utama dan penentuan manfaatnya dilakukan dengan penghasilan devisa, maka perlu juga mendapatkan penyesuaian dengan konsep harga bayangan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Kecamatan Sejangkung berjarak sekitar 13 km dari pusat pemerintahan Kabupaten Sambas dan 33 km dari pusat pemerintahan provinsi Kalimantan Barat. Luas wilayah kecamatan Sejangkung yaitu 291,26 Ha dan membawahi 12 desa. Wilayah kecamatan Sejangkung dibelah oleh sungai Sambas besar dan anak-anak sungainya yaitu sungai Sajingan, sungai Mak Lebar, sungai Al Anas, sungai Bejongkong, sungai Sada'an, sungai Acan dan sungai Emas.

Desa Sepantai memiliki luas wilayah desa Sepantai yaitu 25.000 Ha yang terbagi atas beberapa penggunaan salah satunya yang terluas adalah sebagai areal perkebunan yaitu seluas 14.800 Ha, areal hutan seluas 4.812 Ha, areal tanah basah 3.000 Ha, areal tanah kering 1.480 Ha dan sangat minim sekali untuk penggunaan untuk fasilitas umum yaitu seluas 908 Ha.

Pembahasan

Wilayah Desa Sepantai merupakan daerah berbukit yang berada dibantaran sungai sehingga desa ini rawan terjadi banjir dimusim hujan. Pada musim kemarau merupakan musim yang dinanti masyarakat desa Sepantai karena merupakan musim menangkap ikan. Berbagai macam ikan perairan umum daratan terdapat di desa Sepantai dan dsalah satu andalan komoditas unggulannya adalah udang galah. Saat musim kemarau ikan akan lebih mudah di tangkap dengan alat tangkap tradisional seperti pukat, jala dan pancing.

Danau kurapan merupakan salah satu spot pancing yang menjadi primadona dikalangan pemancing ikan maupun udang. Ukuran ikannya yang besar serta jumlahnya yang banyak

merupakan daya tarik tersendiri bagi Danau Kurapan. Adanya daya tarik tersebut sehingga menjadi potensi Danau Kurapan untuk dijadikan kawasan Ekowisata berbasis perairan umum daratan.



Gambar 1.

Sampel Hasil Tangkapan Ikan di Danau Kurapan

Masyarakat Desa Sepantai memanfaatkan Danau Kurapan untuk mencari ikan yang akan dijual maupun dikonsumsi sendiri. Hasil sampling ikan selama penelitian didapatkan 152 individu yang berasal dari 124 (81.58%) dan 28 (18.42%) ekor masing-masing hasil tangkapan hulu Sungai Sambas dan Danau Kurapan tergabung dalam 22 spesies dan 13 famili. Jenis spesies ikan yang ditemui di danau Kurapan yaitu :

1. *Bagrichthys sp*
2. *Barbonymus schwanenfeldii*
3. *Ceratoglanis scleronema*
4. *Channa micropeltes*
5. *Chitala lopis*
6. *Clarias sp*
7. *Cyclocheilichthys apogon*
8. *Datnioides microlepis*
9. *Helostoma temminckii*
10. *Kryptopterus sp*
11. *Macrornathus aculeatus*
12. *Mastacembelus erythrotaenia*
13. *Mastacembelus sp*
14. *Mystacoleucus marginatus*
15. *Mystus sp*
16. *Osteochilus kapenii*
17. *Oxyeleotris marmorata*
18. *Parachela sp*
19. *Pristolepis grooti*
20. *Tetraodon sp*
21. *Trichopodus trichopterus*
22. *Wallago sp*

Secara umum mayoritas masyarakat sekitar telah menyadari terjadinya penurunan sumberdaya perikanan baik dalam jenis, jumlah dan ukuran. Hal ini tergambar dari keluhan masyarakat sekitar pada berbagai diskusi dan wawancara dalam studi pengamatan. Mereka memahami konsekuensi dari overfishing, terutama masyarakat sekitar yang hidup bergantung pada sungai.

Oleh sebab itu, dari hasil studi ini ada beberapa alternatif yang direkomendasikan untuk pengelolaan perairan umum kawasan desa Sepantai maupun danau Kurapan, diantaranya yaitu: (1) Penetapan kawasan konservasi perairan. Kawasan konservasi dapat dibentuk dan dikelola dengan sistem kearifan lokal masyarakat sekitar. Kawasan konservasi perairan ini selain berfungsi untuk menekan laju eksploitasi ikan, juga bermanfaat untuk mengontrol pengaruh perkebunan kelapa sawit disekitar kawasan konservasi perairan yang telah ditetapkan. Hal ini bisa dilakukan dengan penataan kawasan konservasi perairan sebagai salah satu destinasi pariwisata; (2) Pembatasan jenis alat tangkap. Alat tangkap yang bersifat *destructive fishing* seperti racun ikan harus dilarang; (3) Peningkatan kapasitas kelompok masyarakat. Untuk meningkatkan pengawasan dan pengelolaan sumberdaya ikan bisa dilakukan dengan pembentukan Kelompok Masyarakat Penggerak Konservasi; (4) Peningkatan ekonomi kreatif masyarakat. Kedepan kawasan konservasi yang di bentuk bukan hanya sebatas daerah perlindungan ikan saja dan kelompok masyarakat yang di beri otoritas pengelola bukan hanya sebagai pengamanan saja, tetapi juga harus wajib menjadi solusi perekonomian terutama untuk meningkatkan nilai tambah ekonomi masyarakat sekitar.

Danau Kurapan merupakan bekas areal sungai mati yang menjadi tempat pemancingan masyarakat sekitar dengan luasan sekitar 1.29 m². Permukaan air dipenuhi gulma dengan vegetari rivarian rumput belukar dan pepohonan.

