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

OBIS

Jurnal Ekonomi dan Bisnis

Volume 2, No. 1, Maret 2020

Diterbitkan oleh
Unit Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat
Politeknik Tonggak Equator

OBIS

Jurnal Ekonomi dan Bisnis

p-ISSN 2654-7325
e-ISSN 2656-7695
Volume 2 Nomor 1
Maret 2020

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

OBIS

Jurnal Ekonomi dan Bisnis

p-ISSN 2654-7325
e-ISSN 2656-7695
Volume 2 Nomor 1
Maret 2020

Daftar Isi

Dewan Redaksi ii

Daftar Isi iii

Preferensi Bank Tujuan Menabung Bagi Calon Nasabah Di Pontianak (Studi Kasus : BCA, BNI dan Bank Mandiri)..... 1-8
Wui San Taslim

Analisis Tingkat Literasi Keuangan Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya Pada Karyawan Perbankan Di Pontianak 9-19
Junardi, Vivi

Analisis Peningkatan Rasio Profitabilitas Terhadap Kemampuan Perusahaan Dalam Memenuhi Kewajiban Pada PT Indocement Tunggal Prakarsa Tbk 20-26
Novita, Fera Maulina

Analisis Strategi Pengembangan Bisnis (Studi Kasus Pada PT Cahaya Karunia Persada Di Pontianak**)** 27-37
Sugianto, Cynthia Calestie

Analisis Perbandingan *Economic Value Added* (EVA) Dan *Return On Asset (ROA)* Dalam Menilai Kinerja Perusahaan (Studi Kasus PT Indofood Cbp Sukses Makmur Tbk, PT Indofood Sukses Makmur Tbk, PT Mayora Indah Tbk Periode 2013-2017) …..... 38-42
Fera Maulina, Vina Falensia

OBIS
Jurnal Ekonomi dan Bisnis

p-ISSN 2654-7325
e-ISSN 2656-7695
Vol. 2 No. 1, Maret 2020

PREFERENSI BANK TUJUAN MENABUNG BAGI CALON NASABAH DI PONTIANAK (Studi Kasus : BCA, BNI dan Bank Mandiri)

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

Abstract

Banking increasingly enlivened by the emergence of various banks both from the government and from the private sector. The Bank is trying to withdraw the maximum amount of funds from the public so they can be distributed again in the form of credit. Banks must be paying attention to what criteria the prospective customer wants in choosing the bank as for savings. Indicators that must be considered are the quality of the products and services, the popularity of the bank, the services, security, savings interest rates, bank locations, promotions in the form of direct gifts as well as prize draws, cashback and other promos, reliability capabilities, speed, and empathy owned by bank employees, speed and smooth service and handling of banks related to problems faced, facilities, bank call centers and telemarketing, as well as various advantages possessed by the bank concerned. Banks consist of Government Banks which include Mandiri, BNI, BRI and BTN, and private banks, such as BCA, Mega, Danamon, CIMB, and other banks. Both banks offers various savings to the public with various benefits and conveniences. The issues in this study include how do the levels of importance of each indicator compare to BCA, Mandiri and BNI banks, which bank is superior for each indicator, and which bank is the most superior overall?. To answer the problems, researchers will use primary and secondary data ranging from direct observation, interviews, and questionnaires to literature studies. The collected data will then be processed and analyzed using the AHP approach.

Keywords : *Bank Preferences for Saving*

1. PENDAHULUAN

Dunia perbankan semakin diramaikan dengan bermunculan berbagai bank baik yang berasal dari pemerintah ataupun yang dari swasta. Bank berusaha untuk menarik dana sebesar-besarnya dari masyarakat ataupun nasabah agar dapat kembali disalurkannya dalam bentuk kredit. Adapun dana yang terkumpul di bank, akan diinvestasikan kembali oleh bank sehingga didapatkannya keuntungan berlipat. Agar dana yang terkumpul bisa semakin banyak, bank harus jeli terhadap keinginan dan harapan nasabah dalam melakukan menabung, dengan memperhatikan apa saja kriteria yang diinginkan calon nasabah dalam memilih bank sebagai bank tujuan menabung.

Indikator yang harus diperhatikan tentunya adalah dari segi produk tabungan yang ditawarkan yang diantaranya meliputi kualitas Produk dan jasa yang ditawarkan, merk/popularitas nama bank, pelayanan yang diberikan bank, garansi/keamanan dalam hal bertransaksi. Dari segi harga terkait dengan seberapa besar balas jasa berupa tingkat bunga tabungan yang akan didapatkan nasabah dari kegiatan menabung tersebut. Dari segi tempat, lokasi yang strategis juga menjadi penentu bagi calon nasabah untuk menabung di bank yang bersangkutan. Dari segi promosi, adalah hal-hal yang terkait dengan promo-promo misalnya hadiah langsung maupun hadiah undian, cashback dan promo lainnya. Masyarakat akan lebih memilih bank yang memberikan promo yang lebih banyak dan lebih sering dan itu menjadi daya tarik tersendiri bagi calon nasabah untuk memutukan menabung. Dari segi

manusianya, yakni kemampuan kehandalan, kecepatan, dan empati yang dimiliki pegawai bank dalam melakukan pelayanan terbaik kepada nasabah. Dari segi proses, kecepatan dan kelancaran pelayanan dan penanganan dari bank terkait dengan permasalahan yang dihadapi nasabah juga menjadi salah satu indikator keputusan untuk menabung di bank tertentu. Dari segi tampilan fisik, yang dikaitkan dengan fasilitas yang dimiliki bank yang tentunya berbagai fasilitas tersebut membantu nasabah dalam mempercepat setiap transaksi yang akan dilakukan. Dari segi humas, call center bank dan telemarketing juga menjadi pertimbangan bagi masyarakat untuk manabung di bank tertentu, misalnya dengan call center yang responnya cepat tentu akan menjadi point tersendiri bagi bank yang bersangkutan, sedangkan untuk telemarketing yang cenderung terlalu agresif menghubungi nasabah, tentunya nasabah akan merasa terganggu dan biasanya akan berpindah ke bank lain yang telemarketingnya tidak terlalu agresif. Dari segi kekuatan, yakni terkait keunggulan-keunggulan yang dimiliki bank yang bersangkutan, yang tentunya merupakan ciri khas dari bank yang bersangkutan yang tidak dimiliki bank lainnya. Indikator –indikator yang dikemukakan sebelumnya akan menjadi penentu bagi masyarakat dalam menyimpan uangnya di bank.

Kita mengenal untuk bank pemerintah dalam hal ini BUMN meliputi bank Mandiri, bank Negara Indonesia (BNI), bank Rakyat Indonesia (BRI) dan bank Tabungan Negara (BTN), sedangkan untuk bank swasta meliputi diantaranya bank Central Asia (BCA), bank Mega, Bank Danamon, CIMB, dan bank-bank lainnya. Bank BUMN maupun bank swasta ini menawarkan berbagai tabungan kepada masyarakat degan berbagai keuntungan dan kemudahannya.

Dalam penelitian ini peneliti hanya mengambil 3 (tiga) bank yang termasuk kategori bank favorit dengan jumlah nasabah terbanyak yang diantaranya meliputi bank BNI, bank Mandiri dan Bank BCA.

BNI Berdiri pada 5 Juli 1946, Bank Negara Indonesia (BNI) memiliki visi menjadi lembaga keuangan yang unggul dalam kinerja dan layanan. Untuk mewujudkan visi tersebut, BNI menjalankan lima hal yang menjadi misinya: memberikan layanan prima dan solusi, meningkatkan nilai investasi yang unggul, menciptakan kondisi terbaik bagi karyawan, meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab, serta menjadi acuan pelaksanaan kepatuhan dan tata kelola perusahaan yang baik. Sebagai salah satu bank besar di Indonesia, BNI telah berkembang menjadi bank dengan cabang dan kantor unit yang tersebar di seluruh Indonesia, termasuk di luar negeri, seperti Singapura, Jepang, Amerika Serikat, Inggris, Myanmar, dan Hong Kong. Demi memenuhi kebutuhan yang berbeda-beda dari setiap nasabah, BNI menyediakan beragam produk simpanan dan pinjaman dengan keunggulan masing-masing.

Bank Mandiri adalah salah satu bank terbesar di Indonesia dari sisi aset. Aset terbesar bank terletak pada jumlah nominal deposito dan pinjaman. Tanggal 2 Oktober 1998 tercatat sebagai awal restrukturisasi perbankan di Indonesia akibat krisis moneter waktu itu. Hasilnya, pada Juli 1999, Bank Mandiri lahir dari gabungan empat bank, yakni Bank Bumi Daya (BBD), Bank Dagang Negara (BDN), Bank Ekspor Impor Indonesia (Bank Exim), dan Bank Pembangunan Indonesia (Bapindo). Saat ini Bank Mandiri telah memiliki lebih dari 1.296 kantor cabang, termasuk perwakilan di luar negeri, seperti Cina, Hong Kong, Singapura, dan Inggris. Menjadi salah satu bank terbesar di Indonesia dengan jumlah karyawan lebih dari 24.000 orang, Bank Mandiri menyediakan beberapa jenis produk tabungan yang bisa dipilih.

Bank Central Asia atau BCA adalah salah satu bank terbesar di Tanah Air dengan kapitalisasi pasar tertinggi di ASEAN (Januari 2019). Nilai kapitalisasi pasar BCA mencapai USD46,017 miliar atau setara dengan Rp644,24 triliun (kurs Rp14.000 per USD). Hal ini tentu menjadi prestasi yang meningkatkan citra BCA. Sebab BCA mampu menyalip *The Development Bank of Singapore* (DBS) atau Bank DBS asal Singapura yang sempat berada di peringkat atas se-ASEAN dari sisi penguasaan pangsa pasar (*market share*). Pencapaian BCA tersebut tentu memberikan sinyal positif, terutama dalam peningkatan profit di dalam negeri. BCA menjadi kian populer juga tak lain disebabkan

semakin banyaknya nasabah baru yang menggunakan fasilitas simpanan ataupun melakukan transaksi lainnya menggunakan fasilitas BCA. Banyak pilihan fasilitas yang bisa dipakai guna memenuhi kebutuhan nasabah. Selain itu, produk simpanan BCA memiliki kelebihan tersendiri sehingga dalam melayani apapun kebutuhan nasabah.

Berdasarkan analisa kinerjabank.com oleh PT. Bali Analisa Kinerja Data untuk Q1 tahun 2019 terhadap 72 bank di Indonesia didapatkan hasil 4 *Top* Bank yang meliputi bank BRI, diikuti bank Mandiri, bank BCA dan bank BNI. Dapat disimpulkan bahwa bank yang paling banyak menyerap dana dari masyarakat adalah ke-4 bank tersebut. Berdasarkan pemaparan latar belakang ini, peneliti tertarik untuk melakukan pembuktian terkait bank manakah yang akan menjadi pilihan utama masyarakat Pontianak menyimpan uang dalam bentuk tabungan.

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 perbandingan tingkat kepentingan dari setiap indikator pada bank BCA, Mandiri dan BNI?
2. Bank manakah yang unggul untuk setiap indikator?
3. Bank manakah yang paling unggul secara keseluruhan?

Dari permasalahan tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui perbandingan tingkat kepentingan dari setiap indikator pada bank BCA, Mandiri dan BNI.
2. Untuk mengetahui Bank yang unggul untuk setiap indikator.
3. Untuk mengetahui Bank yang paling unggul secara keseluruhan.

Adapun manfaat penelitian yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Memberikan informasi bagi bank maupun masyarakat terkait bank mana dan dengan kriteria seperti apa yang dijadikan sebagai bank tujuan menabung bagi masyarakat.
2. Sebagai masukan bagi penelitian selanjutnya dalam mengembangkan penelitian mengenai preferensi bank tujuan menabung

Dalam analisa teori ini penulis mengemukakan teori-teori yang mempunyai hubungan dengan pengertian bank, preferensi, bauran pemasaran, dan aplikasi pengembilan keputusan expert choices. Maksud dari pada teori yang dikemukakan ini adalah menunjukkan dan mendekatkan teori-teori pada analisis yang dilakukan penulis terhadap preferensi bank tujuan menabung.

Ahli ekonomi Belanda, Pierson, mengemukakan pengertian bank adalah badan atau lembaga yang menerima kredit, menerima simpanan dari masyarakat dalam bentuk giro, deposito berjangka dan tabungan, yang kemudian dikelola dengan cara menyalurkannya dalam bentuk investasi dan kredit kepada badan usaha swata atau pemerintah.

Pengertian Preferensi Menurut Kotler preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk jasa yang ada. Preferensi merupakan kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu. Preferensi juga diartikan sebagai pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap suatu produk, barang atau jasa yang dikonsumsi.

Abdul Rahman Shaleh dan Muhbib Abdul Wahab mendefinisikan preferensi itu dapat diartikan "suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian kepada orang dan bertindak terhadap orang. Aktifitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai dengan perasaan senang atau puas".

Sedangkan menurut Andi Mappiare definisi "preferensi adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu piliha tertentu".

Menurut Kotler (2002; 18) yaitu: Bauran pemasaran *(marketing mix)* adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus-menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran.

Menurut Dhaimesta, dan Irwan (2000;74), yaitu : *Marketing mix* ialah merupakan variabel-

variabel yang dipakai oleh perusahaan sebagai sarana untuk memenuhi atau melayani kebutuhan dan keinginan konsumen.

Produk secara singkat menurut Philip Kotler "Dasar-dasar Pemasaran" (1989:89) dapat didefinisikan sebagai berikut:

"Produk adalah apa yang dapat ditawarkan didalam pasar untuk dipertahankan, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan termasuk didalamnya adalah objek fisik, jasa, orang, tempat organisasi dan gagasan." Sehingga dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud produk adalah suatu yang berwujud maupun sesuatu yang tidak berwujud yang lazim disebut jasa
Contoh di Bank : Kualitas Produk dan Jasa yang ditawarkan oleh Bank, merk/popularitas nama bank, pelayanan yang diberikan bank, garansi/keamanan dalam hal bertransaksi.

Menurut Monroe (2005) menyatakan bahwa harga merupakan pengorbanan ekonomis yang dilakukan pelanggan untuk memperoleh produk atau jasa. Selain itu harga salah satu faktor penting konsumen dalam mengambil keputusan untuk melakukan transaksi atau tidak. Contoh di Bank : Tingkat bunga yang diberikan bank.

Distribusi (*place*), yakni memilih dan mengelola saluran perdagangan yang dipakai untuk menyalurkan produk atau jasa dan juga untuk melayani pasar sasaran, serta mengembangkan sistem distribusi untuk pengiriman dan perniagaan produk secara fisik. Keputusan penentuan lokasi dan saluran yang digunakan untuk memberikan jasa kepada pelanggan melibatkan pemikiran tentang bagaimana cara mengirimkan atau menyampaikan jasa kepada pelanggan dan dimana hal tersebut akan dilakukan. Ini harus dipertimbangkan karena dalam bidang jasa sering kali tidak dapat ditentukan tempat dimana akan diproduksi dan dikonsumsi pada saat bersamaan. Contoh di Bank : Lokasi Bank.

Promosi adalah kegiatan mengkomunikasikan informasi dari penjual kepada konsumen atau pihak lain dalam saluran penjualan untuk mempengaruhi sikap dan perilaku. Melalui periklanan suatu perusahaan mengarahkan komunikasi persuasif pada pembeli sasaran dan masyarakat melalui media-media yang disebut dengan media massa seperti Koran, majalah, tabloid, radio, televise dan direct mail . Contoh di Bank : Hadiah yang diberikan bank.

Orang (*People*), adalah semua pelaku yang memainkan peranan penting dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli. Elemen dari orang adalah pegawai perusahaan, konsumen, dan konsumen lain. Semua sikap dan tindakan karyawan, cara berpakaian karyawan dan penampilan karyawan memiliki pengaruh terhadap keberhasilan penyampaian jasa. Orang merupakan unsur vital dalam pemasaran. Setiap organisasi jasa harus jelas menentukan apa yang diharapkan dari setiap karyawan dalam interaksinya dengan pelanggan. Apakah karyawan bersikap baik terhadap pelanggan, ramah, responsive dan mampu melayani pelanggan dengan baik. Contoh di Bank : kehandalan, kecepatan, empati dari pihak bank.

Proses (*Process*), adalah semua prosedur aktual, mekanisme, dan aliran aktivitas yang digunakan untuk menyampaikan jasa. Elemen proses ini memiliki arti sesuatu untuk menyampaikan jasa. Proses dalam jasa merupakan faktor utama dalam bauran pemasaran jasa seperti pelanggan jasa akan senang merasakan sistem penyerahan jasa sebagai bagian jasa itu sendiri. Contoh di bank : Kecepatan dan kelancaran pelayanan dan penanganan dari bank.

Sarana fisik (*Physical Evidence*), merupakan segala sesuatu bukti fisik perusahaan dalam mendukung produk atau jasa yang di tawarkan atau hal nyata yang turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Unsur yang termasuk dalam sarana fisik antara lain lingkungan atau bangunan fisik, peralatan, perlengkapan, logo, warna gedung, kendaraan, peralatan, seragam karyawan dan barang-barang lainnya. Contoh di bank : fasilitas bank.

Public Relation merupakan seni menciptakan pengertian publik yang lebih baik sehingga dapat memperdalam kepercayaan publik terhadap suatu individu/Organisasi. Tujuan utama dari *public relation* adalah mempengaruhi perilaku orang secara individu

maupun kelompok saat saling berhubungan, melalui dialog dengan semua golongan, dimana persepsi, sikap dan opininya penting terhadap suatu kesuksesan sebuah perusahaan (Davis, 2003). Contoh di bank : Call Center Bank, Telemarketing Bank.

Power adalah upaya-upaya yang dilakukan dalam rangka memanfaatan peluang yang timbul dari adanya peraturan mengenai usaha yang dilakukan atau bisa juga diartikan sebagai mengenali, membina hubungan dengan pihak-pihak yang memiliki pengaruh terhadap pasar. Power disini meliputi kekuatan merk atau barang itu sendiri yang tercipta di benak konsumen dan mampu membuat produknya menjadi kuat di pasaran. Contoh di bank : Keunggulan yang dimiliki bank.

Dari pengertian-pengertian tersebut diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa pada prinsipnya marketing mix bertujuan untuk mempengaruhi pasar, konsumen, dan permintaan dan juga merebut pembeli sasaran dalam suatu persaingan melalui 4P, 8P, dan 9P yang merupakan sistem pemasaran perusahaan.

Analytical Hierarchy Process (AHP) pada dasarnya didesain untuk menangkap secara rasional persepsi orang yang berhubungan sangat erat dengan permasalahan tertentu melalui prosedur yang didesain untuk sampai pada suatu skala preferensi diantara berbagai set alternatif. Analisis ini ditujukan untuk membuat suatu model permasalahan yang tidak mempunyai struktur, biasanya ditetapkan untuk memecahkan masalah yang terukur (kuantitatif), masalah yang memerlukanpendapat (judgement) maupun pada situasi yang kompleks atau tidak terkerangka, pada situasi dimana data, informasi statistik sangat minim atau tidak ada samasekali dan hanya bersifat kualitatif yang didasari oleh persepsi, pengalaman ataupun intuisi. AHP ini juga banyak digunakan pada keputusan untuk banyakkriteria, perencanaan, alokasi sumberdaya dan penentuan prioritas dari strategi strategi yang dimiliki pemain dalam situasi konflik (Saaty, 1993).

