LAPORAN HASIL PELAKSANAAN
PENELITIAN DOSEN
SEMESTER GASAL TAHUN AKADEMIK 2022/2023

Oleh:

PUSLITABMAS

POLITEKNIK PARIWISATA BATAM

2023

POLITEKNIK PARIWISATA BATAM
Jl. Gajah Mada, The Vitka City Complex
Tiban, Batam, Kepulauan Riau 29425
Indonesia

Telp + 62 778 354 0889
Email: info@btp.ac.id
https://btp.ac.id

SURAT KEPUTUSAN DIREKTUR
TENTANG
PENGANGKATAN PENELITIAN INDIVIDU DAN KELOMPOK DOSEN SEMESTER GANJIL TAHUN AKADEMIK 2022/2023
POLITEKNIK PARIWISATA BATAM
Nomor: 241/SK/D-BTP/II/2023

Menimbang :
a. Bahwa untuk kelancaran pelaksanaan program pendidikan di Politeknik Pariwisata Batam, dipandang perlu mengangkat Penelitian Individu dan Kelompok Dosen Semester Ganjil Tahun Akademik 2022/2023 yang bertugas dan bertanggung jawab untuk terlaksananya program dimaksud;
b. Bahwa untuk keperluan tersebut perlu segera ditetapkan Surat Keputusan Direktur Politeknik Pariwisata Batam tentang pengangkatan Individu dan Kelompok Dosen program dimaksud.

Mengingat :
1. Undang-undang Nomor 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang- Undang Nomor 12 tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
3. Permendikbud Nomor 4 Tahun 2014 Tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
4. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2020 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi;
5. STATUTA Politeknik Pariwisata Batam;
6. Peraturan yang berlaku di Politeknik Pariwisata Batam.

MEMUTUSKAN

Menetapkan : **KEPUTUSAN DIREKTUR POLITEKNIK PARIWISATA BATAM TENTANG PENGANGKATAN PENELITIAN INDIVIDU DAN KELOMPOK DOSEN SEMESTER GANJIL TAHUN AKADEMIK 2022/2023 POLITEKNIK PARIWISATA BATAM**

Pertama : Menunjuk yang namanya tersebut dalam lampiran surat keputusan ini sebagai Penelitian Individu dan Kelompok Dosen Semester Ganjil Tahun Akademik 2022/2023 Politeknik Pariwisata Batam;

Kedua : Dalam rangka melaksanakan tugasnya yang bersangkutan bertanggung jawab langsung kepada Direktur Politeknik Pariwisata Batam;

Ketiga : Keputusan ini mulai berlaku sejak ditetapkan dengan ketentuan apabila di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dana tau kekurangan dalam penetapan ini akan diadakan perubahan dana tau penambahan sebagaimana mestinya;

Keempat : Surat Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : **Batam**
Pada tanggal : **17 Februari 2023**
Direktur Politeknik Pariwisata Batam

M. Nur A Nasution, S.Sos., M.Pd., CHA
NIDN. 3830046701

Tembusan:
1. Ketua Yayasan Vitka;
2. Yang bersangkutan;
3. Arsip.

POLITEKNIK PARIWISATA BATAM
Jl. Gajah Mada, The Vitka City Complex
Tiban, Batam, Kepulauan Riau 29425
Indonesia

Telp + 62 778 354 0889
Email: info@btp.ac.id
https://btp.ac.id

Lampiran : Surat Keputusan Direktur Politeknik Pariwisata Batam
Nomor : 241/SK/D-BTP/II/2023 tentang Pengangkatan Penelitian Individu dan Kelompok Dosen Semester Ganjil Tahun Akademik 2022/2023 Politeknik Pariwisata Batam.

DAFTAR NAMA PENELITIAN INDIVIDU DAN KELOMPOK DOSEN SEMESTER GANJIL TAHUN AKADEMIK 2022/2023 POLITEKNIK PARIWISATA BATAM

No.	KATEGORI	DOSEN	Nama Peneliti	Judul Artikel	Tahun
1	PENELITIAN	AGUNG EDY	Asman Abnur; Agung Edy Wibowo; Muhamad Nur Afriandi Nasution; Hendra Syaiful	PENGARUH LINGKUNGAN DAN STRES KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN INDUSTRI TURUNAN PARIWISATA (Studi pada RM Sederhana dan Nasi Kapau)	2023
2	PENELITIAN	AGUNG EDY	Agung Edy Wibowo; Ida Bagus Udayana Putra; Ida Aju Brahma Ratih; Ida Bagus Cempena; Ida Aju Brahma Sari; Suhardi Suhardi	Team member exchange leadership model to improve company strategy development	2023
3	PENELITIAN	AGUNG EDY	Asman Abnur; Edy Wibowo, Agung	MODERASI POTONGAN HARGA PADA PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP NIAT BELI PELANGGAN	2023
4	PENELITIAN	AGUNG EDY	Syaiful, Hendra; Wibowo, Agung Edy; Mohamad Nur Afriliandi Nasution	PENGARUH MOTIVASI TERHADAP MINAT KUNJUNGAN ULANG WISATAWAN MANCANEGARA: PERSPEKTIF FAKTOR PENARIK	2023
5	PENELITIAN	AGUNG EDY	Agung Arif Gunawan; Sella OKTAVIA	Eksperimen Perbandingan Tepung Tapioka Dan Tepung Kulit Manggis Dalam Pembuatan Kue Keciput Sebagai Makanan Tradisional Khas Lombok	2023
6	PENELITIAN	AGUNG EDY	Abnur, Asman; Wibowo, Agung Edy; A.Nasution, M.Nur	KEPEMIMPINAN, LINGKUNGAN KERJA TERHADAP STRES DAN PERFORMANSI KARYAWAN RESTORAN MENGGUNAKAN PLS	2023

Tembusan:
1. Ketua Yayasan Vitka;
2. Yang bersangkutan;
3. Arsip.

POLITEKNIK PARIWISATA BATAM
Jl. Gajah Mada, The Vitka City Complex
Tiban, Batam, Kepulauan Riau 29425
Indonesia

Telp + 62 778 354 0889
Email: info@btp.ac.id
https://btp.ac.id

7	PENELITIAN	AGUNG EDY	Wibowo, Agung Edy; Rini, Rosie Oktavia Puspita; Nasution, Muhamad Nur. A.; Supardi, Supardi	KOMPARASI KINERJA BERDASARKAN GENDER	2023
8	PENELITIAN	AGUNG EDY	M Firmansyah, A Wibowo, F Nugraheni	Risk assessment berdasarkan konsep 4 pilar keselamatan konstruksi pada pekerjaan blasting	2023
9	PENELITIAN	AGUNG EDY	A Wibowo, ML Nugraha, MA Firdaus, T Suharti	WORK ENVIRONMENT AND MOTIVATION'S IMPACT ON EMPLOYEE PERFORMANCE IN UPT WASTE MANAGEMENT AREA IV CIAMPEA.	2023
10	PENELITIAN	AGUNG EDY	S Purwanto, A Wibowo, T Suharti	The OCB Determinant of Employees in Non-Profit Organization; Leadership Role and Work Engagement	2023
11	PENELITIAN	AGUNG EDY	MR Budiawan, MA Firdaus, A Wibowo	The Effect Of Compensation And Work Environment On Employee Performance At Tonjong Junior High School	2023
12	PENELITIAN	AGUNG EDY	BA Ardiyanto, A Wibowo, F Nugraheni	Analisis risiko pada pekerjaan pembangunan Bendungan Bener Kabupaten Purworejo Paket 4 (MYC)	2023
13	PENELITIAN	AGUNG EDY	PN Pasaribu, D Megawati, A Wibowo, T Suharti, L Muniroh	ONLINE SHOPPING MOTIVES OF MICRO, SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES'PRODUCTS TOWARDS NEW NORMAL ERA	2023
14	PENELITIAN	AGUNG EDY	R Rasiman, A Prasetia, A Wibowo, MN Rizqi	Factors Affecting Earning Per Share (EPS) at PT. BANK MANDIRI Tbk Period 2018 - 2021	2023
15	PENELITIAN	AGUNG EDY	S Pramono, S Wahyuni, A Wibowo, VS Mulya	Expected value method of information and lost opportunities as a decision-making tool	2023
16	PENELITIAN	SISKA MALDIN	Hastuti Rebeca Talaksoru; Maldin, Siska Amelia	PENGARUH KUALITAS PRODUK MINUMAN KOPI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI RIMBUN KOPI BATAM	2023
17	PENELITIAN	SISKA MALDIN	Natsir, Muhammad; Fazalani, Runi; Maldin, Siska	Children's Language According to Phonological and Morphological Aspects in Vocal Learning at PAUD Al-Karimah	2023

Tembusan:
1. Ketua Yayasan Vitka;
2. Yang bersangkutan;
3. Arsip.

POLITEKNIK PARIWISATA BATAM
Jl. Gajah Mada, The Vitka City Complex
Tiban, Batam, Kepulauan Riau 29425
Indonesia

Telp + 62 778 354 0889
Email: info@btp.ac.id
https://btp.ac.id

			Amelia; Suhartiwi, Suhartiwi; Yanti, Ipri		
18	PENELITIAN	SISKA MALDIN	Rizhon, Rizhon; Maldin, Siska Amelia	The Influence Of Tea Types In Making Kombucha On The Taste And Preference Of Hoteliers In Batam	2023
19	PENELITIAN	FRANGKY SILITONGA	Dwi Joko Siswanto; Frangky Silitonga	BUDAYA MUTU SEBAGAI REFLEKSI DARI PPEPP DAN EPP DI AKADEMI MILITER MAGELANG	2023
20	PENELITIAN	FRANGKY SILITONGA	Frangky Silitonga; Mohamad Nur Afriliandi Nasution; Asman Abnur	INOVASI MELALUI MANAJEMEN 4A DALAM PENINGKATAN KUNJUNGAN WISATAWAN DAN PAD KOTA BATAM	2023
21	PENELITIAN	FRANGKY SILITONGA	Syafira Tamara; Zahara Fatimah; Frangky Silitonga	PENGARUH PELATIHAN KERJA TERHADAP PENINGKATAN KUALITAS KINERJA ROOM ATTENDANT DI HOTEL BEST WESTERN PREMIER PANBIL BATAM	2023
22	PENELITIAN	FRANGKY SILITONGA	I Made, Sondra Wijaya; Silitonga, Frangky	PEMANFAATAN SISTEM INFORMASI GEOGRAFIS DALAM PENGEMBANGAN SMART TOURISM BATAM PADA LOCATION BASED SERVICE BERBASIS ANDROID	2023
23	PENELITIAN	FRANGKY SILITONGA	Ahmad Yani; Frangky Silitonga; Aditiawan Wisnu	ANALISA ZAT KIMIA PADA AIR SIAP MINUM DI AKADEMI MILITER MAGELANG	2023
24	PENELITIAN	FRANGKY SILITONGA	Nur Asnah; Budi Mawardi Syam; Frangky Silitonga	PENGARUH SIKAP DISIPLIN TERHADAP HASIL BELAJAR MATA KULIAH MATEMATIKA DI AKADEMI MILITER	2023
25	PENELITIAN	FRANGKY SILITONGA	Ritonga, Achmad Munir; Khairul Muslim; Silitonga, Frangky	PENGARUH PENAMBAHAN LIMBAH SERBUK KAYU DAN ZAT ADITIF NANO3 TERHADAP KUAT TEKAN DAN TARIK BELAH BETON	2023
26	PENELITIAN	ARINA LUTHFINI	Eva Amalia; Supardi Supardi; Arina Luthfini Lubis	STRATEGI BRANDING â ˜TERPIKAT PULAU PENYENGATâ ™ SEBAGAI DESTINASI WISATA SEJARAH, BUDAYA &	2023

Tembusan:
1. Ketua Yayasan Vitka;
2. Yang bersangkutan;
3. Arsip.

POLITEKNIK PARIWISATA BATAM
Jl. Gajah Mada, The Vitka City Complex
Tiban, Batam, Kepulauan Riau 29425
Indonesia
Telp + 62 778 354 0889
Email: info@btp.ac.id
https://btp.ac.id

				RELIGI DI KEPULAUAN RIAU	
27	PENELITIAN	ARINA LUTHFINI	M. Ansyar Bora; Joko Prasetyo; Arina Luthfini Lubis	Penerapan Quality Function Deployment (QFD) Pada Perancangan Alat Bantu Ganti Oli Transmisi Otomatis	2023
28	PENELITIAN	ARINA LUTHFINI	Jefri; Supardi; Arina Luthfini Lubis	PERANAN ROOM ATTENDANT DALAM UPAYA MENINGKATKAN PELAYANAN TERHADAP TAMU DI HOTEL GOLDEN VIEW	2023
29	PENELITIAN	ARINA LUTHFINI	Febri Ana Parhusip; Arina Luthfini Lubis; Andri Wibowo	KINERJA KARYAWAN DEPARTEMEN HOUSEKEEPING DI SWISS-BELHOTEL HARBOR BAY BATAM HASIL PELATIHAN KERJA	2023
30	PENELITIAN	ARINA LUTHFINI	Ridho As Shiddiqi; Supardi; Arina Luthfini Lubis	ANALISIS KETERAMPILAN PRIBADI ROOM ATTENDANT UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN PENGUNJUNG THE GOLDEN BAY HOTEL BATAM	2023
31	PENELITIAN	ARINA LUTHFINI	Silvia Pratama Aneke Putri; Andri Wibowo; Arina Luthfini Lubis	ANALISIS PENGARUH KINERJA PENGAWAS KAMAR TERHADAP KEPUASAN TAMU DI HOTEL PACIFIC PALACE BATAM	2023
32	PENELITIAN	ARINA LUTHFINI	Zahara Fatimah; Rita Rita; Arina Luthfini Lubis	FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENDAPATAN HOTEL (STUDI KASUS PASIFIC PALACE HOTEL BATAM TAHUN 2017-2021)	2023
33	PENELITIAN	ARINA LUTHFINI	Lubis, Arina Luthfini; Gunawan, Agung Arif; Wardhani, Galih Setya	Implikasi Program Pengembangan Karir Terhadap Produktivitas Karyawan di Hotel HS Batam	2023
34	PENELITIAN	ARINA LUTHFINI	Sarah OKTAVIAnna Simbolon; Arina Luthfini Lubis; Andri Wibowo	Strategi SWOT Untuk Mengembangkan Potensi Destinasi Wisata Pantai Melayu di Kota Batam	2023
35	PENELITIAN	ARINA LUTHFINI	Suci Kintani Izzumi Setiawan; Arina Luthfini Lubis; Supardi Supardi	The Influence of 3A (Attractions, Accessibility, and Amenities) on Tourists' Decisions to Visit Ciptaland Beach, Batam City	2023
36	PENELITIAN	ARINA LUTHFINI	Kristin, Lia; Lubis, Arina Luthfini	APLIKASI ANALISIS SWOT TERHADAP PERTUMBUHAN TUJUAN WISATA PANTAI	2023

Tembusan:
1. Ketua Yayasan Vitka;
2. Yang bersangkutan;
3. Arsip.

POLITEKNIK PARIWISATA BATAM
Jl. Gajah Mada, The Vitka City Complex
Tiban, Batam, Kepulauan Riau 29425
Indonesia
Telp + 62 778 354 0889
Email: info@btp.ac.id
https://btp.ac.id

				CIPTALAND DI KOTA BATAM	
37	PENELITIAN	ARINA LUTHFINI	Andriyatno, Valensia Devinsa; Lubis, Arina Luthfini; Fatimah, Zahara	The Influence of Internship on The Professionality of Students Departement of Room Division at Batam Tourism Polytechnic	2023
38	PENELITIAN	ARINA LUTHFINI	Putri, Silvia Pratama Aneke; Wibowo, Andri; Lubis, Arina Luthfini	ANALISIS PENGARUH KINERJA PENGAWAS KAMAR TERHADAP KEPUASAN TAMU DI HOTEL PACIFIC PALACE BATAM	2023
39	PENELITIAN	ARINA LUTHFINI	Jefri; Supardi; Lubis, Arina Luthfini	PERANAN ROOM ATTENDANT DALAM UPAYA MENINGKATKAN PELAYANAN TERHADAP TAMU DI HOTEL GOLDEN VIEW	2023
40	PENELITIAN	ARINA LUTHFINI	Nurliza; Wibowo, Andri; Lubis, Arina Luthfini	ANALISIS KEPUASAN PENGUNJUNG PADA OBJEK WISATA PANTAI TANJUNG PINGGIR DI BATAM	2023
41	PENELITIAN	ARINA LUTHFINI	Fakhri, Nurul; Supardi; Lubis, Arina Luthfini	STRATEGI PENINGKATAN SANITASI ROOM ATTENDANT UNTUK MENCIPTAKAN CITRA POSITIF PADA SAHID BATAM CENTER HOTEL & CONVENTION	2023
42	PENELITIAN	ARINA LUTHFINI	Mabruroh, Siti Khoriatul; Supardi, Supardi; Lubis, Arina Luthfini	PENGARUH INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PENGUNJUNG UNTUK BERWISATA KE MEGA WISATA OCARINA KOTA BATAM	2023
43	PENELITIAN	ARINA LUTHFINI	Morysa, Jessyka; Lubis, Arina Luthfini	Daya Tarik Wisata Puncak Beliung Batam: Pengaruh Amenitas, Pelayanan, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan	2023
44	PENELITIAN	ARINA LUTHFINI	Sagala, Rahel Natasya; Lubis, Arina Luthfini; ., Supardi	The Effect of The Work Environment on Front Office Employees' Performance at The Pacific Palace Hotel Batam	2023
45	PENELITIAN	ARINA LUTHFINI	N Fakhri, AL Lubis	Strategi peningkatan sanitasi room attendant untuk menciptakan citra positif pada sahid batam center hotel & convention	2023

Tembusan:
1. Ketua Yayasan Vitka;
2. Yang bersangkutan;
3. Arsip.

POLITEKNIK PARIWISATA BATAM
Jl. Gajah Mada, The Vitka City Complex
Tiban, Batam, Kepulauan Riau 29425
Indonesia
Telp + 62 778 354 0889
Email: info@btp.ac.id
https://btp.ac.id

46	PENELITIAN	ARINA LUTHFINI	P Safira, A Wibowo, AL Lubis	Karakteristik Pengunjung Objek Wisata Piugus Resort Desa Belibak di Kepulauan Anambas Riau	2023
47	PENELITIAN	ARINA LUTHFINI	S Suci Kintan Izzumi Setiawan, Arina Luthfini Lubis	The Influence of 3A (Attractions, Accessibility and Amenities) on Tourists' Decisions to Visit Ciptaland Beach, Batam City Suci	2023
48	PENELITIAN	ARINA LUTHFINI	Z Fatimah, AL Lubis	THE IMPACT OF FUNDAMENTAL ELEMENTS ON STOCK PRICES OF SUBSIDIARY PULP & PAPER MANUFACTURING FIRMS LISTED ON THE INDONESIA STOCK EXCHANGE	2023
49	PENELITIAN	TIRTA MULYADI	Tirta Mulyadi; Eva Purnamasari; Heliza Rahmania Hatta	Pengaruh Keseimbangan Kehidupan Kerja, Lingkungan Kerja, dan Keterlibatan Kerja terhadap Kinerja Karyawan Kedai Kopi	2023
50	PENELITIAN	TIRTA MULYADI	Tirta Mulyadi	OPTIMALISASI PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT MELALUI KELEMBAGAAN KEWIRAUSAHAAN DI DESA WISATA KAMPUNG KELEMBAK BATAM	2023

Ditetapkan di : Batam
Pada tanggal : 17 Februari 2023
Direktur Politeknik Pariwisata Batam

M. Nur A Nasution, S.Sos., M.Pd., CHA
NIDN. 3830046701

Tembusan:
1. Ketua Yayasan Vitka;
2. Yang bersangkutan;
3. Arsip.

JURSIMA
Jurnal Sistem Informasi & Manajemen
ISSN : 2338-1523, E-ISSN: 2541- 576X

PENGARUH LINGKUNGAN DAN STRES KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN INDUSTRI TURUNAN PARIWISATA (Studi pada RM Sederhana dan Nasi Kapau)

Asman Abnur[1)], Agung Edy Wibowo[2*)],Muhamad Nur Afriandi Nasution[3)], Hendra Syaiful[4)]
[1234]Politeknik Pariwisata Batam, Indonesia
Email[*]: agungedy@btp.ac.id

ABSTRAK

Studi ini bermaksud untuk mengetahui dan menganalisis kinerja karyawan pada industri turunan pariwisata dalam kajian mikro dilihat dari aspek lingkungan dan stres kerja yang ada pada restoran Sederhana dan Nasi Kapau yang terdapat di Kota Batam. Dunia modern telah menempatkan kepariwisataan sebagai industri baru yang mampu mengorganisir dan menghasilkan pertumbuhan ekonomi suatu negara dengan cepat, karena mampu memberikan penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, peningkatan standar hidup dan memberikan stimuli bagi sektor-sektor produktif di sekitarmya. Sebagai bagian dari turunan industri pariwisata kedua rumah makan ini memberikan fenomena yang menarik karena selalu ramai pengunjung baik di hari biasa terlebih hari libur. Variabel penelitian terdiri dari variabel lingkungan kerja dan stres kerja sebagai variabel independen dan variabel kinerja sebagai variabel dependen. Jumlah sampel sebanyak 117 responden dan analisis data menggunakan regresi berganda. Hasil penelitian menunjukan bahwa lingkungan kerja memiliki pengaruh signfikan terhadap kinerja karyawan. Stres kerja memiliki pengaruh signfikan terhadap kinerja karyawan. Lingkungan kerja memiliki pengaruh dominan terhadap kinerja karyawan dibandingkan pengaruh stres kerja terhadap kinerja karyawan.

Kata Kunci: Industri pariwisata, Lingkungan kerja, Stres kerja, Kinerja karyawan, Destinasi pariwisata

ABSTRACT

This study intends to find out and analyze the performance of employees in tourism derivative industry into a micro-study in terms of environmental aspects and work stress at the Sederhana and Nasi Kapau restaurants in Batam City. The modern world has placed tourism as a new industry which able in organizing and producing a country's economic growth faster, because it is capable of providing employment, increasing income, increasing living standards and providing stimuli for the productive sectors around it. As part of the derivatives of tourism industry, both of these restaurants provide an interesting phenomenon because they are always full of consumer, either weekdays and especially at holidays. The research variables consist of work environment and work stress as independent variables and performance as the dependent variable. The number of samples was 117 respondents and data analysis using multiple regression. The results showed that work environment has a significant influence on employee performance. Work stress has a significant effect on employee performance. The work environment has a dominant influence on employee performance compared to the effect of work stress on employee performance.

Keywords: *Tourism industry, Work environment, Work stress, Employee performance, Tourism destination*

PENDAHULUAN

JURSIMA
Jurnal Sistem Informasi & Manajemen
ISSN : 2338-1523, E-ISSN: 2541- 576X

Unsur utama paling penting dalam sebuah organisasi adalah manusia. Manusia sebagai sumber daya memiliki peran menjadi unit penggerak dan penentu jalannya keberhasilan perusahaan. Manajemen melalui perusahaan atau unit usaha diharapkan selalu memiliki arahan yang positif bagi pekerjanya demi tercapainya tujuan bersama atau organisasi. Salah satu faktor yang menunjukan laju tingkat keberhasilan suatu organisasi adalah kinerja karyawannya. Kinerja karyawan merupakan suatu tindakan yang dilakukan karyawan dalam melaksanakan pekerjaan yang diberikan oleh perusahaan dimana karyawan tersebut berada (Handoko, 2011). Setiap perusahaan selalu memiliki harapan terhadap karyawan atau pekerjanya untuk mempunyai prestasi, karena dengan memiliki karyawan yang berprestasi, maka karyawan atau pekerja akan memberikan sumbangan yang optimal bagi pencapaian tujuan perusahaan. Lebih dari itu dengan memiliki karyawan yang berprestasi perusahaan dapat meningkatkan kinerja output perusahaan yang bertujuan mencapai muara paling akhir yaitu peningkatan laba perusahaan. Namun demikian pencapaian tersebut tidaklah mudah. Hal ini seringkali dihadapi perusahaan karena adanya masalah terhadap sumber daya manusia. Masalah sumber daya manusia menjadi tantangan tersendiri dan bersifat umum di hampir banyak bentuk dan unit usaha yang bersifat komersial dan itu dapat terjadi pada semua tingkatan manajemen karena manusia secara perorangan memiliki sifat dan karateristik yang berbeda, jika salah tata kelola pada aspek manusia akan dapat mempengaruhi keberhasilan tujuan semula yang digariskan perusahaan.