Potensi Danau Kurapan di Desa Sepantai Kecamatan Sejangkung dominan ditumbuhi tanaman sejenis alga, beberapa tanaman rumput liar dan kayu bajakah. Tumbuh-tumbuhan tersebut dapat dijadikan sebagai salah satu daya tarik ekowisata misalnya dengan sensasi minum

air kayu bajakah langsung yang dipotong dari salah satu bagian pohonnya. Menurut penelitian Saputera bahwa batang bajakah mengandung senyawa fenolik, flavonoid, tannin dan saponin. Zat-zat tersebut secara teoritis dapat memacu pertumbuhan kolagen dan pembentukan epitel baru (*re-epitelisasi*) yang mempersingkat penyembuhan luka. Air yang keluar dari kayu bajakah cenderung memiliki rasa manis dan tawar. Jika pengunjung kehabisan persediaan air minum maka kayu bajakah merupakan salah satu alternatif untuk menghilangkan haus.



Gambar 2.
Atraksi Wisata Minum Air Kayu Bajakah

Analisis finansial dilakukan dengan menggunakan kriteria-kriteria penilaian investasi yang terdiri dari; NPV, IRR, Net B/C, Payback Period dan analisis Sensitivitas. Untuk menganalisis kriteria tersebut, digunakan arus kas untuk mengetahui besarnya manfaat yang diterima dan biaya yang dikeluarkan oleh investor selama umur proyek yaitu 10 tahun. Penentuan umur proyek tersebut berdasarkan umur ekonomis dari bangunan yang ada di sekitar kawasan ekowisata danau kurapan, karena merupakan salah satu aset yang penting untuk usaha ekowisata danau Kurapan.

Rincian biaya operasional diasumsikan dikeluarkan setiap bulan dan dijumlahkan per tahun. Biaya operasional merupakan biaya keseluruhan yang berhubungan dengan kegiatan operasional dari ekowisata danau Kurapan. Biaya tersebut dikeluarkan secara berkala selama ekowisata tersebut berjalan.

Proyeksi biaya investasi Danau Kurapan:

1. Pembangunan jalan rute ekowisata : Rp.55.320.000
2. Pembangunan pintu gerbang : Rp.5.012.000
3. Pembngunan tempat parkir : Rp.4.975.000
4. Pembangunan 2 buah papan informasi : Rp.200.000
5. Pembangunan 2 buah shelter : Rp.2.000.000
6. Pembangunan 1 pondok wisata : Rp.4.985.000
7. Pembangunan 2 buah toilet umum : Rp.11.231.178
8. Pembangunan 5 buah tempat sampah : Rp.750.000
9. Pembuatan 4 buah sampan : Rp.4.000.000

Proyeksi biaya investasi ekowisata Danau Kurapan berdasarkan standar harga yang berlaku di desa Sepantai Kecamatan Sejangkung termasuk perhitungan pembangunan rute jalan ekowisata yaitu 1 rute seluas 200m (Rp.55.320.000) berdasarkan standar biaya dari konsultan sehingga didapat total biaya investasi sebesar Rp. 88.465.178,42.



Gambar 3.
Rute Menuju Danau Kurapan



Gambar 4.
Potensi buah lokal khas danau Kurapan

Biaya operasional merupakan biaya keseluruhan yang berhubungan dengan kegiatan operasional dari ekowisata danau Kurapan. Biaya tersebut dikeluarkan secara berkala selama ekowisata tersebut berjalan. Rincian biaya operasional dapat dilihat di bawah ini yaitu :

1. Upah tenaga kerja prediksi 6 orang : Rp.64.800.000
2. Pembelian benih ikan untuk 1 periode : Rp.6.000.000
3. Perbaikan fasilitas umum : Rp.4.800.000
4. Cetak tiket masuk : Rp. 960.000
5. Pembuatan brosur : Rp. 480.000

Manfaat dari kegiatan ekowisata Danau dihitung berdasarkan rata-rata jumlah dan harga yang ada dilapangan berdasarkan hasil survey dan wawancara dengan masyarakat setempat yang berada di sekitar Danau Kurapan. Benefit berasal dari penjualan tiket masuk dengan harga Rp. 15.000/ tiket dengan asumsi rata-rata pengunjung tiap minggu 200 orang. Benefit lainnya yaitu dari retribusi pedagang yang berjualan makanan, minuman, hasil perikanan, buah-buahan dan jasa fotografer diasumsikan dengan harga per bulan yaitu Rp. 100.000 untuk tiap-tiap kios yang berjualan. Penyewaan sampan diasumsikan 30 kali dalam seminggu dengan harga Rp.50.000 per satuan, penyewaan pondok wisata untuk pengunjung yang ingin menginap diasumsikan 1 kali dalam seminggu

dengan tarif Rp. 450.000 per sekali sewa, dan penyewaan sampan diperkirakan 40 kali dalam sebulan dengan tarif Rp. 50.000 per buah. Berdasarkan perhitungan manfaat di atas maka manfaat setiap bulan diperkirakan sebesar Rp. 7.900.000,- dengan perhitungan manfaat Rp.94.800.000 per tahun.