2. METODOLOGI PENELITIAN

Bentuk penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode survey dengan objek penelitian yaitu nasabah bank BCA, Mandiri dan BNI. Adapun metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *Purposive Sampling* secara proporsional, dengan dasar pertimbangan responden yang akan diberikan kuesioner adalah nasabah ketiga bank yakni BCA, Mandiri dan BNI .

Dalam penelitian ini, definisi operasional variabelnya adalah sebagai berikut:

1. Keamanan dalam hal bertransaksi → *Safety* (dalam model)
   Untuk komponen keamanan, yang akan dinilai adalah terkait apakah nasabah pernah tidak mengalami masalah keamanan dalam hal transaksi keuangan, baik dalam menabung, transfer maupun penarikan
2. Pelayanan yang diberikan pihak bank → S*ervice* (dalam model)
   Untuk komponen pelayanan, yang akan dinilai adalah terkait dengan dimensi pelayanan yang meliputi kehandalan, kecepatan, empati dari pihak bank
3. Tingkat bunga yang diberikan bank → *Interest* (dalam model)
   Untuk komponen tingkat bunga, yang akan dinilai adalah bank manakah yang memberikan bunga tabungan yang lebih tinggi atau biaya admin yang lebih rendah
4. Fasilitas yang ada pada bank → *Fasility* (dalam model)
   Untuk komponen fasilitas, yang akan dinilai adalah fasilitas fisik yang dimiliki bank, fasilitas non fisik diantaranya berbagai kemudahan yang diberikan bank kepada nasabah
5. Lokasi bank → *Location* (dalam model)
   Untuk kompenen lokasi, yang akan dinilai adalah seberapa strategis lokasi antar bank
6. Hadiah yang diberikan bank → *Reward* (dalam model)
   Untuk komponen hadiah, yang akan dinilai adalah apakah bank memberikan hadiah pada saat buka rekening, hadiah point dan gebyar/undian
7. Popularitas nama bank itu sendiri → *Brand* (dalam model)
   Untuk komponen merk, yang dinilai adalah seberapa bank dikenal oleh masyarakat dibanding bank lain

Penelitian ini menggunakan analisis data komparatif. Data dikumpulkan kemudian dianalisis sehingga memperoleh informasi yang diperlukan. Dalam penelitian ini, data yang diperoleh berupa hasil kuesioner akan diolah dan dianalis menggunakan pendekatan Analysis Hierarky Process (AHP). Adapun tahapannya sebagai berikut:

1. Penentuan Kriteria

Masyarakat Pontianak dihadapkan dengan berbagai pilihan bank untuk menabung saat ini, dan tentunya memerlukan rekomendasi dari pihak akademisi yang akan dipandang dari sudut pemenuhan ekspektasi calon nasabah terhadap bank terbaik untuk tujuan menabung. Adapun kriteria yang ditentukan antara lain :

a. Safety
b. Service
c. Interest
d. Facility
e. Location
f. Reward
g. Brand

2. Penginputan Alternatif yakni BCA, Mandiri dan BNI.
3. Lakukan perbandingan dari ketiga bank berdasarkan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya dengan berlandaskan jawaban dari responden.

Adapun skala perbandingan secara berpasangan (*PAIRWISE COMPARISONS) sebagai berikut :*

1 : Equal Importance (Sama Pentingnya)
3 : Moderate Importance of One Over Another (salah satu agak lebih penting dari yang lain)
5 : Strong or Essential Importance (Penting)
7 : Very Strong or Demonstrated Importance (Sangat Penting)
9 : Extreme Importance (Amat Sangat Penting)
2,4,6,8 : Intermediate Value (Nilai di antaranya)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Persoalan pengambilan keputusan dalam kasus ini adalah mengoptimalkan pemilihan bank yang paling tepat untuk menabung diantara pilihan Bank BCA, Mandiri dan BNI. Optimalisasi dicapai melalui penentuan bank yang terbaik. Model pengambilan keputusan untuk kasus adalah hierarki 2 tingkat. Oleh sebab itu, maka pembuatan tingkat hierarki model akan dilakukan dengan proses pembuatan model AHP secara bertahap. Agar proses pengambilan keputusan dan pembuatan model di dalam proses EC lebih mudah, maka model keputusan terlebih dahulu dibuat secara manual pada bagian ini.

Tujuan (*Goal*) dari model tersebut adalah menentukan bank yang akan dijadikan sebagai pilihan untuk menabung

Dari hasil output terlihat bahwa bank BCA dan Mandiri sama-sama unggul dalam hal keamanan, dan BNI cukup ketinggalan jauh dari kedua bank tersebut. Jadi dapat disimpulkan bagi calon nasabah yang lebih memprioritaskan indikator keamanan dalam hal menabung, bisa memilih antara bank BCA maupun Mandiri

Dari hasil output terlihat bahwa bank BCA jauh mengungguli kedua bank lainnya dalam hal pelayanan, dan BNI cukup ketinggalan jauh dari kedua bank tersebut. Jadi dapat disimpulkan bagi calon nasabah yang lebih memprioritaskan indikator pelayanan dalam hal menabung, bisa memilih bank BCA.

Dari hasil output terlihat bahwa bank BNI jauh mengungguli kedua bank lainnya dalam hal pemberian tingkat bunga tabungan, dan terlihat bahwa antara BCA dan Mandiri mempunyai penilaian yang sama. Jadi dapat disimpulkan bagi calon nasabah yang lebih memprioritaskan indikator tingkat bunga dalam hal menabung, bisa memilih bank BNI.

Dari hasil output terlihat bahwa bank Mandiri jauh mengungguli kedua bank lainnya dalam hal fasilitas, dan terlihat bahwa antara BNI yang paling jauh ketinggalan dibanding kedua bank lainnya. Jadi dapat disimpulkan bagi calon nasabah yang lebih memprioritaskan fasilitas dalam hal menabung, bisa memilih bank Mandiri.

Dari hasil output terlihat bahwa bank BCA dan Mandiri sama-sama unggul dalam hal lokasi, dan BNI cukup ketinggalan jauh dari kedua bank tersebut. Jadi dapat disimpulkan bagi calon nasabah yang lebih memprioritaskan indikator lokasi dalam hal menabung, bisa memilih antara bank BCA maupun Mandiri.

Dari hasil output terlihat bahwa bank BCA mengungguli kedua bank lainnya dalam hal lpemebrian reward, kemudian diiikuti dengan Mandiri dan terakhir adalah BNI. BNI cukup

ketinggalan jauh dari kedua bank tersebut. Jadi dapat disimpulkan bagi calon nasabah yang lebih memprioritaskan indikator reward dalam hal menabung, bisa memilih bank BCA.

Dari hasil output terlihat bahwa bank Mandiri mengungguli kedua bank lainnya dalam hal popularitas, kemudian diiikuti dengan BCA dan terakhir adalah BNI. BNI cukup ketinggalan jauh dari kedua bank tersebut. Jadi dapat disimpulkan bagi calon nasabah yang lebih memprioritaskan indikator pupularitas bank dalam hal menabung, bisa memilih bank Mandiri.

Hasil analisis akhir menunjukkan bahwa pilihan menabung jatuh pada bank Mandiri. Kondisi seperti ini menggambarkan apa yang dinilai oleh responden dan berdasarkan observasi peneliti. Analisis ini cukup memberikan prediksi mengenai posisi kekuatan atau daya saing dari setiap bank yang ada.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Adapun kesimpulan yang dapat ditarik dari pembahasan yang ada adalah :

1. Bagi calon nasabah yang lebih memprioritaskan indikator keamanan dalam hal menabung, bisa memilih antara bank BCA maupun Mandiri.
2. Bagi calon nasabah yang lebih memprioritaskan indikator pelayanan dalam hal menabung, bisa memilih bank BCA.
3. Bagi calon nasabah yang lebih memprioritaskan indikator tingkat bunga dalam hal menabung, bisa memilih bank BNI
4. Bagi calon nasabah yang lebih memprioritaskan fasilitas dalam hal menabung, bisa memilih bank Mandiri.
5. Bagi calon nasabah yang lebih memprioritaskan indikator lokasi dalam hal menabung, bisa memilih antara bank BCA maupun Mandiri.
6. Bagi calon nasabah yang lebih memprioritaskan indikator reward dalam hal menabung, bisa memilih bank BCA.
7. Bagi calon nasabah yang lebih memprioritaskan indikator pupularitas bank dalam hal menabung, bisa memilih bank Mandiri.
8. Hasil analisis menunjukkan bahwa pilihan menabung jatuh pada bank Mandiri. Kondisi seperti ini menggambarkan apa yang dinilai oleh responden dan berdasarkan observasi peneliti. Analisis ini cukup memberikan prediksi mengenai posisi kekuatan atau daya saing dari setiap bank yang ada

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

1. Untuk Bank
   Bank dapat menggunakan hasil penelitian ini untuk mengukur keunggulan dan kelemahan indikator yang dimiliki dibanding dengan bank lain, sehingga bisa dibuat kebijakan yang lebih tepat dalam hal menjangkau lebih luas calon nasabah yang akan menabung
2. Untuk Calon Nasabah
   Calon nasabah bisa menggunakan hasil penelitian ini sebagai dasar pemilihan bank tujuan menabung sesuai dengan indikator apa yang lebih diprioritaskan
3. Untuk Peneliti
   Penelitian ini nantinya menjadi dasar pijakan bagi penelitian selanjutnya yang dijadikan sebagai kajian empiris

5. REFERENSI

Abdul Rahman Saleh dan Muhbib Abdul Wahab.2004. Psikologi Suatu Pengantar (Dalam Perspektif Islam). Jakarta : Kencana.

Andi, Mappiare. 1982. Psikologi Remaja. Surabaya: Usaha Nasional.

Kotler, Philip. 2000. Manajemen Pemasaran. Edisi Mileinium. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia.

Kotler, Philip. 2005. Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid I. Jakarta: Erlangga.

Ruslan, Rosady. 2003. Metode Penelitian PR dan Komunikasi. Jakarata : PT. Raja Grafindo Persada.

Saaty, L. 1993. Pengambilan Keputusan bagi para Pemimpin, Proses Hirarki Analitik untuk Pengambilan Keputusan dalam Situasi yang Kompleks. Jakarta: PT. Pustaka Binaman Pressindo.

Sarwono, Jonathan. 2006. Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif. Jogjakarta: Graha Ilmu.

Sugiyono, (2008). Metode Penelitian Kunatitatif Kualitatif dan R&D. Bandung Alfabeta.

Fatimah, Darna. 2006. Potensi Preferensi dan Perilaku Masyarakat terhadap Bank Syariah di Kota Depok. Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Vol.5, No.2, Juli.

Nurul, Heniffa Khotimah. 2013. Analisis Pemilihan Bank Syariah Dengan Pendekatan Analytical Hierarchy Process. Jurnal unesa <http://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jurnalakuntansi/article/download/743/52>

Winiarti, Yuraida. 2009. Aplikasi Sistem Pendukung Keputusan Penentuan Lokasi Pendirian Warnet dengan Metode Analytical Hierarcy Process (AHP). Jurnal Informatika vol. 3, no. 2 juli 2009.

https://www.cermati.com/artikel/mandiri-tabungan-pilihan-beragam-syarat-mudah-dan-biaya-terjangkau

https://www.cermati.com/artikel/pilihan-produk-tabungan-terbaik-dari-bank-bni

https://www.cermati.com/artikel/10-produk-simpanan-terbaik-dari-bank-bca

https://ipspe.files.wordpress.com/2017/05/ppt-bauran-pemasaran-4p-8p-9p.pptx

https://www.kinerjabank.com/bank_rankings

OBIS
Jurnal Ekonomi dan Bisnis

p-ISSN 2654-7325
e-ISSN 2656-7695
Vol. 2 No. 1, Maret 2020

ANALISIS TINGKAT LITERASI KEUANGAN DAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHINYA PADA KARYAWAN PERBANKAN DI PONTIANAK

Junardi [1)], Vivi [2)]
[1) 2)] Prodi Bahasa Inggris (Konsentrasi Business English & Management), Politeknik Tonggak Equator
[1)] email: Jun.thriller7@gmail.com
[2)] email : vivimonica444@gmail.com

Abstract

Good financial management has a good influence on the level of the economy of the community. At present every community is expected to be able to have a good level of financial literacy in financial management. Financial Literacy is a knowledge, skills, and beliefs that influence attitudes and behaviors to improve the quality of decision making and financial management in order to achieve prosperity. Financial literacy is not only applied to the general public, but also must be applied to banking employees. This research uses Purposive Sampling method. Purposive Sampling Method is one of the techniques in determining sampling by specifying specific characteristics that are suitable with the objectives of the study so that it is expected to answer the research problems. The data collection method in this research is a questionnaire distributed to banking employees who have a maximum working period of 3 years. The total respondents in this study were 150 respondents from 5 banks that own the most branches, namely Bank BPD West Kalimantan, Bank BRI, Bank BNI, Bank Mandiri and Bank BCA. The questionnaire in this study contains positive and negative statements and includes 4 important aspects, namely aspects of general knowledge of finance, savings and loans, insurance and investment. Data obtained through questionnaires will be analyzed using the regression analysis method with the stepwise (regression binary logistics) method. The results showed that the average of financial literacy rate of banking employees is 59%, and it tended be a good level of literacy.

***Keywords** : Financial Literacy, Personal Characteristic, Bank Employees*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan zaman dan teknologi berpengaruh terhadap perkenomian masyarakat di Indonesia maupun di dunia. Pengaruh ini mengakibatkan perekonomian dan kebutuhan masyarakat cenderung meningkat. Kebutuhan masyarakat yang meningkat juga diikuti peningkatan pendapatan dan pengeluaran masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya. Hal ini menjadi dasar bagi masyarakat untuk memiliki pemahaman dalam literasi keuangan yang baik guna memiliki kemampuan dalam mengelola keuangannya.

Literasi keuangan dijadikan sebagai acuan dasar dalam pengelolaan keuangan bagi masyarakat, terutama bagi karyawan perbankan. Literasi keuangan atau *financing literacy* adalah tingkat pengetahuan, keterampilan, keyakinan masyarakat terkait lembaga keuangan serta produk dan jasanya yang dituangkan dalam parameter ukuran indeks (Otoritas Jasa Keuangan, 2014).

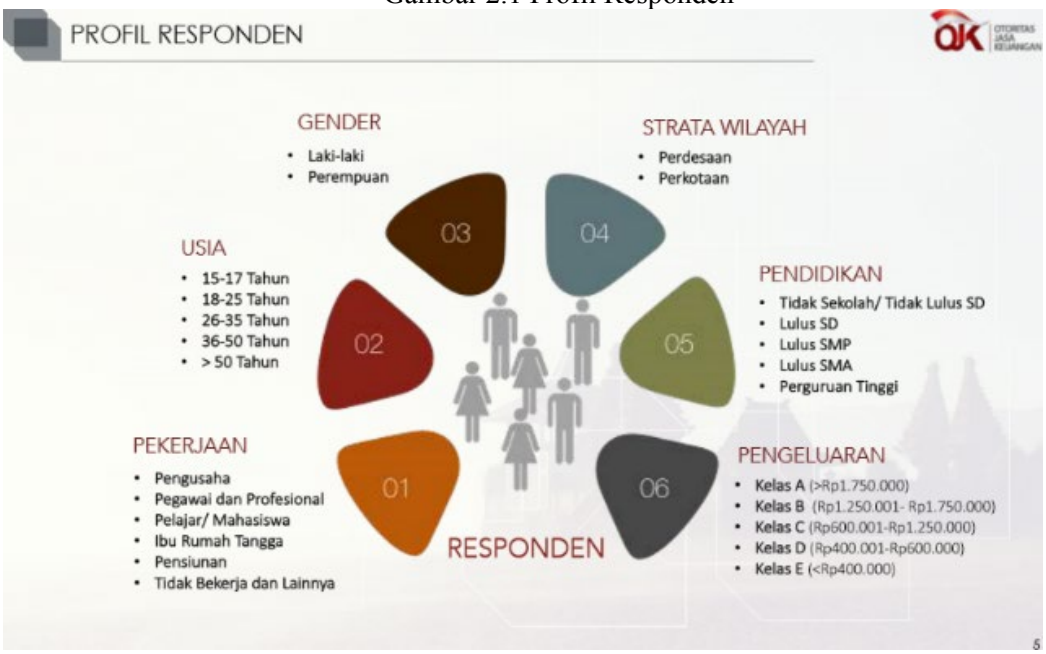
Survei Nasional Literasi Keuangan tahun 2013 yang dilakukan OJK memberikan potret mengenai kondisi literasi keuangan yang ada di Indonesia. Hasil survei pada tahun 2013 menunjukkan masyarakat Indonesia memiliki 21,84% indeks literasi keuangan. Hal tersebut berarti bahwa dari setiap 100 penduduk hanya sekitar 22 orang yang termasuk dalam kategori *well literate*. Dengan kondisi seperti ini, masyarakat Indonesia belum sepenuhnya memiliki pengetahuan yang cukup mengenai bagaimana mengoptimalkan uang untuk kegiatan yang produktif.

Pemahaman mengenai literasi keuangan bukan hanya ada pada masyarakat umum,

melainkan juga harus dipahami oleh masyarakat yang bekerja di bidang perbankan karena pengetahuan mengenai perbankan seharusnya disertai dengan pengetahuan pengelolaan keuangan yang baik. Pemahaman literasi keuangan sangat diperlukan bagi para karyawan perbankan dalam mengelola keuangan guna memenuhi tujuan-tujuan yang ingin di capai.

Pemahaman mengenai literasi keuangan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengukur tingkat literasi keuangan menggunakan beberapa karakteristik responden.

Gambar 2.1 Profil Responden



Sumber: Otoritas Jasa Keuangan, 2016

Survei yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2016, dalam mengukur tingkat literasi keuangan menggunakan beberapa karakteristik responden seperti usia, jenis kelamin (gender), pekerjaan, strata wilayah, pendidikan dan pengeluaran.

Berdasarkan paparan di atas, penulis tertarik untuk meneliti tentang tingkat literasi keuangan pada karyawan perbankan yang ada di kota Pontianak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat literasi keuangan pada karyawan perbankan yang ada di kota Pontianak serta faktor-faktor yang mempengaruhinya. Faktor yang digunakan adalah jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, posisi pekerjaan, lama bekerja, dan tingkat pengeluaran.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Populasi pada penelitian ini adalah karyawan perbankan yang ada di Kota Pontianak yakni karyawan dari Bank Rakyat Indonesia, Bank BPD Kalimantan Barat, Bank Mandiri, Bank Negara Indonesia dan Bank Central Asia. Sampel dari penelitian ini adalah 30 karyawan dari masing-masing bank tersebut. Sehingga total sampel dalam penelitian ini adalah 150 sampel karyawan. Pengumpulan data menggunakan kuesioner, studi pustaka, dan studi dokumentasi.