Lingkungan kerja merupakan segala sesuatu yang ada disekitar para pekerja, yang dapat mempengaruhi hasil kerja karyawan dalam menjalankan tugas tugasnya sebagai beban kerja atau kewajiban kerja oleh perusahaan kepada karyawannya (Wibowo, 2011). Lingkungan kerja fisik dalam sebuah perusahaan merupakan kondisi pekerjaan atau keadaan yang memberikan suasana kerja karyawan yang nyaman dalam melakukan pekerjaan guna mencapai tujuan yang ditetapkan bersama oleh manajemen dalam perusahaan. Lingkungan kerja pada hakekatnya dapat berupa kondisi kerja yang baik atau kondisi lingkungan kerja yang buruk. Kedua kondisi ini sama sama berpotensi menjadi penyebab karyawan memiliki output kerja yang baik dan output kerja yang buruk. Kondisi lingkungan kerja yang buruk memungkinkan karyawan dapat mudah jatuh sakit, mudah stres, sulit berkonsentrasi dan berakibat pada menurunnya kinerja. Lingkngan kerja karyawan yang kurang memadai atau kurang mendukung seperti ruangan kerja tidak nyaman, ruangan yang panas, sirkulasi udara yang buruk, ruangan yang terlalu sempit, kurang bersih, terlalu berisik, memiliki kecenderungan berpotensi mengurangi kinerja karyawan(Wibowo, A.E., Abnur, 2022). Kenyamanan tempat kerja secara fisik dapat diciptakan melalui prasarana fisik seperti seperti kebersihan yang selalu terjaga, pemberian penerangan cahaya yang memadai, pemberian ventilasi udara yang baik, kurangnya suara berisik yang tidak perlu, dan pola penataan ruangan yang efisien dan nyaman.Seringkali kenyamanan tempat kerja sangat bergantung pada karakter dan jenis pekerjaan itu sendiri.

Situasi atau kondisi kerja dapat menciptakan hubungan kerja yang mengikat antara orang–orang yang ada di dalam lingkungannya (Fahmi, 2016). Hal itu adalah suatu kondisi yang memang sangat diperlukan bagi kelangsungan aktivitas produktif secara bersama. Keadaan tersebut

JURSIMA
Jurnal Sistem Informasi & Manajemen
ISSN : 2338-1523, E-ISSN: 2541- 576X

memungkinkan manajemen untuk memiliki daya kreasi dalam menyusun sebuah lingkungan kerja baik dari sisi *lay out*, tim kerja, klaster jenis pekerjaan serta isian material yang berhubungan langsung dengan jenis pekerjaan masing masing karyawan dalam unit yang sama. Manajemen perlu memahami bukan saja pada aspek fisik semata namun juga pengkondisian model efektivitas alur dan ritme pekerjaan kelompok yang perlu dicermati sehingga lingkungan kerja tersebut dapat menciptakan *atmosphere* kerja yang optimum bagi peningkatan kerja karyawan perusahaan.

Lain halnya suasana kerja yang tidak suportif, keadaan tersebut dapat menambah kecenderungan stres karyawan, yang mengakibatkan karyawan pada akhirnya dapat menurun kinerjanya. Kondisi lingkungan yang kurang mendukung menyebabkan tekanan kepada karyawan. Meskipun dalam banyak kejadian stres atau tekanan yang berasal dari seseorang sangat mungkin pada awalnya dipicu dari luar pekerjaan itu sendiri. Lingkungan kerja yang tidak mendukung misalnya, karena panas. Hal ini menjadikan karyawan ingin melakukan kerja lembur malam hari sebagai ganti karena tidak bisa mengerjakan pekerjaan pada siang hari karena situasi lingkungan yang panas. Kerja malam hari mereka lakukan sebagai akibat tidak tercapainya kerja pada saat siang hari maka dalam hal ini kerja lembur adalah kerja untuk mengejar target beban kerja yang seharusnya diperoleh pada kerja siang hari, dan bukan sebagai kerja yang menghasilan kelebihan produk sebagai prestasi karena menambah output. Menurunya kinerja karyawan tentu saja akan memberikan dampak pada kinerja perusahaan dan dapat berujung pada berkurangnya laba perusahaan hingga akhirnya dapat berakibat buruk pada operasional perusahaan di masa mendatang. Mengingat hal tersebut di atas, kajian lingkungan kerja dan stres kerja terhadap kinerja karyawan merupakan kajian yang menarik untuk diteliti.

Lingkungan Kerja

(Pearce & Robinson, 2008) lingkungan kerja dalam suatu perusahaan adalah bagian penting yang harus dan perlu mendapat perhatian. Hal ini disebabkan karena lingkungan kerja mempunyai pengaruh langsung terhadap manusianya dalam hal ini adalah para karyawan yang bekerja tersebut. Lingkungan kerja yang kondusif dapat meningkatkan kinerja karyawan dan sebaliknya, yaitu lingkungan kerja yang tidak kondusif atau cenderung tidak memadai akan dapat menurunkan etos kerja para karyawan. Kondisi lingkungan kerja berada dalam keadaan atau dikatakan baik apabila manusia atau pekerja didalamnya dapat melakukan, menggiatkan dan melaksanakan kegiatan atau aktivitas secara optimum, aman, nyaman dan sehat. Kesesuaian yang terdapat pada lingkungan kerja dapat dilihat atau diperhatikan dari efek jangka panjangnya. Sebaliknya lingkungan kerja yang kurang baik dapat berakibat pada tuntutan tenaga kerja dan waktu yang lebih banyak, bahkan seringkali hal tersebut tidak mendukung diperolehnya sistem atau model kerja yang efisien.

(Sunyoto, 2012) mengemukakan lingkungan kerja adalah segala sesuatu yang ada di sekitar para pekerja dan yang dapat mempengaruhi dirinya dalam menjalankan tugas-tugas yang dibebankan. Termasuk dalam kondisi itu yang dimaksud dengan segala sesuatu tersebut adalah, misalnya; kebersihan, musik, lampu penerangan dan lain-lain. Lingkungan kerja adalah segala sesuatu yang berada di sekitar yang dapat mempengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung seseorang atau sekelompok

JURSIMA
Jurnal Sistem Informasi & Manajemen
ISSN : 2338-1523, E-ISSN: 2541- 576X

dalam melaksanakan aktivitasnya. Lingkungan kerja adalah segala sesuatu yang ada disekitar karyawan pada saat bekerja baik berupa fisik maupun nonfisik yang dapat mempengaruhi karyawan saat bekerja. Jika lingkungan kerja cenderung mendukung, maka karyawan bisa merasa bersemangat, aman, nyaman dan sebaliknya jika lingkungan kerja tidak mendukung, maka karyawan tidak merasa bersemangat, merasa tidak aman dan tidak nyaman untuk melaksanakan aktivitas

Stres Kerja

Stres (stress) adalah suatu kondisi atau keadaan non statis dimana seorang individu dihadapkan pada peluang, ancaman yang terkait dengan apa yang diinginkan oleh individu itu yang berujung pada hasil dari pemenuhan keinginan tersebut. Stres lebih sering dikaitkan dengan tuntutan (*demand*) dan sumber daya (*resources*). Stres sendiri tidak selalu buruk, meskipun biasanya dibahas dalam konteks negatif, stres juga memiliki nilai positif. Stres merupakan sebuah probabilitas kemungkinan dalam sebuah konteks kerja karena hal ini menawarkan potensi hasil. Stres bisa berakibat pada pengaruh positif, dan sebagian lagi bisa negatif. Dalam sebuah organisasi kerja, stres identik dengan tantangan, atau stres yang dibarengi dengan tantangan dilingkungan kerja (seperti memiliki banyak proyek, tugas dan tanggung jawab, pengejaran target). Namun juga dapat berarti sebuah beban tantangan yang berkonotasi negatif, dan berakibat sangat berbeda karena stres ini dapat menghasilkan hambatan, atau stres yang menghalangi pencapaian tujuan (birokrasi, kompetisi tidak sehat di kantor, kebingungan terkait tanggung jawab dan rantai perintah (Stephen P.Robbins & Judge. T.A, 2008).

(Harsuko, 2011), stres kerja adalah situasi atau bentuk tanggapan seseorang, baik fisik maupun mental terhadap suatu perubahan di lingkungannya yang dirasakan mengganggu dan mengakibatkan dirinya terancam. Dalam kaitan tersebut hal yang perlu diketahui karyawan adalah ada situasi umum dimana setiap aspek pekerjaan dapat menjadi pemicu stres. Melalui karakteristik dan kepribadian karyawanlah, mereka sendiri akan tahu dan menentukan sejauh mana situasi yang dihadapi dan sedang dijalani merupakan situasi stres atau bukan, dapat berakibat pada pemberian dukungan atau tidak. Karyawan itu sendiri yang dapat mengenalinya karena merekalah yang memiliki pola interaksi di pekerjaanya, dan dipengaruhi oleh adanya ketidakseimbangan fisik dan psikis dirinya sendirinya. Hal tersebut dapat mengarah pada persepsi yang kemudian mempengaruhi emosi, proses berfikir, dan kondisinya. Stres yang terlau besar yang diganbarkan lebih kuat dari ketahanan mental seorang karyawan dapat mengancam kemampuan seseorang untuk menghadapi lingkungan kerjanya, dan hal ini dapat berakibat pada hilangnya potensi kinerja. Stres kerja adalah situasi atau kondisi yang terjadi atau dialami pada diri seseorang sebagai manusia dalam kesatuan mental, jiwa dan psikis yang tertekan, dan tekanan tersebut berada diluar kemampuanya yang jika dibiarkan akan membuat tidak produktif bagi diri sendiri dalam beraktivitas atau melakukan kegiatan dalam pekerjaanya,

Kinerja Karyawan

Kinerja merupakan output akhir dari sebuah proses ‘komunikasi’ yang sedang berjalan, dilakukan dengan kemitraan antara pekerja dengan atasan langsung pekerja, yang menyangkut antara harapan dan realitas terhadap pekerjaan yang harus dilakukan dan dihasilkan. Kinerja *(performance)*

JURSIMA
Jurnal Sistem Informasi & Manajemen
ISSN : 2338-1523, E-ISSN: 2541- 576X

merupakan bentuk atau wujud nyata prestasi yang direfleksikan seseorang setelah yang bersangkutan menjalankan tugas, fungsi dan perannya dalam sebuah kelembagaan atau organisasi. Pengertian ini memberi batasan tegas bahwa kinerja karyawan merupakan bentuk atau refleksi pencapaian hasil atau buah karya seseorang dalam sebuah perusahaan dalam rangka mencapai tujuan organisasi yang didasarkan pada kesesuaian tugas dan tanggung jawab yang diberikan dalam jangka waktu yang telah ditentukan. Oleh karena itu manajemen perusahaan perlu memberikan evaluasi terhadap output atau hasil setiap karyawanya, melalui analisi kinerja. Tujuan penilaian kinerja adalah sebagai berikut:

1. Mengukur keterampilan dan kemampuan pekerja / karyawan.
2. Sumber evaluasi terhadap perencanaan kepegawaian, penyempurnaan; kondisi kerja, tim dan peningkatan mutu kerja.
3. Sebagai dasar pengembangan dan rotasi; mutasi; demosi
4. Merekatkan soliditas dan kreativitas tim kerja.
5 Sumber perencanaan terhadap proses rekrutmen sumber daya manusia masa mendatang khususnya bidang kepegawaian.

Kendala dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan

Pada prinsipnya setiap karyawan perlu dievaluasi dan diberikan penilaian, hal ini dimaksudkan agar setiap karyawan tetap berada pada jalur yang sama dalam perjalanan pencapaian tujuan organisasi. Penilaian yang dilakukan haruslah mengakomodasi model penilaian yang adil. Penilaian yang dilakukan secara adil dapat memberikan gambaran yang utuh sumbangan masing masing karyawan yang berujung pada program meningkatkan kinerja karyawan. Model *encouragement* personal terhadap karyawan yang kurang berprestasi perlu diagendakan. Bagi mereka yang belum mencapai hasil sesuai denga kebijakan perusahaan biasanya mendapatkan teguran atau himbauan, dengan begitu diharapkan karyawan dapat secepatnya memperbaiki kekeliruannya dan segera kembali memperbaiki ketertinggalanya dan selanjutnya berupaya meningkatkan kinerjanya. Menurut (Sedarmayanti, 2014) faktor yang dapat menjadi kendala dan hambatan dalam penilaian kinerja karyawan adalah:

1. Perubahan standar operasi kegiatan pekerjaan
   Perubahan yang tidak konsisten dan cenderung fluktuatif dapat mempengaruhi penilaian kinerja karyawan.
2. Perbedaan model kepemimpinan
   Manajemen mempunyai sifat dan karakter yang berbeda-beda. Diperlukan standar baku model penilaian karena model dan gaya kepemimpinan cenderung merefleksikan karakter pemimpin dan dapat mengarah pada ranah yang subyektif.
3. Perbedaan cultural dan demografis
   Manajer dapat menjadi bias karena isu etnis, gender, atau golongan tertentu.

Kendala tersebut dapat diminimalisir jika manajemen berpegang pada pedoman atau standar tertulis yang bersufat baku dan hasil penilaian prestasi harus dilakukan secara tertulis berbasis output beban kerja berbasis data yang terdokumentasi, untuk menjaga akuntabilitas bersama sebagai satu organisasi (Hadi et al., 2022).

Penelitian Terdahulu

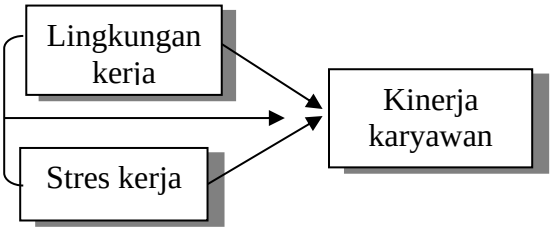
JURSIMA
Jurnal Sistem Informasi & Manajemen
ISSN : 2338-1523, E-ISSN: 2541- 576X

(Suhardi, 2017) melakukan penelitian berjudul Pengaruh motivasi, kompetensi,lingkungan kerja, kompensasi terhadap organizational citizenship behaior dan kinerja karyawan asuransi di Provinsi Kepulauan Riau. Hasil penelitian ini adalah (1). Motivasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan PT.Asuransi Jiwa (2). Kompetensi berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan PT.Asuransi Jiwa (3). Lingkungan kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan PT.Asuransi Jiwa. (4). Kepuasan berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan PT.Asuransi Jiwa (5) OCB berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan PT.Asuransi Jiwa.

(Susitianingrum, 2015) melakukan penelitian berjudul Pengaruh lingkungan kerja, motivasi kerja dan disiplin kerja terhadap kinerja karyawan bagian produksi PT Njonja Meneer Semarang. Hasil penelitian tersebut adalah (1) Lingkungan kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan bagian produksi PT Njonja Meneer Semarang. (2) Motivasi kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan bagian produksi PT Njonja Meneer Semarang. (3) Disiplin kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan bagian produksi PT Njonja Meneer Semarang

(Sahlan et al., 2015) melakukan penelitian berjudul Pengaruh lingkungan kerja, kepuasan kerja dan kompensasi terhadap kinerja karyawan pada PT. Bank Sulut Cabang Airmadidi. Hasil penelitian ini (1) Lingkungan kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan PT.Bank Sulut Cabang Airmadidi. (2) Kepuasan kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan PT.Bank Sulut Cabang Airmadidi.(3) Kompensasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan PT.Bank Sulut Cabang Airmadidi.

Kerangka Penelitian



Gb. Kerangka penelitian

Hipotesis

H_1 : Lingkungan kerja memiliki pengaruh signfikan terhadap kinerja karyawan

H_2 : Stres kerja memiliki pengaruh signfikan terhadap kinerja karyawan

H_3 : Lingkungan kerja berpengaruh paling dominan terhadap kinerja karyawan

METODE PENELITIAN

Disain penelitian

Penelitian ini menggambarkan hubungan antar variabel yang meliputi variabel independen dan variabel dependen, dengan disain penelitian survey. Dua jenis variabel independen (bebas) terdiri dari lingkungan kerja (X_1) dan stres kerja (X_2) serta variabel dependen (terikat) adalah kinerja karyawan (Y). Survey dilakukan dengan menggunakan angket, dan disusun menggunakan skala *likert*. Variabel yang diukur dijabarkan menjadi dimensi, dimensi dijabarkan menjadi sub variabel kemudian sub variabel dijabarkan lagi menjadi indikator-indikator yang dapat diukur dan menjadi titik tolak untuk membuat item instrumen penelitian berupa pernyataan yang perlu dijawab oleh responden (Sanusi, 2011)

Populasi dan Sampel

Populasi adalah domain generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik spesifik atau

JURSIMA
Jurnal Sistem Informasi & Manajemen
ISSN : 2338-1523, E-ISSN: 2541- 576X

tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan sebuah restoran di Kota Batam yaitu restoran Sederhana dan Nasi Kapau, dimana restoran tersebut berada pada kompleks destinasi wisata di Kota Batam. Responden yang digunakan berjumlah 117 Orang. Sampel penelitian menggunakan model *probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (A. E. Wibowo, 2021)

Teknik Pengambilan Sampel
Dalam penelitian ini, proses pengambilan sampling dilakukan dengan menggunakan teknik sample jenuh, yaitu sampel yang diambil adalah keseluruhan anggota populasi yang ada, dimana setiap elemen populasi digunakan menjadi anggota sampel penelitian (Sugiyono, 2012).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Langkah pembahasan hasil dilakukan setelah langkah pendahuluan berupa uji kualitas data memberikan hasil yang valid dan reliabel. Selanjutnya digunakan uji asumsi klasik regresi sebagai syarat digunakanya uji regresi berganda. Uji kualitas data tersebut meliputi :

a. Uji validitas, dilakukan dengan menggunakan penilaian korelasi *pearson product moment*. Uji ini memberikan syarat jika nilai r htiung lebih besar dari r tabel, maka items pernyataan dapat disimpulkan valid (A. E. Wibowo, 2012)
b. Uji reliabilitas, dilakukan dengan menggunakan penilaian *Cronbach's Alpha*. Uji ini memberikan syarat jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0.6 maka items pernyataan dapat disimpulkan reliabel (Ghozali, 2013)

Sedangkan uji Asumsi klasik regresi yang digunakan adalah:

a. Uji normalitas, uji yang dipenuhi jika hasil *numeric* uji nilai *asymp. sig (2 tailed)* berada lebih tinggi dari nilai 0.05 (Santoso, 2010)
b. Uji multikolinearitas, uji yang dipenuhi jika nilai *VIF* berada lebih rendah dari 10, dan nilai *Tolerance* hasil uji harus lebih besar dari 0.1(Priyatno,2012)
c. Uji heteroskedastisitas, uji yang dipenuhi jika hasil signfikansi masing masing variabel independen terhadap nilai residualnya berada lebih tinggi dari 0.05 (Wibowo A.E & Wulandari Y, 2020)

Sedangkan gambaran umum deskripsi demografis responden dapat dipaparkan sebagai berikut :

Tabel 1.1 Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin

	jenis_kelamin				
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	laki laki	84	71.8	71.8	71.8
	perempuan	33	28.2	28.2	100.0
	Total	117	100.0	100.0	

Sumber :Olah data SPSS 2023

Dari tabel di atas diperoleh gambaran karyawan yang bekerja di restoran dan berjenis kelamin laki laki sebanyak 84 orang (71.8%), yang berjenis kelamin perempuan

JURSIMA
Jurnal Sistem Informasi & Manajemen
ISSN : 2338-1523, E-ISSN: 2541- 576X

sebanyak 33 orang (28.2%). Sedangkan gambaran responden berdasarkan lamanya bekerja dapat disajikan sebagai berikut;

Tabel 1.2 Deskripsi responden berdasarkan lama waktu bekerja

lama_bekerja					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1-3 tahun	21	17.9	17.9	17.9
	lebih dari 3 tahun sampai 6 tahun	54	46.2	46.2	64.1
	lebih dari 6 tahun	42	35.9	35.9	100.0
	Total	117	100.0	100.0	

Sumber :Olah data SPSS 2023

Dari tabel di atas diperoleh gambaran lamanya karyawan yang telah bekerja di restoran tersebut; karyawan yang telah bekerja selama 1-3 tahun sebanyak 21 orang (17.9%), karyawan yang telah bekerja lebih dari 3 tahun sampai dengan 6 tahun sebanyak 54 orang (46.2%), dan karyawan yang telah bekerja lebih dari 6 tahun sebanyak 42 orang (35.9%)

Sedangkan hasil dari uji kualitas data yang telah dilakukan adalah sebagai berikut;

1.3 Uji Validitas

Tabel 1.3.1 Uji Valditas Variabel Lingkungan Kerja

Item	r_{hitung}	r_{tabel}	keterangan
1	0.373	0.180	Valid
2	0.682	0.180	Valid
3	0.709	0.180	Valid
4	0.776	0.180	Valid
5	0,757	0.180	Valid
6	0.736	0.180	Valid
7	0.653	0.180	Valid
8	0,352	0.180	Valid

Sumber :Olah data SPSS 2023

Hasil uji menunjukan bahwa semua item pernyataan untuk variabel lingkungan kerja dinyatakan valid, karena hasil uji r hitung untuk masing masing item pernyataan lebih besar dari r tabel, dimana r tabel bernilai sebesar 0.180.

Tabel 1.3.2 Uji Valditas Variabel Stres Kerja

Item	Hasil r hitung	r tabel	keterangan
1	0.611	0.180	Valid
2	0.753	0.180	Valid
3	0.805	0.180	Valid
4	0.729	0.180	Valid
5	0,843	0.180	Valid
6	0.785	0.180	Valid
7	0.697	0.180	Valid
8	0,518	0.180	Valid

JURSIMA
Jurnal Sistem Informasi & Manajemen
ISSN : 2338-1523, E-ISSN: 2541- 576X

Sumber :Olah data SPSS 2023

Hasil uji menunjukan bahwa semua item pernyataan untuk variabel stres kerja dinyatakan valid, karena hasil uji r hitung untuk masing masing item pernyataan lebih besar dari r tabel, dimana r tabel bernilai sebesar 0.180

Tabel 1.3.3 Uji Valditas Variabel Kinerja Karyawan

Item	Hasil r hitung	r tabel	keterangan
1	0.505	0.180	Valid
2	0.625	0.180	Valid
3	0.738	0.180	Valid
4	0.797	0.180	Valid
5	0,623	0.180	Valid
6	0.772	0.180	Valid
7	0.646	0.180	Valid

Sumber :Olah data SPSS 2023

Hasil uji menunjukan bahwa semua item pernyataan untuk variabel kinerja karyawan dinyatakan valid, karena hasil uji r hitung untuk masing masing item pernyataan lebih besar dari r tabel, dimana r tabel bernilai sebesar 0.180

1.4 Uji Reliabilitas

Tabel 1.4.1 Uji Relibilitas

variabel	*Cronbach's Alpha*	Keterangan
Lingkungan kerja	0.743	reliabel
Stres kerja	0.864	reliabel
Kinerja karyawan	0.822	reliabel

Sumber :Olah data SPSS 2023

Hasil uji menunjukan bahwa semua item pernyataan yang digunakan untuk menggali informasi responden dari setiap variabel dinyatakan reliabel atau dapat dipercaya. Masing masing variabel yang digunakan memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebagai berikut, variabel lingkungan kerja bernilai 0.743, variabel stres kerja bernilai 0.864, dan variabel kinerja karyawan bernilai 0.822. Masing masing nilai *Cronbach Alpha* tersebut lebih besar dari nilai *Cronbach's Alpha* yang dipersyaratkan yaitu, lebih besar atau sama dengan 0.6. Dengan demikian dapat secara nyata disebutkan bahwa item item yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel.

1.5 Uji Asumsi Klasik Regresi

Tabel 1.5.1 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		117
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.35714178
	Absolute	.079

JURSIMA
Jurnal Sistem Informasi & Manajemen
ISSN : 2338-1523, E-ISSN: 2541- 576X

Most Extreme Differences	Positive	.058
	Negative	-.079
Kolmogorov-Smirnov Z		.854
Asymp. Sig. (2-tailed)		.459
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Sumber :Olah data SPSS 2023

Hasil uji menunjukan bahwa data memiliki sebaran data atau distribusi data yang normal. Hasil ini dibuktikan dengan nilai uji *Kolmogorov-Smirnov* pada nilai *Asymp.Sig (2 –tailed)* sebesar 0.459. Nilai tersebut lebih besar dari 0.05. Dari hasil pengujian di atas dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam studi ini memiliki distribusi normal.