Hasil analisis kelayakan ekowisata danau Kurapan :

1. NPV : Rp. 4.188.742
2. Net B/C : 3,5
3. IRR : 21,68 %
4. PP : 11 bulan

Prediksi umur proyek 10 tahun dengan *discount factor* 14% maka di dapat nilai NPV Rp.4.188.742 artinya proyek ekowisata dengan nilai investasi sebesar Rp. 88.493.178,42 akan menghasilkan nilai sebesar Rp.4.188.742, dan nilai *Net B/C* 3,5 artinya setiap Rp.1.000.000 yang dikeluarkan akan menghasilkan Rp.3.500.000 serta IRR 21,68 % berarti kemampuan proyek ekowisata membayar bunga pinjaman yaitu sebesar 21,68 % dengan bunga bank untuk Kredit Usaha Rakyat sebesar 3,75% maka nilai IRR tersebut dinilai layak.

Hasil analisis *sensitivitas* terhadap kenaikan biaya operasional sebesar 10% memperoleh nilai NPV sebesar Rp.-309.263.761, *Net B/C Rasio* sebesar 1,05 dan nilai IRR sebesar 1,05 %. Menurunnya nilai NPV, *Net B/C Rasio* dan IRR yang diperoleh pada saat terjadinya kenaikan biaya operasional dari keadaan normal, menunjukkan bahwa proyek ekowisata danau Kurapan sangat peka terhadap kenaikan biaya operasional yang menjadi salah satu komponen yang mempengaruhi benefit dari kegiatan ekowisata Danau Kurapan. Berdasarkan hasil perhitungan analisis *sensitivitas* terhadap kenaikan biaya operasional sebesar 10 % dalam kegiatan ekowisata danau Kurapan di Desa Sepantai Kecamatan Sejangkung tidak layak untuk diusahakan dan dikembangkan. Sedangkan hasil analisis *sensitivitas* diatas dapat dilihat bahwa penurunan benefit sebesar 10% memperoleh nilai NPV sebesar Rp.28.315.942, *Net B/C Rasio* sebesar 0,49 dan nilai IRR sebesar 13,32%. Berdasarkan hasil perhitungan analisis sensitivitas terhadap penurunan benefit sebesar 10 % diperoleh NPV >1, *Net B/C Rasio* >1 dan IRR > DF sehingga

dapat disimpulkan bahwa pada saat terjadinya penurunan benefit sebesar 10% pada kegiatan ekowisata danau kurapan di Desa Sepantai layak untuk diusahakan dan dikembangkan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Ekowisata danau Kurapan di Desa Sepantai layak untuk dikembangkan, dengan asumsi nilai investasi sebesar Rp.88.465.178 akan menghasilkan nilai bersih sebesar Rp.4.188.742, pada *discount factor* 14% selama 10 tahun. Net B/C sebesar 3,5, IRR sebesar 21,68% dan Payback Period selama 11 bulan
2. Proyek ekowisata sensitif terhadap kenaikan biaya operasional. Analisis sensitivitas dengan skenario kenaikan biaya operasional 10% menghasilkan bahwa ekowisata danau Kurapan tidak layak untuk diusahakan karena analisis kelayakan finansialnya dinilai negatif.
3. Perhitungan analisis sensitivitas ekowisata danau Kurapan dengan skenario penurunan benefit sebesar 10% menghasilkan NPV sebesar Rp.28.315.942, Net B/C Ratio sebesar 0,49, dan IRR sebesar 13,32%, dari nilai tersebut berarti ekowisata danau Kurapan layak untuk dilaksanakan.

5. REFERENSI

- Hakim L, 2002. *Konsep-Konsep Ekowisata*. Kehutanan. UNHAS.
- Hidayat D, Maryani R. 2019. *Analisis Kelayakan Potensi Ekowisata Air Terjun Riam Jito Di Kecamatan Kembayan, Kabupaten Sanggau, Kalimantan Barat*. Jurnal Penelitian Pengelolaan Daerah Aliran Sungai (JPPDAS) vol.3 No.1 April 2019. Diakses tanggal 10 Februari 2020.
- Husnan S, Muhammad S.2008. *Studi Kelayakan Proyek*. UPP STIM YKPN. Yogyakarta.
- Kasmir dan Jakfar. 2006. *Studi Kelayakan Bisnis*, Edisi 2. Kencana: Jakarta
- Mahbub A. 2018. *Persepsi Masyarakat Terhadap Rencana Pembangunan Ekowisata Karst Di Desa Sambueja,*

- Kecamatan Simbang, Kabupaten Maros.*** Jurnal Kebijakan Sosek KP Vol.8 No.2 Desember 2018. Diakses 10 Februari 2020
- Nanda L. 2018. ***Tingkat Partisipasi Masyarakat Dalam Program Penyelamatan Dan Pengelolaan Lingkungan Berkelanjutan Danau Maninjau.*** Jurnal Pannial Vol.14 No.2 2018. Diakses 9 Februari 2020.
- Saputera, M., & Ayuhecara, N. 2018. ***Uji Efektivitas Ekstrak Etanolik Batang Bajakah Tampala (Spatholobus Littoralis Hassk.) Terhadap Waktu Penyembuhan Luka.*** Jurnal Ilmiah Ibnu Sina, 3(2), 318 - 327. <https://doi.org/10.36387/jiis.v3i2.185>.