Teknik pengambilan data dalam penelitian ini adalah teknik quota sampling. Menurut Sugiyono (2016) menyatakan bahwa quota sampling adalah teknik untuk pengambilan sampel dari populasi yang mempunya ciri-ciri tertentu sampai jumlah (kuota) yang diinginkan.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah tingkat literasi keuangan sebagai variabel independen. Menurut Remund (2010:45), terdapat empat hal yang paling umum dalam literasi keuangan, yaitu pengetahuan dan kemampuan mengenai penganggaran, tabungan, pinjaman dan investasi. Variabel independen dalam penelitian ini adalah usia, jenis kelamin, posisi pekerjaan, lama bekerja, pendidikan terakhir dan tingkat pengeluaran.

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018) bahwa metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakanuntuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Menurut Uyanto (2016), Analisis regresi logistik digunakan untuk melihat pengaruh sejumlah variabel independen x terhadap variabel dependen y yang berupa variabel kategorik (binominal, multinominal atau ordinal) atau juga digunakan untuk memprediksi nilai suatu variabel dependen y (yang berupa variabel kategorik) berdasarkan variabel independen x. Analisis regresi logistik biner (binary logistic regression) digunakan untuk melihat pengaruh sejumlah variabel independen X1, X2, ….,Xk terhadap variabel dependen Y yang berupa variabel response biner yang hanya mempunyai dua nilai atau juga memprediksi nilai suatu variabel dependen Y (yang berupa variabel biner) berdasarkan nilai-nilai variabel independen X1, X2, ….,Xk. Ditetapkan $\alpha = 0{,}1$ sebagai taraf kesalahan yang dapat ditolerir. Persamaan regresi logistik biner (binary logistic regression) pada penelititan ini adalah sebagai berikut :

$$\text{Log}[p/1-p]=\beta0+\beta1(U)+\beta2(JK)+\beta3(PP)+\beta4(LB)+\beta5(PT)+\beta6(TP)$$

Keterangan:

p : peluang bahwa karyawan perbankan memiliki tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi
1-p : peluang bahwa karyawan perbankan memiliki tingkat literasi keuangan yang lebih rendah
β0 : konstanta
β1 : koefisien regresi usia
U : 0 untuk usia ≤ 25 tahun
1 untuk usia > 25 tahun
β2 : koefisien regresi jenis kelamin
JK :0 untuk perempuan
1 untuk laki – laki
β3 : koefisien regresi posisi pekerjaan
PP : 0 untuk Teller dan Customer Service
1 untuk Back Office, Admin/Staf dan lainnya
β4 : koefisien regresi tingkat pendidikan
TK : 0 untuk SMA/K
1 untuk D3 dan S1
β5 : koefisien regresi lama bekerja
LB : 0 untuk ≤ 1 tahun
1 untuk > 1 tahun
β6 : koefisien regresi tingkat pengeluaran
TP : 0 untuk ≤ Rp 1.750.000
1 untuk > Rp 1.750.000

Data tersebut diperoleh dari kuesioner dan akan dianalisis menggunakan IBM SPSS (Statistical Program for School Science). Hasil perhitungan kuesioner akan diuji apakah hipotesis diterima atau tidak.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tingkat Literasi Keuangan Karyawan Perbankan di Pontianak

Hasil analisa statistik deskriptif dari seluruh kuesioner dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut.

Tabel 1. Tingkat Literasi Keuangan Karyawan Perbankan di Pontianak

Kategori	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Rendah	71	47
Tinggi	79	53
Total	**150**	**100**

Sumber: Data olahan, 2019

Seseorang dikatakan memiliki literasi keuangan yang baik jika memiliki pemahaman yang baik dalam mengatur keuangan. Tingkat literasi keuangan rendah berarti terjadi kesalahan dalam pengelolaan keuangan seperti kesalahan penggunaan kredit dan tidak adanya perencanaan keuangan yang baik. Sedangkan tingkat literasi keuangan yang tinggi berarti adanya penggunaan kredit dan perencanaan keuangan yang baik. Dalam penelitian ini, nilai yang didapatkan dari perhitungan kuesioner dikategorikan ke dalam dua kategori yaitu rendah (≤50%) dan tinggi (>50%) yang merunjuk pada penelitian Rita (2014). Berdasarkan hasil pengolahan data yang terdapat dalam tabel 4.8 dapat dilihat bahwa 53% karyawan perbankan masih berada dalam kategori tinggi yaitu nilai yang didapatkan dari menjawab kuesioner lebih dari 50%. Rata-rata tingkat literasi keuangan karyawan perbankan mencapai 79 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata responden bisa menjawab lebih dari setengah dari seluruh pernyataan dengan benar.

Kuesioner dalam penelitian ini mengacu pada pertanyaan dari Chen & Volpe (1998). Ada 20 butir pernyataan yang memuat aspek pengetahuan umum keuangan, tabungan dan pinjaman, asuransi dan investasi.

Tabel 2. Persentase Responden yang Menjawab dengan Benar untuk Setiap Butir Pernyataan

Item Pertanyaan	Persentase (%)	Kategori
a. Pengetahuan Umum Keuangan		
1. Pengetahuan Pengeluaran Pendapatan	97,3%	Tinggi
2. Pengetahuan Pengelolaan Keuangan	68,7%	Tinggi
3. Kemampuan Mengelola Keuangan	89,3%	Tinggi
4. Kondisi Keuangan	23,3%	Rendah
5. Kepuasan terhadap keuangan	76%	Tinggi
Mean untuk pengetahuan umum keuangan	**70,9%**	Tinggi
b. Tabungan dan Pinjaman		
1. Manfaat bank	72%	Tinggi
2. Pilihan pinjaman kredit	79,3%	Rendah
3. Rencana jangka panjang	100%	Tinggi
4. Deposito	87,3%	Tinggi
5. Pengetahuan pengelolaan keuangan yang baik	100%	Tinggi
Mean untuk tabungan dan pinjaman	**87,7%**	Tinggi
c. Asuransi		Tinggi
1. Kebutuhan asuransi	87,3%	Tinggi
2. Pemilihan asuransi	76%	Tinggi
3. Pentingnya asuransi	89,3%	Tinggi
4. Berbagai pilihan asuransi	99,3%	Tinggi
5. Persiapan dana asuransi	96,7%	Tinggi
Mean untuk asuransi	**89,7%**	Tinggi
d. Investasi		
1. Pengetahuan investasi	96,7%	Tinggi

2.	Investasi saham	74%	Tinggi
3.	Pengetahuan investasi	69,3%	Tinggi
4.	Pengetahuan investasi ilegal	99,3%	Tinggi
5.	Resiko investasi	74,7%	Tinggi
Mean untuk investasi		**82,8%**	Tinggi

Sumber: Data olahan, 2019

Persentase responden yang menjawab dengan benar serta rata-rata jawaban yang benar untuk setiap area indikator pengukuran literasi keuangan dapat dilihat pada tabel. Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa tingkat literasi keuangan karyawan perbankan dengan persentase terendah terdapat pada indikator pengetahuan umum keuangan yaitu 70,9% dan persentase tertinggi terdapat pada indikator asuransi yaitu 89,7%.

Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas

Uji Validitas dalam penelitian ini menggunakan teknik metode korelasi Pearson yaitu mengkorelasikan antara skor tiap item dengan skor total item dan metode *corrected item total correlation* yaitu mengkorelasikan antara skor tiap item dengan skor item kemudian melakukan koreksi terhadap nilai korelasi. Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikasi 0,05. Kriteria pengajuan adalah sebagai berikut:

1. Jika r hitung ≥ r tabel (uji 2 sisi dengan signifikasi 0,05) maka instrument atau item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid)
2. Jika r hitung < r tabel (uji 2 sisi dengan signifikasi 0,05) maka instrument atau item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid)

Tabel 3. Uji Validitas Metode Korelasi Pearson

	Indikator Literasi Keuangan	*Pearson Correlation*	Sig (2-tailed)
a.	**Pengetahuan umum keuangan**		
1.	Pengetahuan pengeluaran pendapatan	0,332	0,000
2.	Pengetahuan pengelolaan keuangan	0,703	0,000
3.	Kemampuan mengelola keuangan	0,497	0,000
4.	Kondisi Keuangan	0,161	0,049
5.	Kepuasan terhadap keuangan	0,398	0,000
b.	**Tabungan dan Pinjaman**		
1.	Manfaat Bank	0,681	0,000
2.	Pilihan pinjaman kredit	0,661	0,000
3.	Deposito	0,520	0,000
c.	**Insurance**		
1.	Kebutuhan asuransi	0,730	0,000
2.	Pemilihan asuransi	0,743	0,000
3.	Pentingnya asuransi	0,515	0,000
4.	Berbagai pilihan asuransi	0,344	0,000
5.	Persiapan dana asuransi	0,467	0,000
d.	**Investasi**		
1.	Pengetahuan investasi	0,267	0,001
2.	Investasi saham	0,700	0,000
3.	Pemahaman investasi	0,501	0,000
4.	Resiko investasi	0,471	0,000

Sumber: Data olahan, 2019

Setelah melakukan uji validitas terhadap pernyataan-pernyataan mengenai indikator pengukuran tingkat literasi keuangan, terdapat 17 butir pernyataan yang dinyatakan valid, yaitu pernyataan yang memiliki nilai *Pearson Correlation* > 0,1603 (nilai r tabel dilihat dari nilai signifikasi 0,05 dan df =150 – 2 = 148) dan nilai Sig. (2-tailed) di bawah nilai signifikasi 0,05. Berdasarkan tabel 1 dapat dilihat item pernyataan di atas memiliki nilai *Pearson Corellation* > 0,1603 dan nilai Sig. (2-tailed) < 0,05 yang berarti item pernyataan tersebut berkorelasi signifikan terhadap skor total, maka dapat disimpulkan bahwa item pernyataan tersebut valid. Terdapat 3 butir pernyataan yang memiliki nilai *Pearson Corellation* < 0,1603 dan nilai Sig. (2-tailed) > 0,05 sehingga 3 butir pernyataan tersebut dieliminasi.

Dalam penelitian ini menggunakan uji reliabilitas dengan menghitung besarnya nilai Cronbach's Alpha dari masing-masing variabel yang diuji. Kriteria pengujian ini adalah sebagai berikut :

1. Jika Cronbach's Alpha > 0,6 maka dinyatakan reliebel
2. Jika Cronbach's Alpha < 0,6 maka dinyatakan tidak reliebel

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
.615	17

Sumber: Data olahan, 2019

Berdasarkan tabel 2 dapat dilihat bahwa nilai Cronbach's Alpha menunjukkan angka 0,615. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil jawaban responden reliebel dikarenakan hasil uji realibiltas > 0,6.

Uji -2 Log Likelihood Test

Uji – 2 Likelihood untuk melihat model fit dengan data atautidak dengan memperhatikan tabel Iteration History pada Block 0 dan Block 1.

Tabel 5. Uji Kelayakan Keseluruhan Model

	-2 Log Likehood
-2 Log Likelihood awal (Block Number=0)	206, 234
-2 Log Likelihood akhir (Block Number=1)	184,972

Sumber: Data olahan, 2019

Pada tabel 5 diatas, menunjukkan bahwa pada awalnya nilai -2 Log Likehood awal adalah sebesar 206,234. Setelah dimasukkan enam variabel independen, nilai dari -2 Log Likehood menjadi 184,972. Hal tersebut berarti bahwa nilai -2 Log Likehood awal (Block Number=0) mengalami penurunan jika dibandingkan dengan -2 Log Likehood akhir (Block Number=1) yang berarti bahwa penambahan enam variabel independen ke dalam model regresi memperbaiki model fit dan menunjukkan model regresi yang lebih baik.

Omnibus Test of Model Coefficients

Tabel 6. Omnibus Test of Model Coefficients

		Chi-square	df	Sig.
Step 1	Step	24.905	13	.024
	Block	24.905	13	.024
	Model	24.905	13	.024

Sumber: Data olahan, 2019

Berdasarkan tabel 6 dapat dilihat bahwa tabel *Omnibus Test of Model Coefficients* di atas dapat dilihat P-value = 0,024 lebih kecil dari α = 0,05 sehingga menolak H0 yang berarti dengan tingkat keyakinan 95%, ada minimal satu variabel independen yang berpengaruh pada variabel dependen. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Uji Hosmer and Lemeshow

Tabel 7. Hosmes and Lemeshow

Hosmer and Lemeshow Test

Step	Chi-square	df	Sig.
1	3.991	7	.781

Sumber : SPSS, 2019

Berdasarkan tabel 7 Dapat dilihat bahwa nilai signifikasi = 0,781 > 0,05 sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima maka dapat diyakini bahwa analisis regresi dengan metode *stepwise (regression binary logistic)* yang digunakan telah cukup mampu menjelaskan data/sesuai.

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien Negelkerke R Square dalam tabel *Model Summary* merupakan koefisien determinasi yang menunjukkan seberapa besar variabilitas variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabilitas variabel independen.

Tabel 8. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	181.329[a]	.153	.205

Sumber: Data olahan, 2019

Berdasarkan hasil output pada tabel 7 dapat dilihat bahwa Negelkerke R Square 0,205 yang berarti variabilitas variabel literasi keuangan yang dapat dijelaskan oleh variabilitas variabel jenis kelamin, usia, posisi pekerjaan, lama bekerja, pendidikan terakhir dan tingkat pengeluaran sebesar 20,5%. Dan terdapat 100% - 20,5% = 79,5% faktor lain di luar model yang menjelaskan variabel dependen. Untuk menilai ketepatan prediksi dapat dilihat dari nilai Classification Table berikut ini:

Tabel 9. Classification Table

Classification Table[a]

Observed			Predicted		
			Tingkat_Literasi_Keuangan		Percentage Correct
			Rendah	Tinggi	
Step 1	sTingkat_Literasi_Keuangan	Rendah	37	30	55.2
		Tinggi	17	66	79.5
	Overall Percentage				68.7

Sumber : SPSS, 2019

Berdasarkan tabel 9 dapat dilihat bahwa jumlah sampel yang memiliki tingkat literasi rendah 37+30= 67 orang. Yang benar-benar memiliki tingkat literasi keuangan rendah sebanyak 37 orang dan yang seharusnya memiliki tingkat literasi rendah namun diprediksi memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi sebanyak 30 orang. Jumlah sampel yang memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi 17+66 = 83 orang. Yang benar-benar memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi sebanyak 66 orang dan yang seharusnya memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi namun diprediksi memiliki tingkat literasi keuangan yang rendah sebanyak 17 orang. Nilai *Overall Percentage* sebesar 68,7% yang berarti ketepatan model penelitian ini adalah 68,7%.

Uji Parsial

Uji parsial dapat dilihat dalam tabel *Variable in the Equation* di mana jika nilai signifikasi setiap variabel < 0,05 maka Hipotesis diterima yang dapat dilihat dalam tabel 10 Berikut.

Tabel 10. Uji Parsial

	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp (B)
U	-1.036	.486	4.533	1	.033	.355
JK	.049	.462	.011	1	.915	1.050
PP	-.030	1.334	.001	1	.982	.970
LB	-.113	.451	.063	1	.801	.893
PT	.663	.569	1.358	1	.244	1.941
TP	-1.521	.456	11.145	1	.001	.219
Constant	.255	.622	.168	1	.682	1.291

Sumber : SPSS, 2019

Berdasarkan tabel 10 dapat dilihat bahwa variabel independen yang memiliki nilai signifikasi < 0,05 adalah usia dan tingkat pengeluaran yang artinya masing-masing variabel tersebut memiliki pengaruh parsial yang signifikan terhadap literasi keuangan karyawan perbankan di Pontianak. Berdasarkan output analisis data terlihat bahwa variabel usia memiliki koefisien regresi sebesar 1,036 dengan tingkat signifikasi sebesar 0,33. Tingkat signifikasi yang kurang dari 0,05 menunjukkan bahwa variabel usia memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap tingkat literasi keuangan karyawan perbankan di Pontianak. Nilai negatif pada konstanta menjelaskan bahwa usia ≤ 25 tahun memiliki tingkat literasi keuangan lebih tinggi dibandingkan dengan usia > 25 tahun.

Hasil output analisis data pada tabel 4.30 menunjukkan bahwa variabel tingkat pengeluaran memiliki nilai koefisien regresi sebesar – 1,521 dengan tingkat signifikasi 0,001. Tingkat signifikasi yang kurang dari 0,05 menunjukkan bahwa variabel tingkat pengeluaran memiliki pengaruh secara parsial yang signifikan terhadap tingkat literasi keuangan karyawan perbankan di Pontianak. Nilai negatif pada konstanta menunjukkan bahwa tingkat pengeluaran ≤ Rp 1.750.000 memiliki tingkat literasi keuangan lebih tinggi dibandingkan dengan tingkat pengeluaran > Rp 1.750.000.

PERSAMAAN REGRESI LOGISTIK

Berdasarkan nilai B pada perhitungan di atas, maka model persamaan yang dibentuk adalah sebagai berikut :

Log[(p/1-0)]=(0,255)+(-1,036(U))-(-1,521(TP))

Atau menggunakan rumus turunan dari persamaan di atas yaitu Probabilitas:

=exp(0,255)+(-1,036(U))-(1,521(TP))/1+exp(0,255)+(-1,036(U))-(1,521(TP))

Jika sampel diatas berusia ≤ 25 tahun, tingkat pengeluaran ≤ Rp 1.750.000 maka usia = 1 dan tingkat pengeluaran = 1. Jika dimasukkan ke

dalam model persamaan di atas, maka akan tampak sebagai berikut :

=EXP(0,254+((-1,036)*1)-((-1,521)*1)

Maka, hasil perhitungannya = 0,21

Oleh karena Predicted = 0,21 < 0,5 maka nilai *Predicted Group Membership* dari sampel di atas adalah 0. Di mana 0 adalah kode tingkat literasi keuangan rendah. Jadi jika sampel memiliki usia ≤ 25 tahun dan tingkat pengeluaran ≤ Rp 1.750.000 maka prediksinya adalah memiliki tingkat literasi keuangan rendah. Jika seandainya sampel yang bersangkutan memiliki tingkat literasi keuangan tinggi maka sampel tersebut keluar dari nilai prediksi.

PEMBAHASAN

Pengaruh Usia terhadap Tingkat Literasi Keuangan Karyawan Perbankan di Pontianak

Hasil output statistik variabel usia memiliki nilai signifikasi sebesar 0,33 yang artinya lebih kecil dari 0,05 sehingga Ha diterima. Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel usia memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat literasi keuangan karyawan perbankan di Pontianak secara parsial. Berdasarkan hasil pengujian statistik deskriptif faktor-faktor demografi terhadap tingkat literasi keuangan karyawan perbankan di Pontianak menunjukkan bahwa karyawan perbankan dengan usia 18 – 25 tahun memiliki tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi dibandingkan karyawan dengan usia 26 – 30.

Pengaruh Jenis Kelamin terhadap Tingkat Literasi Keuangan Karyawan Perbankan di Pontianak

Hasil analisis uji parsial pada tabel 10 menunjukkan bahwa variabel jenis kelamin memiliki nilai signifikasi sebesar 0,915 yang artinya lebih besar dari 0,05 sehingga Ha ditolak. Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel jenis kelamin tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat literasi keuangan karyawan perbankan di Pontianak secara parsial. Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif menunjukkan bahwa perempuan memiliki tingkat literasi keuangan lebih tinggi dibandingkan laki-laki. Perbedaan tingkat literasi keuangan pada perempuan dan laki-laki dikarenakan sifat perempuan yang lebih berhati – hati dalam membuat keputusan mengenai konsep keuangan untuk membuat keputusan dengan benar. Kondisi ini menyebabkan tingkat pengetahuan perempuan lebih tinggi maka tingkat pemahaman mereka pun akan lebih mendalam. Oleh karena itu, responden perempuan akan lebih berusaha mempelajari konsep keuangan sehingga tingkat literasi keuangan mereka cenderung tinggi.