Tabel 1.5.2 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	lingkungan_kerja	.758	1.319
	stres_kerja	.758	1.319
a. Dependent Variable: kinerja_karyawan			

Sumber :Olah data SPSS 2023

Hasil uji menunjukan bahwa data tidak terjadi gejala multikolinearitas, Hasil ini dibuktikan dengan nilai uji multikolinearitas dimana masing masing nilai variabel yang terdiri dari variabel lingkungan kerja dan stres kerja sebagai variabel independen memiliki besaran nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* sebesar 1.319, nilai tersebut lebih kecil dari 10, serta nilai *tolerance* masing masing variabel independen sebesar 0.758 nilai tersebut lebih besar dari 0.1. Dari hasil pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam studi ini tidak memiliki gejala multikolinearitas.

Tabel 1.5.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Correlations

			lingkungan_kerja	stres_kerja	Unstandardized Residual
Spearman's rho	lingkungan_kerja	Correlation Coefficient	1.000	.522**	.078
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.404
		N	117	117	117
	stres_kerja	Correlation Coefficient	.522**	1.000	.131
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.160
		N	117	117	117
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	.078	.131	1.000
		Sig. (2-tailed)	.404	.160	.
		N	117	117	117

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

JURSIMA
Jurnal Sistem Informasi & Manajemen
ISSN : 2338-1523, E-ISSN: 2541- 576X

Sumber :Olah data SPSS 2023

Hasil uji menunjukan bahwa data tidak terjadi gejala heteroskedastisitas, Hasil ini dibuktikan dengan nilai uji heteroskedastisitas dimana nilai variabel yang terdiri dari variabel lingkungan kerja dan stres kerja sebagai variabel independen memiliki besaran nilai signifikansi terhadap nilai residualnya masing masing sebesar 0.404 untuk variabel lingkungan kerja, dan nilai sebesar 0.160 untuk variabel stres kerja. Nilai tersebut lebih besar dari 0.05. Dari hasil pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam studi ini tidak memiliki gejala heteroskedastisitas.

1.6 Uji Hipotesis

Tabel 1.6.1 Hasil Uji Hipotesis Parsial

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.666	1.513		3.744	.000
	lingkungan_kerja	.820	.057	.884	14.395	.000
	stres_kerja	-.115	.047	-.150	-2.441	.016

a. Dependent Variable: kinerja_karyawan

Sumber :Olah data SPSS 2023

Hasil uji statistik menujukan bahwa variabel independen lingkungan kerja memiliki nilai signifikansi sebesar 0.000 dan t hitung sebesar 14.395. Hal ini menunjukan bahwa variabel lingkungan kerja memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 < 0.05, dan t hitung sebesar 14.395 > dari t tabel yaitu 1.980. Hasil signifikan ini memiliki kemiripan hasil dengan penelitian yang dilakukan oleh (Suhardi, 2017) dalam penelitian yang berjudul 'Pengaruh motivasi,kompetensi,lingkungan kerja,kompensasi terhadap organizational citizenship behavior dan kinerja karyawan asuransi di Provinsi Kepulauan Riau'. (Susitianingrum, 2015) penelitian yang berjudul 'Pengaruh lingkungan kerja, motivasi kerja dan disiplin kerja terhadap kinerja karyawan bagian produksi PT Njonja Meneer Semarang'. (Sahlan et al., 2015) penelitian berjudul 'Pengaruh lingkungan kerja, kepuasan kerja dan kompensasi terhadap kinerja karyawan pada PT. Bank Sulut Cabang Airmadidi.

Hasil uji statistik menujukan bahwa variabel independen stres kerja memiliki nilai signifikansi sebesar 0.016 dan t hitung sebesar -2.441. Hal ini menunjukan bahwa variabel stres kerja memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0.016 < 0.05, dan t hitung sebesar -2.441 < dari t tabel yaitu -1.980. Hasil signifikan ini memiliki kemiripan hasil dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sahlan et al., 2015) penelitian berjudul 'Pengaruh lingkungan kerja, kepuasan kerja dan kompensasi terhadap kinerja karyawan pada PT. Bank Sulut Cabang Airmadidi'. (Suhardi, 2017) dalam penelitian yang berjudul 'Pengaruh

motivasi,kompetensi,lingkungan kerja,kompensasi terhadap organizational citizenship behavior dan kinerja karyawan asuransi di Provinsi Kepulauan Riau'. (Susitianingrum, 2015) penelitian yang berjudul 'Pengaruh lingkungan kerja, motivasi kerja dan disiplin kerja terhadap kinerja karyawan bagian produksi PT Njonja Meneer Semarang'.

Hasil uji statistik menujukan bahwa variabel independen lingkungan kerja memiliki nilai signifikansi sebesar 0.000 dan t hitung sebesar 14.395, dan nilai *standardized coefficients Beta* sebesar 0.884 lebih besar dari nilai *standardized coefficients Beta* variabel stres kerja sebesar -0.150. Hal ini menunjukan bahwa variabel lingkungan kerja lebih dominan memberikan pengaruh terhadap kinerja karyawan dibandingkan variabel stres kerja terhadap kinerja karyawan. Hasil signifikan ini memiliki kemiripan hasil dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sahlan et al., 2015) penelitian berjudul (Susitianingrum, 2015) penelitian yang berjudul 'Pengaruh lingkungan kerja, motivasi kerja dan disiplin kerja terhadap kinerja karyawan bagian produksi PT Njonja Meneer Semarang'. (Suhardi, 2017) dalam penelitian yang berjudul 'Pengaruh motivasi,kompetensi,lingkungan kerja,kompensasi terhadap organizational citizenship behavior dan kinerja karyawan asuransi di Provinsi Kepulauan Riau'

SIMPULAN

1. Hipotesis pertama dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa lingkungan kerja memiliki pengaruh signfikan terhadap kinerja karyawan, terhadap hipotesis ini **diterima**. Simpulan ini memberikan implikasi bahwa kelangsungan usaha restoran terus bisa berjalan karena pola manajerial yang diterapkan telah memberikan dampak terhadap *atmosphere* yang dapat mendukung etos dan semangat kerja karyawan yang ada. Lingkungan tersebut lebih banyak tercipta karena suasana fisik yang diterima karyawan dan suasana psikologis yang diciptakan manajemen dapat menjadi perekat dalam lingkungan yang sehat untuk bekerja secara tim work.
2. Hipotesis kedua dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa stres kerja memiliki pengaruh signfikan terhadap kinerja karyawan, terhadap hipotesis ini **diterima**. Simpulan ini memberikan implikasi bahwa kelangsungan usaha restoran terus bisa berjalan karena pola manajerial yang diterapkan telah memberikan dampak terhadap *atmosphere* yang dapat mendukung etos dan semangat kerja karyawan yang ada.Meski konflik ada dan menjadi kendala bagi kinerja bersama, namun stres yang ada dan terjadi pada karyawan dapat dikelola dengan baik oleh karyawan, dalam penelitian didapati suatu keadaan dan kondisi yang cukup linear bahwa situasi yang membawa tekanan memang ada dan terjadi, namun dapat dikurangi berkat tata kelola manajerial yang baik pada domain lingkungan kerja oleh pihak manajerial. Dari persamaan nilai koefisien yang dihasilkan cukup jelas diketahui bahwa setiap penambahan beban stres bertambah maka akan terdapat penurunan kinerja karyawan. Disisi lain, lingkungan kerja yang diterapkan oleh manajemen telah menjadi sarana elimasi dan sebagai solusi penyeimbang stres yang dialami oleh karyawan, yang

kemungkinan mendapatkan tekanan dari internal dan bukan karena pekerjaan.

3. Hipotesis ketiga dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa lingkungan kerja berpengaruh paling dominan terhadap kinerja karyawan, terhadap hipotesis ini **diterima.** Simpulan ini memberikan implikasi bahwa kelangsungan usaha restoran terus bisa berjalan hal ini didukung oleh lingkungan kerja yang dianggap telah menghadirkan dan memberikan suasana yang dapat mendukung para karyawan untuk bekerja dengan lebih baik. Meski terdapat tekanan, namun faktor kehadiran lingkungan yang dibawakan oleh manajemen telah dapat mereduksi jumlah tekanan kerja yang ada. Lingkungan telah dipersepsikan dengan baik oleh para karyawan dan dianggap dapat mengurangi jumlah tekanan yang sebenarya bukan dari pekerjaan namun lebih pada pengaruh psikologi yang bersifat bawaan personal karyawan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Allah yang Maha Asih, karena penelitian ini telah selesai atas berkahNya. Hasil kajian ini masih dapat disempurnakan kembali dengan menambahkan beberapa atribut atau variabel lain yang secara teori dapat memberi kajian yang lebih akurat dalam menilai kinerja karyawan. Semoga penelitian ini dapat menjadi masukan bagi perbaikan kepengelolaan lingkungan kerja yang dapat mendukung kinerja karyawan dan dapat menghadirkan situasi kerja atau stres kerja yang konstruktif dan berimbas pada peningkatan kinerja karyawan.

DAFTAR PUSTAKA

Ghozali, I. (2013). *Analisis Multivariate dengan Program SPSS 21. Penerbit BPFE, Undip*. 98.

Hadi, M. A., Wibowo, A., Wibowo, A. E., Jalil, M., Waskito, and T., & Ad. (2022). The Influence of Work Discipline, Quality of work life (QWL) and Work Environment on Work Motivation and Its Impact on the Performance of MSME Employees in Pasuruan Regency. *Enrichment: Journal of Management*, *12*(4), 2791–2803.

Handoko, H. (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia dan Organisasi*. 59.

Harsuko, R. (2011). *Mendongkrak Motivasi Dan Kinerja,Pendekatan Pemberdayaan SDM*. Universitas Brawijaya Malang.

Irham Fahmi. (2016). *Pengantar Manajemen Sumber Daya Manusia Konsep & kinerja* (Rudy Fachruddin (ed.)). Mitra Wacana Media.

Pearce, J., & Robinson, R. (2008). *Manajemen Strategis – Formulasi, Implementasi,dan Pengendalian* (Edisi 10,). Salemba Empat.

Priyatno, D. (n.d.). *Mahir Menggunakan SPSS. Penerbit Graha Ilmu, Yogyakarta*. *2012*.

Sahlan, N. I., Mekel, P. A., & Trang, I. (2015). Pengaruh Lingkungan Kerja, Kepuasan Kerja dan Kompensasi terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Bank Sulut Cabang Airmadidi. *Jurnal EMBA*, *3*(1), 52–62.

Santoso, S. (2010). *Statistik Non Parametrik Konsep dan Aplikasi dengan SPSS.* Elexmedia Komputindo.

Sanusi, A. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis. Penerbit Salemba Empat, Jakarta*. 135.

Sedarmayanti. (2014).

SumberDayaManusiadanProduktivitas Kerja. MandarMaju.

Stephen P.Robbins & Judge. T.A. (2008). *Prilaku Organisasi* (E. ke Duabelas (ed.)). Salemba Empat.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Suhardi, S. dan. (2017). Pengaruh Motivasi,Kompetensi,Lingkungan Kerja,Kompensasi terhadap Organizational Citizenship Behaior dan Kinerja Karyawan Asuransi di Provinsi Kepulauan Riau. *Benefita*, *2*(1), 55–71.

Sunyoto, D. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. (Edisi Pert, p. 98). CAPS.

Susitianingrum. (2015). Pengaruh Lingkungan Kerja, Motivasi Kerja dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan Bagian Produksi PT Njonja Meneer Semarang. *Journal of Social and Political of Sciences*.

Wibowo, A.E., Abnur, A. (2022). Perbedaan Kinerja Kualitas Layanan Kuliner Restoran Sederhana dan Rumah Makan Nasi Kapau pada Kawasan Wisata Kuliner di Kota Batam. *JURNAL MATA PARIWISATA*, *1*(1), 11–16.

Wibowo., A. (2011). *MANAJEMEN KINERJA*.

Wibowo, A. E. (2012). *Aplikasi Praktis SPSS dalam Penelitian. Penerbit Gava Media, Yogyakarta*.

Wibowo, A. E. (2021). *Metodologi Penelitian Pegangan untuk Menulis Karya Ilmiah. Penerbit Insania, Cirebon*.

Wibowo A.E & Wulandari Y. (2020). *SPSS dalam Riset Layanan Jasa dan Kesehatan*. Gava Media, Yogyakarta.

ResearchGate

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: https://www.researchgate.net/publication/371161027

Team Member Exchange Leadership Model To Improve Company Strategy Development

Article *in* JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia) · November 2022

DOI: 10.29210/020231752

CITATIONS
0

READS
85

6 authors, including:



Agung Edy Wibowo
Politeknik Pariwisata Batam, Indonesia
17 PUBLICATIONS **116** CITATIONS
SEE PROFILE



Ida Aju Brahma Ratih
Untag Surabaya University
16 PUBLICATIONS **25** CITATIONS
SEE PROFILE



Suhardi Suhardi
Universitas Putera Batam
66 PUBLICATIONS **98** CITATIONS
SEE PROFILE

All content following this page was uploaded by Suhardi Suhardi on 01 June 2023.

The user has requested enhancement of the downloaded file.

Vol. 9, No. 1, 2023, pp. 420-438
DOI: https://doi.org/10.29210/ 020231752

Contents lists available at Journal IICET

JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)
ISSN: 2502-8103 (Print) ISSN: 2477-8524 (Electronic)

Journal homepage: https://jurnal.iicet.org/index.php/jppi

Team member exchange leadership model to improve company strategy development

Agung Edy Wibowo[1], Ida Bagus Udayana Putra[2], Ida Aju Brahma Ratih[3], Ida Bagus Cempena[3], Ida Aju Brahma Sari[3], Suhardi Suhardi[4*)]
[1]Batam Tourism Polytechnic, Indonesia
[2]Universitas Warmadewa Denpasar, Indonesia
[3]Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Indonesia
[4]Universitas Putera Batam, Indonesia

Article Info

Article history:

Received May 31st, 2022
Revised Nov 11th, 2022
Accepted Nov 14th, 2022

Keyword:

Leadership model,
Team member exchange,
Company strategy

ABSTRACT

Company leaders have different potential and planning strategies. To develop a company requires leadership and team support. Many of the work teams do not experience positions alternately so that it affects the company's performance commitment. the research method uses library research by collecting several leadership theories and company The purpose of this study is to analyze the leadership model of the exchange of working team members to develop private companies in Indonesia. The results of the study explain that a company led by an entrepreneurial spirit, charismatic, democratic model is able to improve team performance so that the company can develop quickly through planning strategies and periodic evaluations from leaders and members of the work team. To thrive in the future and be profitable, teams and organizations can work alternately in a job title in a team member exchange leadership system.

© 2023 The Authors. Published by IICET.
This is an open access article under the CC BY-NC-SA license
(https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0

Corresponding Author:

Suhardi Suhardi,
Universitas Putera Batam
Email: Suhardi_rasiman@yahoo.com

Introduction

Current technological developments trigger increasingly fierce and complex competition between companies. Competition does not only occur between similar companies in the country but also competes with foreign companies entering the country with the term globalization. Currently, the development of industry 4.0 is also supported by very rapid technological advances. The development of this technology allows automation in almost all fields. (Aldianto et al., 2018; Simanjuntak, 2022). Therefore, whether as a leader in an organization or business company, or as an employee in a company, you are always required to be more multitasking and competent in behavior, acting superior to other companies. Events that often occur in a system and human resource management in several companies are how the employees themselves behave (Dewi & Subudi, 2015).

The development of human resources can affect various aspects of the company, including an increased sense of responsibility, high work commitment, the value of honesty and motivation. Some of these things can improve the quality of human resources for the company. The changes in the conditions mentioned above can certainly open up new business opportunities and markets for technology providers and developers, such as sensors, robotics, 3D printing or inter-machine communication technology. (Aldianto et al., 2018). The

development of technology-based business can increase business development quickly and facilitate the formulation of strategies, systems and opportunities to compete more.

To develop a company is important in planning strategy. Among them is that service motivation not only encourages employees to make efforts toward interesting and enjoyable tasks with prosocial consequences, but also helps explain why employees put extra effort into tasks that are inherently unpleasant or do not incentivize in exchange for money, making them all the more important. for business leaders to know how to stimulate this motivation. On the other hand, the practice of transformational leadership requires behaviors that aim to direct and inspire efforts to meet organizational goals by articulating a vision that increases employee awareness (Fikri et al., 2021).

Some of the management strategies and techniques to increase competitive advantage that have begun to develop in recent years, highlighting leadership, such as Servant Leadership can be developed with progress in the economic field as large and strong as progress in the political and military fields (Dixit et al., 2018; (Suhardi; Nainggolan, Nora, 2021). Human resources can determine the progress of a company. To realize quality human resources, it is necessary to pay attention to the leadership model. Among them Servant Leadership is someone who becomes a servant first. It starts with the natural feeling that someone who wants to serve must first serve. Then conscious choice brings someone to lead by placing the needs of employees as a priority, recognizing the honor and importance of values for each individual, and helping others in achieving a common goal (Rachman et al., 2021; Suhardi, 2018).

Leadership is defined as the ability to achieve goals by influencing people or members in an organizational group. the importance of serving followers (communities) wherever they are and acting as role models who provide support, and involve followers in decision making. the work environment becomes more conducive because it prioritizes the interests of others (focusing on subordinates or employees themselves) so that the organization/company will easily grow and develop. Conceptual Servant Leadership (SL) Until now leadership is still considered an important factor in improving performance, but along the way, there has been a shift that was initially process-oriented and result-oriented, then turned into people (people) and oriented to the future. The main challenge in the concept of leadership is how to develop and empower the people under its coordination in a company/organization. (Rachman et al., 2021) A good leader is highly expected by many people. When someone is appointed as a leader, everyone will expect that the leader is a good leader and can protect anyone under his leadership.

To lead a company, it is necessary to pay attention to the mechanisms and strategies that are the main action patterns chosen to realize the organization's vision through mission (Ramdhani, 2018). It should be noted that servant leadership has several similarities with transformational leadership, including trust, value credibility, influence and motivation of leaders and visionary services committed to determining the future vision of the company/organization by involving all members to determine the direction of a better organization together, but if viewed conceptually there are differences and have additional predictive validity on the exchange of leader members and transformational leadership.

The theory of Servant Leadership that is always used by researchers is adopted from the view that he is one of the revolutionary pioneers of new leadership thinking, he said, Servant Leadership is a form of charismatic leadership that is influenced by morals. Then, looking at Servant Leadership as having the characteristics of humility, Servant Leadership in leading its members always respects and places other people's achievements higher than theirs; oriented to the relational strength and moral development of members.(Suhardi et al., 2022). There are several companies that have obstacles to fully develop. Greiner explained that there is still a crisis, namely a return to the first crisis (leadership crisis), or the second (autonomy crisis), or the third (control crisis), or the fourth (red-tape), or all crises can occur simultaneously. what we often call multi-crisis. From Greiner's concept, it can be concluded that every organization cannot be separated from the problems (crises) it faces, there is no apparent death that will happen to the organization, and there is only a crisis (Armanu Thoyib, 2005).

The company when the owner as the founder of the organization (company) has been preoccupied with other matters that have resulted in the founder being unable to concentrate his company which is being faced with a very serious competitive phenomenon, or the succession of the organization has failed (unsuccessfully) because no founding family member continues to replace seniors control the company. When (Armanu Thoyib, 2005). The correlation of variables with previous research on the findings of Valdiseri et al. (2010) also found a relationship between transformational leadership on the effectiveness and job satisfaction of employees. Job satisfaction is a condition related to the emotional reaction of the perception of someone who has received the needs and demands he wants from the work he does (Dewi & Subudi, 2015).

Maulizar (2012) states that transformational leaders are leaders who motivate their subordinates to work to achieve organizational goals and satisfy their needs at a higher level. Hughes et al. (2012:542) suggest that a transformational leader can encourage employee motivation in realizing the leader's vision, because he has rhetorical skills, and good impression management. Ping & Yue (2010) define leader-member exchange or leader-member exchange (LMX) as an interpersonal exchange relationship between subordinates and their leaders. Wijayanto and Susanto (2013) stated that the LMX theory found differences in attitudes received by subordinates from their superiors. These differences form separate groups that explain the relationship between superiors and subordinates called in-group and out-group.

Charismatic leadership model In this component the leader will act as a model who is admired, respected and trusted by subordinates so that the subordinate will be on the side of the leader and even want to be like his leader. This component is also known as the Idealized Influence component (Dewi & Subudi, 2015) Characteristics and Dimensions of Servant Leadership (SL) In empowering followers who are the key characteristics of Servant Leadership, researchers view it in several different ways, among others. Initially, the concept of TMX (Team Member Exchange) was developed with the aim of measuring the level of skills, information knowledge, and exchange of ideas with measurements from other colleagues.

Emphasis on Team Member Exchange (TMX) based on role theory is the importance of interaction between members in an organization/company as a way to achieve company effectiveness but another view of social exchange theory.(Suhardi; et al, 2022) redefined Team Member Exchange (TMX) as a member's perception of the quality of reciprocal relationships between team members with respect to the help and contributions of other members, so that he or she is ultimately motivated to help and provide information to provide mutual support between members. Team Member Exchange focuses on the quality of relationships Social interaction between someone in a work team that emphasizes providing information, and problem solving on work problems faced by work members. The influence of the leader on one's role will be meaningful and quality for the work team. if he tends to value good relations with his co-workers, and can create a conducive work atmosphere, mutual trust and mutual support in providing ideas and ideas.

There are at least two reasons why the concept of Team Member Exchange (TMX) has attracted the attention of academics and researchers, namely: a. Team Member Exchange (TMX) can provide a comprehensive understanding of the internal team exchange relationships, whereas when compared to The Leadership Member Exchange (LMX) or Self-Managed Team (SMT) can only reflect the vertical relationship between superiors (leaders) and subordinates (members). In other words, the Team Member Exchange (TMX) variable can provide additional roles, apart from vertical relationships such as the Leadership Member Exchange (LMX) variable, it can also reflect horizontal reciprocal relationships with other members and co-workers. The stronger the reciprocity of members in a team, the higher the TMX (Team Member Exchange) quality level. As an illustration, everyone recognizes the salary they receive as an award given by the company/organization to their team, so they will be more willing to contribute together to achieve common goals with their team. Vice versa, the lower the quality of TMX (Team Member Exchange), the less likely members are to make an effort and be respected and appreciated, they are less willing or even not to make any effort.

With the increasing number of work designs based on team output, such as team effectiveness, team innovation, as well as team creativity, and team performance, it will increasingly become the center of attention of experts and researchers, especially in academics and in practice as well, they really hope to receive theoretical guidance. from academics and researchers. Based on the brief description above and also from empirical evidence that has been carried out by experts, it is stated that Team Member Exchange (TMX) reflects the spirit of self-respect with cooperation and altruism, among others in a work team, with a theoretical basis.

This Role Theory includes learning, cognition, and expectation. How the attitudes and behavior of members are influenced by their role in society, both status and identity. A person's position in society will determine a person's social behavior. When someone is in community organization activities, he will always want to interact with each other. In an organization, a person can be given different tasks and rights so that team members will try to continue to learn according to the cognition of their respective roles in their respective fields, with the hope that they will be achieved in the organization. In a team too, someone will get hope, if it is responded positively and will live up to their expectations, and they will help each other, provide information, share resources, provide feedback, which in the end will build Team Member Exchange (TMX) high quality. Based on the phenomena and problems stated above, this study aims to analyze the Team Member Exchange (TMX) leadership model to develop private companies in Indonesia with a meta-analysis method using literature studies by collecting several leadership and corporate theories.

Method

The procedure in this research is to examine several sources related to the strategic management of leadership models in Indonesia, then select and link these sources to serve as new arguments from the arguments that already exist. This paper uses the method of library research (library research). Literature study is a study that is used to collect information and data with the help of various materials in the library such as documents, books, magazines, and historical stories (Creswell, 2015). The literature study analyzes reference books, the results of previous similar studies that are useful for obtaining a theoretical basis on the problem to be studied. Literature study means data collection techniques by reviewing books, literature and various reports related to the problem to be solved. Meanwhile, according to other experts, literature study is a theoretical study, references and other scientific literature related to culture, values and norms that developed in the social situation under study (Budiman & Suparjo, 2021). This study uses a meta-analysis using published studies' data as a sample. Samples suitable for meta-analysis were collected through studies based on the results of a literature review of pre-existing studies using 101 publications. The reference procedure can be detailed as shown in Figure 1.