E-SERVQUAL PADA APLIKASI LAYANAN TRANSPORTASI GO-JEK DI PONTIANAK

Sugianto¹⁾, Vivi²⁾

^{1) 2)} Prodi Bahasa Inggris Untuk Komunikasi Bisnis dan Profesional,
Politeknik Tonggak Equator

¹⁾email : sugianto.polteq@gmail.com

²⁾email : vivi.polteq@gmail.com

Abstract

Since the past few years, there has been a rise in the need of using online-based transportations. Evidently, drivers of online transportation can be found anywhere along the roads in Pontianak, milling about. There are, currently, three alternatives of online transportation available in Pontianak, namely Grab, Gojek, and Maxim. Gojek, under the management of PT Aplikasi Karya Bangsa, is the only online-based transportation service provider founded by an Indonesian. Whereas, Grab is the online-based transportation service provider from Malaysia, and Maxim from Russia. Based on observation conducted by researcher on Gojek Application in November 2020, there were some complaints from the users regarding the services of the said application since its last updated version released in August 2020. This study aims to find out the e-servqual value of Gojek application by taking samples in Pontianak setting. This study employed descriptive qualitative method and was conducted within Pontianak setting. Snowball sampling technique was employed to collect the samples required for this study. The data collecting technique employed were observation, interview, and questionnaire. The results of this study show that the average value of the customers' expectations, consisting of seven e-servqual variables, namely efficiency, reliability, fulfillment, privacy, responsiveness, compensation, and contact, was 7.64. Whereas, the average value of perception/performance of the aforementioned seven variables was 7.76. Therefore, it can be inferred that the perception service value was greater than the expectation service value, meaning that the e-service quality received by the respondents exceeded their expectation, with the average gap value of 0.12.

Keywords : *e-service quality, e-servqual, Gojek*

1. PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, kebutuhan menggunakan jasa layanan transportasi berbasis online semakin meningkat. Terbukti, hampir di sepanjang jalan Kota Pontianak ditemukan para driver transportasi online yang berseliweran. Para pengguna transportasi online ini juga beragam dari kalangan orang tua, dewasa hingga remaja. Saat ini terdapat 3 jasa layanan transportasi online yang banyak digunakan oleh masyarakat Kota Pontianak yaitu Grab, Gojek, dan Maxim. Kehadiran Maxim mulai dirasakan oleh masyarakat Kota Pontianak pada awal 2020. Hal ini tentunya akan menimbulkan persaingan baru bagi Grab dan GO-JEK yang hadir di Kota Pontianak.

GO-JEK di bawah naungan PT Aplikasi Karya Anak Bangsa merupakan satu-satunya

aplikasi yang dibuat oleh warga Negara Indonesia, sedangkan Grab berasal dari Malaysia dan Maxim berasal dari Rusia. GO-JEK didirikan oleh Nadiem Makarim karena terinspirasi oleh pengalaman pribadi yang hampir setiap hari harus berangkat ke tempat kerja dengan menggunakan transportasi ojek konvensional (kendaraan beroda dua). Melalui pengalaman tersebut, beliau melihat masih banyaknya kelemahan dari transportasi ojek konvensional yaitu masa tunggu yang lama bagi *driver* (pengemudi GO-JEK) untuk mendapatkan penumpang. Oleh karena itu, beliau menciptakan sebuah aplikasi yang dapat menjawab kelemahan dari ojek konvensional yaitu GO-JEK. Gojek merupakan salah satu aplikasi multi-layanan di Asia Tenggara yang menyediakan akses ke berbagai layanan seperti

transportasi, pembayaran, pengiriman makanan, logistik, dan lain-lain.

Sejalan dengan perkembangan waktu, saat ini aplikasi GO-JEK dapat diunduh melalui *smartphone* yang berbasis *Android* dan *IOS* yang mana menawarkan kesederhanaan dan kemudahan dalam mengakses aplikasi GO-JEK oleh pelanggan. Pelanggan dapat memilih berbagai fitur dalam aplikasi GO-JEK sesuai dengan kebutuhan dengan memasukkan alamat yang akan dituju oleh *driver*. Beberapa fitur layanan GO-JEK yang ditawarkan bagi pelanggan antara lain: GO-RIDE, GO-CAR, GO-FOOD, GO-SEND, GO-SHOP, dan sebagainya.

Berbagai fitur tersebut memberikan kemudahan bagi pengguna dari segi akurasi janji layanan, membeli barang tanpa harus datang ke tempat, dan pengiriman produk. Selain itu GO-JEK juga sering memberikan promosi kepada pengguna. Oleh karena itu, perkembangan ojek *online* semakin berkembang pesat dan bersaing ketat dari segi harga dan pelayanan agar menjadi lebih unggul di mata konsumen. Maka pada tahun 2019, berdasarkan survei yang dilakukan oleh Top Brand Award diketahui bahwa GO-JEK menduduki peringkat pertama dengan Top Brand Index (TBI) sebesar 44,6% dan diikuti Grab pada peringkat kedua dengan Top Brand Index (TBI) sebesar 43,1%. Pada tahun 2018, peringkat pertama diraih oleh Grab dengan TBI sebesar 48% dan GO-JEK sebesar 44,9%. *Top Brand Award* yang merupakan suatu penghargaan yang diberikan kepada merek-merek terbaik pilihan konsumen, kepada lima belas kota besar yaitu, Jakarta, Bandung, Semarang, Yogyakarta, Surabaya, Malang, Denpasar, Medan, Palembang, Pekanbaru, Balikpapan, Banjarmasin, Samarinda, Makassar, dan Manado yang melibatkan 12.000 responden. (sumber www.topbrand-award.com)

Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti pada aplikasi GO-JEK di November 2020, diketahui bahwa terdapat beberapa keluhan dari para pengguna aplikasi GO-JEK terhadap layanan dari aplikasi ini sejak update pada akhir Agustus 2020. Berikut beberapa komentar-komentar pengguna GO-JEK di *playstore* yang dirangkum oleh peneliti antara lain (1) interface yang kurang intuitif, (2)

gangguan *server*, yang biasanya *loading* (proses yang lamban) dan *error* (gangguan), (3) pesanan yang tidak sesuai, (4) pesanan yang lama diterima, (5) konsumen harus menunggu lama *driver* datang ke tempat, (6) gangguan pada saat pembayaran, (7) sering ditolak *driver* jika hujan, (8) keluhan yang tidak ditanggapi oleh *customer service*.