Pengaruh Posisi Pekerjaan terhadap Tingkat Literasi Keuangan Karyawan Perbankan di Pontianak

Berdasarkan tabel 10 analisis uji parsial menunjukkan bahwa variabel posisi pekerjaan memiliki nilai signifikasi sebesar 0,982 yang artinya lebih besar dari 0,05 sehingga Ha ditolak. Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel posisi pekerjaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat literasi keuangan karyawan perbankan di Pontianak secara parsial. Posisi pekerjaan terhadap tingkat literasi keuangan tidak memiliki pengaruh yang signifikan dikarenakan pekerjaan yang sama didunia perbankan. Posisi pekerjaan didunia perbankan memiliki konsep pekerjaan dan pengetahuan yang sama sehingga setiap responden dalam pendidikan ini memiliki pengetahuan umum keuangan yang hampir sama.

Pengaruh Lama Bekerja terhadap Tingkat Literasi Keuangan Karyawan Perbankan di Pontianak

Nilai signifikasi variabel lama bekerja yang terdapat pada tabel 10 output analisis data uji parsial sebesar 0,801 yang artinya lebih besar dari 0,05 sehingga Ha ditolak. Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel lama bekerja tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat literasi keuangan karyawan perbankan di

Pontianak secara parsial. Pada penelitian ini, penulis mengambil responden dengan masa kerja maksimal 3 tahun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masa kerja 3 tahun tidak memiliki pengaruh terhadap tingkat literasi keuangan dikarenakan masa kerja yang terbilang cukup singkat dalam dunia perbankan.

Pengaruh Pendidikan Terakhir terhadap Tingkat Literasi Keuangan Karyawan Perbankan di Pontianak

Tabel 10 hasil analisis uji parsial menunjukkan bahwa pendidikan terakhir memiliki nilai signifikasi sebesar 0,244 yang artinya lebih besar dari 0,05 sehingga Ha ditolak. Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pendidikan terakhir tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat literasi keuangan karyawan perbankan di Pontianak secara parsial. Pendidikan merupakan salah satu variabel yang tidak memiliki pengaruh terhadap tingkat literasi keuangan dikarenakan responden dalam penelitian ini hanya mencakup SMA/K, D3 dan S1 sehingga tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap tingkat literasi keuangan.

Pengaruh Tingkat Pengeluaran terhadap Tingkat Literasi Keuangan Karyawan Perbankan di Pontianak

Hasil output uji parsial pada tabel 10 menunjukkan bahwa tingkat pengeluaran memiliki nilai signifikasi sebesar 0,001 yang artinya lebih kecil dari 0,05 sehingga Ha diterima. Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel tingkat pengeluaran memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat literasi keuangan karyawan perbankan di Pontianak secara parsial. Semakin tinggi pendapatan maka semakin tinggi juga tingkat pengeluaran seseorang. Sifat seseorang yang memiliki pendapatan tinggi akan berbeda dengan sifat seseorang yang memiliki tingkat pendapatan rendah. Semakin tinggi pendapatan maka seseorang akan selalu berpikir untuk menyisihkan pendapatan untuk investasi guna meningkatkan taraf hidup yang lebih baik.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa yang telah dilakukan oleh penulis, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dalam penelitian ini, diperoleh bahwa variabel usia memiliki pengaruh terhadap tingkat literasi keuangan karyawan perbankan di Pontianak. Hal ini menunjukkan bahwa usia menjadi salah satu faktor penentu tingkat pemahaman literasi keuangan. Semakin tinggi usia maka semakin tinggi pula pemahaman mengenai literasi keuangan. Mayoritas masyarakat dengan usia tinggi memiliki pola pikir dalam hal mengelola keuangan dengan baik, misalnya dengan menabung, berinvestasi, asuransi agar memperoleh masa depan yang lebih baik.
2. Terdapat pengaruh tingkat pengeluaran terhadap tingkat literasi keuangan karyawan perbankan di Pontianak. Seseorang dengan tingkat pengeluaran tinggi, akan memiliki kesulitan dalam mengelola keuangan dengan baik. Namun sebaliknya jika seseorang memiliki tingkat pengeluaran yang rendah, maka pengelolaan keuangan juga akan lebih baik. Seseorang dapat menyisihkan pendapatannya untuk menabung, berinvestasi ataupun mengikuti program asuransi sebagai perlindungan diri.
3. Variabel jenis kelamin, lama bekerja, pendidikan terakhir dan posisi pekerjaan tidak memiliki pengaruh terhadap tingkat literasi keuangan karyawan perbankan di Pontianak. Kemampuan seseorang dalam mengatur keuangan bukan dipengaruhi oleh variabel jenis kelamin, lama bekerja, pendidikan terakhir dan posisi pekerjaan. Hal tersebut dikarenakan kemampuan mengelola keuangan tidak diatur oleh variabel-variabel tersebut melainkan berdasarkan seberapa besar pendapatan dan pengeluaran seseorang.

Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil analisa yang telah dilakukan oleh penulis, maka ada

beberapa saran yang dapat diberikan oleh penulis sebagai berikut :

1. Perlu adanya peningkatan pemahaman mengenai literasi keuangan bagi karyawan perbankan di Pontianak dalam mengatur pendapatan dan pengeluaran mereka sehingga dapat memperoleh kesejahteraan hidup.
2. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan mampu mengembangkan lebih banyak metode dan variabel penelitian agar dapat mendapatkan hasil yang lebih baik lagi. Metode yang dapat digunakan adalah penelitian survei yaitu penelitian dengan sekumpulan objek, tetapi hanya mengambil sebagian populasi tersebut dengan jangka waktu tertentu dengan menggunakan kuesioner yang diukur dengan skala likert atau skala guttman pilihan ganda. Dalam penelitian selanjutnya dapat ditambahkan pula variabel tingkat pendapatan responden sehingga dapat diketahui pengaruh atau tidaknya variabel tingkat pendapatan dalam literasi keuangan.
3. Diperlukan dukungan dari pemerintah dalam meningkatkan literasi keuangan karyawan perbankan di Pontianak, misalnya dalam hal edukasi mengenai investasi, tabungan, saham dan pinjaman sehingga karyawan perbankan dapat memperoleh pengetahuan dalam pengelolaan keuangan yang baik.

5. REFERENSI

Kasmir. 2012. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya. Jakarta*. Raja Grafindo Persada

Muchtar, Bustari, Rahmidani, Rose and Siwi, Menik Kurnia. 2016. *Bank dan lembaga keuangan lain*. Kencana. Jakarta

Sugiyono. 2016. *Metode Peneltian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta. Bandung

Otoritas Jasa Keuangan. https://www.ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/Pages/Literasi-Keuangan.aspx. (diakses pada Januari 2019)

Otoritas Jasa Keuangan. 2017. *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia.*

Otoritas Jasa Keuangan. 2016. https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/regulasi/peraturan-ojk/Documents/Pages/POJK-tentang-Peningkatan-Literasi-dan-Inklusi-Keuangan-di-Sektor-Jasa-Keuangan-Bagi-Konsumen-dan-atau-masyarakat/SAL%20-%20PENJELASAN.pdf#search=literasi%20keuangan. (diakses pada Januari 2019)

Otoritas Jasa Keuangan. 2017. https://www.ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/regulasi/surat-edaran-ojk/Documents/SAL%20SEOJK%2030%20-%20Literasi%20Keuangan.pdf. (diakses pada Januari 2019)

Otoritas Jasa Keuangan. 2016. https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Documents/Pages/Siaran-Pers-OJK-Indeks-Literasi-dan-Inklusi-Keuangan-Meningkat/17.01.23%20Tayangan%20%20Presscon%20%20nett.compressed.pdf. (diakses pada Januari 2019)

Otoritas Jasa Keuangan. 2017. https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Strategi-Nasional-Literasi-Keuangan-Indonesia-(Revisit-2017)-/SNLKI%20(Revisit%202017)-new.pdf (diakses pada Januari 2019)

Ramadhianisa, Amelia. (2017). *Analisis Tingkat Financial Literacy dan Financial Behavior Karyawan PT Telkom Semarang.* Universitas Islam Semarang.

Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 76/POJK.07/2016 Pasal 3. https://www.ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/regulasi/peraturan-ojk/Documents/Pages/POJK-tentang-Peningkatan-Literasi-dan-Inklusi-

Keuangan-di-Sektor-Jasa-Keuangan-Bagi-Konsumen-dan-atau-masyarakat/SAL%20-%20POJK%20Literasi%20dan%20Inklusi%20Keuangan%20-.pdf. (diakses pada Desember 2018)

OBIS
Jurnal Ekonomi dan Bisnis

p-ISSN 2654-7325
e-ISSN 2656-7695
Vol. 2 No. 1, Maret 2020

ANALISIS PENINGKATAN RASIO PROFITABILITAS TERHADAP KEMAMPUAN PERUSAHAAN DALAM MEMENUHI KEWAJIBAN PADA PT. INDOCEMENT TUNGGAL PRAKARSA TBK

Novita [1)], Fera Maulina [2)]
[1)] Bahasa Inggris (Konsentrasi Business English & Management), Politeknik Tonggak Equator
[2)] Budidaya Tanaman Pangan, Politeknik Tonggak Equator
[1)] email: vincensia_novita@yahoo.co.id
[2)] email: fmauli.defas@gmail.com

Abstract

This study aims to determine the financial performance in terms of profitability in meeting short-term obligations at PT Indocement Tunggal Prakarsa, Tbk. The form of research used is descriptive with a case study approach at PT. Indocement Tunggal Prakarsa, Tbk with liquidity ratios and profitability ratios as variables. Analysis of the data to be used is quantitative data sources, namely secondary data obtained from the financial statements of PT. Indocement Tunggal Prakarsa, Tbk. This study uses documentation studies and literature studies in data collection techniques. The results of the liquidity analysis shows fluctuations both in terms of the current ratio, quick ratio, cash ratio, cash turn over and inventory to net working, but current assets held are able to pay off short-term financial obligations reaching 3-6 times that of the amount of short-term debt that exists so that to meet these obligations does not experience obstacles. Profitability Analysis of PT. Indocement Tunggal Prakarsa, Tbk from 2012 - 2016 shows fluctuations and even tends to decrease every year, which means that the company's performance from year to year has decreased in generating profits. This is because liquidity and profitability are interrelated. The amount of current assets that is too much indicates management is not able to manage current assets properly so that the impact on losses due to the assets that are not used optimally.

Keywords: *liquidity, profitability*

1. PENDAHULUAN

Persaingan dalam dunia usaha semakin ketat. Hal ini membuat setiap perusahaan melakukan strategi-strategi untuk bisa memenangkan persaingan yang ada, guna menjalankan terus usahanya atau mampu untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Sama halnya dengan persaingan industri semen di Indonesia pada saat ini, menuntut perusahaan-perusahaan semen tersebut untuk terus berinovasi dalam menghasilkan produknya sehingga dapat bersaing di pasar. Manajemen perusahaan dituntut untuk terus meningkatkan kinerjanya, sehingga dapat memajukan perusahaan yang dapat dilihat dari laporan keuangan perusahaan tersebut, yang kemudian dapat diukur dan dianalisis dengan menggunakan rasio-rasio keuangan.

Informasi dalam bentuk rasio keuangan merupakan salah satu acuan bagi investor untuk menganalisa fenomena bisnis yang berbeda. Laba adalah perbedaan antara *revenue* yang direalisasi yang timbul dari transaksi pada periode tertentu dihadapkan dengan biaya-biaya yang dikeluarkan pada periode tersebut. Besar kecilnya laba dapat dilihat dari peningkatan atau penurunan rasio keuangan, sehingga pemakai dapat melihat kondisi perusahaan yang bersangkutan. Mengingat kondisi ekonomi yang selalu mengalami perubahan, maka dapat mempengaruhi kondisi perusahaan yang dapat dilihat dari labanya.

Bursa efek atau bursa saham adalah sebuah pasar yang berhubungan dengan transaksi jual-beli efek perusahaan yang telah terdaftar di bursa itu. Di Indonesia terdapat Bursa Efek Indonesia yang merupakan bursa hasil penggabungan dari Bursa Efek Jakarta (BEJ) dengan Bursa Efek

Surabaya (BES). Penulis memfokuskan penelitian pada salah satu perusahaan industri manufaktur, sektor industri dasar kimia, sub sektor semen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, yaitu PT Indocement Tunggal Prakarsa Tbk. Perusahaan ini merupakan perusahaan swasta asing yang bergerak di industri semen di Indonesia, Semen yang dipasarkan oleh PT. Indocement Tunggal Prakasa, Tbk adalah semen dengan merek "Tiga Roda".

Analisis laporan keuangan sangat penting dilakukan untuk mengetahui dan menilai tingkat kesehatan perusahaan, termasuk perusahaan yang bergerak di bidang industri semen. Kemampuan perusahaan dapat dilihat dalam membayar hutang-hutangnya, baik hutang jangka pendek maupun jangka panjang, memanfaatkan aset yang dimiliki secara optimal, dan kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan, baik dalam penjualan, aset, maupun modal saham. Keputusan keuangan perusahaan mampu memberikan pengaruh besar terhadap keberhasilan maupun kegagalan dalam menjalankan roda perusahaan. Kinerja keuangan merupakan gambaran setiap hasil ekonomi yang mampu diraih oleh perusahaan pada periode tertentu melalui aktivitas-aktivitas perusahaan untuk menghasilkan keuntungan secara efektif dan efisien.

Analisis rasio dapat dilakukan dengan berbagai macam, di antaranya menggunakan rasio likuiditas. Rasio likuiditas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya yang jatuh tempo. Likuiditas merupakan hal yang sangat penting karena menyangkut kepercayaan kreditur terhadap perusahaan dalam hal kemampuan perusahaan dalam memenuhi liabilitasnya yang jatuh tempo. Tingkat likuiditas ini selalu menjadi perhatian penting bagi para penganalisa laporan keuangan untuk mengetahui apakah perusahaan mampu memenuhi liabilitas keuangannya yang jatuh tempo.

Selain menggunakan rasio likuiditas, rasio yang biasa digunakan untuk menganalisis laporan keuangan adalah rasio profitabilitas. Di samping bertujuan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu, rasio ini juga bertujuan untuk mengukur tingkat efektivitas manajemen dalam menjalankan operasional perusahaan. Salah satu pengukuran rasio profitabilitas adalah dengan menggunakan rasio pengembalian atas aset, di mana rasio ini menekankan tingkat pengembalian keuntungan terhadap aset yang terpakai selama kegiatan operasi perusahaan. Adapun permasalahan dalam penelitian ini adalah: "Bagaimana Kinerja Keuangan Ditinjau Dari Profitabilitas Terhadap Kemampuan Perusahaan Dalam Memenuhi Kewajiban Pada PT Indocement Tunggal Prakarsa Tbk". Penelitian yang berfokus pada rasio likuiditas (*Current Ratio, Quick Ratio, Cash Ratio, Cash Turn Over* dan *Inventory to Net Working Capital*) dan rasio profitabilitas *(Profit Margin, Return On Investement* dan *Return On Equity,* Laba per Lembar Saham*)* PT Indocement Tunggal Prakarsa Tbk yaitu tahun 2012 hingga tahun 2016. Menurut Kasmir (2014 : 129) "Rasio Likuiditas (*liquidity ratio*) berfungsi untuk menunjukkan atau mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya yang sudah jatuh tempo, baik kewajiban kepada pihak luar perusahaan (likuiditas badan usaha) maupun di dalam perusahaan (likuiditas perusahaan)". Sedangkan rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan.

1. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan bentuk penelitian deskriptif dengan pendekatan studi kasus pada PT Indocement Tunggal Prakarsa Tbk. Penulis menilai kinerja keuangan PT Indocement Tunggal Prakarsa Tbk. dengan rasio profitabilitas dan rasio likuiditas sebagai variabelnya. Sugiyono (2016) mendeskripsikan bahwa "Rumusan masalah deskriptif adalah suatu rumusan masalah yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap keberadaan variabel yang terkait dengan produk secara mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel

yang berdiri sendiri). Jadi dalam penelitian ini peneliti tidak membuat perbandingan variabel itu pada sampel yang lain, dan mencari hubungan variabel itu dengan variabel yang lain. Penelitian semacam ini untuk diselanjutnya dinamakan penelitian deskriptif".

Penelitian ini menggunakan data sekunder di mana data yang diperoleh untuk kemudian diolah yang didapatkan tidak secara langsung melainkan didapatkan dari data keuangan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan dari pustaka (teks buku) atau dari laporan penelitian terdahulu yang relevan dalam penelitian ini. Sedangkan metode analisis data yang digunakan adalah kuantitatif. Analisis kuantitatif yang digunakan adalah 2 rasio keuangan (rasio profitabilitas dan rasio likuiditas) sebagai alat analisisnya. Menurut Sugiyono (2005), "Untuk penelitian dengan pendekatan kuantitatif, maka teknik analisis data ini berkenaan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan pengujian hipotesis yang diajukan".

2. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Rasio Likuiditas PT Indocement Tunggal Prakarsa Tbk

Rasio likuiditas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendek pada saat jatuh tempo maupun dalam membiayai operasional kegiatannya.