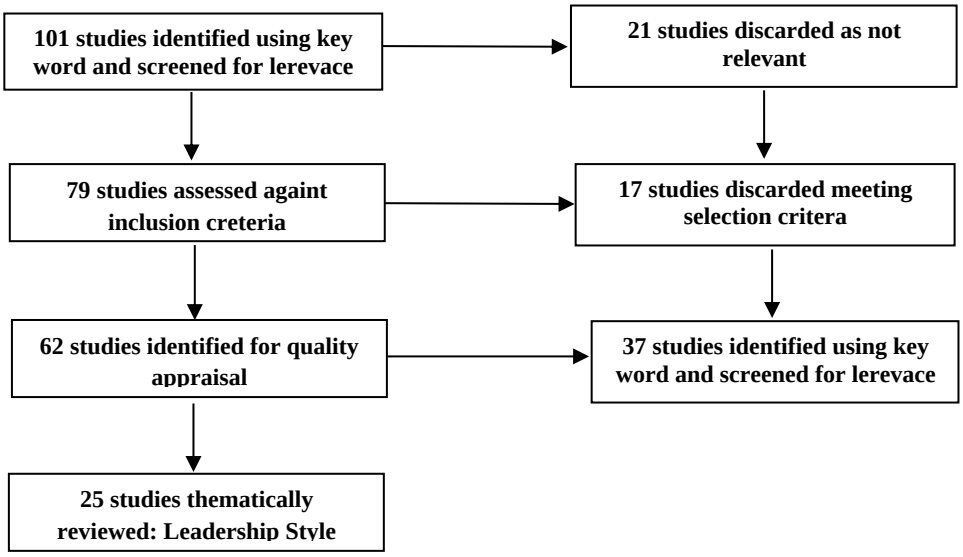


Figure 1. Summary Detail of the Search Procedures

Based on Figure 1 summary of the search and assessment process, journal sources found studies that could be identified using keywords and filtered on Leadership: Leader-Member Exchange, Team Member Exchange (TMX), and Leadership Style with a total of 101 lessons. Twenty-one were discarded as irrelevant, while the other 79 were assessed based on the total inclusion criteria. 17 lessons were discarded to meet the selection criteria. Meanwhile, another 62 lessons were identified for quality assessment. A total of 37 studies were identified using keywords and filtered for relevance until finally using 25 thematic studies reviewed. The studies are summarized and placed in the Mapping Journal, as shown in Table 1.

Table1. Summary Mapping Journal Leadership

No	Author(s)	Title(s)	Key Findings	Publisher	Links
1	Amah, Okechukwu Ethelbert (2016).	Servant Leadership Relationship with Leader Member Exchange: The Moderating Role of Motivation-to-Serve and Motivation-to-Lead	Servant Leadership, Motivation-to-Serve, Motivationto-Lead, Leader-Member Exchange, Cross-Cultural	International Journal of Management, Economics and Social Sciences, Vol. 4(3).108 – 127	http://dx.doi.org/10.5334/pb.326
2	Anand, S, et al. (2011).	Leader–Member Exchange: Recent Research Findings and Prospects for the Future	Leader Member Exchange	The Sage Handbook of Leadership, 311-325	

No	Author(s)	Title(s)	Key Findings	Publisher	Links
3	Angela J. Xu. Lei Wang (2019)	How and When Servant Leaders Enable Collective Thriving: The Role of Team–Member Exchange and Political Climate	Servant Leaders, Team Member Exchange, Political Climate	British Journal of Management, 31, Issue 2, 274-288	https://doi.org/10.1111/1467-8551.12358
4	Bank, G.C., et al (2018)	Construct redundancy in leader behaviors: A review and agenda for the future. Leadership Quarterly	Leader Behaviors, Leadership Quarterly	The Leadership Quarterly Volume 29, Issue 1, 236-251	https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2017.12.005
5	Banks, G.C., et al (2014)	What Does Team-Member Exchange Bring to the Party? A Meta-Analytic Review of Team and Leader Social Exchange	Team-Member Exchange, Team and Leader Social Exchange	Journal of Organizational Behavior, 35, 273-295	https://doi.org/10.1002/job.1885
6	Beshlideh, K, et al. (2018).	Testing a Model of Perceived Organizational Support, Citizenship Behavior, Commitment, Job Satisfaction and Leader-Member Exchange as Concequences of Servant Leadership in Cement Factory Employees in Kermanshah	Servant Leadership, Perceived Organizational Support, Leader-Member Exchange, Job Satis-faction, Organizational Commitment, Organiza-tional Citizenship Behavior	International Journal of Psychology Vol. 12, No. 2, Summer & Fall 2018, 169-196.	https://doi.org/10.24200/ijpb.2018.115440
7	Canavesi, A & Minelli, E. (2022).	Servant Leadership: a Systematic Literature Review and Network Analysis	Servant Leadership, Systematic Literature Review, Bibliographic Network Analysis, SNLA	Employee Responsibilities and Rights Journal, 34:267–289	https://doi.org/10.1007/s10672-021-09381-3
8	Coetzer, M, F, et al. (2015).	The Functions of a Servant Leader	Servant Leadership; Practice; Organisational Development; Systematic Literature Review	Administrative Sciences, 7 (5), 1–32	https://doi.org/10.3390/admsci7010005
9	Dierendonck, D, V. (2011).	Servant Leadership: A Review and Synthesis	Servant Leadership; Review; Positive Organizational Behavior	Journal of Management, Vol. 37 No. 4, 1228-1261	http://doi.org/10.1177/0149206310380462.
10	Eva, N., et al (2019)	Servant Leadership: A systematic review and call for future research. Leadership Quarterly	Servant Leadership, Leadership, Leader, Systematic Literature, Review, Literature review	The Leadership Quarterly, 30 (1), 111–132	https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2018.07.004
11	Farmer, S. M., (2015)	The Contextualized Self: How Team-Member Exchange	Team-Member Exchange, Coworker Identification, OCB	Journal of Applied Psychology, 100 (2), 583–595	https://doi.org/10.1037/a0037660

No	Author(s)	Title(s)	Key Findings	Publisher	Links
		Leads to Coworker Identification and Helping OCB			
12	Hanse, J.J, et al (2015)	The impact of Servant Leadership Dimensions on Leader–Member Exchange among Health Care Professionals	Servant Leadership, Leader Member Exchange	Journal of Nursing ManagementVolume 24, Issue 2 p. 228-234	https://doi.org/10.1111/jonm.12304
13	Haynie, J.J. (2012)	Core-Self Evaluations and Team Performance: The Role of Team-Member Exchange	Core-Self Evaluations, Team Performance, Team-Member Exchange	Small Group Research, 43, 315-329	https://doi.org/10.1177/1046496411428357
14	Liden, R, C, et al. (2008)	Servant Leadership: Development of a Multidimensional Measure and Multi-Level Assessment	Servant Leadership, Community Citizenship, Scale Development, Multi-level Analysis, Leader Member Exchange, Trans-formational Leadership	The Leadership Quarterly, 19, 2, 161-177	https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2008.01.006
15	Liden, R, C, et al. (2014)	Servant Leadership: Antecedents, Processes, and Outcomes	Servant Leadership	The Oxford Handbook of Leadership and Organizations, 1–26	https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199755615.013.018
16	Liden, R. C., et. al (2014)	Servant Leadership and Serving Culture: Influence on Individual and Unit Performance	Servant Leadership, Serving Culture, Individual and Unit Performance	Academy of Management Journal, 57(5), 1434–1452.	https://doi.org/10.5465/amj.2013.0034
17	Malingumu W, et al (2016)	Servant Leadership, Organisational Citizenship Behavior and Creativity: The Mediating Role of Team-Member Exchange	Servant Leadership, OCB, Creativity, TMX	Psychologica Belgica, 56 (4), 342-356	https://doi.org/10.5334/pb.326
18	Miao, Q., et al (2014)	Servant Leadership, Trust, and the Organizational Commitment of Public Sector Employees in China	Servant Leadership, Trust, Organizational Commitment, Public Sector Employees	Public Administration, 92(3), 727–743.	https://doi.org/10.1111/padm.12091
19	Mostafa, A, M, S & El-Motalib, E, A, A,. 2018	Servant Leadership, Leader–Member Exchange and Proactive Behavior in the Public Health Sector	Servant Leadership, Leader–Member Exchange, Proactive Behavior	Public Personnel Management, 48 (3)	https://doi.org/10.1177/0091026018816340
20	Mustamil, N. and Najam, U. (2020).	Servant Leadership: A bibliometric	Servant Leadership	International Journal of Organiztional Leadership, 9, 138-155	http://doi.org/10.33844/ijol.2020.60501.

No	Author(s)	Title(s)	Key Findings	Publisher	Links
		Review			
21	Newman, A., et al (2017)	How Servant Leadership Influences Organizational Citizenship Behavior: The Roles of LMX, Empowerment, and Proactive Personality	Servant Leadership, Organizational Citizenship Behavior, LMX, Empowerment, Proactive Personality	Journal of Business Ethics, 145(1), 49–62.	http://doi.org/10.1007/s10551-015-2827-6
22	Parris, D. L., & Peachey, J. W. (2013).	A Systematic Literature Review of Servant Leadership Theory in Organizational Contexts.	Servant Leadership	Journal of Business Ethics, 113(3), 377–393.	https://doi.org/10.1007/s10551-012-1322-6
23	Reed, L. L. (2015).	Servant Leadership, Followership, and Organizational Citizenship Behaviors in 9-1-1 Emergency Communications centers: Implications of a National Study. Servant Leadership Theory and Practice	Servant Leadership, Followership, Organizational Citizen-ship Behaviors, 9-1-1 Emergency Communicati-ons, Executive Servant Leadership Scale, Implicit Followership Scales	Servant Leadership: Theory and Practice, 2 (1), 71–94	https://core.ac.uk/download/pdf/147512254.pdf
24	Seer, A., Petty, M.M., & Cashmand, J. (1995)	Team-Member Exchange under Team and Traditional Management.	Team-Member Exchange, Team, Traditional Management.	Group and Organization Management, 20, 18–38	http://dx.doi.org/10.1177/1059601195201003
25	Suhardi & Nainggolan, N, P. (2021)	Servant Leadership, Procedural Justice Climate, Service Climate, Employee Attitudes, and Organizational Citizenship Behavior: A Cross-Level Investigation	Servant Leadership, Team Member Exchange, Performance	Journal of Business and Management (IOSR-JBM), 23, Issue 9. Ser. IV, 12-20	https://doi.org/10.9790/487X-2309041220
26	Suhardi, et al. (2022)	The Effect of Servant Leadership and Team Member Exchange (TMX) on Employee Performance of Foreign-owned Life Insurance: The Mediating Role of Organizational Citizenship Behavior.	Servant Leadership, Team Member Exchange (TMX), Employee Performance.	Journal of Economics Business and Accountancy Ventura 24(3)	https://doi.org/10.14414/jebav.v24i3.2785

No	Author(s)	Title(s)	Key Findings	Publisher	Links
27	Suhardi, et al. (2022)	Impact of Team Member Exchange and Servant Leadership on Employee Performance with Organizational Citizenship Behavior	Servant Leadership, Team Member Exchange, Organizational Citizenship Behavior, Employee Performance	Hunan Daxue Xuebao/Journal of Hunan University Natural Sciences, 49 (5), 90-101	https://doi.org/10.55463/issn.1674-2974.49.5.11
28	Van Dierendonck, D. (2011).	Servant Leadership: A Review and Synthesis	Servant Leadership	Journal of Management, 37(4), 1228–1261.	http://dx.doi.org/10.1177/0149206310380462
29	Verdorfer, A.P & Peus, C (2016).	The Measurement of Servant Leadership	Servant Leadership, Measurement Adaption, Validity, Servant Leadership Survey	Zeitschrift für Arbeits- und Organisationspsychologie, 60 (3), 1-17	https://doi.org/10.1026/0932-4089/a000133.
30	Walumbwa, F.O., et al (2010)	Servant Leadership, Procedural Justice Climate, Service Climate, Employee Attitudes, and Organizational Citizenship Behavior: A Cross-Level Investigation	Servant Leadership, Procedural Justice Climate, Service Climate, Employee Attitudes, Organizational Citizenship Behavior	Journal of Applied Psychology, 95, 517-529	https://doi.org/10.1037/a0018867
31	Wang, Z., et al (2014)	The Mediating Effect of Cooperative Goals on the Relationship between Team Orientation and Team Member Exchange.	Cooperative Goals, Team Orientation, Team Member Exchange	Social Behavior and Personality: An International Journal, 42, 685-693.	https://doi.org/10.2224/sbp.2014.42.4.685
32	Xu, A& Wang, L, (2019)	How and When Servant Leaders Enable Collective Thriving: The Role of Team–Member Exchange and Political Climate	Servant Leaders, Team–Member Exchange, Political Climate	British Journal of Management, 31(2)	https://doi.org/10.1111/1467-8551.12358
33	Yıldız, H & Yıldız, B (2016)	The Effects of Ethical Leadership, Servant Leadership and Leader-Member Exchange on Compulsory Citizenship Behaviors	Compulsory Citizenship Behavior, Ethical Leadership, Leader-Member Exchange, Servant Leadership	International Business Research; Vol. 9, No. 2, 19-33	http://dx.doi.org/10.5539/ibr.v9n2p19
34	Zhang, Y, et al (2017)	A Meta-Analytic Review of Servant Leadership Consequences: The Moderating Roles of Cultural Factors	Servant Leadership; Meta-Analysis; Social Exchange Theory; Cultural Factors; Incremental Validity	Asia Pacific journal of management, 38 . pp. 371-400	https://doi.org/10.1007/s10490-018-9639-z
35	Zheng Chen (2018).	A Literature Review of Team-Member Exchange and Prospects	Team-Member Exchange, Social Exchange Theory, Reciprocal Theory, Role Theory	Jurournal of Service Science and Management, 11, 433-454.	https://doi.org/10.4236/jssm.2018.114030

No	Author(s)	Title(s)	Key Findings	Publisher	Links
36	Zhou, W. and Liu, J. (2011)	One for All, All for One: Review of Research on Team-Member Exchange.	Team-Member Exchange, Social Identity Theory, Social Exchange Theory, Reciprocity, Role Theory	Advances in Psychological Science, 19 (8), 1193-1204.	https://journal.psych.ac.cn/adps/EN/Y2011/V19/I8/1193
37	Zou, W, C, et al (2015)	Servant Leadership, Social Exchange Relationships, and Follower's Helping Behavior: Positive Reciprocity Belief Matters	Servant Leadership, Positive Reciprocity Belief, LMX, TMX, Helping Behavior	International Journal of Hospitality Management 51, 147–156.	http://dx.doi.org/10.1016/j.ijhm.2015.08.012

Results and Discussions

Literature on Social Exchange theory refers to a model of interpersonal interaction that contains responsibility, a sense of obligation, and a commitment to individual needs that generate trust. Reconceptualize interpersonal communication. Interpersonal communication is driven by self-interest. People tend to lend a helping hand, provide feedback, and are willing to socialize with one another because of perceived social exchanges. The higher the perceived quality of social exchange in the workplace, the more they (in this relationship) will be more willing to act altruistically.

Based on the results of the analysis of scientific studies, it is known that the company needs to pay attention to the expertise possessed by its employees so that they are able to provide tasks that are in accordance with their fields. Satisfied employees will give positive replies to the company and employees tend to want to maintain the company and the desire to leave the company decreases (Dewi & Subudi, 2015). Introducing basic need fulfillment as a mediating mechanism between transformational leadership and various types of self-employment motivation is important for several reasons: First, understanding the psychological mechanisms through which organizational leadership can enhance or thwart employee motivation is very important for managers. Ideally, managers can use this information in decisions about how to motivate employees to achieve organizational goals (Fikri et al., 2021).

Frost 2003 emphasizes that due to the leadership crisis, many people suffer, who experience burn-out, who cannot enjoy life in their work, as well as a lot of costs incurred to treat emotional pain in the workplace (Handoyo, 2010). Regarding transformational leadership with other forms of leadership, it is stated that there are many similarities between servant leadership and transformational leadership. The similarity is related to the characteristics of vision, influence, credibility, trust, and service. However, servant leadership has a higher level than transformational leadership because there is an alignment of the motives of the leader and subordinates (Handoyo, 2010). Based on these data, researchers understand the role of feelings and the conduciveness of the work environment can play an important role in improving performance and reducing the risk of burn out.

The servant leadership construct is unidimensional, which means that this construct is a complete construct (Handoyo, 2010). Everyone in the world will definitely be involved in the decision-making process. This decision making can occur in any situation, from the simplest to the most complex. Decision making can occur in situations where a person predicts future outcomes from alternatives, and then chooses one of two or more options, and estimates the likelihood of those outcomes based on mostly limited evidence (Hartono et al., 2020).

Competitive advantage factors that must be owned by every company to be able to compete in the world market, especially: mastery of technology, human resources (workers, managers) with quality and have a work ethic, creativity and high motivation; a high level of efficiency and productivity in the production process; good quality and quality of the goods produced, a good management system and organizational structure; high level of entrepreneurship (Soleh, 2008). Leaders who have an entrepreneurial spirit are able to plan traditional and modern business development concepts. In the context of the wider community, the role of traditional markets is still needed. Seeing this opportunity as a leader, he can create employment opportunities through the development of the concept of traditional markets, there are still many enthusiasts among the wider community.

Market structure shows market characteristics, such as elements of the number of buyers and sellers, state of the product, state of knowledge of sellers and buyers, and state of market barriers. Difference(Anonymous, 2019). Human behavior in economic activity (as consumers and producers) is generally influenced by three forces in society, namely: the market, the organization where the community is located and the print and electronic media (Toyibah et al., 2018) In theory, people tend to respond with favorable treatment. the same as what they receive from others. A member can perform altruistic behavior to participate in cooperation if he feels he gets positive support behavior as well. And vice versa if there is no attention at all, knowing that it is only for his own interests, and can even harm the interests of others, then that person will not participate to be able to cooperate, and can even give negative responsibility. The high level of consistency of this reciprocity theory can motivate better behavior in improving team performance.

The other leadership models in Team Member Exchange (TMX) are predicted to be able to increase commitment, job satisfaction, and performance. Employees who have high Team Member Exchange (TMX) are less likely to turn to heart training. Team Member Exchange Dimensions (TMX). When referring to the definition put forward by Team Member Exchange (TMX), it is divided into 2 (two) types, namely: In this Task-Oriented Exchange, each member is oriented towards the exchange of tasks which include: Sharing information, ideas, and knowledge. This initial idea of transformational and transactional leadership styles was developed by James MacFregor Gurns who applied it in a political context (Arifudin, 2020). develop the concept of transformational and transactional leadership based on Maslow's opinion about the hierarchy of human needs (Arifudin, 2020).

A leader's ability can be seen from the high and low ability of the leader in developing employee rationality and creativity, appreciating employee ideas, and the leader's ability to involve employees in problem solving (Arifudin, 2020). The growth and development of business organizations is always overshadowed by intense business competition so that business organizations require concentration and seriousness on the part of the founders/owners/leaders of the business journey (Armanu Thoyib, 2005).

The condition of the company still tends to be volatile, as illustrated when the economic conditions are less supportive during the pandemic vovid 19 phase. As a leader who is able to compete in every situation and condition, it is necessary to pay attention to the risk of loss. Examples of corporate arrangements that have experienced a crisis include the banking sector when facing the COVID-19 pandemic, various policies including limiting services through direct face-to-face, providing restructuring policies to affected customers and utilizing digital applications. (Azhari & Wahyudi, 2020). The ease of access to digitization provides a great opportunity for the banking business, without digital applications and transactions, private and public companies will experience setbacks and other obstacles.

Table2. Summary Mapping Journal Leadership Style in Indonesia

No	Author(s)	Title(s)	Publisher	Research Result
1	Adhitama N (2014)	Leadership Style Analysis at PT Ast Jakarta Utara Didasarkan Pada Path-Goal Theory	Thesis Unika Soegijapranata.	Achievement-oriented leadership style is the most dominant
2	Anthony, F. (2019)	Situational Leadership Style Analysis PT Futurefood Wahana Industri	AGORA, 7 (1)	The situational leadership style in PT Futurefood Wahana Industri is Delegating.
3	Budiarso, D, J. (2016)	Leadership Style Analysis at PT Jaya Mulia Perkasa	AGORA, 4 (2), 345-349	PT Jaya Mulia Perkasa applies a transformational leadership style. The leader of PT Jaya Mulia Perkasa is proven to have charisma, inspiration, individual consideration, and intellectual stimulation which are dimensions of transformational leadership.
4	Dadang, M (2015)	Analysis of Democratic Leadership Style At PT.	Thesis UIN Maulana Malik	the democratic leadership in PT. Artha Surya Jaya Bojonegoro

No	Author(s)	Title(s)	Publisher	Research Result
		Artha Surya Jaya Bojonegoro	Ibrahim	had democratic leadership style dimensions proposed by Kadrisman, democratic type of leadership, namely: Social Participation, Social Responsibility, Social Support, and the Social Control.
5	Darmawan , R & Susanto, S, Y. (2009)	Analysis of Leadership Style at PT Sinar Garuda Makmurindo Gresik		PT Sinar Garuda Makmurindo Gresik's leadership style is participatory.
6	Dhaviyanti , A, F. & Musadieq M. (2017)	South Korean Expatriate Cross-Cultural Leadership Style Analysis (Study on PT Cheil Jedang Indonesia, Pasuruan Expatriates)	Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) 51 (2), 100-	The cross-cultural leadership style applied by expatriates PT Cheil Jedang Indonesia Pasuruan is a democratic leadership style. The expatriate democratic leadership style can be seen from the company's decision-making which is carried out in consultation with local employees, the existence of efforts to empower local employees, and interpersonal communication that takes place formally and informally, either from the bottom up or from the top down.
7	Fanny, S. (2015)	Leadership Style Descriptive Study PT. X Surabaya	AGORA, 3 (2), 112-114.	Leadership style at PT. X Surabaya in terms of delegation of authority is an authoritarian leadership style. While receiving complaints and suggestions, discussing problems, giving tolerance and making decisions, including participatory leadership styles
8	Handojo, W et al. (2021)	Analysis of Types of Leadership Styles That Affect Employee Performance at PT AyoMedia Network	Jurnal Manajemen Maranatha, 20 (2) 145-158.	PT AyoMedia Network leadership style: participation and delegation
9	Hartanto, A. (2016)	Analysis of Leadership Style at PT. Sinar Sarana Sukses	AGORA, 4 (2), 140-145	The leadership style applied at PT. Sinar Sarana Sukses is dominated by a participatory leadership style, but in certain situations, directors also use an authoritarian leadership style.
10	Hasan, S, M, S.(2008)	Leadership Style Analysis at PT. Netania Kasih Karunia Pier Rembang Pasuruan		The leadership style of PT. Netania Kasih Karunia PIER Rembang Pasuruan is located in the second quadrant with a leadership style of consulting.
11	Johnathan, H, M.	Descriptive Study of Leadership Style at PT Cat	AGORA, 5 (1)	The leadership style of PT Cat Company uses a

No	Author(s)	Title(s)	Publisher	Research Result
	(2017)	Company		transformational leadership style.
12	Karyawati, D. (2019)	Analysis of the Leadership Style of the President Director of PT IMSC (Inka Multi Solusi Consulting)	Jurnal EKOMAKS, 8 (2), 64-70	The leadership style of PT. IMSC is dominated by the Supportive and Participative leadership styles, but in certain situations the directors also use the Directive leadership style.
13	Kurniawan , E. (2018)	Analysis of Leadership Style and Leadership Values of PT Media Rajawali Indonesia Director	AGORA, 6 (2)	PT Media Rajawali Indonesia's leadership style: transformational, situational and authentic leadership style. While the leadership values applied are intelligence, self-confidence, perseverance, integrity, and social skills.
14	Kurniawan , W (2003)	Leadership Style of Construction Project Managers in Surabaya		The leadership style of construction project managers in Surabaya: task oriented, and task and relationship oriented.
15	Limantara, F. (2016)	Situational Leadership Style On CV. Sumber Makmur	AGORA 4 (2)	Leadership style The director uses the selling leadership style that is applied to his employees. This is deemed inappropriate because employees with a very high level of readiness should apply a delegating leadership style.
16	Maria Imakulata (2018)	Application of Transformational Leadership Style At Alex`Salon Darmo Park Surabaya	AGORA, 6 (2)	CEO Alex`s Salon Darmo Park has applied a transformational leadership style well and in accordance with the ideal influence factors, inspirational motivation, intellectual stimulation, and individual considerations.
17	Putra, A, P et al (2022)	Implementation of Transformational Leadership Style At Bapelkes Krakatau Steel		The President Director of Bapelkes Krakatau Steel applies a transformational leadership style.
18	Rasyid, H, A. (2018)	Leadership Style At Best Western Surabaya Hotel		Leadership style of Best Western Surabaya Hotel: democratic leadership style.
19	Rosintan, M,(2014)	Analysis of Women's Leadership Styles in PT. Ruci Gas Surabaya	AGORA, 2 (2), 140-145	Feminine-masculine leadership style, the dominant leader in the feminine leadership style. Among the transactional-transformational leadership styles, the dominant leader is the transformational leadership style. However, the leader is more dominant in using a feminine leadership style. This is because the leader is a person-oriented or team-oriented leader and a charismatic leader.