GO-JEK telah beroperasi di Pontianak sejak tahun 2017. Dalam rentang waktu empat tahun, tentunya banyak masyarakat Kota Pontianak yang sudah menggunakan jasa transportasi online ini. Sebagai salah satu peraih *Top Brand Award* peringkat pertama pada tahun 2019, GO-JEK mendapatkan banyak keluhan terkait layanan elektronik pada tahun 2020. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana *e-servqual* pada aplikasi layanan transportasi GO-JEK yang berada di Pontianak.” Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui *e-servqual* pada aplikasi layanan transportasi GO-JEK yang berada di Pontianak.

Menurut Zeithaml, et al dalam Tjiptono & Chandra (2011, p. 253) “*e-SERVQUAL* merupakan model yang digunakan untuk mengukur persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa yang disampaikan pengecer online (*daring*).” Secara ringkas, ketujuh dimensi *e-SERVQUAL* meliputi:

1. Efisiensi, yaitu kemampuan pelanggan untuk mengakses website, mencari produk yang diinginkan dan informasi yang berkaitan dengan produk tersebut, dan meninggalkan situs bersangkutan dengan upaya minimal.
2. Reliabilitas, berkenaan dengan fungsional teknis situs bersangkutan, khususnya sejauh mana situs tersebut tersedia dan berfungsi sebagaimana mestinya.
3. *Fulfillment*, mencakup akurasi janji layanan, ketersediaan stok produk, dan pengiriman produk sesuai dengan waktu yang dijanjikan.
4. Privasi, berupa jaminan bahwa data perilaku berbelanja tidak akan diberikan kepada pihak lain manapun dan bahwa informasi kartu kredit pelanggan terjamin keamanannya.

5. Daya tanggap (*responsiveness*), merupakan kemampuan pengecer *online* untuk memberikan informasi yang tepat kepada pelanggan sewaktu timbul masalah, memiliki mekanisme untuk menangani pengembalian produk, dan menyediakan garansi *online*.
6. Kompensasi, meliputi pengembalian uang, biaya pengiriman, dan biaya penanganan produk.
7. Kontak (*contact*), mencerminkan kebutuhan pelanggan untuk bisa berbicara dengan staf layanan pelanggan secara *online* atau melalui telepon (dan bukan berkomunikasi dengan mesin)

Menurut Parasuman, et al dalam Tjiptono & Chandra (2011, p. 180) ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu jasa yang diharapkan (*expected service*) dan jasa yang dirasakan/dipersepsikan (*perceived service*). Apabila *perceived service* sesuai dengan *expected service*, maka kualitas jasa yang bersangkutan dipersepsikan baik atau positif. Jika *perceived service* melebihi *expected service*, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Sebaliknya apabila *perceived service* lebih rendah dibandingkan *expected service*, maka kualitas jasa dipersepsikan negatif atau buruk. Dalam melakukan analisa pada setiap variabel, terdapat persamaan yang dapat dijadikan acuan yaitu:

Diketahui :

- ES (*expected service*) = Tingkat layanan yang diinginkan
 - PS (*perceived service*) = Persepsi Terhadap Kinerja Layanan
- (a) Jika $ES > PS$, kualitas diterima lebih kecil dari harapan yang diinginkan
 - (b) Jika $ES = PS$, kualitas diterima sudah cukup
 - (c) Jika $ES < PS$, kualitas diterima lebih dari harapan yang diinginkan

Menurut Zeithaml, et. Al dalam Tjiptono & Chandra (2011, p. 231) pengukuran *e-servqual* dan *SERVQUAL* tidak jauh berbeda sehingga penulis menggunakan perhitungan dengan model *SERVQUAL*. Model ini didasarkan pada skala multi-item yang dirancang untuk mengukur harapan dan persepsi pelanggan, akan tetapi atribut yang digunakan tidak mengikuti dimensi yang dimiliki *SERVQUAL* akan tetapi mengikuti

dimensi yang dimiliki *e-servqual*. Skor *SERVQUAL* untuk setiap pasang pernyataan, bagi masing-masing pelanggan berdasarkan rumus berikut:

$\text{Skor } SERVQUAL = \text{Skor Persepsi} - \text{Skor Harapan}$
--

2. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode deskriptif dan dianalisis secara kualitatif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang akan menyajikan gambaran lengkap sejumlah variabel yang berkenaan dengan masalah yang diteliti. Menurut Sugiyono (2016, p. 89), “Penelitian deskriptif adalah suatu rumusan masalah yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih. Jadi dalam penelitian ini peneliti tidak membuat perbandingan variabel itu pada sampel yang lain, dan mencari hubungan variabel itu dengan variabel yang lain.”

Penentuan responden dalam penelitian ini menggunakan teknik *Snowball sampling*. “*Snowball sampling* adalah teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian membesar. Ibarat bola salju yang menggelinding yang lama-lama menjadi besar. Dalam penentuan sampel, pertama-tama dipilih satu atau dua orang, tetapi karena dengan dua orang ini belum merasa lengkap terhadap data yang diberikan, maka peneliti mencari orang lain yang diberikan oleh dua orang sebelumnya. Begitu seterusnya, sehingga jumlah sampel semakin banyak.” (Sugiyono, 2016, p. 157).

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen GO-JEK yang sudah pernah menggunakan fitur GO-RIDE atau GO-CAR atau GO-FOOD selama minimal dua kali. Dalam menentukan jumlah responden, peneliti mengacu pada teori Roscoe. Menurut Roscoe dalam Sugiyono, “saran-saran tentang ukuran sampel untuk penelitian adalah ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500” (Sugiyono, 2016, p. 164). Peneliti menentukan jumlah responden untuk mengisi kuesioner adalah 80 orang.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi

berperanserta (*Participant*), kuesioner (angket) dan data sekunder.