Tabel 1 ***Current Ratio*** **PT Indocement Tunggal Prakarsa Tbk (Dalam Jutaan Rupiah)**

Tahun	Aktiva Lancar (A)	Hutang Lancar (B)	*Current Ratio* (A/B)
2012	14.579.400	2.418.762	6,03
2013	16.846.777	2.740.089	6,15
2014	16.087.370	3.260.559	4,93
2015	13.133.854	2.687.743	4,89
2016	14.424.622	3.187.742	4,53

Sumber : Data Olahan, 2018

Tabel 2 ***Quick Ratio*** **PT Indocement Tunggal Prakarsa Tbk (Dalam Jutaan Rupiah)**

Tahun	Aktiva Lancar (A)	Perse-diaan (B)	Hutang Lancar (C)	*Quick Ratio* (A-B)/C
2012	14.579.400	1.470.305	2.418.762	5,42
2013	16.846.777	1.473.645	2.740.089	5,61
2014	16.087.370	1.665.546	3.260.559	4,42
2015	13.133.854	1.608.670	2.687.743	4,29
2016	14.424.622	1.780.410	3.187.742	3,97

Sumber : Data Olahan, 2018

Tabel 3 *Cash Ratio* PT Indocement Tunggal Prakarsa Tbk (Dalam Jutaan Rupiah)

Tahun	Kas dan Setara Kas (A)	Hutang Lancar (B)	*Cash Ratio* (A/B)
2012	10.474.126	2.418.762	4,33
2013	12.595.187	2.740.089	4,60
2014	11.256.129	3.260.559	3,45
2015	8.655.562	2.687.743	3,22
2016	9.674.030	3.187.742	3,03

Sumber : Data Olahan, 2018

Tabel 4 *Cash Turn Over* PT Indocement Tunggal Prakarsa Tbk (Dalam Jutaan Rupiah)

Tahun	Penjualan (A)	Aktiva Lancar (B)	Hutang Lancar (C)	*Cash Turn Over* A/(B-C)
2012	17.290.337	14.579.400	2.418.762	1,42
2013	18.691.286	16.846.777	2.740.089	1,32
2014	19.996.264	16.087.370	3.260.559	1,56
2015	17.789.055	13.133.854	2.687.743	1,70
2016	15.361.984	14.424.622	3.187.742	1,37

Sumber : Data Olahan, 2018

Tabel 5 *Inventory to Net Working* PT Indocement Tunggal Prakarsa Tbk (Dalam Jutaan Rupiah)

Tahun	Persediaan (A)	Aktiva Lancar (B)	Hutang Lancar (C)	*Inventory to Net Working* A/(B-C)
2012	1.470.305	14.579.400	2.418.762	1,12
2013	1.473.645	16.846.777	2.740.089	1,10
2014	1.665.546	16.087.370	3.260.559	1,13
2015	1.608.670	13.133.854	2.687.743	1,15
2016	1.780.410	14.424.622	3.187.742	1,16

Sumber : Data Olahan, 2018

Tabel 6 Rasio Likuiditas PT Indocement Tunggal Prakarsa Tbk

Tahun	*Current Ratio* (Rp)	*Quick Ratio* (Rp)	*Cash Ratio* (Rp)	*Cash Turn Over* (kali)	*Inventory to Net Working* (kali)
2012	6,03	5,42	4,33	1,42	1,12
2013	6,15	5,61	4,60	1,32	1,10
2014	4,93	4,42	3,45	1,56	1,13
2015	4,89	4,29	3,22	1,70	1,15
2016	4,53	3,97	3,03	1,37	1,16

Sumber : Data Olahan, 2018

Berdasarkan Tabel 6 di atas, dapat di lihat bahwa likuiditas PT. Indocement Tunggal Prakarsa, Tbk dari tahun 2012 – 2016 juga menunjukkan berfluktuasi baik dari sisi *current ratio, quick ratio, cash ratio, cash turn over dan inventory to net working*. Analisis current ratio, quick ratio maupun analisis cash ratio dari tahun 2012-2016 secara keseluruhan menunjukkan kecenderungan adanya penurunan

kemampuan finansial untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya walaupun pada tahun 2013 likuiditas perusahaan mengalami peningkatan dibandingkan dengan tahun 2014-2016. Namun, jika dilihat angka dari rasio ini menunjukkan kemampuan finansial PT. Indocement Tunggal Prakarsa, Tbk dari tahun 2012 – 2016 untuk melunasi kewajiban finansial jangka pendeknya mencapai 3 – 6 kali lipat dari utang-utang jangka pendeknya.

Tingkat likuiditas yang tinggi akan mengakibatkan kas menganggur tinggi, hal tersebut tentu saja tidak menguntungkan perusahaan dan sebagai akibatnya profitabilitas akan rendah. Dengan demikian analisis yang dapat diberikan adalah bahwa rasio kas yang sangat tinggi akan menurunkan profitabilitas perusahaan, namun apabila rasio kas meningkat dengan wajar akan membantu kemampuan likuiditas perusahaan tersebut. Sama halnya dengan rasio perputaran kas (*cash turnover*) PT Indocement Tunggal Prakarsa Tbk dari tahun 2012 – 2016 juga mengalami fluktuasi tiap tahunnya. Rasio perputaran kas digunakan untuk mengukur tingkat ketersediaan kas untuk membayar tagihan (utang) dan biaya-biaya yang berkaitan dengan penjualan. Sedangkan *inventory to net working capital* PT Indocement Tunggal Prakarsa Tbk dari tahun 2012 – 2016 cenderung meningkat, hanya pada tahun 2013 mengalami penurunan dari tahun 2012. Rasio ini mengukur seberapa besar kelebihan aktiva lancar atas kewajiban lancar mampu melindungi dari ancaman perubahan yang tidak menguntungkan dalam persediaan.

Analisis Rasio Profitabilitas PT Indocement Tunggal Prakarsa Tbk

Rasio profitabilitas digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dibandingkan penggunaan aktiva atau modal yang telah diinvestasikan.

Tabel 7 *Profit Margin* PT Indocement Tunggal Prakarsa Tbk (Dalam Jutaan Rupiah)

Tahun	Penjualan (A)	Harga Pokok Penjualan (B)	*Profit Margin* (%) (A-B)/A
2012	17.290.337	9.020.338	47,83
2013	18.691.286	10.036.632	46,30
2014	19.996.264	10.890.037	45,54
2015	17.789.055	9.888.919	44,41
2016	15.361.984	9.030.433	41,22

Sumber : Data Olahan, 2018

Tabel 9. Return On Investment PT Indocement Tunggal Prakarsa Tbk (Dalam Jutaan Rupiah)

Tahun	Laba Setelah Bunga dan Pajak (A)	Total Asset (B)	*ROI* (%) (A/B)
2012	4.763.388	22.755.160	20,93
2013	5.012.292	26.607.241	18,84
2014	4.356.661	28.884.635	15,08
2015	4.356.661	27.636.360	15,76
2016	3.870.319	30.150.580	12,84

Sumber : Data Olahan, 2018

Tabel 10. Return On Equity PT Indocement Tunggal Prakarsa Tbk (Dalam Jutaan Rupiah)

Tahun	Laba Setelah Bunga dan Pajak (A)	Modal sendiri (B)	*ROE* (%) (A/B)
2012	4.763.388	29.418.738	16,19
2013	5.012.292	22.977.687	21,81
2014	4.356.661	24.784.801	17,58
2015	4.356.661	23.865.960	18,25
2016	3.870.319	26.138.703	14,81

Sumber : Data Olahan, 2018

Tabel 11 Laba Per Lembar Saham PT Indocement Tunggal Prakarsa Tbk (Dalam Jutaan Rupiah)

Tahun	Laba Per Lembar Saham
2012	1293,15
2013	1361,02
2014	1431,82
2015	1183,48
2016	1051,37

Sumber : Data Olahan, 2018

Tabel 12 Rasio Profitabilitas PT Indocement Tunggal Prakarsa Tbk

Tahun	*Profit Margin* (%)	*Net Profit Margin* (%)	*ROI* (%)	*ROE* (%)	EPS *(Rp/lembar)*
2012	47,83	27,55	20,93	16,19	1.293,15
2013	46,30	26,82	18,84	21,81	1.361,02
2014	45,54	21,79	15,08	17,58	1.431,82
2015	44,41	24,49	15,76	18,25	1.183,48
2016	41,22	25,19	12,84	14,81	1.051,37

Sumber : Data Olahan, 2018

Berdasarkan Tabel 12 di atas, dapat di lihat bahwa Profitabilitas PT. Indocement Tunggal Prakarsa, Tbk dari tahun 2012 – 2016 mengalami penurunan tiap tahunnya kecuali rasio *net profit*, ROI dan ROE pada tahun 2015. Sedangkan *Earning Per Share* hanya terjadi peningkatan pada tahun 2014. Dari indikator-indikator tersebut menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dari penjualan yang dicapai, *total asset* yang dimiliki serta modal yang digunakan untuk operasional perusahaan mempengaruhi PT. Indocement Tunggal Prakarsa, Tbk untuk menghasilkan laba. Indikator-indikator tersebut menunjukkan berfluktuasi bahkan cenderung menurun tiap tahunnya, yang artinya bahwa kinerja perusahaan dari tahun ke tahun mengalami penurunan dalam menghasilkan laba. Hal ini dikarenakan likuiditas dan profitabilitas saling berkaitan. Rasio likuiditas PT. Indocement Tunggal Prakarsa, Tbk dari tahun 2012-2017 cenderung menurun namun angka rasio ini berkisar 3-6 kali lipat dari jumlah utang jangka pendeknya. Jumlah aset lancar yang terlampau banyak menandakan manajemen tidak mampu mengelola aset lancar dengan baik sehingga berdampak pada kerugian karena adanya aset yang tak terpakai secara optimal.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Hasil analisis likuiditas PT. Indocement Tunggal Prakarsa, Tbk dari tahun 2012 – 2016 menunjukkan

berfluktuasi baik dari sisi *current ratio, quick ratio, cash ratio, cash turn over dan inventory to net working* namun aktiva lancar yang dimiliki mampu melunasi kewajiban finansial jangka pendeknya mencapai 3 – 6 kali lipat dari jumlah utang jangka pendek yang ada sehingga untuk memenuhi kewajiban tersebut tidak mengalami kendala.

2. Profitabilitas PT. Indocement Tunggal Prakarsa, Tbk dari tahun 2012 – 2016 menunjukkan berfluktuasi bahkan cenderung menurun tiap tahunnya, yang artinya bahwa kinerja perusahaan dari tahun ke tahun mengalami penurunan dalam menghasilkan laba. Hal ini dikarenakan likuiditas dan profitabilitas saling berkaitan. Jumlah aset lancar yang terlampau banyak menandakan manajemen tidak mampu mengelola aset lancar dengan baik sehingga berdampak pada kerugian karena adanya aset yang tak terpakai secara optimal.

Saran

1. Usahakan tingkat likuiditas perusahaan meningkat tetapi jangan terlalu besar sehingga banyak aktiva lancar yang menganggur sehingga nanti tidak dapat berkontribusi yang besar terhadap peningkatan laba.
2. Tingkatkan kemampulabaan sehingga perusahaan semakin berkembang antara lain dengan meningkatkan profitabilitas perusahaan.

5. REFERENSI

Brealey, dkk. 2007. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan Perusahaan*. Diterjemahkan Oleh: Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.

Kasmir. 2015. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada

Keown, J Arthur, dkk. 2011. *Manajemen Keuangan: Prinsip dan Penerapan, Edisi Kesepuluh, Jilid 1*. Diterjemahkan Oleh: Marcus P. Widodo. Jakarta: PT. Indeks.

Munawir. 2002. *Analisis Laporan Keuangan, Edisi Keempat.* Yogyakarta: Liberty

Sundjaja, S. Ridwan & Inge Barlian. 2003. *Manajemen Keuangan Satu.* Klaten: PT. Intan Sejati.

OBIS
Jurnal Ekonomi dan Bisnis

p-ISSN 2654-7325
e-ISSN 2656-7695
Vol. 2 No. 1, Maret 2020

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS (STUDI KASUS PADA PT. CAHAYA KARUNIA PERSADA DI PONTIANAK)

Sugianto [1)], Cynthia Calestie [2)]
[1) 2)] Prodi Bahasa Inggris (Konsentrasi Business English & Management), Politeknik Tonggak Equator
[1)] email: sugianto.polteq@gmail.com
[2)] email: calestieecynthia@gmail.com

Abstract

Marketing is one of the most important activities in a business. Marketing plays a role in providing satisfaction to consumers by generating profits through the products or services offered. One of the existing marketing systems is Multi Level Marketing (MLM), also known as network marketing. PT. Cahaya Karunia Persada is one of MLM that registered in the Indonesian Direct Selling Association (IDSA). This research focused in analyzing the MLM business development strategy based on the SWOT analysis on MLM PT. Cahaya Karunia Persada in Pontianak. The research method used was descriptive qualitative. Data collection techniques used were interviews, questionnaires, literature studies, and document studies. Interviews conducted with three informants, as the business partner leader in Pontianak, then the questionnaire will be filled by three respondents, including leaders from business partners, and two active members. The results show that the total value in the IFAS matrix, which is 2,01 and the total EFAS matrix, which is 0.77. PT. Cahaya Karunia Persada is in quadrant I position based on SWOT analysis diagram which means that the company supports aggressive strategies. The position in the strategy shows that the company is in a favorable position by using existing strengths to take advantage of opportunities.

***Keywords** : Business Development Strategy, SWOT Analysis*

1. PENDAHULUAN

Pada dasarnya setiap perusahaan memiliki satu tujuan yang sama yaitu mencapai atau memperoleh keuntungan, agar bisnis yang dibangun dapat tetap bertahan bahkan berkembang. Untuk mewujudkan tujuan tersebut perusahaan melakukan satu kegiatan penting yaitu pemasaran. Menurut Shinta (2014, p. 2) "pemasaran adalah suatu proses dan manajerial yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain atau segala kegiatan yang menyangkut penyampaian produk atau jasa mulai dari produsen sampai konsumen". Dari pengertian tersebut pemasaran berarti berperan dalam memberikan kepuasan terhadap konsumen dengan menghasilkan keuntungan melalui produk atau jasa yang ditawarkan.

Dalam memasarkan produknya, perusahaan menggunakan sebuah sistem pemasaran / penjualan untuk memperoleh keuntungan. Menurut Purnomo, Hariyani, dan Yustisia (2011) terdapat sistem penjualan langsung (*Direct Selling*/DS) yang mulai banyak digunakan oleh perusahaan sejak awal krisis moneter 1997/1998. Penjualan langsung terdiri atas dua macam yaitu *Single Level Marketing* (SLM) dan *Multi Level Marketing* (MLM). Menurut Purnomo, Hariyani, dan Yustisia (2011) SLM hanya melibatkan distributor dalam memasarkan produknya. Sedangkan, DS/MLM memasarkan produknya melalui sistem pemasaran berjaringan (*network marketing*).

Organisasi yang mengatur perusahaan penjualan langsung adalah Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI). Dalam organisasi tersebut terdaftar 88 perusahaan *direct selling* yang berasal dari Indonesia maupun dari luar negeri seperti Malaysia, Amerika, Singapura, dan sebagainya. Berdasarkan data dari APLI terdapat 13 perusahaan yang didirikan di Indonesia. Berikut daftar perusahaan yang terdaftar dalam APLI yang berasal dari Indonesia yaitu sebagai berikut :

Tabel 1. Bisnis MLM yang berasal dari Indonesia

No	Nama Perusahaan MLM	Jenis Produk	Tahun Berdiri
1.	PT. Accelerating Business Eminence (ABE)	Kesehatan, Kecantikan	2008
2.	PT. Altra Multi Sukses (Altrams)	Kesehatan, Kecantikan	2015
3	PT. Avail Elok Indonesia	Perawatan, Kesehatan	2008
4.	PT. Bio Organik Nusantara	Kebugaran, Kesehatan	2014
5.	PT. Cahaya Karunia Persada	Kesehatan, Perawatan	2008
6.	PT. Duta Elok Persada	Kecantikan	2015
7.	PT. Health Wealth International	Kesehatan, Perawatan	2009
8.	PT. Herba Penawar Alwahida	Kesehatan	2012
9.	PT. Kompak Indopola	Perawatan, Kesehatan	1988
10	PT. Mitra Erat Indonesia	Kesehatan, Kecantikan	-
11.	PT. Multicare Mitra Sejahtera	Kesehatan	1994
12.	PT. Ratu Nusantara	Kesehatan	2003
13.	PT. Wootekh	Kesehatan, Kecantikan	2003

Sumber : Diadaptasi dari APLI (2019)

Tabel 1 di atas menunjukkan bahwa perusahaan MLM yang berasal dari Indonesia rata-rata memproduksi produk kesehatan dan kecantikan. Produk yang didistribusikan berupa suplemen, herbal, makanan, minuman, maupun kosmetik. Setiap perusahaan MLM tersebut memiliki sistem *marketing plan* yang berbeda dalam menjalankan bisnisnya. *Marketing Plan* yang telah dirancang perusahaan berguna untuk melakukan perhitungan penjualan dan bonus terhadap para anggota.

Menurut Kiyosaki (2017) MLM merupakan cara baru dan revolusioner untuk mencapai kekayaan dan berfungsi sebagai alternatif bisnis yang menjanjikan, apabila dilakukan dengan komitmen dan usaha yang sungguh-sungguh. Salah satu perusahaan MLM berdasarkan tabel 1 yaitu PT. Cahaya Karunia Persada (CAKAP). Bisnis ini telah berdiri pada tahun 2008 di Indonesia dan bergerak dalam bidang kesehatan dan perawatan. PT. CAKAP memiliki produk antara lain *Blesstea* (teh hitam), *V-Bless* (pembalut), *Bellesha* (*shampoo* dan sabun), dan *Teesiu* (*tissue* basah). MLM ini telah memperluas jaringannya ke seluruh Indonesia termasuk Kota Pontianak. PT. CAKAP mulai masuk di Pontianak pada Desember 2017.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk jenis penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data yang dipergunakan peneliti adalah melalui wawancara dan penyebaran kuesioner serta data yang diperoleh dari buku atau literatur ataupun dari website. Responden yang dipilih dalam penelitian ini antara lain pimpinan yang sekaligus mempunyai posisi sebagai *Senior Director* dari mitra usaha MLM PT. CAKAP yang berada di Pontianak, serta dua anggota yang aktif yang mempunyai posisi sebagai *Director* dari mitra usaha MLM PT. CAKAP yang berada di Pontianak. Peneliti menggunakan metode kualitatif untuk memberikan hasil deskriptif yang akurat dari analisis SWOT.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Analisis SWOT

Berikut ini merupakan analisis dari variabel kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari PT. CAKAP berdasarkan hasil jawaban informan pada daftar pertanyaan wawancara yang telah diberikan. Hasil analisis SWOT dapat

dilihat pada profil SWOT PT. CAKAP seperti yang dijelaskan pada tabel 2 di bawah ini:

Tabel 2. Profil Analisis SWOT pada PT. CAKAP di Pontianak

Kekuatan (*Strength*)	**Kelemahan (*Weakness*)**
1. Ketersedian produk pada mitra usaha di Pontianak selalu tersedia. 2. Harga produk terjangkau. 3. Variasi produk terjamin kualitas dan keamanannya. 4. Sistem *reward* terakumulasi tanpa batas waktu. 5. SDM yang berkualitas dan bertanggung jawab. 6. Perusahaan mengadakan seminar ataupun pelatihan.	1. Pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan belum maksimal. 2. Penjualan sebagian besar masih melalui sistem *offline.* 3. Belum diadakannya *home sharing* oleh para *leader* dan anggota di Pontianak.
Peluang (*Opportunity*)	**Ancaman (*Threat*)**
1. Teh hitam merupakan salah satu minuman yang dapat diminum oleh anak-anak hingga lanjut usia. 2. Kesadaran masyarakat akan kesehatan semakin meningkat. 3. Perkembangan teknologi berupa media sosial yang sangat pesat dapat digunakan untuk memperluas jaringan.	1. Masyarakat memiliki pandangan negatif pada bisnis MLM. 2. Beredarnya jenis produk serupa yang mudah ditemui di toko, *department store*. 3. Masyarakat belum sepenuhnya percaya dengan pengobatan alternatif. 4. Peraturan pemerintah yang semakin ketat sehingga mempengaruhi tingkat penjualan.

Sumber : Data Olahan (2019)

b. Hasil Kuesioner

1) Perhitungan Bobot pada Faktor Internal dan Eksternal

Penentuan bobot pada faktor internal disajikan pada tabel 3 dan faktor eksternal pada tabel 4.