No	Author(s)	Title(s)	Publisher	Research Result
20	Santoso, P, S (2013)	Descriptive Study of Leadership Style and Employee Performance at PT. Galang Buana Sentosa	AGORA, 1 (3), 140-145	Leadership style at PT. Galang Buana Sentosa: democratic leadership style.
21	Saputro & Cahyo, R.R. (2020)	Leadership Style Analysis in Improving Employee Performance Effectiveness at Doremi Home Music Course Ponorogo	Electronic Thesie IAIN Ponorogo	The leadership style at Doremi Home Music Course Ponorogo applies a mixed leadership style, namely autocratic, participatory and transactional styles.
22	Silvandi, A, S. et al. (2022)	Leadership Style Analysis of PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Payakumbuh Market Unit		The leadership style of PT. Bank BRI Pasar Payakumbuh Unit previously only used an autocratic leadership style, but the current leader uses a mixed leadership style between autocratic and participatory
23	Utami, A, P, T et al (2022)	Leadership Analysis at PT. Tida Solusi Indonesia	Lensa Ilmiah: Jurnal Manajemen dan Sumberdaya, 1 (2)	PT Tida Solusi Indonesia Telling leadership style: task clarity
24	Wibisono, M, F & Setiawan, R. (2014)	Descriptive Study of Transformational Leadership at PT Lima Benua Koneksindo in Surabaya	AGORA, 2 (1)	PT Lima Benua Connectionsdo owns and carries out the attributes of transformational leadership, in the form of charismatic (idealized influence), intellectual stimulation, individualized consideration, and inspirational motivation.
25	Wijaya, M, W. (2016)	Analysis of Leadership Style At PT. Wijaya Makmur Sentosa	AGORA, 4 (2), 399-405	Leadership style at PT. Wijaya Makmur Sentosa there are three: Charismatic Leadership Style, Transactional Leadership, and Transformational Leadership Styles. But the most dominant is the transactional leadership style.

There are several models and relationships between producer actors as leaders and employees on the development of private companies in Indonesia. It can be observed through the table 3 below.

Table 3. Company Leadership Model In Indonesia

No	Leadership Type	Company Role	Correlation Results
1	Charismatic	Provide motivation, positive modeling, appreciation of rewards, bonuses and promotions	The company has more value and high work authority and the influence of leadership on employees is high because it has different values of charismatic excellence, respect for respect, ethics can be realized.
2	Authoritarian	Giving high targets without any rewards, wages not commensurate with the workload, lack of understanding of employee conditions.	The company has a value that is less impressive and worries employees or the work team, causing discomfort at work and decreasing employee motivation.
3	Team Member Exchange	Loyalty and transparency. There is a change of position.	Through this leadership system, the leadership attitude can serve employees because they are aware that employees can serve/work more optimally in the company. The existence of opportunities and high performance in the position shift system between team members is

			able to improve the development and progress of the company.
4	Democratic	Providing rules with high discipline values to improve the quality of employees and the progress of the company as well as feedback from the company to employees. Mutually beneficial relationship between management and employees	This leadership model can provide benefits for both, the company and employees. Regulations are made for employees, carried out consciously and the results of the company's progress can be felt by employees through increased wages.
5	Javanese cultural group	Prioritizing the family system, welfare and social care.	In the cultural influence model, it tends to be traditional and generally in Javanese society, which is still thick with the name deposit system, this can affect the performance and progress of the company. If the human resources are qualified and competent, the company will develop and vice versa. Need to be more selective in accepting employees.

Based on the table of literature analysis data, it is found that the correlation between the company's role and the type of leadership that is formed and developed greatly affects the performance and progress of a company. In addition to the cognitive abilities that a leader needs to have, it is necessary to pay attention to the cultural elements and characteristics of the team. Because by understanding the culture and differences in characteristics that can affect the level of success of the company, it is known from the instincts, perceptions, and behavior of the team that they can work with high morale and totality because there is a feeling of being valued and being in the company is considered important by the leader.

Various leadership models have shown that the relationship between the leader's emotional closeness to the team can affect commitment and reduce anxiety. Apart from that, it is necessary to review for a leader to pay attention to the facilities, benefits, bonuses and rewards of employees in the team so that they are more compact and help each other. Leaders can set an example for employees to be able to work with teams in an effort to minimize individuality behavior. There are several phenomena of employee performance and how it is influenced by their different leadership styles such as participatory, autocratic, democratic, transactional, transformational, charismatic, paternalistic and servant leadership. Several researchers have proven that no particular leadership style is universally effective. Leaders should adopt the best leadership style for their organization that can stimulate employee performance. (Yang, 2018; (Sulastri, 2017)).

The performance produced by employees has an important role for the company to create a competitive advantage and set high standards for the company. (Yang, 2018). Modeling for a leader can affect employee performance. Appreciation and continuous motivation are able to minimize employees' careless actions at work. Providing motivation through moral support is very influential in increasing awareness at work and the sensitivity of the leader to the work team. Through the transfer system or change of tenure of employees in the team, it is possible to make the highest target for each individual to have a free career and continue to improve performance.

Realizing the impossibility of having a high position creates a healthy competitive working atmosphere and helping each other. For a leader who is able to apply the values and characteristics of the leadership style with the right pattern, he will get great opportunities to always progress and develop as part of a systematic and planned development strategy. All of these things do not exist by chance but can be planned, agreed upon, and implemented in achieving the targets and progress of a company. In an organizational environment, awareness of a leader's leadership style is critical to its success, at least for those in decision-making positions. Companies in facing the era of globalization must continue to improve the appropriate and more effective leadership system, which guides members of the organization in making decisions and actions, so that employee performance increases. (Yang, 2018; (Hermanto; Suhardi, 2021)).

This type of charismatic leader will act as a model who is admired, respected and trusted by his subordinates so that the subordinate will be on the side of the leader and even want to be like his leader. This component is also known as the Idealized Influence component. (Dewi & Subudi, 2015). Basically, the concept of transformational leadership focuses on providing inspirational motivation, giving a leader the influence of his employees, providing intellectual stimulus, (Dewi & Subudi, 2015). Maslow's motivational terminology, humans in this era are humans who have a desire to actualize themselves, which has implications

for the form of service and respect for humans themselves. Transformational leadership is not only based on the need for self-esteem, but also fosters awareness in leaders to do their best in accordance with studies that view management and leadership developments that view people, performance, and organizational growth as mutually influencing sides. (Diamond Faculty of Tarbiyah IAIN Raden Fatah Palembang Jl Zainal Abidin Fikri No, 2012). The hierarchy of needs theory reflects a need that must be passed gradually to optimize the role and function of the individual as a whole. Through the concept of self-actualization, individuals are able to think creatively, innovatively, dynamically, and independently in making decisions wisely.

This type of authoritarian leader in particular has what personality he wants to be desired, so he does it arbitrarily, this assumes that the authority is entirely on the leader. Every leader has a leadership style, there are times when the leader does not give his subordinates the opportunity to ask questions or ask for an explanation (Authoritarian), there are times when the leader gives his subordinates the opportunity to discuss, ask questions (Democratic), and there are times when the leader leaves the conditions up to the subordinates (Laissez -fair) (The (Armanu Thoyib, 2005) This type of leader can make the work atmosphere uncomfortable, lack enthusiasm and unstable performance so that it can affect the company's performance. A leader is required to be able to control emotions. as an opportunity to be more successful. This statement is supported by Kahar (2008:22) that leadership can encourage and support creativity to help followers and organizations to be more accepting and ready to change. Leaders can be both motivators and inhibitors of organizational development, especially in dealing with the phenomenon of change that occurs. Leaders who have the ability to become good motivators when the leader has adequate emotional intelligence (Titimaea (2006) in Labbaf, 2011:537). The emotional intelligence ability of the leader has an important role for organizations and people who work in the organization as stated by Goleman, et al., (2002) in Nordstrom (2010:11): "The leader has always acted as the group's emotional guide" that a leader guides the emotions of people in the organization. Emotional intelligence possessed by leaders.

Employee organizational commitment. This is based on the results of research by Nowack (2007:9) that the emotional intelligence of leaders has an impact on employee organizational commitment. When employees have high organizational commitment, employees feel they are an important part of the organization and there is no tendency for employees to leave the organization. Employee organizational commitment is an important factor that affects performance, so that an evaluation of employee organizational commitment will be able to improve employee performance (Efendi & Sutanto, 2013). Emotional intelligence is a person's ability to control emotions, from thinking, contemplating to being able to understand the emotions of others. High Emotional Intelligence can control and be able to manage their emotions better, so they can maintain good interpersonal relationships with other co-workers. With Emotional Intelligence, they are likely to be able to take advantage of high-quality Team Member Exchange (TMX) with other team members. The purpose of Team Orientation here is the willingness of a person to remain on the team. According to research conducted by Team-oriented members tend to work better in teams and can facilitate team work effectively.

Another opinion reveals that emotional intelligence is a person's ability to be able to know himself better and know others so that he will be able to establish a harmonious relationship with others. This self-introduction as well as the introduction to others is an introduction to the potentials and weaknesses in oneself that causes a person to be able to place oneself when dealing with other people (Efendi & Sutanto, 2013). Leadership styles There are several views on leadership styles, such as research conducted by on change leaders. They say that change leaders focus on increasing subordinate engagement with team goals, inspiring employee creativity, hard work, and team satisfaction. Meanwhile, transformative leadership is more conducive to Team Member Exchange.

Servant Leadership model places the development and interests of followers above their organization, followers working under Servant Leadership can develop strong personal bonds characterized by shared values, open commitment, mutual trust, and concern for the welfare of others. The same will make them reciprocate in behaving the same way which will ultimately benefit the leader as well. Empirical findings are in line with social exchange theory, the reciprocal nature of service behavior tends to voluntarily return the favor, not because of a prescribed obligation, but out of gratitude to the leader and the organization. Although the results are not generalizable and depend on the cultural context and the object of research, employees are more likely to take on roles outside of their job and engage in TMX (Team Member Exchange) if they have high-quality social exchange relationships with members. their work groups, especially their supervisors.

Several discussions from previous research revealed in Chiang CF's research (2012) found that transactional leadership has a negative effect on cognitive trust, cognitive trust has a positive effect on continuance commitment, while transformational leadership has a positive effect on cognitive and affective trust. Research on service leadership styles that can give members confidence in their organizations has been investigated by several researchers such as Senjaya and Sarros (2002), Hale and Field's (2007), Ghana et al.

Bud West and Bocarnea (2008), Senjaya and Pekerti (2010), Ambali et al. (2011), Van Dierendonck (2011), Mittal and Dorfan (2012). Wong and Page (2003) research, found that servant leadership is able to build confidence in members to have organizational trust.

Then, there is a positive relationship between social power, namely the TMX (Team Member Exchange) superior-subordinate relationship and subordinates. In addition, the followers are non-managerial employees, who usually show a greater need for affiliation with others. Empowerment only mediates the relationship between participatory leadership and TMX (Team Member Exchange) for managerial employees who have a higher level of autonomy in their work, in contrast to non-managerial employees who do not have a mediating effect. This shows that non-managerial employees are only likely to be involved in TMX (Team Member Exchange) if they have good relationship skills with other members of the work group, especially their superiors.

Economics is all activities carried out by humans in an effort to meet needs and wants. Economy is an important factor for every human being, (Hafizd, 2020). Development must be accompanied by knowledge of classical and modern development concepts, as well as the experience of countries that have succeeded in carrying out development efforts (Fitria, 2016). Traditional markets are markets built and managed by the government or the private sector in the form of booths, stalls, shops, or kiosks where bargaining activities occur in trading activities between sellers and buyers. The sources used include the following: 1) According to Presidential Regulation no. 112 of 2007, traditional markets are markets built and managed by the central government, regional governments, BUMN, BUMD and private parties whose places of business are kiosks, shops, tents, and stalls owned or managed by small, medium, cooperative, self-help traders. community whose buying and selling process is carried out through a bargaining process. 2) (Fitria, 2013).

Ratio in the sense of standard financial statements is a number that shows the relationship between one element and another in the financial statements. Financial ratios are used to evaluate the company's financial condition and performance. The results of the financial ratios indicate the health condition of the company concerned. The financial performance of a company can be assessed based on the analysis of financial statements and analysis of the financial ratios of the company concerned. Analysis (Diana et al., 2021). BI defines the Money Supply in a narrow sense (M1) and in a broad sense (M2). M1 includes currency held by the public and demand deposits (current accounts denominated in Rupiah), while M2 includes M1, quasi-money (covering savings, time deposits in rupiah and foreign currency, and demand deposits denominated in foreign currencies), and securities issued by the monetary system owned by the domestic private sector with a remaining term of up to one year. (Junaedi et al., 2020).

Koesmono (2014) has examined the effect of servant leadership on organizational commitment and employee performance, the results show that servant leadership has an impact on employee performance. Yeh et al. (2012) in his research found that organizational commitment has a partial mediating effect on the relationship between leadership type and work performance. Servant Leadership (SL) can be effective in developing high-quality TMX (Team Member Exchange) followers, indicating that followers value the quality of their relationship with the leader in terms of depth and authenticity because they feel empowered by the leader. It is therefore suggested that leaders prioritize building strong interpersonal relationships with followers and their development. Although this is clearly understood, it is often found that leaders always ignore it because it is not urgent, or leaders are too busy with the short-term goals of the organization. For this reason, leaders must show concern and respect for their followers and be able to treat their followers as equal partners in the company/organization.

In principle, cultural leadership has a function as a role for self-identity - in the "tradition" group which is a very important treasure trove of identity. The welfare of the "cultural" group is obtained in the processing and cultivation of its world. Togetherness in things that are more abstract in Javanese society when interpreted and revitalized is a source of knowledge that can enrich the insight of Nusantara philosophy. Studies on Javanese society have indeed been carried out by scientists (mainly in the perspective of cultural science and sociology), but studies in particular from the point of view of social philosophy are still very rarely carried out (INFLUENCE OF JAVA COMMUNITY VIEWS ON LEADERSHIP MODEL (Review of Social Philosophy) By: Dwi Siswanto 1, nd). Javanese philosophy leadership model refers more to the preservation of the culture adopted and self-consistency in attitude. Leaders are increasingly providing traditional discourse so that leaders apply more in the traditional market development process and the development system tends to be conventional.

The leadership system in Java prefers the opinion of their leader, the Javanese want to always be protected by their leader or by their fathers. They respect and obey the leader not as a compulsion, as if their leader has a certain great charisma. Abstract ideals and ideologies do not have a high motivational value, but people and

their ranks motivate, they motivate. Belief in people and rank is more important than interest in their ideals or in objective achievements. (INFLUENCE OF JAVANIC COMMUNITY VIEWS ON LEADERSHIP MODEL (Overview of Social Philosophy) By: Dwi Siswanto 1, n.d.).

Conclusions

The pattern of company development can be seen from the leadership spirit of a leader. The mechanism that is built can determine the development of progress or setbacks in a company. The results of research with literature analyzes different types of leadership. Each charismatic model In principle the Development of Team Member Exchange (TMX) with SL (Team Member Exchange) with employee performance of an underlying organization / company linking Servant Leadership and Team Member Exchange (TMX) is in line with social exchange theory, our findings find that Servant Leadership directs followers to engage in strategic development of the Team Member Exchange (TMX) leadership model by improving the quality of their relationship with their supervisors, as recorded in Team Member Exchange (TMX), not only the psychological empowerment aspect found followers who are high in proactive personality respond more positive towards Servant Leadership who is low in proactive personality. The Servant Leadership model engages in greater discretionary behavior that benefits the organization, this study identifies which followers can respond more positively to the charismatic, democratic, and cultural model of leadership that emphasizes the value of the element of morality. What is interesting in this research is Javanese cultural group: Prioritizing the family system, welfare and social care, which is still thick with the name deposit system, and the results of the study explain that a company led by an entrepreneurial spirit, charismatic, democratic model is able to improve team performance so that the company can develop quickly through planning strategies and periodic evaluations from leaders and members of the work team. To thrive in the future and be profitable, teams and organizations can work alternately in a job title in a team member exchange leadership system. This literature has several limitations that need to be considered when summarizing its findings. The influence of Servant Leadership on Team Member Exchange (TMX) relationships is expected to be stronger in certain objects because of the collective culture and high power distance where subordinates are more likely to reciprocate positive treatment from their superiors in the form of discretionary behavior such as Team Member Exchange (TMX) than in other cultures. more individualistic and lower power distance. Suggestions for Further Research To determine generalizations can be made in different industrial sectors and cultural contexts. In addition, to strengthen causal conclusions, future research should adopt a longitudinal design to determine whether SL (Servant Leadership) can enhance TMX (Team Member Exchange) development over time.

References

Aldianto, L., Raafaldini Mirzanti, I., Sushandoyo, D., & Fitriana Dewi, E. (2018). Development of Science and Technopark in Facing the Industrial Era 4.0 - A Literature Study. Indonesian Journal of Management, 18(1), 68–76. https://doi.org/10.25124/jmi.v18i1.1261.

Anonymous. (2019). Market Structure CHAPTER II. N/A, 53(9), 1689–1699.

Arifudin, O. (2020). The effect of transformational and transactional leadership styles on performance. MEA Scientific Journal, 4(3), 341–354. http://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/308/213.

Armanu Thoyib. (2005). The Relationship of Leadership, Culture, Strategy, And Performance: A Conceptual Approach. Journal of Management and Entrepreneurship, 7(1), pp.60-73. http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/man/article/view/16134.

Azhari, A. R., & Wahyudi, R. (2020). Analysis of the Performance of Islamic Banking in Indonesia: A Study of the Covid-19 Pandemic Period Indonesian Journal of Sharia Economics), 10(2), 96–102..

Berlian Faculty of Tarbiyah IAIN Raden Fatah Palembang Jl Zainal Abidin Fikri No, Z. (2012). Application of the Transformational Leadership Model in the World of Education. XVII(02), 195–209..

Budiman, S., & Suparjo, S. (2021). Strategic Management of Islamic Education. JISIP (Journal of Social Sciences and Education), 5(3), 515–523. https://doi.org/10.36312/jisip.v5i3.2197

Dewi, N., & Subudi, I. (2015). The Effect of Transformational Leadership on Job Satisfaction and Turnover Intention on Cv. Gita Karya Persada Denpasar. Udayana University Management E-Journal, 4(12), 253715.

Diana, S., Sulastiningsih, S., & Purwati, P. (2021). Analysis of the Financial Performance of Indonesian Islamic Banking During the Covid-19 Pandemic Indonesian Journal of Accounting and Business Research, 1(1), 111–125. https://doi.org/10.32477/jrabi.v1i1.327

Dixit, AM, Subba Rao, SV, Article, O., Choudhary, K., Singh, M., Choudhary, OP, Pillai, U., Samanta, JN, Mandal, K., Saravanan, R., Gajbhiye, NA , Ravi, V., Bhatia, A., Tripathi, T., Singh, SCS, Bisht, H., Behl, HM, Roy, R., Sidhu, OP, … Helmy, M. (2018). No Title. Analytical Biochemistry, 11(1), 1–5. http://link.springer.com/10.1007/978-3-319-59379-1%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/B978-0-12-420070-

8.00002-
7%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.ab.2015.03.024%0Ahttps://doi.org/10.1080/07352689.2018.1441103%0Ahttp://www.chile.bmw-motorrad.cl/ sync/showroom/lam/es/.

Efendi, V. A., & Sutanto, E. M. (2013). The influence of the emotional intelligence of leaders on the organizational commitment of employees at Petra Christian University. Agora, 1(1), 801–807.

Fikri, M. A. A., Asbari, M., Hutagalung, D., Amri, L. H. A., & Novitasari, D. (2021). Quo Vadis Employee Intrinsic Motivation: The Strategic Role of Transformational Leadership and Job Satisfaction. Educational: Journal of Educational Sciences, 3(6), 4025–4040. https://edukatif.org/index.php/edukatif/article/view/1397/pdf

Fitria. (2013). The Impact of the Pandemic on Traditional Markets. Journal of Chemical Information and Modeling, 53(9), 1689–1699.

Fitria, T.N. (2016). Contribution of Islamic Economics in National Economic Development. Scientific Journal of Islamic Economics, 2(03), 29–40. https://doi.org/10.29040/jiei.v2i03.3

Hafizd, J. Z. (2020). The Role of Bank Syariah Mandiri (Bsm) for the Indonesian Economy During the Covid-19 Pandemic. Al-Mustashfa: Journal of Islamic Economic Law Research, 5(2), 138. https://doi.org/10.24235/jm.v5i2.7402

Handoyo, S. (2010). Measurement of Servant Leadership as an Alternative to Leadership in Higher Education Institutions During Organizational Change. Makara Human Behavior Studies in Asia, 14(2), 130. https://doi.org/10.7454/mssh.v14i2.675

Hartono, B., Purnomo, A. S. D., & Andhini, M. M. (2020). Behavior of Individual Stock Investors in the Perspective of Mental Accounts Theory. Competence: Journal of Management Studies, 14(2), 173–183. https://doi.org/10.21107/kompetensi.v14i2.8957

Hermanto; Suhardi. (2021). Pengaruh Motivasi Dan Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan PT Graha Dwi Perkasa. Scientia Journal, 4(2). https://doi.org/10.33373/dms.v5i2.6

Junaedi, D., Arsyad, M. R., Norman, E., Romli, M., & Salistia, F. (2020). The Impact of the Covid-19 Pandemic on Indonesia's Monetary Stability. Al-Kharaj: Journal of Islamic Economics, Finance & Business, 3(1), 17–36. https://doi.org/10.47467/alkharaj.v3i1.149

Rachman, T., Mujanah, S., & Susanti, N. (2021). Servant Leadership, Self Awareness and Compensation Effect on Employee Engagement and Employee Performance at Tanjungbumi Health Center Madura. Media Mahardhika, 19(2), 361–371. https://doi.org/10.29062/mahardika.v19i2.260

Ramdhani, D. (2018). Contribution of Business Strategy and External Environment in Improving Management Control System (Empirical Study on Hospitality Service Companies in Banten Province). Tirtayasa Ekonomika, 13(2), 402. https://doi.org/10.35448/jte.v13i2.4327

Soleh, M. (2008). Analysis of Innovation Strategy & Its Impact on Company Performance (Case Study: Manufacturing SMEs in Semarang City). Undip, 109.

Simanjuntak, P. S. (2022). Pengaruh Human Capital, Pelatihan dan Penilaian Kinerja Terhadap Kinerja Karyawan Di Telunas Resorts. Scientia Journal, 4(4).

Suhardi; Nainggolan, Nora, P. (2021). Servant Leadership , Team Member Exchange (TMX), and Foreign Ownership Life Insurance Employee Perfor- mance. IOSR Journal of Business and Management, 23(9), 12–20. https://doi.org/10.9790/487X-2309041220

Suhardi; Ratih, Brahma, Ida Aju; Wasiman; Putra, Udayana, Ida Bagus; Cempena, Ida Bagus; Svinarky, I. (2022). Impact of Team Member Exchange and Servant Leadership on Employee Performance with Organizational Citizenship Behavior. Journal of Hunan University Natural Sciences, 49(5).

Suhardi. (2018). Pengantar Manajemen dan Aplikasinya (A. Eliyana (ed.); 1st ed.). Gava Media.

Suhardi, S., Soelistya, D., Setyaningrum, R. P., Aisyah, N., & Nainggolan, N. P. (2022). Employee Performance of Life Insurance Companies:The Mediating Effect of Organizational Citizenship Behavior. Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura, 24(3), 392. https://doi.org/10.14414/jebav.v24i3.2785

Sulastri, D. S. (2017). Pengaruh Kepemimpinan, Motivasi dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Dinas Perhubungan Provinsi Riau. JIM UPB, 5(1), 26–40.