1. Observasi Partisipan

“Dalam observasi ini, peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian” (Sugiyono, 2016, p. 235). Dalam observasi ini peneliti melakukan pengamatan pada dimensi dimensi *e-servqual* yaitu mulai dari efisiensi, reliabilitas, fulfillment, privasi, daya tanggap (*responsiveness*), kompensasi dan kontak (*contact*). Sekaligus menjadi penumpang GO-JEK agar dapat merasakan pelayanan dari fitur GO-RIDE dan GO-CAR mulai dari pemesanan lewat aplikasi GO-JEK hingga selesainya transaksi.

2. Kuesioner (Angket)

“Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya” (Sugiyono, 2016, p. 230). Kuesioner disebarkan kepada pelanggan yang sudah memakai jasa *driver* GO-JEK selama dua kali. Penyebaran kuesioner dalam penelitian ini adalah melalui *google form* maupun melakukannya dengan memberikan langsung kepada responden disertai penjelasan-penjelasan cara mengisi kuesioner. Pertanyaan-pertanyaan kuesioner yang akan disusun adalah berdasarkan skala likert yaitu dari 1 (Rendah) sampai 9 (Tinggi).

3. Data Sekunder

Menurut Sujarweni (2015, p. 89), “Data sekunder merupakan data yang didapat dari catatan, buku, dan majalah berupa laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, artikel, buku-buku sebagai teori, majalah dan lain sebagainya”. Data sekunder yang peneliti gunakan antara lain studi buku, jurnal, dan data pada website.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penulis melakukan penyebaran kuesioner kepada 80 konsumen GO-JEK untuk mengetahui tanggapan mereka mengenai *e-servqual* pada aplikasi layanan transportasi GO-JEK di pontianak.

Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 1. Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Laki-laki	31	38,75
2	Perempuan	49	61,25
Total		80	100

Sumber: Data Olahan 2021

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin perempuan lebih banyak daripada responden dengan jenis kelamin laki-laki. Responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 61,25 persen dan responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 38,75 persen.

Tabel 2. Umur Responden

No	Umur	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	18 – 25	30	37,5
2	25 – 35	42	52,5
3	>35	8	10,0
Total		80	100

Sumber: Data Olahan 2021

Tabel 2 menunjukkan bahwa responden dengan usia 25 – 35 tahun lebih dominan yaitu sebanyak 42 orang, disusul dengan umur 18 – 25 tahun yaitu sebanyak 30 orang dan yang paling sedikit adalah responden dengan usia > 35 tahun yaitu sebanyak 8 orang.

Tabel 3. Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Pelajar / Mahasiswa	22	27,5
2	Ibu Rumah Tangga	12	15,0
3	Karyawan Swasta	42	52,5
4	Wirausaha	4	5,0
Total		80	100

Sumber: Data Olahan 2021

Tabel 3 menunjukkan bahwa responden dengan jenis pekerjaan karyawan swasta lebih dominan dengan persentase 52,5 persen, diikuti pekerjaan

pelajar/mahasiswa 27,5 persen, kemudian ibu rumah tangga 15,0 persen, dan wiraswasta 5,0 persen.

Dimensi Efisiensi

Tabel 4. Nilai Rata-Rata Variabel Efisien

No	Pernyataan	Nilai ES	Nilai PS	Gap
1.	Kemudahan Fitur Pemesanan	8,43	8,69	0,26
2.	Kemunculan Notifikasi Dalam Mendapatkan Driver GO-JEK	8,73	8,80	0,07
3.	Kemudahan Log Out dari Aplikasi	7,93	8,34	0,41
Nilai rata-rata variabel Efisien		8,37	8,61	0,24

Sumber: Data olahan, 2021

Berdasarkan tabel 4 dapat diketahui nilai rata-rata harapan pelanggan pada variabel efisien adalah 8,37. Sedangkan nilai rata-rata persepsi/kinerja pada variabel efisien adalah 8,61. Dapat disimpulkan bahwa nilai PS (*Perception Service*) lebih besar daripada nilai ES (*Expectation Service*) dengan nilai rata-rata gap adalah 0,24.

Dimensi Reliabilitas

Tabel 5. Nilai Rata-Rata Variabel Reliabilitas

No	Pernyataan	Nilai ES	Nilai PS	Gap
1.	Waktu penjemputan sesuai dengan waktu yang tertera di aplikasi	7,61	7,28	-0,34
2.	Alamat tujuan terdapat dalam aplikasi	8,04	7,90	-0,14
Jumlah keseluruhan nilai variabel Reliabilitas		7,83	7,59	-0,24

Sumber: Data olahan, 2021

Berdasarkan tabel 5 dapat diketahui nilai rata-rata harapan pelanggan pada variabel reliabilitas adalah 7,83. Sedangkan nilai rata-rata persepsi/kinerja pada variabel reliabilitas adalah

7,59. Dapat disimpulkan bahwa nilai ES (*Expectation Service*) lebih besar daripada nilai PS (*Perception Service*) dengan nilai rata-rata gap adalah -0,24.