Tabel 3. Penentuan Bobot Faktor Internal

Faktor Strategis Internal	**Nilai dari Informan**				**Jumlah**	**Rerata Nilai**	**Bobot**
	4	**3**	**2**	**1**			
KEKUATAN							
1. Ketersedian produk pada mitra usaha di Pontianak selalu tersedia.	2	1			11	3,67	0,12
2. Harga produkterjangkau.	3				12	4,00	0,13
3. Variasi produk yang ditawarkan terjamin kualitas dan kemanannya.	1	2			10	3,33	0,11
4. Sistem *reward* terakumulasi tanpa batas waktu.	2	1			11	3,67	0,12
5. Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkualitas dan bertanggung jawab.	1	2			10	3,33	0,11
6. Perusahaan mengadakan seminar ataupun pelatihan.	2	1			12	4,00	0,13
Total Faktor Kekuatan						**22,00**	**0,71**
KELEMAHAN							
1. Pemasaran yang dilakukan oleh masyarakat belum maksimal.			1	2	7	2,33	0,08
2. Penjualan yang dilakukan sebagian besar masih dalam bentuk *offline* atau mulut ke mulut.			2	1	8	2,67	0,09
3. Belum diadakannya *home sharing* oleh para *leader* dan anggota di Pontianak.	3				12	4,00	0,13
Total Faktor Kelemahan						**9,00**	**0,29**
TOTAL FAKTOR INTERNAL						**31,00**	**1,00**

Sumber : Data Olahan (2019)

Cara untuk memperoleh nilai bobot pada faktor internal sebagaimana disajikan pada tabel 3 adalah sebagai berikut :

a) Kolom Nilai dari seluruh informan didapat dari lampiran kuesioner tahap 1 yang dibagikan kepada para informan.
b) Jumlah dalam tabel IFAS didapat dari nilai yang telah diisi informan pada setiap faktor kemudian dikali dengan jumlah informan yang memilih nilai tersebut, kemudian di jumlahkan. Contoh: pada faktor kekuatan pertama(2x4)+(3x1)=11.
c) Rata-rata nilai dalam tabel IFAS didapat dari kolom jumlah dibagi dengan semua jumlah informan. Contoh: pada faktor kekuatan pertama yaitu 11/3= 3,67.
d) Perhitungan bobot dalam tabel IFAS didapat dari rata–rata nilai setiap faktor dibagi dengan total nilai rata-rata faktor internal. Contoh: pada faktor kekuatan pertama yaitu 3,67/31,00= 0,12

Tabel 4. Penentuan Bobot Faktor Eksternal

Faktor Strategis Eksternal	Nilai dari informan				Jumlah	Rerata Nilai	Bobot
	4	3	2	1			
PELUANG							
1. Teh hitam merupakan salah satu minuman yang dapat diminum oleh anak-anak hingga lanjut usia.	3				12	4	0,19
2. Kesadaran masyarakat akan kesehatan semakin meningkat.		1	2		7	2,33	0,11
3. Perkembangan teknologi berupa media sosial yang sangat pesat dapat digunakan untuk memperluas jaringan.	3				12	4	0,19
Total Faktor Peluang						**10,33**	**0,49**
ANCAMAN							
1. Masyarakat memiliki pandangan negatif pada bisnis MLM.			1	2	4	1,33	0,06
2. Beredarnya jenis produk serupa yang mudah ditemui di toko, *department store*.	2	1			11	3,67	0,17
3. Masyarakat yang belum sepenuhnya percaya dengan pengobatan alternatif.		3			9	3,00	0,14
4. Peraturan pemerintah yang berubah sehingga mempengaruhi tingkat penjualan.		2	1		8	2,67	0,13
Total Faktor Ancaman						**10,67**	**0,51**
TOTAL FAKTOR EKSTERNAL						**21,00**	**1,00**

Sumber : Data Olahan (2019)

Cara untuk memperoleh nilai bobot pada faktor eksternal sebagaimana disajikan pada tabel 4 adalah sebagai berikut :

a) Kolom Nilai dari seluruh informan didapat dari lampiran kuesioner tahap 1 yang dibagikan kepada para informan.
b) Jumlah dalam tabel EFAS didapat dari nilai yang telah diisi informan pada setiap faktor kemudian dikali dengan jumlah informan yang memilih nilai tersebut, kemudian di jumlahkan. Contoh: pada faktor peluang pertama yaitu 4x3=12.
c) Rata-rata nilai dalam tabel EFAS didapat dari kolom jumlah dibagi dengan semua jumlah informan. Contoh: pada faktor peluang pertama yaitu 12/3= 4,00.
d) Perhitungan bobot dalam tabel EFAS didapat dari rata – rata nilai setiap faktor dibagi dengan total nilai rata-rata faktor eksternal. Contoh: pada faktor kekuatan pertama yaitu 4,00/21,00= 0,19.

2) Penentuan Peringkat pada Faktor Internal dan Eksternal

Penentuan peringkat pada faktor internal disajikan pada tabel 5 dan faktor eksternal pada tabel 6.

Tabel 5. Penentuan Peringkat Faktor Internal

Faktor Strategis Internal	Peringkat				Jumlah Informan	Peringkat
	4	3	2	1		
KEKUATAN						
1. Ketersedian produk pada mitra usaha di Pontianak selalu tersedia.	2	1			3	4
2. Harga produk terjangkau.	3				3	4
3. Variasi produk yang ditawarkan terjamin kualitas dan kemanannya.	1	2			3	3
4. Sistem *reward* terakumulasi tanpa batas waktu.	2	1			3	4
5. Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkualitas dan bertanggung jawab.	1	2			3	3
6. Perusahaan mengadakan seminar ataupun pelatihan.	2	1			3	4
KELEMAHAN						
1. Pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan			2	1	3	3

	belum maksimal.					
2.	Penjualan yang dilakukan sebagian besar masih dalam bentuk *offline* atau mulut ke mulut.	2	1		3	3
3.	Belum diadakannya *home sharing* oleh para *leader* dan anggota di Pontianak.		1	2	3	1

Sumber : Data Olahan (2019)

Cara untuk melakukan pemeringkatan pada faktor internal sebagaimana disajikan pada tabel 5 adalah sebagai berikut :

a) Kolom peringkat didapat dari lampiran kuesioner tahap 2 yang dibagikan kepada para informan.
b) Kolom jumlah informan diisi dengan seluruh jumlah informan yang menjadi responden dalam penelitian ini.
c) Kolom peringkat diisi dengan menentukan jumlah peringkat terbanyak.

Tabel 6. Penentuan Peringkat Faktor Eksternal

Faktor Strategis Eksternal	Peringkat 4	3	2	1	Jumlah Informan	Peringkat
PELUANG						
1. Teh Hitam merupakan salah satu minuman yang dapat diminum oleh anak-anak hingga lanjut usia.	3				3	4
2. Kesadaran masyarakat akan kesehatan semakin meningkat.		1	2		3	2
3. Perkembangan teknologi berupa media sosial yang sangat pesat dapat digunakan untuk memperluas jaringan.	3				3	4
ANCAMAN						
1. Masyarakat memiliki pandangan negatif pada bisnis MLM.	2	1			3	4
2. Beredarnya jenis produk serupa yang mudah ditemui di toko, department store.			1	2	3	1
3. Masyarakat yang belum sepenuhnya percaya dengan pengobatan alternatif.			3		3	2
4. Peraturan pemerintah yang berubah sehingga mempengaruhi tingkat penjualan.	1	2		3		2

Sumber : Data Olahan (2019)

Cara untuk melakukan pemeringkatan pada faktor eksternal sebagaimana disajikan pada tabel 6 adalah sebagai berikut :

a) Kolom peringkat didapat dari lampiran kuesioner tahap 2 yang dibagikan kepada para informan.
b) Kolom jumlah informan diisi dengan seluruh jumlah informan yang menjadi responden dalam penelitian ini.
c) Kolom peringkat diisi dengan menentukan jumlah peringkat terbanyak.

c. Analisis Matriks IFAS dan EFAS

1) Matriks IFAS

Menurut Rangkuti (2017, p. 26) "tabel IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summar*) disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal tersebut dalam kerangka *Strength and Weakness* perusahaan". Tahapan perhitungannya yaitu dimulai dengan menentukan faktor-faktor kekuatan dan kelemahan, kemudian memberi bobot pada setiap faktor dengan skala dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan. Jumlah skor pada bobot maksimal 1,00. Kemudian memberikan *rating/* peringkatpada setiap faktor, adapun skala terdiri dari *rating* 1 sampai 4. Pada faktor kekuatan,mulai dari *rating* 1 yang berarti kekuatan perusahaan di bawah rata-rata industri dan *rating* 4 yang berarti kekuatan perusahaan besar dibandingkan rata-rata industri. Sedangkan, pada faktor kelemahan, *rating* 1 berarti kelemahan perusahaan besar dibandingkan rata-rata industri dan *rating* 4 yang berarti kelemahan perusahaan di bawah rata-rata industri.

Tabel 7. Perhitungan Matriks IFAS

Faktor-Faktor Strategis Internal	Bobot	Peringkat	Skor	Urutan
Kekuatan				

1. Perusahaan mengadakan seminar/ pelatihan	0,13	4	0,52	1
2. Harga produk terjangkau.	0,13	4	0,52	2
3. Ketersediaan produk pada mitra usaha di Pontianak selalu tersedia.	0,12	4	0,47	3
4. Sistem *reward* terakumulasi tanpa batas waktu.	0.12	4	0,47	4
5. Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkualitas dan bertanggung jawab.	0,11	3	0,32	5
6. Variasi produk yang ditawarkan terjamin kualitas dan kemanannya.	0,11	3	0,32	6
Total Faktor Kekuatan	**0,71**		**2,62**	
Kelemahan				
1. Belum diadakannya *home sharing* oleh para *leader* dan anggota di Pontianak.	0,13	-1	-0,13	1
2. Pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan belum maksimal.	0,08	-3	-0,23	2
3. Penjualan yang dilakukan sebagian besar masih dalam bentuk *offline* atau mulut ke mulut.	0,09	-3	-0,26	3
Total Faktor Kelemahan	**0,29**		**-0,61**	
Total	**1,00**		**2,01**	

Sumber : Data Olahan (2019)

Cara untuk memperoleh nilai Matriks IFAS sebagaimana disajikan pada tabel 7 adalah sebagai berikut :

a) Pada kolom bobot didapat dengan memindahkan nilai bobot yang telah di dapat dari tabel 3.
b) Pada kolom peringkat didapat dengan memindahkan peringkat yang telah di dapat dari tabel 5.
c) Perhitungan skor didapat dengan cara bobot dikali dengan peringkat. Contoh: pada faktor kekuatan pertama yaitu 0,13 x 4 = 0,52.
d) Pada faktor kekuatan, urutan didapat dengan cara mengurutkan peringkat dari angka 1 yaitu nilai yang paling besar ke angka 4 yaitu nilai yang paling kecil.
e) Pada faktor kelemahan, urutan didapat dengan cara mengurutkan peringkat dari angka 1 yaitu nilai yang paling kecil ke angka 4 yaitu nilai yang paling besar.

Tabel 7 di atas menunjukkan bahwa faktor kekuatan perusahaan yang paling penting atau memberikan nilai paling lebih bagi keberlangsungan perusahaan yaitu terdapat seminar/pelatihan yang diadakan untuk para anggota maupun calon anggota. Sedangkan, faktor kelemahan paling penting yang harus dihadapi perusahaan yaitu masih belum adanya *home sharing*.

2) Matriks EFAS

Menurut Rangkuti (2017, p. 26) "tabel EFAS (*External Strategic Factors Analysis Summar*) disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategis eksternal tersebut dalam kerangka *Opportunities and Threat* perusahaan. Tahapan perhitungannya yaitu dimulai dengan menentukan faktor-faktor peluang dan ancaman, kemudian memberi bobot dan *rating*pada setiap faktor dengan skla dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan. Jumlah skot pada bobot maksimal 1,00. Kemudian memberikan *rating* pada setiap faktor, adapun skala terdiri dari *rating* 4 sampai 1. Pada faktor peluang ,mulai dari *rating* 4 yang berarti peluang perusahaan di atas rata-rata industri dan *rating*1 yang berarti peluang perusahaan kecil dibandingkan rata-rata industri. Sedangkan pada faktor ancaman, *rating* 4 berarti ancaman perusahaan kecil dibandingkan rata-rata industri dan *rating* 1 yang berarti ancaman perusahaan besar dibandingkan dengan rata-rata industri.

Tabel 8. Perhitungan Matriks EFAS

Faktor-Faktot Strategis Eksternal	Bobot	Peringkat	Skor	Urutan
Peluang				
1. Kesadaran masyarakat akan kesehatan semakin meningkat.	0,11	2	0,22	1
2. Teh Hitam merupakan salah satu minuman yang dapat diminum oleh anak-anak hingga lanjut usia.	0,19	4	0,76	2
3. Perkembangan teknologi berupa media sosial yang sangat pesat dapat	0,19	4	0,76	3

digunakan untuk memperluas jaringan.				
Total Faktor Peluang	**0,49**		**1,74**	
Ancaman				
1. Beredarnya jenis produk serupa yang mudah ditemui di toko, *department store*.	0,17	-1	-0,17	1
2. Masyarakat memiliki pandangan negatif pada bisnis MLM.	0,06	-4	-0,25	2
3. Peraturan pemerintah yang berubah sehingga mempengaruhi tingkat penjualan.	0,13	-2	-0,25	3
4. Masyarakat yang belum sepenuhnya percaya dengan pengobatan alternatif.	0,14	-2	-0,29	4
Total Faktor Ancaman	**0,51**		**-0,97**	
Total	**1,00**		**0,77**	

Sumber : Data Olahan (2019)

Cara untuk memperoleh nilai Matriks EFAS sebagaimana disajikan pada tabel 8 adalah sebagai berikut :

a) Pada kolom bobot didapat dengan memindahkan nilai bobot yang telah di dapat dari tabel 4.
b) Pada kolom peringkat didapat dengan memindahkan peringkat yang telah di dapat dari tabel 6.
c) Perhitungan skor didapat dengan cara bobot dikali dengan peringkat. Contoh: pada faktor kekuatan pertama yaitu 0,18 x 4 = 0,72.
d) Pada faktor peluang, urutan didapat dengan cara mengurutkan peringkat dari angka 1 yaitu nilai yang paling besar ke angka 4 yaitu nilai yang paling kecil
e) Pada faktor ancaman, urutan didapat dengan cara mengurutkan peringkat dari angka 1 yaitu nilai yang paling kecil angka 4 yaitu nilai yang paling besar.

Tabel 8 di atas menunujukkan bahwa perusahaan memiliki peluang paling besar yang dimiliki oleh perusahaan yaitu kesadaran masyarakat yang akan semakin meningkat. Sedangkan, ancaman terbesar perusahaan yaitu masyarakat belum sepenuhnya percaya dengan pengobatan alternatif.

d. Matriks SWOT

Setelah melakukan analisis dan perhitungan terhadap faktor eksternal dan internal dari PT. CAKAP dengan menggunakan analisis IFAS dan EFAS, serta telah diketahui posisi perusahaan dalam pemilihan strategi alternatif melalui analisis SWOT. Setelah itu, akan dilakukan tahapan analisis antara SWOT yang hasil perumusannya terbagi dalam empat kelompok strategi yaitu, strategi kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*) atau disebut (S-O), strategi kelemahan (*weakness*) dan peluang (*opportunity*) atau disebut (W-O), strategi kekuatan (*strength*) dan ancaman (*threat*) atau disebut (S-T), dan strategi kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threat*) atau disebut (W-T).

Tabel 9. Matriks SWOT PT. CAKAP

Sumber : Data Olahan (2019)

Faktor Internal / **Faktor Eksternal**	**Kekuatan (*Strength*)**	**Kelemahan (*Weakness*)**
	1. Ketersedian produk pada mitra usaha di Pontianak selalu tersedia. 2. Harga produk terjangkau. 3. Variasi produk yang ditawarkan terjamin kualitas dan kemanannya. 4. Sistem *reward* terakumulasi tanpa batas waktu. 5. Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkualitas dan bertanggung jawab. 6. Perusahaan mengadakan seminar ataupun pelatihan.	1. Pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan belum maksimal. 2. Penjualan yang dilakukan sebagian besar masih dalam bentuk *offline*atau mulut ke mulut. 3. Belum diadakannya *home sharing* oleh para *leader* dan anggota di Pontianak.
Peluang (*Opportunity*) 1. Teh hitam merupakan salah satu minuman yang dapat diminum oleh anak-anak hingga lanjut usia. 2. Kesadaran masyarakat akan kesehatan semakin meningkat. 3. Perkembangan teknologi berupa media sosial yang sangat pesat dapat digunakan untuk memperluas jaringan.	**Strategi (S-O)** 1. Memperkenalkan merek agar bisa terus mempertahankan pertumbuhan usaha serta perluasan pasar. (S1, S2, S3, O3) 2. Menunjukkan testimoni kepada calon pelanggan. (S6, O2) 3. *Website* dan media sosial dikelola dengan baik agar dapat menjangkau pelanggan lebih mudah . (S4, O1) 4. Melakukan *follow up* kepada para peserta yang hadir dalam seminar yang diadakan. (S5)	**Strategi (W-O)** 1. Mengikuti *bazaar* dalam acara-acara yang diadakan di muka publik. (W2, O1) 2. Memasarkan produk secara *online.* (W1, O3) 3. Membuat grup khusus dalam sosial media agar para anggota dapat saling *sharing* mengenai pengalamannya dalam mengatasi calon pelanggan. (W3, O2)
Ancaman (*Threat*) 1. Masyarakat memiliki pandangan negatif pada bisnis MLM. 2. Beredarnya jenis produk serupa yang mudah ditemui di toko, *department store*. 3. Masyarakat yang bekum sepenuhnya percaya dengan pengobatan alternatif. 4. Peraturan pemerintah yang berubah sehingga mempengaruhi tingkat penjualan.	**Strategi (S-T)** 1. Mengutamakan perhatian pada kualitas, teknologi, perluasan produk, dan memimpin harga yang terjangkau dengan tetap mengedepankan kualitas. (S1, S2, S3, S4, T2, T3) 2. Menjelaskan kepada masyarakat mengenai bisnis MLM dalam suatu acara bahwa produk yang diproduksi terjamin kualitasnya dan dapat mendapatkan keuntungan. (S5, S6, T1, T4)	**Strategi (W-T)** 1. Membentuk *home sharing* yang dapat diikuti oleh anggota maupun calon anggota. (W3, T1, T4) 2. Memberikan contoh produk kepada calon pelanggan. (W2, T2, T3)

Strategi S-O

Strategi tersebut dibuat dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Rumusan strategi alternatif yang dihasilkan adalah:

a) Memperkenalkan merek agar bisa terus mempertahankan pertumbuhan usaha serta perluasan pasar.
b) Menunujukkan testimoni kepada calon pelanggan.
c) *Website* dan media sosial dikelola dengan baik agar dapat menjangkau pelanggan lebih mudah.
d) Melakukan *follow up* kepada para hadirin yang hadir dalam seminar yang diadakan.

Strategi S-T

Strategi tersebut menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.Rumusan strategi alternatif yang dihasilkan adalah:

a) Mengutamakan perhatian pada kualitas, teknologi, perluasan produk, dan memimpin harga yang terjangkau dengan tetap mengedepankan kualitas.
b) Menjelaskan kepada masyarakat mengenai bisnis MLM dalam suatu acara bahwa produk yang diproduksi oleh perusahaan terjamin kualitasnya dan dapat mendapatkan keuntungan.