Toyibah, I. N. A. L., Sharia, J. E., Economics, F., & Business, D. A. N. (2018). (Case Study of Patikraja Village, Patikraja District, Banyumas Regency).

Yang, K. (2018). Service Leadership And Its Influence On Employee Performance Mediated Organizational Commitment And Trust (Study At PT. East West Seed Indonesia). The Influence Of The Javanese Community View On The Leadership Model (Review of Social Philosophy) By: Dwi Siswanto 1. (n.d.). 7–8.

View publication stats

MODERASI POTONGAN HARGA PADA PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP NIAT BELI PELANGGAN

Asman Abnur
Magister Terapan Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata, Politeknik Pariwisata Batam
asman@btp.ac.id
Agung Edy Wibowo
Magister Terapan Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata, Politeknik Pariwisata Batam
agungedy@btp.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan peran potongan harga dalam memoderasi pengaruh produk dan kualitas layanan terhadap niat beli. Terdapat variabel produk, kualitas layanan dan potongan harga sebagai variabel yang menjadi stimulan bagi variabel niat beli yang merupakan variabel terikat atau variabel hasil. Obyek yang diteliti berada di sebuah kawasan yang sedang bertumbuh menjadi sebuah jalur destinasi wisata kuliner baru yang berada di Kota Batam. Sampel yang diambil berjumlah 123 responden dengan disain survey dan menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi moderasi. Dalam penelitian ini koleksi data diperoleh melalui sebaran kuesioner. Data yang dikumpulkan telah mendapatkan uji validitas dan reliabilitas serta pengujian asumsi klasik guna mendapatkan keakuratan alat uji. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk berpengaruh signifikan terhadap niat beli. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap niat beli. Potongam harga memberikan efek dan memoderasi pengaruh produk terhadap niat beli, Potongan harga memberi efek dan memoderasi pengaruh kualitas layanan terhadap niat beli.

Kata Kunci: *produk, kualitas layanan, potongan harga, niat beli*

PENDAHULUAN

Provinsi Kepulauan Riau merupakan wilayah yang memiliki kedekatan geografis dengan dua wilayah negara tetangga dekat yaitu Singapura dan Malaysia. Dua negara tersebut memiliki jumlah wisatawan yang berkunjung ke wilayah Provinsi Kepulauan Riau yang cukup intensif dan meramaikan tingkat hunian hotel dan penginapan di Provinsi Kepulauan Riau. Salah satu dari wilayah pemerintahan Provinsi Kepulauan Riau adalah wilayah Kota Batam.

Batam sebagai sebuah kota industri yang dibangun pada mulanya saat ini terus dan telah berkembang melebihi tujuan awal keberadaan terwujudnya kota ini, Kota Batam terus melaju, berpacu dan memberikan nuansa baru sebagai kota destinasi wisata. Pertumbuhan hotel yang berdiri jelas nampak terlihat di kota ini, Pertumbuhan kawasan wisata baru tumbuh bersama dengan pertumbuhan kawasan industri dan pertambahan infrastruktur yang ada. Di hampir semenanjung batas pulau pulaunya terdapat pesisir pantai yang telah dikelola menjadi destinasi wisata.

Laju pertumbuhan obyek wisata di kota Batam tidak hanya terbatas pada obyek wisata yang berhubungan dengan laut tetapi juga dengan pertumbuhan industri pariwisata lain seperti pertumbuhan pusat oleh oleh, cinderamata, wahana dan taman taman bermain yang baru yang selalu ramai dipadati pengunjung jauh sebelum dan sesudah Covid-19. Sejalan dengan kemajuan pertumbuhan pariwisata dan aktivitas turunannya, muncul juga tempat

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

tempat baru sebagai sebuah kawasan yang bernuansa kuliner yang semakin memberi banyak alternatif bagi pelancong untuk mencari sajian masakan sesuai selera dalam bentuk wisata kuliner, dan Kota Batam memberikan banyak tempat untuk dikunjungi oleh para pelancong yang menginginkan pemenuhan hasrat kuliner mereka.

Salah satu kawasan yang selalu ramai dengan pengunjung pecinta kuliner adalah sebuah kawasan Vitka City Complex, yang berlokasi di wilayah Tiban, Batam Kepulauan Riau. Kawasan yang menyajikan area makanan bagi para pengunjung dengan beraneka ragam hidangan makanan ringan serta minunan non alkohol ini selalu ramai dikunjungi setiap hari baik siang ataupun malam. Salah satu dari sekian unit yang ada disana terdapat sebuah tempat makan dan minum yang bernama excelso. Tempat ini memberikan sajian beraneka ragam menu hidangan serta beraneka ragam minuman dengan *lay out* dan tata letak yang kekinian, serta fasilitas wifi yang memberi kenyamanan penggunaan *gadget* para pengunjung yang menikmati hidangan di tempat tersebut.

Sebagai sebuah usaha, excelso tentu saja melakukan strategi pemasaran dengan cara terbaiknya. Hal ini dilakukan guna terus mempertahankan pelanggan dan terus dapat bersaing dengan tempat tempat usaha sejenis yang ada. Strategi pelayanan pelanggan dengan model penerapan marketing mix berupa product. *place, promotion* dan *price* tentu saja dilakukan dengan hati hati dan berorientasi pada kebutuhan pelanggan. Salah satu cara diantara anasir di atas yaitu price, dilakukan oleh manajemen excelso dengan menggunakan strategi potongan harga. Strategi ini digunakan dalam rangka memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk merasakan bahwa pengorbanan mereka untuk mendapatkan layanam dari sajian menu yang ada dan menikmati hidangan tidak dibayar dengan harga ynng lebih mahal, namun terkesan terjangkau dan layak bagi pelanggan tanpa mengurangi prestise bahwa tempat yang mereka datangi untuk mendapatkan kenikmatan tersebut adalah tempat berkelas.

Salah satu dari bauran pemasaran yang dapat digunakan adalah strategi potongan harga. Strategi ini merupakan bagian dari salah satu atirbut bauran pemasaran yaitu harga. Diskon atau potongan harga merupakan strategi pengurangan harga dari harga yang seharusnya dibebankan pada konsumen, dengan tujuan menciptakan faktor psikologis bagi konsumen karena konsumen merasakan keuntungan dari beban yang seharusnya dikeluarkan, namun masih tetap mendapatkan manfaat yang dicarinya.

Ruang benak konsumen bersifat manipulatif, yang menunjukan bahwa ruang tersebut dapat diberikan stimulus untuk menggugah ke arah keputusan yang pemasar inginkan. *Marketer* atau pemasar dapat memberikan pengaruhnya kepada konsumen dalam mengarahkan keputusan konsumen untuk menilai sebuah produk. Pemasar dapat menggunakan strategi pemasaran yang efektif berupa pemanfaatan bauran pemasaran dengan rincian dan karakter yang dapat digunakan pada masing masing anasir bauran pemasaran tersebut.

Perilaku lebih selektif dalam melakukan pemenuham kebutuhan melalui tindakan pembelian, termasuk pembelian makanan dengan memilih tempat yang menyajikan produk yang konsumen harapkan dan butuhkan telah melalui tahapan pengambilan keputuan yang cukup kompleks. Perjalanan tersebut akan dimulai dari proses kesadaran terhadap merek produk (*aware*), dan masuk ruang intensi konsumen terhadap keuntungan dan kerugian sebuah merek produk (*intention*), selanjutnya keberadaan merek produk tersebut mengendap lebih dalam dan memunculkan keinginan kuat atau hasrat untuk merealisasikan sebuah niat yang nyata dari keinginan yang ada pada diri konsumen (*desire*), dan akhir dari proses

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

perjalanan tersebut berujung pada sebuah titik akhir yaitu tindakan yang diambil oleh konsumen (*action*) yang berada pada dua titik arah yaitu berupa iya dan tidaknya sebuah aksi akan diambil setelah sebuah merek produk tersebut memperoleh evaluasi dalam benak konsumen, Kotler dalam (A. E. Wibowo, 2017).

Niat pembelian begitu penting karena hal ini terkait dengan proses tindakan beli yang dilakukan oleh konsumen. Terdapat lima tahap proses pembelian, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku setelah pembelian (Kotler dan Amstrong, 2011). Dalam kajian ini akan dibahas salah satu faktor yang diindikasikan dapat memberikan motivasi seseorang untuk memiliki niat beli, yaitu potongan harga (*price discount)*. Berdasarkan pada telaah diatas maka studi ini ingin menganalisis variabel potongan harga (*price discount)* dalam memoderasi produk dan kualitas layanan terhadap niat beli pelanggan pada kafe excelso yang berada di Kota Batam.

Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang terdapat pada kajian ini dapat dirincikan sebagai berikut:

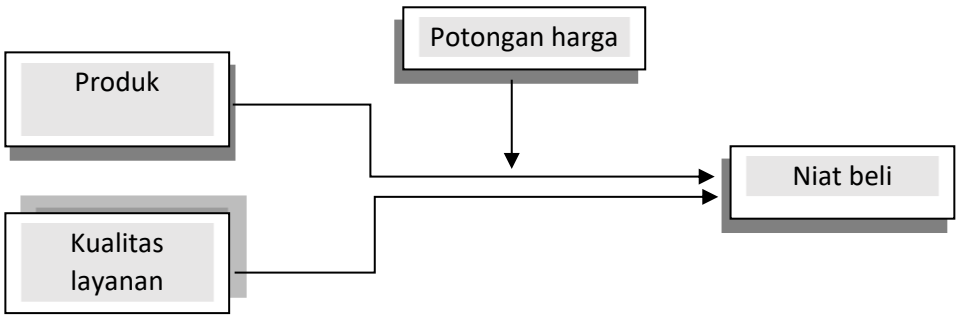
1. Apakah produk memberikan pengaruh signifikan terhadap niat beli
2. Apakah kualitas layanan memberikan pengaruh signifikan terhadap niat beli
3. Apakah potongan harga memoderasi secara signifikan pengaruh produk terhadap niat beli
4. Apakah potongan harga memoderasi secara signifikan pengaruh kualitas layanan terhadap niat beli.

Hipotesis

Hipotesis yang disajikan dalam penelitian ini, sebagai berikut;

1. Produk memberikan pengaruh signifikan terhadap niat beli
2. Kualitas layanan memberikan pengaruh signifikan terhadap niat beli
3. Potongan harga memoderasi secara signifikan pengaruh produk terhadap niat beli
4. Potongan harga memoderasi secara signifikan pengaruh kualitas layanan terhadap niat beli

Kerangka Penelitian



Gambar 1, Kerangka Penelitian

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

Produk dan Potongan Harga

Produk adalah seperangkat kesatuan yang dapat meliputi merek, kemasan, bentuk dan satu kesatuan yang dipersepsikan pelanggan sebagai sebuah nilai yang darinya pelanggan mendapatkan manfaat (Kotler.P, 2012). Bagian terpenting dari produk yang dapat memberikan dampak terhadap akumulasi niat beli adalah *product knowledge*. *Product knowledge* dapat dipahami sebagai keseluruhan informasi yang disimpan dalam memori pelanggan yang selaras dengan persepsinya terhadap pengetahuan produk, Rao dan Siehen dalam (Prasetyo et al., 2020)). Semakin tinggi *product knowledge* yang melekat pada konsumen hal ini akan berdampak pada peningkatan niat beli. Dalam beberapa studi menunjukan bahwa *product knowledge* dapat memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli. Sebuah kajian menunjukan adanya perbedaan antara pelanggan yang memiliki pengetahuan produk yang tinggi dengan konsumen yang memiliki pengetahuan produk yang rendah. Terdapat kecenderungan nilai bahwa pelanggan yang memiliki pengetahuan produk yang tinggi akan memiliki niat beli yang tinggi jika dibandingkan dengan konsumen atau pelanggan yang memiliki pengetahuan produk yang rendah.

Sebagai sebuah komoditas maka sebuah produk perlu memiliki kualitas yang baik. Kualitas produk merupakan bagian yang perlu menjadi perhatian utama dari setiap unit usaha, mengingat kualitas suatu produk memiliki kaitan dengan kepuasan konsumen yang merupakan tujuan akhir dari kegiatan pemasaran perusahaan.Setiap perusahaan atau produsen harus memilih kriteria kualitas suatu produk yang dapat dilihat, dirasa dan dialami sendiri oleh pelanggan yang dapat memberi inisiasi terhadap sebuah niat untuk membeli. Sebuah produk akan dianggap memiliki kriteria atau kualitas tertentu jika kemampuan produk tersebut dapat memberi nilai yang sepadan dengan kemampuan riil yang dipersepsikan oleh pelanggan.

Produk yang berkualitas dapat dicerminkan dari kemampuan produk tersebut dalam menunjukkan berbagai fungsinya. Fungsi tersebut dapat berupa keterandalan, ketepatan, kemudahan dalam penggunaan, dan pemenuhan terhadap rasa yang diharapkan oleh pelanggan (Wulandari, 2013) Dalam pengertian ini maka produk adalah keseluruhan atribut yang *tangibles* maupun *intangibles*, termasuk didalamnya nama baik toko yang menjual, warna, kemasan, rasa, harga, nama baik produk, pelayanan guna memuaskan konsumen terhadap apa yang mereka cari yang tercemin dari kebutuhan dan keinginannya. Produk merupakan keseluruhan atribut yang dapat ditawarkan ke khalayak, pelanggan atau pasar dengan tujuan untuk memperoleh perhatian, dibeli, dirasakan, digunakan, atau dikonsumsi guna memenuhi atau memuaskan keinginan atau kebutuhan yang dicari pelanggan.Berbagai cara perusahaan dilakukan agar nilai yang dirasakan pelanggan sesuai dengan harapan yang mereka miliki, salah satu strategi yang dilakukan adalah dengan memberikan potongan harga atau *price discount.*

Potongan harga (*price discount*) merupakan sebuah bentuk strategi yang dapat dilakukan perusahaan dengan cara memberikan pengurangan harga dari harga penetapan awal dalam rangka untuk menciptakan *impulse buying* dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan produk atau jasa. *Impulse buying* merupakan bentuk pembelian yang digerakan oleh dorongan hati konsumen atau sering juga disebut

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

unplaned purchasing. Tindakan ini dicirikan sebagai sebuah tindakan membeli yang sebelumnya tidak diakui secara sadar ada niatan untuk membeli, yang terbentuk sebelum memasuki tempat dimana produk atau jasa disajikan, menurut Mowen dan Minor dalam (Retnaningsih, 2010).

Potongan harga adalah potongan terhadap harga yang bertujuan menarik konsumen, sehingga harga sebuah produk atau jasa lebih rendah dari harga umumnya atau semestinya, dimana potongan yang diberikan harus mempunyai arti penting bagi konsumen (Sumarwan, 2011). Potongan harga digunakan dalam rangka kegiatan promosi, yang dirancang untuk merangsang konsumen melakukan pembelian langsung terhadap produk dengan menciptakan kondisi awal berupa niat beli konsumen. Beberapa kajian empiris menunjukan bahwa potongan harga tidak mampu memoderasi pengaruh *product knowledge* terhadap niat beli hal ini disebabkan karena bagi konsumen atau pelanggan yang memiliki pengetahuan produk yang tinggi, mereka cenderung menganggap masih ada faktor lain yang lebih penting yang perlu dipertimbangkan selain *price discount,* sedangkan bagi konsumen pelanggan yang memiliki pengetahuan produk yang rendah, kemungkinan masih memiliki niat beli yang rendah, karena konsumen atau pelanggan merasa ragu terhadap penerapan potongan harga yang diberikan, dalam beberapa aspek pelanggan atau konsumen memiliki kesan *negative* terhadap mutu produk yang mendapatkan potongan harga.

Kualitas Layanan

Pelayanan itu sendiri dapat diartikan sebagai tindakan penyediaan jasa atau *service* yang diberikan oleh pemilik jasa berupa kemudahan, kecepatan, relasional, kecakapan dan keramah-tamahan yang diejawantahkan dalam sikap dan sifat dalam memberkan aktivitas melayani kepada pihak lain dalam rangka mencapai tujuan akhir yaitu untuk memuaskan pelanggan.

Kualitas pelayanan dapat meningkatkan, menciptakan dan membentuk tingkat kepuasan pelanggan (Lupiyoadi, 2014). Kualitas dapat dipersepsikan dalam beragam dimensi, hal ini bergantung dari cakupan kualitas itu sendiri yang dapat meliputi sejumlah dimensi yang bersifat universal, kultural, sosial, dan personal (Tjiptono. F., 2014). Menurut (James, 2007) kualitas pelayanan merupakan penilaian pelanggan tentang performansi dan kehandalan layanan secara menyeluruh dimana konsumen atau pelanggan akan membuat perbandingan antara kinerja layanan dengan apa yang pelanggan dapatkan Secara ringkas kualitas pelayanan adalah semua bentuk kegiatan atau aktivitas yang dilakukan oleh suatu pihak atau entitas atau perusahaan yang bertujuan untuk memenuhi harapan pelanggan (Edy Wibowo & Silitonga, 2020). Dalam persepsi pelanggan, dimensi kualitas akan diukur pada seberapa besar kesamaan nilai dari sebuah jasa atau produk dapat memenuhi harapan pelanggan dari sisi performansi jasa atau produk yang dirasakan oleh pelanggan.

Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai *The extent of discrepancy between customers expectations or desire and their perceptions* (Laksana, 2010). Pernyataan dalam kalimat tersebut menggambarkan bahwa pelayanan yang berkualitas dapat dilihat atau dinyatakan dari besarnya perbedaan antara harapan atau kebutuhan pelanggan terhadap jasa atau produk konsumen dengan kinerja nyata jasa atau produk tersebut. Kualitas pelayanan dalam pengertian ini dapat dijelaskan sebagai sebagai seberapa jauh

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

perbedaan antara kenyataan kinerja jasa atau produk dengan harapan pelanggan yang mereka terima atau rasakan (Sumarwan, 2011)

Karakteristik Layanan

Menurut (Lupiyoadi, 2014) sebagai sebuah aktivitas yang terukur jasa atau layanan layanan memiliki karakteristik yang melekat dan dapat diatribusi sebagai anasir sebuah services atau jasa. Beberapa karakteristik jasa atau layanan tersebut adalah;

1. *Intangibility* (bersifat tidak berwujud), jasa layanan tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar, atau dicium namun dapat dinikmati setelah jasa tersebut dibeli Aspek penting dari hal ini adalah bahwa nilai tidak berwujud yang dialami konsumen dapat berupa kenikmatan, kepuasan, atau rasa aman.
2. *Unstorability* (bersifat tidak dapat disimpan), jasa layanan tidak dapat dilakukan penyimpanan, hal ini berbeda dengan produk. Karakteristik ini disebut juga *inseparability* (tidak dapat dipisahkan) artinya bahwa waktu layanan yang dihasilkan dan waktu konsumsi terjadi secara bersamaan.
3. *Customization* (kustomisasi), jasa/layanan sering kali mudah dan dapat dirancang secara khusus untuk kebutuhan spesifik pelanggan.

Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh (Aldoreno, 2020) dalam penelitian ini variabel independen yang digunakan adalah *discount frame* dengan dua sub-faktorial yaitu diskon dalam persen (%) dan diskon dalam rupiah. Sementara variabel independen kedua yaitu *type of product* yang terdiri dari sub-faktor yaitu *textbook* dan *e-book*. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan; *type of product* memiliki pengaruh signifikan terhadap *purchase intention*. Hasil kedua tidak terdapat pengaruh signifikan antara *discount frame* dan *purchase intention*. Hasil ketiga menunjukan bahwa *type of product* tidak memberikan efek moderasi hubungan antara *discount frame* dan *purchase intention.*

(Prasetyo et al., 2020) hasil dari penelitian ini memperoleh kesimpulan sebagai berikut, *discount price* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli konsumen pada *flash sale program* di Shopee. *Consumer's perceived risk* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap niat beli konsumen pada f*lash sale program* di Shopee. *Discount price* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli konsumen pada *flash sale program* di Shopee. *Discount price* memiliki pengaruh tidak langsung dan bernilai negatif terhadap niat beli konsumen melalui *consumer's perceived risk* pada *flash sale program* di Shopee.

(Zozalbo & Astuti, 2022) hasil penelitian menunjukan bahwa *percentage and slash price discount* memiliki pengaruh lebih dominan pada niat beli untuk barang atau produk *special* daripada produk umum. Sementara *special price discount* memiliki pengaruh lebih tinggi pada niat beli barang atau produk yang bersifat umum atau generik. Hasil selanjutnya adalah tidak terdapat perbedaan yang signifikan bagaimana orang Indonesia mempertimbangkan pola potongan harga pada *type* produk.

(Wibowo, A.E., Silitonga., 2020) hasil dari penelitian menunjukan variabel promosi secara parsial memiliki pengaruh terhadap *intention to use* jasa transportasi. Hasil kedua menunjukan bahwa variabel kualitas pelayanan secara parsial memiliki

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

pengaruh terhadap *intention to use* jasa transportasi. Dan hasil ketiga menunjukan variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh lebih dominan terhadap *intention to use* jasa transportasi.

Metode Penelitian

Disain dari penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif. Disain ini mencoba untuk menjelaskan hubungan antar variabel penelitian yang diharapkan mendapat informasi tentang sifat hubungan yang terbentuk diantara kedua variabel yang diteliti. Lokasi penelitian dilakukan pada sebuah kompleks wisata kuliner yang terdapat pada kawasan Vitka City Complex yang berada di Kota Batam. Lokasi ini dipilih didasarkan pada fenomena nyata laju keramaian pengunjung pada kompleks kuliner tersebut yang menunjukan tingkat pertambahan laju kunjungan konsumen yang signifikan terlebih saat ini dengan mulai adanya pembenahan dan penataan kembali ruas jalan dan tata letak *stand* dan kios kios yang ada yang berakibat pada pertambahan jumlah populasi kunjungan yang meningkat.

Populasi dalam kajian ini adalah masyarakat yang pernah dan telah menikmati, mengalami sendiri transaksi pembelian makanan di rumah makan serta restoran yang berada di Vitka City Complex, yang merupakan kawasan destinasi wisata kuliner baru yang sedang berkembang saat ini. Sedangkan responden dalam penelitian ini adalah masyarakat yang memiliki pengalaman menikmati hidangan di tempat makan atau kafe excelso yang berada di wilayah tersebut.

Metode penentuan sampel yang digunakan adalah *non-probability* sampling, karena tidak semua anggota dalam populasi dapat menjadi sampel pada penelitian ini. Teknik yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (A. E. Wibowo, 2021). Adapun pertimbangan tertentu tersebut adalah responden pernah dan telah melalukan transaksi pembelian di kafe excelsso tersebut minimal 3 kali dalam 6 bulan terakhir. Responden tersebut pernah menggunakan fasilitas potongan harga yang ditawarkan oleh pihak penjual, serta responden adalah yang melakukan pembayaran dan bukan konsumen yang mendapat kesempatan pembayaran oleh orang lain atau rekan. Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini dengan formulasi populasi tidak diketahui;

$$n = \left(\frac{Z_{\alpha/2}.\sigma}{e} \right)^2$$

Sumber: Wibisono (2014)
Keterangan:

η	=	Jumlah elemen/anggota sampel
$Z_{\alpha/2}$	=	Nilai tabel Z = 0.05
σ	=	Standard deviasi populasi
e	=	Error level (tingkat kesalahan)

Berdasarkan rumus di atas maka perhitungan jumlah sampel yang diperoleh adalah

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

$$n = \left[\frac{0{,}025 \cdot 20}{0{,}05} \right] 2$$

$$n = 100$$

Dalam penelitian ini digunakan sampel sebanyak 123 responden. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi moderasi (*Moderated Regression Analysis*). Sebelum melangkah pada uji tersebut maka terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas data yang selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

Hasil dan Pembahasan

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat ditunjukan melalui tabel di bawah ini;

Tabel 1. Responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis_Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	laki-laki	72	58.5	58.5	58.5
	perempuan	51	41.5	41.5	100.0
	Total	123	100.0	100.0	

Sumber: Olah data SPSS.21

Berdasarkan tabel 1, diperoleh hasil bahwa responden berjenis kelamin pria sebanyak 72 responden atau 58.5%, dan berjenis kelamin perempuan 51 responden atau 41.5%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berjenis kelamin pria. Karakteristik responden berdasarkan usia dapat ditunjukan melalui tabel di bawah ini;

Tabel 2. Responden berdasarkan usia

Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	19 sd 35 tahun	40	32.5	32.5	32.5
	36 sd 45 tahun	58	47.2	47.2	79.7
	lebih dari 46 tahun	25	20.3	20.3	100.0
	Total	123	100.0	100.0	

Sumber: Olah data SPSS.21

Berdasarkan tabel 2, diperoleh hasil bahwa responden berusia 19 sampai dengan 35 tahun sebanyak 40 responden atau 32.5%, responden yang berusia 36 sampai dengan 45 tahun sebanyak 58 responden atau 47.2%. Responden berusia lebih dari 46 tahun

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

sebanyak 25 responden atau 20.3%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang datang berkunjung dan menikmati produk dan kualitas layanan, berusia 36 sampai dengan 45 tahun.