Dimensi Fulfillment

Tabel 6. Nilai Rata-Rata Variabel Fulfillment

No	Pernyataan	Nilai ES	Nilai PS	Gap
1.	Akurasi janji layanan dari aplikasi GO-JEK	8,51	8,80	0,29
2.	Ketersediaan GO-JEK yang selalu ada	8,35	8,61	0,26
3.	Driver mengantar ke alamat tujuan lebih cepat daripada waktu yang tertera dalam aplikasi GO-JEK	7,31	7,24	-0,08
Jumlah keseluruhan nilai variabel Fulfillment		8,06	8,22	0,16

Sumber: Data olahan, 2021

Berdasarkan tabel 6 dapat diketahui nilai rata-rata harapan pelanggan pada variabel *fulfillment* adalah 8,06. Sedangkan nilai rata-rata persepsi/kinerja pada variabel *fulfillment* adalah 8,22. Dapat disimpulkan bahwa nilai PS (*Perception Service*) lebih besar daripada nilai ES (*Expectation Service*) dengan nilai rata-rata gap adalah 0,16.

Dimensi Privasi

Tabel 7. Nilai Rata-Rata Variabel Privasi

No	Pernyataan	Nilai ES	Nilai PS	Gap
1.	Pemesanan GO-JEK tidak diketahui oleh pihak lain	8,05	8,68	0,63
2.	Pembayaran melalui GO-PAY aman	8,94	8,98	0,04

Jumlah keseluruhan nilai variabel Privasi	8,49	8,83	0,33
---	------	------	------

Sumber: Data olahan, 2021

Berdasarkan tabel 7 dapat diketahui nilai rata-rata harapan pelanggan pada variabel privasi adalah 8,49. Sedangkan nilai rata-rata persepsi/kinerja pada variabel privasi adalah 8,83. Dapat disimpulkan bahwa nilai PS (*Perception Service*) lebih besar daripada nilai ES (*Expectation Service*) dengan nilai rata-rata gap adalah 0,33.

Dimensi Daya Tanggap

Tabel 8. Nilai Rata-Rata Variabel Daya Tanggap

No	Pernyataan	Nilai ES	Nilai PS	Gap
1.	Sikap <i>driver</i> menangani masalah pemesanan	7,71	7,80	0,09
	Jumlah keseluruhan nilai variabel Daya Tanggap	7,71	7,80	0,09

Sumber: Data olahan, 2021

Berdasarkan tabel 8 dapat diketahui nilai rata-rata harapan pelanggan pada variabel privasi adalah 7,71. Sedangkan nilai rata-rata persepsi/kinerja pada variabel privasi adalah 7,80. Dapat disimpulkan bahwa nilai PS (*Perception Service*) lebih besar daripada nilai ES (*Expectation Service*) dengan nilai rata-rata gap adalah 0,09.

Dimensi Kompensasi

Tabel 9. Nilai Rata-Rata Variabel Kompensasi

No	Pernyataan	Nilai ES	Nilai PS	Gap
1.	<i>driver</i> siap sedia membawa helm	6,89	7,99	1,10
2.	<i>driver</i> siap sedia membawa jas hujan	6,53	6,28	-0,25
	Jumlah keseluruhan nilai variabel Kompensasi	6,71	7,13	0,42

Sumber: Data olahan, 2021

Berdasarkan tabel 9 dapat diketahui nilai rata-rata harapan pelanggan pada variabel kompensasi adalah 6,71. Sedangkan nilai rata-rata persepsi/kinerja pada variabel kompensasi adalah 7,13. Dapat disimpulkan bahwa nilai PS (*Perception Service*) lebih besar daripada nilai ES (*Expectation Service*) dengan nilai rata-rata gap adalah 0,42.

Dimensi Kontak

Tabel 10. Nilai Rata-Rata Variabel Kontak

No	Pernyataan	Nilai ES	Nilai PS	Gap
1.	Waktu penjemputan sesuai dengan waktu yang tertera di aplikasi	6,74	6,59	-0,15
2.	Alamat tujuan terdapat dalam aplikasi	5,86	5,73	-0,14
	Jumlah keseluruhan nilai variabel Kontak	6,30	6,16	-0,14

Sumber: Data olahan, 2021

Berdasarkan tabel 10 dapat diketahui nilai rata-rata harapan pelanggan pada variabel kontak adalah 6,30. Sedangkan nilai rata-rata persepsi/kinerja pada variabel kontak adalah 6,16. Dapat disimpulkan bahwa nilai ES (*Expectation Service*) lebih besar daripada nilai PS (*Perception Service*) dengan nilai rata-rata gap adalah -0,14.

E-Servqual

Dari masing-masing variabel/dimensi e-servqual, diambil rata-rata dari nilai harapan, kinerja dan kesenjangan (gap). Hasil tersebut dapat dilihat pada tabel 4.26 berikut :

Tabel 11. Harapan, Kinerja, dan Gap tiap Variabel/Dimensi

No	Variabel/Dimensi	Harapan (ES)	Kinerja (PS)	Gap
1.	Efisien	8,37	8,61	0,24
2.	Reliabilitas	7,83	7,59	-0,24
3.	Fulfillment	8,06	8,22	0,16
4.	Privasi	8,49	8,83	0,33
5.	Daya Tanggap	7,71	7,80	0,09
6.	Kompensasi	6,71	7,13	0,42