Strategi W-O

Strategi tersebut diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Rumusan strategi alternatif yang dihasilkan adalah:

a) Mengikuti *bazaar* dalam acara-acara yang diadakan di muka publik
b) Memasarkan produk secara *online*.
c) Membuat grup khusus dalam sosial media agar para anggota dapat saling *sharing* mengenai pengalamannya dalam mengatasi calon pelanggan.

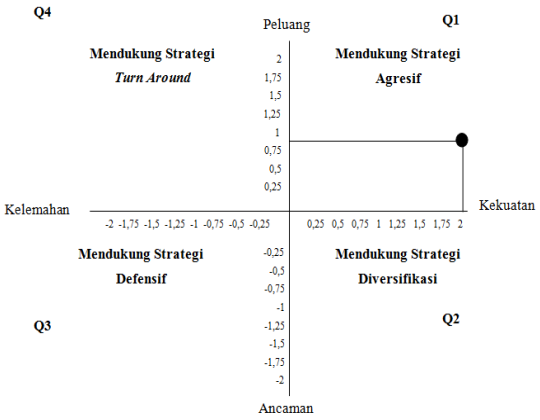
Strategi W-T

Strategi tersebut didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. Rumusan strategi alternatif yang dihasilkan adalah:

a) Membentuk *home sharing* yang dapat diikuti oleh anggota maupun calon anggota.
b) Memberikan contoh produk kepada calon pelanggan.

e. Diagram Analisis SWOT

Menurut Rangkuti (2017) gabungan antara faktor internal (*strength* dan *weakness*) dan eksternal (*opportunity dan threat*) dapat menentukan kinerja perusahaan yang kemudian akan dipertimbangkan dalam analisis SWOT. Setelah melakukan perbandingan antara faktor-faktor tersebut, kemudian hasilnya akan digunakan untuk menentukan strategi alternatif.



Gambar 1. Diagram Analisis SWOT
Sumber : data olahan 2019

Berdasarkan perhitungan di matriks IFAS dan EFAS menunjukkan total skor IFAS yaitu 2,01 dan total skor EFAS yaitu 0,77. Berdasarkan gambar 1, dapat disimpulkan bahwa posisi PT.CAKAP berada di kuadran 1 dengan strateginya adalah mendukung strategi agresif. Kuadran 1 menunjukkan bahwa perusahaan memiliki posisi dengan memiliki kekuatan yang besar dan memanfaatkan peluang yang ada untuk mengembangkan jaringan.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dalam perhitungan matriks IFAS diperoleh skor pada faktor kekuatan, yaitu 2,62 dan skor pada kelemahan, yaitu -0,61. Hal ini menunjukkan bahwa PT. CAKAP memilki

peluang untuk memanfaatkan kekuatan untuk mengatasi kelemahan. Sedangkan, dalam perhitungan matriks EFAS diperoleh skor pada faktor peluang, yaitu 1 ,74 dan pada faktor ancaman dengan skor, yaitu -0,97. Hal ini menunjukkan bahwa PT. CAKAP termasuk dalam kategori perusahaan yang mampu mengolah peluang dengan baik. Total nilai pada matriks IFAS, yaitu 2,01 dan total matriks EFAS, yaitu 0,77 sehingga dapat disimpulkan bahwa PT. CAKAP berada diposisi kuadran I berdasarkan diagram analisis SWOT yang berarti perusahaan mendukung strategi agresif. Strategi agresif menggunakan kekuatan internal yang dimiliki perusahaan untuk menarik peluang eksternal. Kekuatan internal tersebut diharapkan agar dapat secara optimal memecahkan hal-hal yang ada diluar perusahaan. Bagi perusahaan yang berupaya mendukung kemajuan perusahaan harus menggunakan strategi agresif dengan memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada.

Saran

Berikut beberapa alternatif strategi yang dapat disarankan oleh penulis kepada perusahaan, antara lain memperkenalkan merek secara berkelanjutan agar bisa terus mempertahankan pertumbuhan usaha serta perluasan pasar, menunjukkan testimoni kepada calon pelanggan untuk meyakinkan mereka, mengelola *website* dan media sosial dengan baik agar dapat menjangkau pelanggan yang potensial, dan melakukan *follow up* kepada para peserta yang hadir dalam seminar yang diadakan.

5. REFERENSI

Assauri, S. (2016). *Strategic Management* Sustainable *Competitive Advantages.* Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Kiyosaki, R. T. (2017). *The Business School* Untuk Mereka yang Suka Menolong Orang. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Purnomo, R. S., Hariyani, I., & Yustisia, C. (2011). Multi Level Marketing Money game & Skema Piramid Mengenali MLM Asli dan MLM Palsu dari Aspek Hukum dan Manajemen serta Tip Membangun Bisnis MLM yang Benar. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Rangkuti, F. (2017). Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Shinta, A. (2014). Manajemen Pemasaran. Malang: Universitas Brawijaya Press.

Sugiyono. (2017a). Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2017b). Metode Penelitian Kualitatif (Untuk penelitian yang bersifat: eksploratif, enterpretif, interaktif dan konstruktif). Bandung: Alfabeta.

Tersiana, A. (2018). Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Start Up.

Gurel, E. (2017). SWOT Analysis : A Theoritical Review. The Journal of International Social Research , 995-1006.

Hermanto. (2016). Analisis SWOT Obat Batuk Prospan pada PT. Soho Global Health. Jurnal Metris, 13 – 20.

Kurniawan, M., & haryati, N. (2017). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Minuman Sari Buah Sirsak. Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri , 97-102.

Purwono, J., Sugyaningsih, S., & Putri, R. T. (2015). Strategi Pengembangan Bisnis Rumah Tempe Indonesia di Kota Bogor, Propinsi Jawa Barat. Jurnal NeO-Bis , 60-71.

T, Nur. (2013). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Sepeda Motor Pada PT. Samekarindo Indah di Samarinda. eJournal Administrasi Bisnis , 56-70.

APLI. (2018). *Member List*. Retrieved 01 13, 2018, from APLI:https://www.apli.or.id/anggota/

Persada, C. K. (2018). Starterkit. Retrieved Februari 2, 2018, from Cakap: http://www.cakap.co.id/home/produk/starterkit

Blesstea. (2018, January 5). Blesstea. Retrieved June 23, 2019, from blessteaonline: https://www.blessteaonline.com/bellesha-body-shower/

Blesstea. (2018, January 5). Blesstea. Retrieved June 23, 2019, from blessteaonline:

https://www.blessteaonline.com/bellesha-shampoo/

Blesstea. (2018, January 5). Blesstea. Retrieved June 23, 2019, from blessteaonline: https://www.blessteaonline.com/tissue-blesstea/

OBIS
Jurnal Ekonomi dan Bisnis

p-ISSN 2654-7325
e-ISSN 2656-7695
Vol. 2 No. 1, Maret 2020

ANALISIS PERBANDINGAN *ECONOMIC VALUE ADDED* (EVA) DAN *RETURN ON ASSET (ROA)* DALAM MENILAI KINERJA PERUSAHAAN (Studi Kasus PT Indofood Cbp Sukses Makmur Tbk, PT Indofood Sukses Makmur Tbk, PT Mayora Indah Tbk Periode 2013-2017)

Fera Maulina [1)], Vina Falensia [2)]
[1)] Budidaya Tanaman Pangan
[2)] Bahasa Inggris (Konsentrasi Business English & Management), Politeknik Tonggak Equator
[1)] email: fmauli.defas@gmail.com
[2)] email: vinaaafalensiaaa@gmail.com

Abstract

The financial statements aim to inform about the company's financial position, performance and cash flow. One technique often used to assess company performance is financial ratio analysis. Analysis of financial statements is one of the media for potential investors to make decisions. The purpose of this study is to determine company performance and to compare the performance of PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk, PT Indofood Sukses Makmur Tbk, PT Mayora Indah Tbk using Economic Value Added and Return on Assets. The author uses a comparative descriptive study with cross-sectional approach and time series analysis. The data source used is secondary data obtained from the financial statements of PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk, PT Indofood Sukses Makmur Tbk, PT Mayora Indah Tbk. This study uses documentation and literature studies in data collection techniques. The results showed that by using Economic Value Added, PT Indofood Sukses Makmur Tbk has the highest average value compared to PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk and PT Mayora Indah Tbk, whereas if using Return On Assets, PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk has an average of the highest average value compared to PT Mayora Indah Tbk and PT Indofood Sukses Makmur Tbk for the period 2013-2017.

Keywords*: Economic Value Added (EVA), Return On Asset (ROA)*

1. PENDAHULUAN

Setiap perusahaan kecil dan besar dalam menjalankan usahanya memiliki tujuan yang ingin dicapai, tujuan tersebut dibagi menjadi tujuan jangka panjang dan tujuan jangka pendek. Tujuan jangka panjang perusahaan adalah untuk mempertahankan kesejahteraan karyawan, kelangsungan hidup perusahaan, sedangkan tujuan jangka pendek yang harus dicapai adalah untuk memperoleh keuntungan yang maksimal. Dengan laba yang diperoleh, pertumbuhan perusahaan serta kesejahteraan karyawannya dapat tercapai.

Dalam rangka untuk menentukan apakah perusahaan telah berhasil memaksimalkan nilai perusahaan atau tidak, manajer keuangan di perusahaan perlu memiliki alat untuk mengukur pencapaian kinerja perusahaan. Untuk menilai kinerja perusahaan, yang biasa digunakan analisis laporan keuangan.

Analisis laporan keuangan adalah salah satu media untuk mendapatkan informasi lebih lanjut dan lebih akurat sehingga dapat menjadi dasar bagi calon investor untuk membuat keputusan. Analisis laporan keuangan dapat digunakan untuk melihat prestasi yang telah dicapai oleh perusahaan dan juga untuk mengetahui permasalahan yang terjadi di perusahaan. Salah satu teknik analisis laporan keuangan yang paling banyak dilakukan analisis rasio keuangan.

Menurut Bursa Efek Indonesia, ada 625 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek pada tanggal 31 Desember 2018 (www.idx.co.id). Perusahaan ini dibagi menjadi beberapa sektor industri, salah satunya adalah industri manufaktur. Industri manufaktur di Bursa Efek

Indonesia dibagi menjadi tiga sektor utama, kimia dan sektor industri dasar, berbagai sektor industri dan sektor industri barang konsumsi. Salah satu subsektor yang diambil dari sektor industri barang konsumsi adalah makanan dan minuman subsektor. Industri dengan makanan danminuman adalah industri yang menghasilkan produk dari proses bahan baku menjadi bahan jadi atau setengah jadi menjadi barang jadi sehingga perusahaan harus memiliki dana yang cukup besar untuk memproses bahan baku. Jika dana yang telah diperoleh dari pinjaman atau utang dapat digunakan untuk kegiatan operasional perusahaan, ekspansi, dan perusahaan manajemen aset dengan cara yang benar, hal itu akan menyebabkan peningkatan penjualan disertai dengan peningkatan laba. Salah satu media terbesar di Indonesia, Koran Sindo memberikan penghargaan kepada 50 perusahaan *go public* yang mempengaruhi di Indonesia pada tahun 2013. Penghargaan tersebut diberikan sebagai bentuk apresiasi atas kontribusi yang diberikan oleh 50 perusahaan yang memiliki pengaruh besar pada perkembangan dan pertumbuhan perekonomian nasional. Pemilihan 50 dari 478 perusahaan publik mempengaruhi dilakukan secara ketat dan melibatkan panel ahli di bidang ekonomi.

Tabel 1 Daftar Perusahaan Umum Berpengaruh terhadap Pertumbuhan Ekonomi Nasional di Indonesia

Tidak	Nama Perusahaan
1	PT Adaro Energy Tbk
2	Astra Agro Lestari Tbk
3	Astra Internasional Tbk
4	Agung Podomoro Tbk
5	Alam Sutera Realty
6	Aneka Tambang (Persero) Tbk
7	Astra Otoparts Tbk
8	Bank Central Asia Tbk
9	Bank CIMB Niaga Tbk
10	Bank Mandiri (Persero) Tbk
11	Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk
12	Bank Permata Tbk
13	Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk
14	Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk
15	Bumi Serpong Damai Tbk
16	Charoen Pokphand Indonesia Tbk
17	Ciputra Development Tbk
18	PT Gajah Tunggal Merdeka
19	Garuda Indonesia (Persero) Tbk
20	Goodyear Indonesia Tbk
21	gudang Garam
22	HM Sampoerna
23	Holcim Indonesia Tbk
24	PT Indah Kiat Pulp & Paper Tbk
25	PT Indo Tambangraya Megah Tbk
26	PT Indocement Tunggal Perkasa Tbk
27	**PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk**
28	**PT Indofood Sukses Makmur Tbk**
29	Indosat Tbk
30	JAPFA Comfeed Indonesia Tbk
31	Jasa Marga (Persero) Tbk
32	Kalbe Farma Tbk
33	PT Mandom Indonesia Tbk
34	**PT Mayora Indah Tbk**
35	PT Media Nusantara Citra Tbk
36	PT Multi Bintang Indonesia Tbk
37	PT Pabrik Kertas Tjiwi Kimia Tbk
38	PT Pembangunan Jaya Ancol Tbk
39	PT Perusahaan Gas Negara Tbk
40	PT Salim Ivomas Pratama (SIMP)
41	PT Sampoerna Agro Tbk (SA)
42	Summarecon
43	Tambang Barubara Bukit Asam Tbk
44	PT Telkom Indonesia Tbk
45	PT Tempo Scan Pasific Tbk
46	PT Ultra Jaya Milk Industry & Trading Co Tbk
47	PT Unilever Tbk
48	Vale Indonesia Tbk
49	Wijaya Karya (Persero) Tbk
50	XL Axiata Tbk

sumber: www.indonews.com2019

Berdasarkan tabel 1., penulis berasumsi bahwa perusahaan dalam kondisi ekonomi yang baik, akan tetapi kondisi sebenarnya harus dibuktikan dengan metode analisis keuangan. Metode analisis keuangan yang digunakan penulis untuk pemeriksaan kinerja keuanganadalah *Economic Value Added* (EVA) dan *Return On Assets* (ROA). Perusahaan yang dinilai kinerjanya dengan dengan rasio keuangan dan menghasilkan penilaian yang baik, tetapi

apabila diukur dengan metode *Economic Value Added* (EVA) belum tentu menghasilkan hasil yang baik, karena konsep *Economic Value Added* (EVA) memperhitungkan biaya modal.

Economic Value Added (EVA) adalah salah satu metode yang dapat digunakan dalam mengukur kinerja perusahaan. Menurut O'Byrne dan Young (2001), *Economic Value Added* (EVA) adalah pengukuran kinerja keuangan dihitung dengan mengurangkan *Net Operating Profit After Tax* (NOPAT) dengan biaya modal. *Economic Value Added* merupakan indikator penciptaan nilai dari suatu investasi. Nilai *Economic Value Added* (EVA) yang positif menunjukkan perusahaan berhasil menciptakan nilai bagi investor perusahaan.

Menurut Sujarweni (2017), *Return On Assets* (ROA) adalah teknik yang umum digunakan oleh perusahaan untuk mengukur efektivitas operasi perusahaan. Dari hasil perhitungan *Return On Assets* (ROA), dapat diketahui kemampuan perusahaan ketika aset digunakan untuk menghasilkan keuntungan. *Return On Assets* (ROA) yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan untuk mengelola asetnya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kinerja perusahaan dari PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk, PT Indofood Sukses Makmur Tbk, PT Mayora Indah Tbk berdasarkan *Economic Value Added* (EVA) dan *Return On Asset* (ROA) periode 2013-2017 juga untuk mengetahui perbandingan antara *Economic Value Added* (EVA) dan *Return On Asset* (ROA) dari PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk, PT Indofood Sukses Makmur Tbk, PT Mayora Indah Tbk Return On Asset (ROA) periode 2013-2017.

2. METODOLOGI PENELITIAN

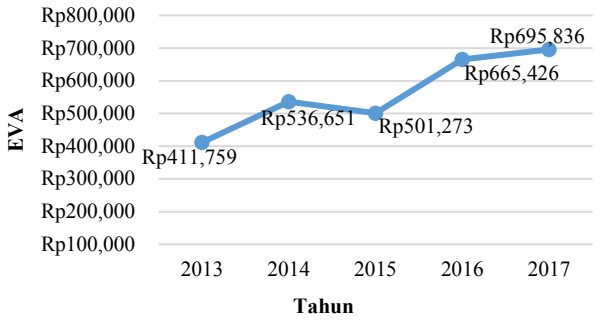
Penelitian ini menggunakan bentuk deskriptif komparatif dengan *cross sectional approach* dan *time series analysis* sehingga memberikan gambaran atau uraian dan perbandingan perhitungan rasio dengan menggunakan metode *Economic Value Added* (EVA) dan Return On Assets (ROA) pada PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk, PT Indofood Sukses Makmur Tbk, PT Mayora Indah Tbk.Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. *Net Operating After Tax* (NOPAT)
NOPAT = Laba bersih setelah pajak + biaya bunga
2. *Invested Capital*
Invested Capital = Total Hutang dan Ekuitas - Hutang Jangka Pendek
3. Biaya Modal rata-rata dengan pertimbangan / *Weighted Average cost of capital*
WACC = [(D * rd)(1 - Tax) + (E * re)]
Keterangan:
Modal Kerja (D) = $\frac{\text{total Hutang}}{\text{Total Hutang dan Ekuitas}}$ x 100%
Biaya Utang (rd) = $\frac{\text{Beban bunga}}{\text{Kewajiban jangka panjang}}$ x 100%
Biaya Ekuitas (E) = $\frac{\text{Jumlah Ekuitas}}{\text{Total Hutang dan Ekuitas}}$ x 100%
pajak = $\frac{\text{Beban pajak}}{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}$ x 100%
d. *Capital Charge*=
Weighted Average Cost of Capital x Invested Capital

EVA = NOPAT – *Capital Charge*

2.Return On Asset (ROA)
(Laba Bersih/Total Aset) 100%

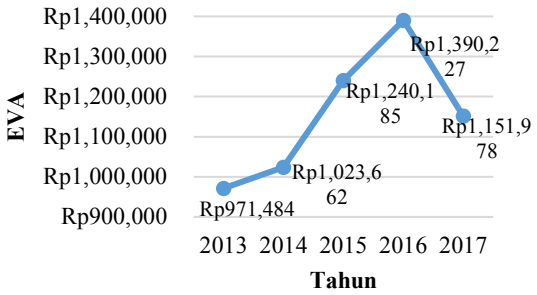
3. HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar 1 Economic Value Added PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk periode 2013-2017
Sumber: Data Olahan, 2019

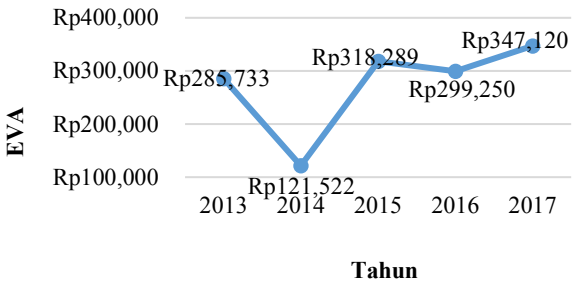
Berdasarkan gambar 1, hasilnya menunjukkan bahwa Economic Value Added (EVA) untuk PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk pada 2013 adalah Rp 411,759, dan peningkatan Rp 536,651 pada tahun 2014 karena kenaikan nilai NOPAT, nilai NOPAT meningkat karena kinerja operasional yang optimal dan laba yang lebih keuangan lebih tinggi. Pada 2015, Economic Value Added (EVA) adalah Rp 501,273 telah menurun karena kenaikan biaya modal karena biaya utang dan ekuitas. Pada tahun 2016, perusahaan berhasil meningkatkan Economic Value Added (EVA) Rp 665,426 karena meningkatnya nilai NOPAT disebabkan

oleh peningkatan penjualan dan diikuti oleh peningkatan nilai biaya modal yang tidak melebihi nilai NOPAT sehingga perusahaan masih mampu menciptakan Economic Value Added (EVA) untuk investor. Pada tahun 2017, nilai ekonomi yang diciptakan oleh perusahaan meningkat menjadi Rp 695,836 yang disebabkan oleh penurunan nilai NOPAT karena kinerja operasional yang meningkat diimbangi dengan kenaikan beban pajak penghasilan dan penurunan nilai biaya modal karena penurunan biaya ekuitas. PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk memiliki EVA positif selama 5 tahun nilai karena NOPAT lebih besar dari biaya modal yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk menghasilkan EVA> 0, selama tahun 2013-2017, sehingga PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk telah berhasil menciptakan Economic Value Added (EVA) dari modal yang telah diinvestasikan oleh pemegang saham dalam operasi perusahaan, yang menghasilkan tingkat pengembalian yang melebihi biaya modal yang dikeluarkan, sehingga investor mendapatkan laba atas kegiatan investasi yang telah dilakukan.