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat ditunjukan melalui tabel di bawah ini;

Tabel 3. Responden berdasarkan pekerjaan

Pekerjaan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PNS	8	6.5	6.5	6.5
	Wirausaha	19	15.4	15.4	22.0
	Pegawai Swasta	66	53.7	53.7	75.6
	Pelajar. Mahasiswa	11	8.9	8.9	84.6
	Lain Lain	19	15.4	15.4	100.0
	Total	123	100.0	100.0	

Sumber: Olah data SPSS.21

Berdasarkan tabel 3, diperoleh hasil bahwa responden yang bekerja sebagai PNS berjumlah 8 orang atau 6.5%, responden yang bekerja sebagai wirausaha 19 orang 15.4%. Responden yang bekerja sebagai pegawai swasta berjumlah 66 orang atau 53.7%, responden yang bekerja sebagai pelajar atau mahasiswa berjumlah 11 orang atau 8.9%, dan responden yang bekerja lain lain berjumlah 19 orang atau 15.4%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang datang berkunjung memiliki pekerjaan sebagai pekerja atau pegawai swasta.

Uji Normalitas

Uji ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah nilai residu yang diteliti memiliki distribusi normal atau tidak normal. Kriteria uji ini diperoleh dengan membandingkan nilai asymp.sig (2 tailed) dengan nilai α yang besarnya 0.05, jika nilai asymp.sig (2 tailed) lebih besar dari nilai α, maka dinyatakan data memiliki distribusi normal dan sebaliknya (Wibowo A.E & Wulandari Y, 2020). Hasil uji normalitas dengan menggunakan analisis uji *Kolmogorov-Smirnov* menunjukan bahwa data memiliki distribusi normal dengan nilai asymp.sig (2-tailed) sebesar 0.851 > 0.05 seperti terlihat dalam tabel di bawah ini;

Tabel 4. Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		123
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.06635886
Most Extreme Differences	Absolute	.055
	Positive	.055
	Negative	-.050
Kolmogorov-Smirnov Z		.610
Asymp. Sig. (2-tailed)		.851
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Sumber: Olah data SPSS.21

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

Uji Multikolinearitas

Uji yang digunakan untuk memperhatikan ada tidaknya gejala hubungan yang sangat kuat antara variabel bebas. Model yang baik data harus terbebas dari adanya gejala mulitkolinearitas. Gejala multikolinearitas dapat dideteksi dengan menggunakan uji *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih besar dari 0.1 maka menunjukkan model tidak terdapat gejala multikolinearitas (Ghozali, 2013). Hasil uji multikolinearitas dalam pengujian ini diperoleh nilai *Variance Inflation Factor* untuk masing masing variabel yaitu produk dan kualitas layanan sebesar 4.780 < 10, dan nilai *tolerance* sebesar 0.209 > 0.1 maka dapat disimpulkan bahwa model tidak terdapat gejala multikolinearitas, hal tersebut seperti terlihat dalam tabel di bawah ini;

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1_produk	.209	4.780
	X2_kualitas_layanan	.209	4.780

a. Dependent Variable: Y_niat_beli

Sumber: Olah data SPSS.21

Uji Heteroskedastisitas

Uji yang digunakan untuk memperhatikan ada tidaknya ketidaksamaan varian dari variabel model dalam regresi yang digunakan. Sebagai model yang baik maka data harus terbebas dari adanya gejala heteroskedastisitas. Gejala heteroskedastisitas dapat dideteksi dengan menggunakan uji *Spearmans*. Jika nilai signifikansi antara variabel dengan nilai unstandardized residual lebih besar dari nilai alpha 0.05 maka dapat disimpulkan model menunjukkan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas (Duwi Priyatno, 2010). Hasil uji menunjukan bahwa bahwa nilai signifikansi variabel produk terhadap residualnya sebesar 0.804 dan variabel kualitas pelayanan terhadap residualnya sebesar 0.563, sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas, hal tersebut terlihat dalam tabel di bawah ini;

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Correlations

			X1_produk	X2_kualitas_layanan	Unstandardized Residual
Spearman's rho	X1_produk	Correlation Coefficient	1.000	.880**	-.023
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.804
		N	123	123	123
	X2_kualitas_layanan	Correlation Coefficient	.880**	1.000	-.053
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.563
		N	123	123	123
		Correlation Coefficient	-.023	-.053	1.000

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

	Unstandardized Residual	Sig. (2-tailed)	.804	.563	.
		N	123	123	123

****. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).**

Sumber: Olah data SPSS.21

Uji Hipotesis

Hasil uji langkah pertama

Tabel 6. Uji Hipotesis Langkah Pertama

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.289	1.158		8.022	.000
	X1_produk	-.295	.133	-.343	-2.216	.029
	X2_kualitas_layanan	.792	.134	.916	5.921	.000

a. Dependent Variable: Y_niat_beli

Sumber: Olah data SPSS.21

Dari hasil uji pada tabel 6 dapat diberikan kesimpulan bahwa variabel produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat beli, kesimpulan ini didasarkan pada nilai ambang tingkat signifikansi sebesar 0.029 < 0.05. Demikian juga untuk variabel kualitas layanan yang memiliki nilai signifikansi 0.000 < 0.05 hal ini menunjukan variabel kualitas layanan memiliki pengaruh signifkan terhadap keputusan niat beli pelanggan.

Hasil uji langkah kedua

Tabel 7. Uji Hipotesis Langkah Kedua

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.733	1.381		6.326	.000
	X1_produk	-.298	.133	-.347	-2.238	.027
	X2_kualitas_layanan	.734	.155	.849	4.721	.000
	x3_potongan_harga	.092	.124	.089	.743	.459

a. Dependent Variable: Y_niat_beli

Sumber: Olah data SPSS.21

Dari hasil uji pada tabel 7 dapat diberikan kesimpulan bahwa variabel produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat beli, kesimpulan ini didasarkan pada nilai ambang tingkat signifikansi sebesar 0.027 < 0.05. Demikian juga untuk variabel kualitas layanan yang memiliki nilai signifikansi 0.000 < 0.05 sehingga dapat disimpulkan variabel kualitas layanan memiliki pengaruh signifkan terhadap keputusan niat beli pelanggan. Berbeda dengan variabel potongan harga yang memiliki nilai

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

signifikansi 0.459 > 0.05, hal ini menunjukan bahwa variabel potongan harga memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap keputusan niat beli pelanggan.

Hasil uji langkah ketiga

Tabel 8. Uji Hipotesis Langkah Ketiga Variabel Produk

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.415	1.673		8.615	.000
	X1_produk	-.076	.189	-.089	-.404	.687
	interaksi_1	.016	.006	.600	2.719	.008
a. Dependent Variable: Y_niat_beli						

Sumber: Olah data SPSS.21

Tabel 8 menjelaskan dampak dari variabel potongan harga dalam memoderasi variabel produk terhadap niat beli. Dari hasil uji pada tabel 8 dapat diberikan penjelasan bahwa interaksi_1 sebagai hasil dari multipilikasi variabel produk dan potongan harga memberikan efek dan dampak terhadap niat beli pelanggan. Hal ini ditunjukan dengan nilai signifiknasi sebesar 0.008 < 0.05, sehingga dari hasil tersebut dapat dijelaskan bahwa variabel potongan harga memberikan pengaruh signfikan terhadap niat beli pelanggan pada produk yang pelanggan minati sukai, dan konsumsi.

Tabel 9. Uji Hipotesis Langkah Ketiga Variabel Kualitas Layanan

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.100	1.785		5.097	.000
	X2_kualitas_layanan	.494	.199	.572	2.480	.015
	interaksi_2	.001	.006	.042	.181	.857
a. Dependent Variable: Y_niat_beli						

Sumber: Olah data SPSS.21

Tabel 9 menjelaskan dampak dari variabel potongan harga dalam memoderasi variabel kualitas layanan terhadap niat beli. Dari hasil uji pada tabel 9 dapat diberikan penjelasan bahwa interaksi_2 sebagai hasil dari multipilikasi variabel kualitas layanan dan potongan harga memberikan efek dan dampak yang tidak signfikan terhadap niat beli pelanggan. Hal ini ditunjukan dengan nilai signifiknasi sebesar 0.857 > 0.05, sehingga dari hasil tersebut dapat dijelaskan bahwa variabel potongan harga memberikan pengaruh tidak signfikan terhadap niat beli pelanggan pada sisi kualitas layanan dalam menikmati, mengkonsumsi sajian dan hidangan yang dirasakan oleh pelanggan.

Produk yang baik dan dapat memenuhi selera dan kebutuhan pelanggan dapat memberikan dampak terhadap keinginan bagi pelanggan atau konsumen untuk rela berkunjung kembali untuk menikmati pengalaman yang baik yang pernah diterima sebelumnya. Setiap pelanggan yang memiliki pengalaman baik terhadap sebuah produk suatu merek akan cenderung memberi rekognisi pada otak dan benak mereka sehingga memberikan dorongan keinginan menjadi sebuah niat

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

untuk mendapatkan pengalaman yang baik pada masa lalu tersebut berulang (Wibowo, A.E; Gunawan, 2022).

Bukti menunjukan bahwa salah satu aspek promosi yang merupakan bagian dari *marketing mix* yang efektif dapat dijalankan adalah pada strategi harga. Komponen dari strategi ini dapat dilakukan melalui strategi pemotongan harga. Pemotongan harga telah terbukti efektif bagi peningkatan jumlah kunjungan pelanggan bahkan efektif dalam memberi daya dorong dan motivasi bagi pelanggan untuk mendapatkan kembali kenangan baik masa lalu, ketika pelanggan tersebut berhubungan dengan sebuah produk. Bentuk dari strategi pemotongan harga tersebut dapat memberikan kesan bahwa pelanggan tidak perlu memberikan pengorbanam yang lebih mahal untuk sebuah pemenuhan kebutuhan yang akan dinikmati berdasar pengalamannya dengan sebuah produk di masa lalu. Jika hal tersebut tercipta maka akan terus dapat menjadikan mereka sebagai pelanggan yang loyal, karena niat beli mereka terhadap sebuah produk terus terjaga. Hal ini selaras dengan penelitian (Aldoreno, 2020) dan (Edy Wibowo & Silitonga, 2020),(A. Wibowo et al., 2022)

Aspek lain yang menjadi asupan bagi pengulangan niat untuk membeli sebuah produk atau jasa adalah terpenuhinya apa yang pelanggan harapkan dengan apa yang kemudian mereka rasakan ketika mereka mengonsumsi, merasakan atau menggunakan sebuah produk atau jasa, Kualitas layanan yang baik adalah kualitas yang sejalan dengan kenyataan kinerja produk atau jasa dengan apa yang ada dalam persepsi pelangganya.

Niat beli dapat dijaga jika sebuah pelayanan yang mengandung dimensi kehandalan, responsif, bukti fisik, jaminan serta empati yang melekat pada sebuah jasa dapat dirasakan langsung oleh pelanggan (A. E. Wibowo, 2017). Sebuah produk dapat dikemas dalam *packaging* yang baik dan menarik minat dan secara psikologis dapat membawa perjalanan konsep *aware, intention, desire* dan *action.* Namun jika tidak dibarengi dengan model pengantaran produk dengan cara yang tidak berkualitas, hal tersebut dapat berdampak buruk di mata pelanggan. Hasil senada dengan penelitian (Prasetyo et al., 2020).

Bundling program yang dapat menghantarkan pelanggan pada kecenderungan mengulang pembelian atau menggugah niat beli dapat juga dilakukan pada potongan harga pada kualitas produk. Namun hal ini biasanya tidak terlalu berdampak pada kualitas layanan itu sendiri. Hasil pada kajian dalam penelitian ini menunjukan bahwa potongan harga tidak memoderasi terhadap niat beli pelanggan jika hal itu didasarkan pada asepk kualitas. Hal ini menunjukan bahwa sebuah kualitas dipersepsikan secara lebih stabil di benak konsumen atau pelanggan, karena hal tersebut berhubungan dengan rasa yang bersufat *intangible* dan pelanggan berharap mendapatkan hal tersebut pada tingkat yang setinggi tingginya atau setimpal dan senada dengan pengorbananya (Wibowo., A.E., Mikasari., 2021). Untuk alasan itulah terindikasi dalam kajian ini, potongan harga tidak memberikan dampak untuk memoderasi kualitas layanan bagi pelanggan dalam meningkatkan niat beli. Hasil senada (Zozalbo & Astuti, 2022) dan (Suhardi., Wibowo AE., Wasiman., 2020)

Simpulan

Hasil kajian dalam penelitian ini dapat dirumuskan dalan beberapa simpulan; produk memiliki pengaruh signifikan terhadap niat beli pelanggan pada kafe excelso. Hal yang menarik dalam kajian ini adalah bahwa tambahan produk baru yang menjadi variasi dan keragaman sajian tidak serta merta dapat meningkatkan arah yang poisitif. Hal tersebut dapat memengaruhi *image* rasa dari produk yang selama ini sudah dianggap familiar bagi pelanggan. Kualitas layanan yang disajikan oleh pihak ecselso memiliki pengaruh signifikan terhadap niat beli pelanggan. Potongan harga memberikan efek yang nyata dalam memoderasi produk dalam memengaruhi niat beli bagi pelanggan pada excelso, namun sebagai bentuk dari anasir kegiatan

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

harga yang merupakan bagian dari *marketing mix*, harga melalui strategi potongan harga tidak memoderasi kualitas layanan dalam memengaruhi niat beli pelanggan.

Daftar pustaka

Aldoreno, R. (2020). *THE IMPACT OF DISCOUNT FRAME AND TYPE OF PRODUCT ON PURCHASE INTENTION Chairy Program Studi Magister Manajemen Universitas Tarumanagara*. 10–15.

Duwi Priyatno. (2010). *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS*. MediaKom.

Edy Wibowo, A., & Silitonga, F. (2020). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Intention To Use Jasa Transportasi Pt. Batam Fast Ferry Di Kota Batam. *Jurnal Cafetaria*, *1*(2), 23–32. https://doi.org/10.51742/akuntansi.v1i2.145

Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi* (7th ed.). Undip.

James, B. (2007). *Secrets of Customer Relatuonship Management, 2007. Gramedia Jakarta*.

Kotler. P. (2012). *Marketing Management 8th Edition, Englewood Cliffs, New Jersey, Prentice Hall*.

Kotler dan Amstrong. (2011). *Marketing Management International, 5th Prentice Hall. Upper Sadle River. New Jersey*.

Laksana, F. (2010). *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis,2010. Graha Ilmu, Yogyakarta*.

Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa* (D. A. Halim (ed.); 3rd ed.). Salemba Empat.

Prasetyo, E. B., Sopiah, & Zen, F. (2020). *The Effect of Discount Price on Purchasing Intentions Through Consumer's Perceived Risk in the Flash Sale Program at Shopee*. *124*, 633–643. https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200305.129

Retnaningsih, W. (2010). Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Karakteristik Kategori Produk, Dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Keputusan Perpindahan Merek. *DiE: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Manajemen*, *6*(2). https://doi.org/10.30996/die.v6i2.131

Suhardi., Wibowo AE., Wasiman., W. (2020). Service Quality, Trust and Price on Customer Loyalty in PT Pos Indonesia Batam City. *IOSRjournals.Org*, *22(9)*.

Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen Edisi Ke 2, 2011. Penerbit Graha Ilmu, Yogyakarta*.

Tjiptono. F. (2014). *Pemasaran Jasa. Jakarta*. Gramedia Cawang.

Wibowo, A.E; Gunawan, A. (2022). Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Pada Restoran Sederhana Di Harbout Bay Batam. *Jurnal Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Program Magister Manajemen*, *9*(1), 57–67. https://doi.org/10.32477/jrm.v9i1.364

Wibowo, A.E., Silitonga., F. (2020). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Intention to Use Jasa Transportasi PT Batam Fast Ferry di Kota Batam. *Cafetaria*, *1*(2), 23–32.

Wibowo., A.E., Mikasari., D. A. (2021). Reputasi Merek, Kompetensi Merek, Kesukaan Merek dan Kepercayaan pada Perusahaan terhadap Loyalitas Merek Apotek Vitka Farma. *Postgraduate Management Journal*, *1*(1), 14–25.

Wibowo, A. E. (2017). Analisis Faktor Faktor yang Mempengaruhi Behavioral Intention. *Rekaman*, *1*, 74–88.

Wibowo, A. E. (2021). *Metodologi Penelitian Pegangan untuk Menulis Karya Ilmiah. Penerbit Insania*,

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

Cirebon.
Wibowo, A., Prihartanti, W., Wibowo, A. E., & Rahmanto, A. (2022). *Enrichment : Journal of Management The Effect of Green Trust , Green Marketing and Green Perceived Quality on Green Purchase Intention*. *12*(5).
Wibowo A.E & Wulandari Y. (2020). *SPSS dalam Riset Layanan Jasa dan Kesehatan*. Gava Media, Yogyakarta.
Wulandari, N. (2013). *Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen (Studi kasus pada konsumen kopikita semarang)*. 17.
Zozalbo, F., & Astuti, R. (2022). *The Effect of Specific Discount Pattern and Product Type on Customers' Purchase Intention in E-commerce Platform*. *August 2020*. https://doi.org/10.4108/eai.27-7-2021.2316875

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

JURNAL MANNER VOL. 2. NO. 1. Februari 2023 E-ISSN 2828-2760
DOI:xx.xxxxx P-ISSN 2828-3767

PENGARUH MOTIVASI TERHADAP MINAT KUNJUNGAN ULANG WISATAWAN MANCANEGARA: PERSPEKTIF FAKTOR PENARIK (Studi Destinasi Wisata Religi Masjid Di Kota Batam)

Hendra Syaiful[1] , Agung Edy Wibowo[2], Mohamad Nur Afriliandi Nasution[3],
Politeknik Pariwisata Batam [1, 2, 3, 4]
hendrasyaiful02@gmail.com[1], agungedy@btp.ac.id [2] , m.nuranasution@btp.ac.id[3]

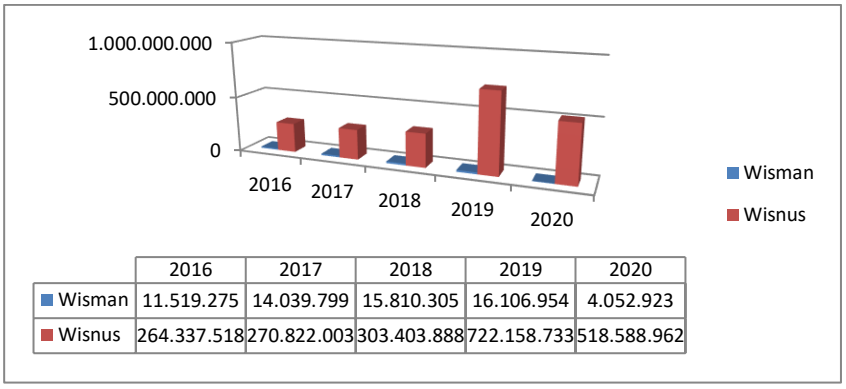
ABSTRAK
Kunjungan wisatawan mancanegara kembali meningkat seiring menurunkan kasus COVID-19, namun belum selaras dengan minat kunjung ulang wisatawan dalam destinasi wisata religi masjid di Kota Batam. Wisata religi adalah jenis wisata yang dikategorikan dalam wisata minat khusus. Untuk mengetahui besarnya minat wisatawan mancanegara berkunjung kembali ke suatu objek wisata maka diperlukan analisis mengenai pengaruh faktor pendorong edukasi, interpersonal, fisiologis dan faktor penarik atraksi wisata, amenitas, aksesibilitas, dan *ancillary service* terhadap minat kunjung ulang wisatawan mancanegara pada destinasi wisata religi masjid di Kota Batam. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode eksplanasi. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling* metode *accidental sampling*. Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus *Slovin* dengan *margin error* 10%, diperoleh jumlah minimum sampel sebesar 100 sampel. Hasil pengumpulan data diperoleh 102 sampel melalui kuesioner. Analisis data menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan faktor pendorong edukasi, interpersonal, fisiologis dan faktor penarik atraksi wisata, amenitas, aksesibilitas, dan *ancillary service* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjung ulang wisatawan mancanegara pada destinasi wisata religi masjid di Kota Batam. Hasil ini memberikan implikasi bahwa pihak manajemen pengelola wisata atau pemerintah daerah dapat memperkuat faktor tarikan dengan variabel amenitas. Hal yang harus diperkuat adalah peningkatan kelengkapan fasilitas kegiatan wisata religi.
Kata Kunci: Motivasi Perjalanan, Faktor Pendorong dan Penarik, Minat Kunjung Ulang, Wisata Religi

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sektor strategis mendukung perekonomian global (Prajawati, 2019). Pariwisata adalah kegiatan bisnis multinasional penting di dunia, karena memberikan kontribusi 30% dari ekspor layanan dunia dan telah menjadi pendapatan utama banyak negara (Khuong & Ha, 2014). Pandemi COVID-19 yang terjadi di awal tahun 2020 seolah menjadi fenomena yang berdampak signifikan bagi seluruh negara di dunia dan berbagai sektor, salah satunya adalah sektor pariwisata yang secara drastis mengalami dampak sosial ekonomi yang luas. Berbagai upaya pemulihan sektor pariwisata diperlukan melalui berbagai pendekatan, termasuk Indonesia (Hermawan, Nurdin, & Hutagalung, 2022).

Indonesia merupakan salah satu negara dengan potensi pariwisata yang paling besar (Harianto, Tsani, Santoso, Masruri, & Winarno, 2021). Laporan kinerja Kementerian Pariwisata selama 5 (lima) tahun menyebutkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) pada tahun 2016 sebanyak 11,51 juta kunjungan, tahun 2017 sejumlah 14,04 juta kunjungan, tahun 2018 sebanyak 15,81 juta kunjungan, tahun 2019 sebanyak 16,01 juta kunjungan, dan tahun 2020 turun drastis menjadi 4,05 juta kunjungan. Adapun wisatawan nusantara (wisnus) pada tahun 2016 melakukan 264,33 juta perjalanan, tahun 2017 melakukan 270,82 juta perjalanan, tahun 2018 melakukan 303,5 juta perjalanan, tahun 2019 melakukan 722,1 juta perjalanan, dan tahun 2020 melakukan 518,58 juta perjalanan (Badan Pusat Statistik Indonesia, 2022).

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional



	2016	2017	2018	2019	2020
Wisman	11.519.275	14.039.799	15.810.305	16.106.954	4.052.923
Wisnus	264.337.518	270.822.003	303.403.888	722.158.733	518.588.962

Gambar 1.1 Jumlah Kunjungan Wisman dan Perjalanan Wisnus tahun 2016-2020
Sumber: Badan Pusat Statistik Indonesia (2022) Diolah

Data di atas menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisman dan wisnus yang melakukan perjalanan mengalami peningkatan dari tahun ke tahun kecuali pada tahun 2020 mengalami penurunan signifikan disebabkan adanya pandemi COVID-19. Pandemi COVID-19 mengharuskan negara melakukan pembatasan sosial berskala besar, sehingga terjadi penurunan wisman dan wisnus. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) melakukan upaya pemulihan pariwisata dengan mendorong lebih banyak kunjungan dari wisnus setelah COVID-19 memasuki fase endemik terutama menarik lebih banyak wisman untuk berkunjung ke Indonesia (Kemenparekraf, 2022).

Batam merupakan salah satu bagian dari Kepulauan Riau. Batam merupakan sebuah pulau di daerah Kepulauan Riau, berlokasi di sebelah barat pulau Bintan dan sebelah selatan Singapura. Sebagai daerah kepulauan, Batam tentunya memiliki berbagai keindahan alam yang dapat dinikmati oleh siapapun yang berkunjung ke Batam. Keindahan resort, laut, pantai, hingga lapangan golf dapat dinikmati saat berada di Batam. Sebagai Kawasan Perdagangan Bebas dan Pelabuhan Bebas, Batam dapat menjadi salah satu tujuan wisata, baik wisatawan domestik maupun mancanegara. Dengan memanfaatkan berbagai kemudahan dan fasilitas yang ada di Batam, wisatawan dapat menikmati berbagai destinasi wisata di Batam dengan mudah (Badan Pengusahaan Batam, 2022).