7. Kontak	6,30	6,16	-0,14
Mean	7,64	7,76	0,12

Sumber: Data olahan, 2021

Dari tabel 11, dapat diketahui bahwa nilai rata-rata nilai PS (*Perception Service*) lebih besar daripada nilai ES (*Expectation Service*) dengan nilai rata-rata gap adalah 0,12. Dari nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas jasa elektronik (*e-service quality/eservqual*) yang telah diberikan kepada konsumen melebihi harapan konsumen.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan data, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Nilai rata-rata harapan pelanggan pada variabel efisien adalah 8,37. Sedangkan nilai rata-rata persepsi/kinerja pada variabel efisien adalah 8,61. Dapat disimpulkan bahwa nilai PS (*Perception Service*) lebih besar daripada nilai ES (*Expectation Service*) yang berarti kualitas pelayanan elektronik yang diterima responden melebihi harapan responden dengan nilai rata-rata gap sebesar 0,24.
2. Nilai rata-rata harapan pelanggan pada variabel reliabilitas adalah 7,83. Sedangkan nilai rata-rata persepsi/kinerja pada variabel reliabilitas adalah 7,59. Dapat disimpulkan bahwa nilai ES (*Expectation Service*) lebih besar daripada nilai PS (*Perception Service*) yang berarti kualitas pelayanan elektronik yang diterima responden dibawah harapan responden dengan nilai rata-rata gap sebesar -0,24.
3. Nilai rata-rata harapan pelanggan pada variabel *fulfillment* adalah 8,06. Sedangkan nilai rata-rata persepsi/kinerja pada variabel *fulfillment* adalah 8,22. Dapat disimpulkan bahwa nilai PS (*Perception Service*) lebih besar daripada nilai ES (*Expectation Service*) yang berarti kualitas pelayanan elektronik yang diterima responden melebihi harapan responden dengan nilai rata-rata gap sebesar 0,16.
4. Nilai rata-rata harapan pelanggan pada variabel privasi adalah 8,49. Sedangkan nilai rata-rata persepsi/kinerja pada variabel privasi adalah 8,83. Dapat disimpulkan bahwa nilai PS (*Perception Service*) lebih besar daripada nilai ES (*Expectation Service*) yang berarti kualitas pelayanan elektronik yang diterima responden melebihi harapan responden dengan nilai rata-rata gap sebesar 0,33.
5. Nilai rata-rata harapan pelanggan pada variabel daya tanggap adalah 7,71. Sedangkan nilai rata-rata persepsi/kinerja pada variabel daya tanggap adalah 7,80. Dapat disimpulkan bahwa nilai PS (*Perception Service*) lebih besar daripada nilai ES (*Expectation Service*) yang berarti kualitas pelayanan elektronik yang diterima responden melebihi harapan responden dengan nilai rata-rata gap sebesar 0,09.
6. Nilai rata-rata harapan pelanggan pada variabel kompensasi adalah 6,71. Sedangkan nilai rata-rata persepsi/kinerja pada variabel kompensasi adalah 7,13. Dapat disimpulkan bahwa nilai PS (*Perception Service*) lebih besar daripada nilai ES (*Expectation Service*) yang berarti kualitas pelayanan elektronik yang diterima responden melebihi harapan responden dengan nilai rata-rata gap sebesar 0,42.
7. Nilai rata-rata harapan pelanggan pada variabel kontak adalah 6,30. Sedangkan nilai rata-rata persepsi/kinerja pada variabel kontak adalah 6,16. Dapat disimpulkan bahwa nilai ES (*Expectation Service*) lebih besar daripada nilai PS (*Perception Service*) yang berarti kualitas pelayanan elektronik yang diterima responden dibawah harapan responden dengan nilai rata-rata gap sebesar -0,14.
8. Nilai rata-rata harapan pelanggan *E-servqual* yang terdiri dari 7 variabel yaitu efisiensi, reliabilitas, *fulfillment*, privasi, daya tanggap, kompensasi dan kontak adalah 7,64. Sedangkan nilai rata-rata persepsi/kinerja pada 7 variabel *e-servqual* adalah 7,76. Dapat disimpulkan bahwa nilai PS (*Perception Service*) lebih besar daripada nilai ES (*Expectation Service*) yang berarti kualitas pelayanan elektronik yang diterima responden melebihi harapan responden dengan nilai rata-rata gap sebesar 0,12.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, maka ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam meningkatkan kualitas pelayanan elektronik, antara lain sebagai berikut:

1. Perusahaan perlu meningkatkan dan memperbaiki kembali aplikasi seperti proses pemesanan yang membutuhkan proses pemasukan alamat yang dimana alamat yang dimasukkan tidak semuanya ada di dalam aplikasi. Perusahaan perlu memperbaharui alamat-alamat maupun agar titik lokasi agar lebih tepat, sehingga pertemuan antara *driver* dan penumpang tidak terhambat.
2. Perusahaan perlu meningkatkan kemampuan *driver* dalam memberikan pelayanan kepada konsumen misal cara berbicara atau respon *driver* saat ditanya penumpang.
3. Perusahaan perlu meningkatkan sosialisasi kepada konsumen terkait keamanan dalam pembayaran melalui gambar atau video yang bisa ditayangkan dalam aplikasi GO-JEK.
4. Perusahaan perlu meningkatkan kesadaran *driver* dalam membawa helm dan jas hujan yang diperuntukkan konsumen.

5. Perusahaan perlu memberikan no call center masing-masing kantor cabang di aplikasi GO-JEK untuk mempermudah konsumen dalam menghubungi kantor cabang jika terdapat kesalahpahaman antara konsumen dengan *driver*.

5. REFERENSI

- Kartajaya. (2009). *Service Operation*. Jakarta: ESENSI
- Lovelock, Wirtz, & Mussry. (2010). *Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: ALFABETA.
- Sunyoto & Susanti. (2015). *Manajemen Pemasaran jasa: Merencanakan, Mengelola, dan Membedik Pasar Jasa*. Yogyakarta: CAPS.
- Tjiptono & Chandra. (2011). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: ANDI.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta : Pustaka Baru Press
- Gojek. *Fitur Layanan GO-JEK*. Diambil dari <https://www.gojek.com>.
- Top Brand Award. (2020). *Jasa Transportasi Online*. Diambil dari <https://www.topbrand-award.com>



9 772656 769006