Gambar 2 periode Economic Value Added PT Indofood Sukses Makmur Tbk 2013-2017
Sumber: Data Olahan, 2019

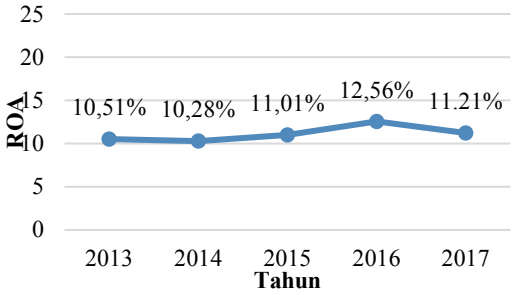
Berdasarkan gambar 2, hasilnya menunjukkan bahwa Economic Value Added (EVA) untuk PT Indofood Sukses Makmur Tbk pada 2013 adalah Rp 971,484 dan peningkatan pada tahun 2014 menjadi Rp 1.023.662, peningkatan terjadi karena peningkatan NOPAT karena meningkatnya penjualan dan disertai dengan peningkatan nilai biaya modal yang disebabkan oleh peningkatan nilai ekuitas dan penurunan nilai utang. Pada 2015 terjadi peningkatan menjadi Rp 1.240.185, dimana nilai NOPAT dan capital charge nilai mengalami penurunan dari tahun sebelumnya karena kenaikan total aset dan total kewajiban sehingga pada tahun 2015 PT Indofood Sukses Makmur Tbk buat Nilai Ekonomi ditambahkan (EVA) lebih besar dibandingkan dengan 2014. pada 2016, meningkat menjadi Rp 1.390.227, peningkatan terjadi karena peningkatan nilai NOPAT disebabkan oleh peningkatan penjualan dan peningkatan nilai ekuitas dan utang yang tidak tidak melebihi nilai NOPAT. Pada tahun 2017 menurun menjadi Rp 1.151.978, karena kenaikan nilai karena kenaikan NOPAT keuntungan yang tidak sebanding dengan kenaikan nilai biaya modal yang disebabkan oleh peningkatan nilai ekuitas yang dihasilkan nilai EVA lebih rendah dari 2016. PT Indofood Sukses Makmur Tbk berhasil memperoleh EVA> 0 selama tahun 2013-2017, sehingga PT Indofood Sukses Makmur Tbk telah berhasil menciptakan nilai tambah ekonomi dari modal yang telah diinvestasikan pemegang saham dalam operasi perusahaan, yang menghasilkan return yang melebihi biaya modal yang dikeluarkan, sehingga investor mendapatkan laba atas actvities investasi yang telah dilakukan.



Gambar 3 Economic Value Added PT Mayora Indah Tbk periode 2013-2017
Sumber: Data Olahan, 2019

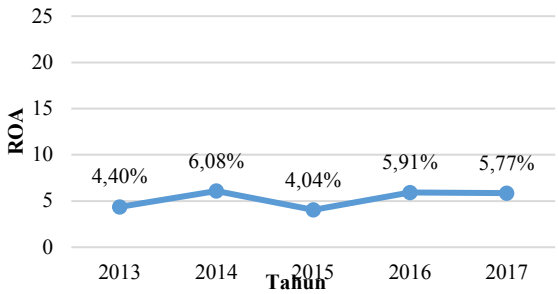
Berdasarkan gambar 3, hasilnya menunjukkan bahwa Economic Value Added (EVA) untuk PT Mayora tahun 2013 adalah Rp 285,733. Pada tahun 2014, nilai EVA Rp 121,522 yang menurun dibandingkan 2013 karena kenaikan nilai biaya modal dimana kenaikan harga bahan baku yang mempengaruhi nilai pendapatan tahun dan menyebabkan penurunan nilai NOPAT dan juga nilai biaya modal. Pada 2015, perusahaan berhasil menciptakan nilai tambah ekonomi bagi investor Rp 318 289, yang merupakan peningkatan

karena kenaikan nilai NOPAT disebabkan oleh penjualan meningkat karena harga jual yang lebih tinggi telah diadaptasi oleh konsumen. Pada tahun 2016, nilai EVA menurun menjadi Rp 299,250.Pada tahun 2017, EVA meningkat menjadi Rp 347,120 memiliki peningkatan karena meningkatkan nilai NOPAT disebabkan oleh peningkatan penjualan dan diikuti oleh peningkatan nilai biaya modal yang tidak melebihi nilai NOPAT sehingga perusahaan masih berhasil menciptakan nilai tambah ekonomi kepada investor.PT Mayora Indah Tbk berhasil memperoleh EVA> 0 selama tahun 2013-2017, sehingga PT Mayora Indah Tbk telah berhasil menciptakan nilai tambah ekonomi dari modal yang telah diinvestasikan pemegang saham dalam operasi perusahaan, yang menghasilkan tingkat pengembalian yang melebihi biaya modal yang dikeluarkan, sehingga investor mendapatkan laba atas actvities investasi yang telah dilakukan.



Gambar 4 Return On Asset PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk periode 2013-2017
Sumber: Data Olahan, 2019

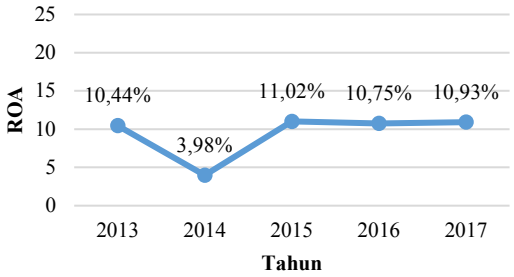
Menurut Gambar 4, dapat dilihat bahwa Return On Asset (ROA) pada PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk cenderung meningkat dari tahun 2013 sampai 2017. Pada 2013, perusahaan mampu menghasilkan tingkat keuntungan 10,51 % dari aset yang digunakan. Pada tahun 2014, kemampuan perusahaan untuk menghasilkan tingkat keuntungan adalah pada 10,28%, yang mengalami penurunan sebesar 0,23% dari 2013, karena peningkatan laba yang tidak sebanding dengan peningkatan total aset, dimana pendapatan meningkat sebesar 15, 17% dan total aset meningkat sebesar 17,69%, peningkatan terjadi karena peningkatan total aktiva lancar terutama disebabkan peningkatan kas dan setara kas, piutang dan meningkat sejalan dengan peningkatan penjualan, peningkatan total aset tidak lancar terutama disebabkan peningkatan aktiva tetap bersih karena penambahan kapasitas dan peningkatan aset berwujud bersih terkait dengan akuisisi merek klub dan Milkuat sebelumnya dimiliki oleh PT Danone Dairy Indonesia. Pada 2015, kemampuan perusahaan untuk menghasilkan tingkat keuntungan aset yang digunakan meningkat menjadi 11,01% karena kenaikan laba bersih kinerja perusahaan semakin baik karena penurunan beban bahan baku sehingga memberikan efek ke peningkatan nilai penjualan, dan peningkatan aktiva lancar yang terjadi karena peningkatan kas dan setara kas, investasi jangka pendek, dan piutang. Pada tahun 2016, perusahaan mampu menghasilkan laba dengan menggunakan aset yang digunakan oleh 12,56% meningkat 1,55% karena kenaikan penjualan disertai dengan peningkatan kas dan setara kas, peningkatan persediaan, peningkatan piutang dan peningkatan aktiva tetap yang digunakan untuk ekspansi. Pada tahun 2017, perusahaan ini mampu untuk menggunakan aset untuk menghasilkan keuntungan dari 11,21%, yang mengalami penurunan sebesar 1,35% dibandingkan dengan 2016 karena penurunan laba dari 2,43% karena peningkatan nilai bagian atas rugi bersih perusahaan asosiasi dan joint venture sementara aset meningkat sebesar 9,40% karena peningkatan kas dan setara kas dan piutang, sedangkan aset tidak lancar Total meningkat terutama karena kenaikan aktiva tetap bersih dan panjang investasi-istilah.



Gambar 5 Return On Asset PT Indofood Sukses Makmur Tbk periode 2013-2017
Sumber: Data Olahan, 2019

Berdasarkan Gambar 5, dapat dilihat bahwa nilai Return on Asset (ROA) pada PT Indofood Sukses Makmur Tbk berfluktuasi di 2013 hingga

2017. Pada 2013, perusahaan mampu menghasilkan tingkat keuntungan dari 4,40% dari aset bekas. Pada tahun 2014, kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan seluruh aset meningkat oleh 6,08% karena peningkatan penjualan disertai dengan peningkatan laba bersih, serta total aset saat ini meningkat karena peningkatan kas dan setara, dan saham. Pada 2015, perusahaan ini mampu menghasilkan keuntungan menggunakan asetnya sebesar 4,04%, yang menurun 2,04% karena penurunan nilai laba bersih sebesar 30,81% karena kenaikan penjualan dan distribusi serta aset yang meningkat 6,69% karena kenaikan aset kelompok removable dimiliki untuk dijual dan sebagian diimbangi oleh kas dan setara kas yang lebih rendah, sementara peningkatan total aset tidak lancar yang terutama didorong oleh aktiva tetap bersih dan tanaman perkebunan. Pada tahun 2016, perusahaan mampu menghasilkan tingkat keuntungan dari 5,91% dari aset yang digunakan meningkat karena peningkatan penjualan sehingga menyebabkan kenaikan laba bersih dan penurunan aktiva lancar karena kurangnya aset kelompok removable dimiliki untuk dijual karena berhasil menyelesaikan divestasi CMZ, sedangkan aset tidak lancar Total meningkat karena kenaikan aktiva tetap bersih dan tanaman perkebunan serta obligasi tukar terkait dengan pembayaran yang diterima dari penyelesaian divestasi CMZ. Pada tahun 2017, perusahaan ini hanya mampu membuat keuntungan menggunakan asetnya sebesar 5,77%, penurunan dibandingkan 2016 karena pendapatan perusahaan menurun tetapi meningkatkan aset. Laba penurunan oleh 5,04% timbul dari tidak adanya laba tahun dari aktivitas operasi dihentikan, sementara total aset meningkat 7,58% yang terjadi karena mereka total aktiva lancar meningkat terutama karena persediaan bersih yang lebih tinggi dan piutang, sedangkan total aset tidak lancar meningkat terutama karena kenaikan aktiva tetap bersih.



Gambar 6 Return On Asset PT Mayora Indah Tbk periode 2013-2017
Sumber: Data Olahan, 2019

Berdasarkan Gambar 6, dapat dilihat bahwa nilai Return on Asset (ROA) pada PT Mayora Indah Tbk berfluktuasi di 2013 hingga 2017. Pada 2013, perusahaan mampu menghasilkan tingkat keuntungan 10,44% dari aset bekas. Pada tahun 2014, perusahaan hanya mampu menghasilkan laba dari semua aset yang digunakan oleh 3,98%, menurun dibandingkan dengan tahun 2013 sebagai akibat dari peningkatan besar dalam harga bahan baku utama seperti tepung, gula, kopi dan biaya produksi lainnya di tengah persaingan sibuk baik dari produsen lokal serta produsen global dan PT Mayora Indah Tbk menderita kerugian valuta asing mencapai Rp 18.524.88.783, sedangkan pada tahun 2013 mengalami peningkatan sebesar Rp. 308.440.556.537 sehingga mempengaruhi penurunan nilai laba bersih. Pada 2015, PT Mayora Indah Tbk menghasilkan kenaikan laba yang signifikan dibandingkan dengan 2014 karena menstabilkan harga bahan baku yang dibutuhkan untuk produksi dan harga jual pada tahun sebelumnya telah diadaptasi oleh konsumen sehingga perusahaan menghasilkan keuntungan dari semua aset yang digunakan oleh 11, 02% kenaikan sebesar 7,04% dibandingkan dengan tahun 2014. pada tahun 2016, perusahaan ini mampu menghasilkan keuntungan dari total aset yang digunakan 10,75%, yang mengalami penurunan dari tahun sebelumnya karena peningkatan laba tidak sebanding dengan peningkatan total aset, di mana keuntungan naik sebesar 11,07% karena penjualan yang lebih tinggi dan aset meningkat sebesar 13,93% karena peningkatan kas dan setara kas dan peningkatan piutang. Pada tahun 2017,ada peningkatan laba dari 17,45% karena

peningkatan penjualan dan peningkatan aset 15,43% yang terjadi karena peningkatan kas dan setara kas, dan peningkatan piutang sehingga perusahaan mampu untuk menghasilkan keuntungan dari aset perusahaan dari 10,93% mampu menghasilkan tingkat keuntungan dari 10,93% dari aset yang digunakan dan meningkat 0,18% dari tahun sebelumnya.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan Economic Value Added (EVA), dapat disimpulkan bahwa PT Indofood Sukses Makmur Tbk memiliki kinerja perusahaan yang lebih baik daripada PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk dan PT Mayora Indah Tbk karena PT Indofood Sukses Makmur Tbk dapat menghasilkan tertinggi nilai rata-rata dari Economic value Added saat menggunakan Return On Asset (ROA) PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk memiliki kinerja perusahaan yang lebih baik karena PT Indofood CBP Sukses Makmur dapat menghasilkan nilai rata-rata tertinggi Return On Asset dari PT Indofood Sukses Makmur Tbk dan PT Mayora Indah Tbk. Jadi, setiap perusahaan yang mampu menciptakan nilai maksimum bagi investor tidak juga mampu menghasilkan keuntungan maksimum dari total aset dan setiap perusahaan yang mampu menghasilkan keuntungan maksimum dari total aset tidak juga mampu menciptakan nilai maksimum untuk investor.

Berdasarkan hasil penelitian ini, beberapa saran dapat diusulkan untuk perusahaan, dalam rangka meningkatkan nilai Economic Value Added (EVA) dan nilai Return On Assets (ROA) dengan memaksimalkan keuntungan dan mengurangi biaya operasional dan juga memperhatikan untuk efisiensi manajemen perusahaan dalam penggunaan aset di perusahaan. Misalnya dengan mengurangi pengeluaran yang tidak produktif di perusahaan dan meminimalkan pengeluaran biaya pokok penjualan dengan catatan bahwa hal itu tidak mengurangi kualitas produk yang akan diproduksi. Bagi investor, tidak hanya menggunakan Return on Assets (ROA) metode dalam kinerja perusahaan menilai, tetapi juga menggunakan metode Economic Value Added (EVA) karena dalam metode Economic Value Added (EVA) menghitung konsep modal yang kemudian bisa menjadi dukungan untuk Return On Asset ketika biaya modal tidak termasuk dalam perhitungan. Untuk peneliti selanjutnya yang tertarik dalam melakukan penelitian serupa, diharapkan untuk mengembangkan penelitian lebih lanjut tentang analisis kinerja perusahaan dengan menambahkan teknik analisis rasio keuangan lainnya seperti Return On Equity (ROE), Earning per Share (EPS), Market Value Added (MVA) dan menggunakan obyek penelitian yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode tertentu dan bahkan periode terbaru.

5. REFERENSI

Arifian, D & Ferdian, A B. (2015). Analisis economic value added dan return on asset (ROA) pada kinerja perusahaan terbuka. Jurnal Studia Akuntansi dan Bisnis. 7 (1).

Dewi, M. (2015). penilaian kinerja keuangan perusahaan dengan menggunakan metode EVA. Jurnal Manajemen dan Keuangan. 6 (2).

Gunawan, B., & Erawati, T. (2015). Analisis retun on assets (ROA), economic value added (EVA) dan market value added (MVA) Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan PT Perkebunan Nusantara III. Jurnal Akuntansi. 3 (2).

Harahap, SS (2011). Analisis Kritis differences Keuangan Laporan. Edisi 10, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Hery. (2016). rasio keuangan untuk bisnis, Jakarta: PT Grasindo.

Iramani, Rr. & Febrian, E. (2005). Nilai keuangan menambahkan: Suatu paradigma hearts Pengukuran costs kos Dan Nilai Tambah Perusahaan. Jurnal Akuntansi Dan Keuangan. 7 (1).

Kasmir. (2017). ANALISIS KEUANGAN Laporan. Edisi 10, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Kaunang, C. (2013). Analisis perbandingan kinerja keuangan perusahaan menggunakan rasio rofitabilitas dan economic value added pada perusahaan yang tergabung dalam LQ 45. Jurnal Emba. 3 (1).

Martono, Nanang (2014). Metode Penelitian kuantitatif, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Munawir, S. (2010). Analisa Keuangan Laporan. Edisi 4, Yogyakarta: Liberty.

Rahmani, Zeinolabedin & Joibary, Ali Reza. (2012). Economic value added (EVA) and return on assets (ROA): An Evaluation In Tehran Stock Exchange(TSE). *Journal of Radix International Education And Reseach Consortium*. 1 (6).

Sudana, I. (2015). Manajemen Keuangan Perusahaan Teori dan paktik. Edisi 2, Jakarta: Erlangga.

Sugiyono. (2005). Metode Bisnis Penelitian. Edisi 8, Bandung: Alfabeta.

Sujarweni, W (2017). Analisis laporan keuangan. Yogyakarta: Pustaka Baru Press. Sumarsan, T (2013). Sistem pengendalian manajemen. Edisi 2, Jakarta: Indeks.

Umbara, A. (2016). Analisis penilaia kinerja keuangan ditinjau dari *economic value added* (EVA) dan *Return On Investment* (ROI) pada perusahaan farmasi yang tercatat di BEI. 4 (2).

Young, S. & O'Byrne, S. (2001). EVA dan manajemen berdasarkan Nilai. Jakarta: Salemba Empat.

9 772656 769006