Jumlah wisatawan mancanegara (wisman) ke Batam terus meningkat sejak beberapa bulan terakhir. Pembukaan gerbang perbatasan dan pelonggaran regulasi oleh pemerintah berdampak pada peningkatan jumlah wisman yang masuk ke Batam. Badan Pusat Statistik (BPS) Batam merilis, pada Mei 2022, terdapat 16.761 kunjungan wisman. Angka ini meningkat signifikan dibanding bulan Maret yakni 995 kunjungan dan April 8.149 kunjungan. Tercatat, 10 negara utama asal wisman ke Kota Batam selama Januari sampai Mei 2022 yakni Singapura 13.189 kunjungan, Malaysia 3.728 kunjungan, India 2.107 kunjungan, China 583 kunjungan, Philipina 365 kunjungan, Australia 338 kunjungan, Amerika Serikat 309 kunjungan, Inggris 288 kunjungan, Jepang 149 kunjungan, dan lainnya 5.418 kunjungan. Secara umum, selama Januari sampai Mei 2022, kunjungan wisman ke Provinsi Kepri 37.704 dan dari jumlah tersebut, sebanyak 26.474 atau 70,21 persennya adalah kunjungan wisman ke Kota Batam. Angka tersebut menunjukkan bahwa Batam masih menjadi penyumbang utama wisman terbesar bagi Kepri (Badan Pusat Statistik Kota Batam, 2022).

Penelitian ini juga mengembangkan motif wisata religi melalui faktor penarik motivasi perjalanan wisata yang diprediksi mempengaruhi minat kunjung ulang wisatawan. Beberapa ahli merumuskan formula komponen atau atribut dalam menilai destinasi wisata sebagai daya tarik wisata, misalnya Chahal & Devi (2015) dengan 5A (*attraction*, *accommodation*,

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

accessibility, *awareness* dan *ancillaries services*), Buhalis (2000) dengan 6A (*attractions, amenities, accessibility, activities, available packages*, dan *ancillary services*). Juga ada Holloway & Humphreys (2016) yaitu 3A (*attractions*, *amenities*, dan *accessibility*).

Beberapa penelitian menggunakan faktor penarik melalui komponen daya tarik wisata memprediksi minat kunjungan ulang, seperti penelitian Ramadhani *et al.* (2021) menyimpulkan atraksi wisata dan *ancillary service* berpengaruh secara signifikan terhadap minat kunjung ulang, sedangkan amenitas dan aksesibilitas wisata tidak berpengaruh terhadap minat kunjung ulang. Penelitian Alfitriani, Putri, & Ummasyroh (2021) menunjukkan atraksi wisata dan amenitas berpengaruh secara signifikan, sedangkan aksesibilitas dan layanan tambahan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat kunjung ulang wisatawan. Penelitian lain menggunakan aksesibilitas dan fasilitas (Lustono & Permatasari, 2022), atraksi wisata, aksesibilitas dan fasilitas (Miarsih & Anwani, 2018), atraksi, amenitas serta *ancillary* berpengaruh positif terhadap minat kunjungan wisatawan dan aksesibilitas berpengaruh negatif terhadap minat kunjungan (Mahendra & Althalets, 2022).

Hubungan berbagai faktor penarik dengan destinasi wisata religi masjid secara atraksi tergolong objek wisata yang unik. Potensi wisata religi masjid adalah suguhan wisata dengan konsep ikonik, unik, bersejarah, dan syarat nilai-nilai religi yang ditata sedemikian rupa sehingga mampu menonjolkan daya tarik tersendiri bagi wisatawan mancanegara yang berkunjung. Untuk menunjang kenyamanan wisatawan, pengelola destinasi wisata religi masjid telah menyediakan berbagai fasilitas utama dan tambahan agar wisatawan dapat menikmati kunjungannya dan memberikan pengalaman yang tidak terlupakan. Destinasi pariwisata religi ini harus didukung dengan akses yang mudah dan fasilitas yang lengkap. Peningkatan infrastruktur seperti jalan merupakan salah satu cara pemerintah Kota Batam membuat turis merasa nyaman ketika berlibur ke Kota Batam. Pemerintah Kota batam juga menyiapkan amenitas, yang baru diresmikan yakni Masjid Tanwirun Naja atau dikenal dengan nama Masjid Tanjak, berlokasi di kawasan Bandar Udara Internasional Hang Nadim.

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah motivasi edukasi berpengaruh terhadap minat kunjungan ulang pada destinasi wisata religi masjid di Kota Batam?
2. Apakah motivasi interpersonal berpengaruh terhadap minat kunjungan ulang pada destinasi wisata religi masjid di Kota Batam?
3. Apakah motivasi fisiologis berpengaruh terhadap minat kunjungan ulang pada destinasi wisata religi masjid di Kota Batam?
4. Apakah atraksi berpengaruh terhadap minat kunjungan ulang pada destinasi wisata religi masjid di Kota Batam?
5. Apakah amenitas berpengaruh terhadap minat kunjungan ulang pada destinasi wisata religi masjid di Kota Batam?
6. Apakah aksesibilitas berpengaruh terhadap minat kunjungan ulang pada destinasi wisata religi masjid di Kota Batam?
7. Apakah pelayanan tambahan berpengaruh terhadap minat kunjungan ulang pada destinasi wisata religi masjid di Kota Batam?

Minat Kunjung Ulang (*Intention to Revisit*)

Perilaku konsumen merupakan suatu ilmu yang mempelajari bagaimana perilaku manusia yang sangat kompleks yang disebabkan oleh banyak faktor yang saling mempengaruhi. Menurut Schiffman & Kanuk (2018), perilaku konsumen diartikan sebagai perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa yang diharapkan akan memuaskan kebutuhannya.

Kotler & Keller (2016) mengemukakan bahwa perilaku konsumen merupakan sebuah pembelajaran bagaimana

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

individu-individu, kelompok-kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan membuang barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan apa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen. Terdapat tiga langkah yang menyangkut perilaku pasca pembelian, yaitu:

1. Kepuasan pasca pembelian (*post purchase satisfaction*).
2. Tindakan pasca pembelian (*post purchase actions*).
3. Pemakaian dan pembuangan pasca pembelian (*post purchase use and disposal*).

Berdasarkan definisi yang dikemukakan oleh beberapa ahli di atas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa perilaku konsumen adalah suatu proses pengambilan keputusan konsumen dimana didalamnya terdapat proses mencari informasi, membeli barang atau jasa yang diinginkan, menggunakan barang atau jasa yang sudah dibeli dan kemudian akan melakukan evaluasi produk, jasa, pengalaman sesuai harapannya.

Salah satu model perilaku konsumen yang membedakan tipe-tipe perilaku konsumen atas dasar situasi yang dihadapinya adalah model Engel, Blackwell, & Miniard (2013): Komponen dasar model Engel *et al.* adalah stimulus, proses informasi, proses pengambilan keputusan dan variabel yang mempengaruhi pengambilan keputusan.Karakteristik pembeli dan proses pengambilan keputusan menimbulkan keputusan pembelian tertentu. Disinilah tugas pemasaran harus benar-benar memahami apa yang terjadi dalam kesadaran pembeli mulai dari datangnya rangsangan dari luar sampai pada keputusan pembelian oleh pembeli (Engel *et al.*, 2013).

Berdasarkan pengertian di atas dapat dikatakan bahwa minat kunjung ulang adalah keinginan atau dorongan untuk mengunjungi kembali destinasi wisata yang sudah pernah dikunjunginya di masa depan. Dorongan tersebut didasarkan atas kepuasan yang pernah dirasakan pengunjung.

Indikator minat kunjung ulang merujuk penelitian Tan (2016), yaitu:

1. Dapat mengunjungi destinasi wisata di masa depan.
2. Berencana untuk mengunjungi destinasi wisata di masa depan.
3. Berharap untuk mengunjungi destinasi wisata di masa depan.

Teori Motivasi

Penelitian berhubungan dengan perilaku konsumen, motivasi telah dipelajari oleh banyak peneliti untuk waktu yang sangat lama. Pada tahap awal studi motivasi, banyak peneliti menggunakan teori hierarki kebutuhan Maslow (teori Maslow) sebagai akar kerangka teoritis (Dessler, 2015:405–410; Robbins & Judge, 2015:72–78).

Model Maslow biasanya disebut model hierarki kebutuhan, karena menyangkut kebutuhan masyarakat, sehingga teori ini digunakan untuk menunjukkan bahwa kebutuhan seseorang harus dipenuhi agar dapat memotivasi individu untuk bekerja. Maslow percaya bahwa kebutuhan manusia biasanya memiliki struktur hierarkis, termasuk kebutuhan fisiologis, kebutuhan keamanan, kebutuhan sosial, kebutuhan rasa hormat, dan kebutuhan realisasi diri. Kebutuhan fisiologis, keamanan, dan sosial termasuk dalam kebutuhan tingkat rendah (faktor eksternal) dan kebutuhan rasa hormat, dan realisasi diri termasuk dalam kebutuhan tingkat tinggi (faktor internal). Teori ini mengasumsikan bahwa orang berusaha untuk memenuhi kebutuhan yang lebih mendasar (psikologi) sebelum memuaskan kebutuhan tertinggi (aktualisasi diri). Teori *need* ini mencakup aspek-aspek berikut (Dessler, 2015, hal. 405–410; Robbins & Judge, 2015, hal. 72–78): 1) Kebutuhan fisiologis adalah kebutuhan paling dasar manusia, meliputi kebutuhan akan makanan, minuman dan kenyamanan. 2) Kebutuhan akan rasa aman adalah kebutuhan akan rasa aman dan stabilitas, yaitu kebutuhan untuk menjauhi bahaya. 3) Kebutuhan sosial adalah kebutuhan untuk berkomunikasi dan bersahabat dengan orang lain, termasuk persahabatan dan rasa memiliki. 4) Kebutuhan untuk dihormati adalah kebutuhan karyawan untuk dihormati dan dimengerti oleh orang lain. 5) Kebutuhan realisasi diri adalah kebutuhan individu, yang menunjukkan kepribadian khusus

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

seseorang dengan mengembangkan seluruh potensi individu. Bentuk kebutuhan ini dapat berupa harapan seseorang untuk menghasilkan sesuatu yang dapat dikenal masyarakat, yaitu karyanya sangat baik dan bermanfaat bagi masyarakat atau orang lain.

Banyak peneliti di bidang pariwisata mencoba untuk memodifikasi kerangka motivasi yang sesuai dengan studi empiris yang berkelanjutan. Seperti penelitian Khuong & Ha (2014) menyatakan bahwa motivasi merupakan salah satu kekuatan pendorong utama yang digunakan untuk menginterpretasikan perilaku seorang individu. Ini berkontribusi untuk menjelaskan mengapa seseorang melakukan sesuatu, bukan orang lain. Dalam konteks pariwisata, motivasi perjalanan didefinisikan sebagai "seperangkat atribut yang menyebabkan seseorang berpartisipasi dalam kegiatan wisata" untuk mencapai tujuannya dan mengharapkan kepuasan. Hal ini dianggap sebagai titik awal dan salah satu pengaruh psikologis terpenting untuk memahami perilaku wisatawan.

Motivasi perjalanan dipengaruhi oleh dua kekuatan, yaitu konsep faktor *Push* dan *Pull*. Konsep ini telah menjadi salah satu kerangka kerja yang paling populer dan berguna untuk mempelajari dan menganalisis perilaku wisatawan. Kedua faktor tersebut menjelaskan orang melakukan perjalanan karena didorong oleh kekuatan internal mereka sendiri dan ditarik oleh kekuatan eksternal dari atribut tujuan (Khuong & Ha, 2014).

Pull Factor (Faktor Penarik)

Pull motivation adalah sumber daya berwujud dan persepsi serta harapan wisatawan terhadap fitur, atraksi, atau atribut dari tujuan tertentu; oleh karena itu, ini berperan penting dalam pemilihan destinasi wisatawan setelah keputusan untuk bepergian telah dibuat. *Pull factor* adalah kekuatan eksternal yang berhubungan dengan atraksi alam dan bersejarah, makanan, orang, fasilitas rekreasi, dan citra yang dipasarkan dari destinasi (Khuong & Ha, 2014).

Pull factor adalah faktor eksternal yang menarik individu untuk melakukan perjalanan dari satu tujuan ke tujuan lain. *Pull factor* berasal dari ketertarikan pada suatu objek yang dipromosikan secara publik pada penambahan atau penyiaran yang mencerminkan tujuan tertentu. Dalam konteks pariwisata, tempat dan fasilitas wisata menjadi kunci penting untuk menarik wisatawan berkunjung ke suatu destinasi. Atraksi termasuk atraksi berwujud dan atraksi tak berwujud seperti pantai, pemandangan alam atau lanskap, dan lain-lain (Baptista *et al.*, 2020).

Subadra *et al.* (2019) mendefinisikan motivasi perjalanan penarik sebagai tempat produk pariwisata yang mendefinisikan suatu tujuan. Hal ini berkaitan dengan atraksi yang ada di destinasi yang menarik wisatawan untuk berkunjung, memandang dan mengalami. Kajian tentang *pull factor* mengacu pada "objektivitas" dimana kajian difokuskan pada daya tarik objek wisata di destinasi yang menarik wisatawan untuk berkunjung. Oleh karena itu, setiap atraksi yang dipentaskan atau ditampilkan secara autentik untuk pariwisata memiliki daya tarik dan keunikan yang berbeda dengan yang disajikan di destinasi lain. Lebih penting lagi, atraksi akan memungkinkan wisatawan untuk mempelajari sesuatu yang baru karena dapat memperluas pengetahuannya.

Beberapa ahli merumuskan formula komponen atau atribut sebagai *pull factor* dalam menilai destinasi wisata sebagai daya tarik wisata, misalnya Chahal & Devi (2015) dengan 5A yaitu *attraction* (atraksi), *accommodation* (akomodasi), *accessibility* (aksesibilitas), *awareness* (kesadaran) dan *ancillaries services* (layanan tambahan). Aksesibilitas destinasi mengacu pada sarana prasarana seperti jalan, bandara dan kereta api, sedangkan akomodasi meliputi hotel, bungalow dan tenda kemah di mana wisatawan/pengunjung dapat tinggal makan, tidur, dan merasa mudah dan nyaman untuk bepergian. Layanan tambahan dan atribut kesadaran mencakup semua layanan yang diberikan kepada pengunjung atau pemasok layanan wisata dan kesadaran menyiratkan kemampuan mengingat wisatawan tentang citra destinasi yang ada di benak pengunjung.

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

Buhalis (2000) merumuskan formula dengan 6A, yaitu *attractions* (atraksi), *amenities* (amenitas/fasilitas), *accessibility* (aksesibilitas), *activities* (aktivitas), *available packages* (paket yang tersedia), dan *ancillary services* (layanan tambahan). Atraksi (alam, buatan, buatan, tujuan dibangun, warisan, acara khusus); aksesibilitas (seluruh sistem transportasi yang terdiri dari rute, terminal dan kendaraan); amenitas (fasilitas akomodasi dan katering, ritel, layanan wisata lainnya); paket yang tersedia (paket yang telah diatur sebelumnya oleh perantara dan prinsipal); aktivitas (semua aktivitas yang tersedia di destinasi dan apa yang akan dilakukan konsumen selama kunjungan); layanan tambahan (layanan yang digunakan oleh wisatawan seperti bank, telekomunikasi, pos, agen koran, rumah sakit, dll.)

Holloway & Humphreys (2016) membuat formula 3A, yaitu *attractions* atraksi), *amenities* (amenitas), dan *accessibility* (aksesibilitas). Semua destinasi membutuhkan atraksi, fasilitas, dan aksesibilitas yang memadai jika ingin menarik banyak wisatawan. Semakin banyak atraksi yang ditawarkan suatu destinasi, semakin mudah untuk memasarkan destinasi tersebut kepada wisatawan. Membuat daftar dan menganalisis atraksi bukanlah hal yang mudah, terutama ketika seseorang menyadari bahwa apa yang menarik bagi satu wisatawan sebenarnya dapat menghalangi yang lain. Banyak daya tarik suatu destinasi bergantung pada fitur fisiknya: keindahan pegunungan, udara segar resor tepi laut dan kualitas pantai tertentu, arsitektur bersejarah, peluang belanja dan hiburan, serta 'suasana' kota besar. Untuk ini dapat ditambahkan berbagai atraksi yang dibangun khusus untuk meningkatkan daya tarik destinasi. Kota dan ibu kota utama membangun museum, galeri seni, atau pusat pameran baru, sementara bekas rumah atau kastil megah diubah oleh pembangunan menjadi titik fokus untuk kunjungan turis dan pelancong harian. Terkadang, atraksi yang dibangun menjadi tujuan tersendiri, seperti halnya taman hiburan seperti kompleks Disney di Anaheim (California). Atraksi dapat berupa atraksi situs atau atraksi acara. Atraksi situs bersifat permanen, sedangkan atraksi acara bersifat sementara dan sering dipasang untuk meningkatkan jumlah wisatawan ke tujuan tertentu. Beberapa acara memiliki skala waktu yang pendek, seperti pertunjukan udara; yang lain dapat berlangsung selama berhari-hari (Festival Edinburgh, misalnya) atau bahkan berbulan-bulan (misalnya, Festival Taman Floriade di Belanda). Beberapa peristiwa terjadi secara berkala – tahunan, dua tahunan (pameran patung luar ruangan di Quington di Cotswolds, Inggris, adalah peristiwa semacam itu), empat tahunan (Olimpiade) atau bahkan lebih jarang (Oberammergau Passion Play di Jerman dan Festival Floriade yang disebutkan di atas hanya terjadi setiap sepuluh tahun sekali), sedangkan festival lainnya diselenggarakan secara ad hoc dan mungkin, memang, menjadi acara satu kali saja. Destinasi yang mungkin tidak banyak dipuji turis dapat, dengan cara ini, berhasil menarik turis dengan mengadakan pameran yang unik, sementara destinasi situs dapat memperpanjang musimnya dengan mengadakan acara di luar musim, seperti festival seni.

Amenitas/fasilitas adalah layanan penting yang memenuhi kebutuhan wisatawan. Ini termasuk akomodasi dan makanan, hiburan malam seperti teater, diskotik dan bar, transportasi lokal, dan infrastruktur yang diperlukan untuk mendukung jalan pariwisata, layanan utilitas umum dan fasilitas parkir. Secara alami, fasilitas tersebut akan bervariasi sesuai dengan sifat dari destinasi itu sendiri: jelas tidak tepat untuk menyediakan infrastruktur yang luas di area dengan keindahan pemandangan yang luar biasa, seperti taman nasional, dan mereka yang berencana untuk mengunjungi destinasi tersebut akan menyadari bahwa ketersediaan hotel dan restoran mau tidak mau harus dibatasi. Tempat-tempat seperti itu kemungkinan akan menarik para pekemah dan mereka yang hanya mencari fasilitas terbatas memang, ini akan menjadi bagian dari daya tarik bagi mereka.

Sebuah destinasi harus dapat

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

diakses jika ingin memfasilitasi kunjungan wisatawan. Sementara pelancong yang lebih pemberani mungkin bersedia menempatkan diri pada ketidaknyamanan yang besar untuk melihat beberapa tempat yang lebih eksotis di dunia, sebagian besar wisatawan tidak akan tertarik ke suatu tujuan kecuali jika relatif mudah dijangkau. Ini berarti, dalam kasus perjalanan internasional, memiliki bandara yang baik di dekatnya, transportasi udara yang teratur dan nyaman ke wilayah tersebut dengan harga yang terjangkau dan koneksi lokal yang baik ke tujuan itu sendiri (atau, paling tidak, fasilitas penyewaan mobil yang baik). Kapal pesiar akan tertarik dengan pelabuhan laut dalam yang disajikan dengan baik dengan tambatan yang tersedia dengan biaya yang wajar ke jalur pelayaran dan terletak mudah dijangkau dari atraksi di daerah tersebut. Di sisi lain, jika akses menjadi terlalu mudah, hal ini dapat mengakibatkan permintaan yang terlalu besar dan mengakibatkan kemacetan, membuat destinasi menjadi kurang menarik bagi wisatawan. Perlu dicatat bahwa persepsi aksesibilitas di pihak wisatawan seringkali sama pentingnya dengan aksesibilitas destinasi yang sebenarnya. Persepsi seperti itu pasti akan mempengaruhi pengambilan keputusan ketika wisatawan merumuskan rencana perjalanan

Pada studi ini atribut pariwisata yang digunakan adalah dari Cooper *et al.*, (2008) mengemukakan bahwa terdapat 4 (empat) (4A) komponen yang harus dimiliki oleh destinasi wisata, yaitu: *attraction* (atraksi), *amenities* (amenitas/fasilitas), *accessibility* (aksesibilitas), dan *ancillary service* (pelayanan tambahan). Alasan pemilihan 4A karena relevansi dengan objek penelitian, misalnya *accommodation* sama pengertiannya dengan amenitas. Selain itu, *accommodation* tidak digunakan karena destinasi ini tidak membutuhkan penginapan.

***Attraction* (Atraksi)**

Atraksi merupakan bagian penting dalam menarik wisatawan. Wilayah atau daerah wisata dapat menjadi tujuan wisata jika kondisi mendukung perkembangannya sebagai daya tarik wisata. Daya tarik wisata itulah yang disebut sebagai modal wisata atau sumber wisata. Potensi wisata suatu daerah harus berpedoman pada kebutuhan wisatawan. Ada 3 modal atraksi untuk menarik wisatawan, yaitu 1) sumber daya alam (natural), 2) atraksi wisata budaya, dan 3) atraksi buatan itu sendiri. Modal wisata dapat berkembang menjadi daerah tujuan wisata dimana modal tersebut berada. Ada modal wisata yang bisa dikembangkan yang bisa menampung wisatawan selama beberapa hari, menikmatinya berkali-kali, atau bahkan mengunjungi tempat yang sama pada kesempatan lain. Kehadiran atraksi menjadi alasan dan motivasi wisatawan untuk berkunjung ke tempat wisata atau daya tarik wisata (DTW).

***Amenity* (Amenitas/Fasilitas)**

Amenitas adalah berbagai sarana dan prasarana yang dibutuhkan wisatawan di suatu daerah tujuan wisata. Sarana dan prasarana yang terlibat meliputi: akomodasi, restoran, transportasi dan agen perjalanan. Membangun fasilitas pariwisata seperti hotel, tempat wisata, marina, teater, dll dengan menggunakan infrastruktur yang sesuai. Prasarana yang diperlukan untuk pembangunan sarana pariwisata antara lain jalan, air bersih, listrik, tempat pembuangan sampah, bandara, pelabuhan, telpon, dan lain-lain. Mengingat hubungan antara sarana dan prasarana, jelaslah bahwa pembangunan infrastruktur secara umum harus mendahului sarana. Ada masanya infrastruktur dibangun bersama dalam rangka pengembangan fasilitas wisata. Jika suatu tempat atau wilayah memiliki aksesibilitas yang baik, maka dapat berkembang menjadi daerah tujuan wisata. Ada hubungan timbal balik antara sarana dan prasarana. Prasarana adalah kondisi sarana dan pada gilirannya sarana dapat mengarah pada perbaikan infrastruktur.

Menurut Utama (2017) menyatakan bahwa fasilitas wisata merupakan semua fasilitas utama maupun dasar yang memungkinkan sarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang dalam rangka memberikan pelayanan kepada para wisatawan. Diantaranya yaitu:

1. Prasarana pariwisata :

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

2. Sarana pariwisata

***Accessibility* (Aksesibilitas)**

Dalam kegiatan pariwisata, aksesibilitas merupakan hal yang utama. Berbagai layanan lalu lintas atau transportasi telah menjadi saluran penting bagi pariwisata. Di sisi lain, akses tersebut dianggap dapat dipindahtangankan, kemudahan berpindah dari satu daerah ke daerah lain. Jika suatu daerah tidak memiliki aksesibilitas yang baik ke bandara, pelabuhan, jalan, dan lain-lain, maka tidak akan ada wisatawan, yang mempengaruhi perkembangan aksesibilitas daerah tersebut. Jika suatu daerah memiliki potensi wisata, maka harus menyediakan aksesibilitas yang memadai agar daerah tersebut dapat dikunjungi. Oleh karena itu harus ada:

1. Akses informasi.
2. Akses kondisi jalan menuju obyek wisata, dan jalan akses itu harus berhubungan dengan prasarana umum. Kondisi jalan umum dan jalan akses menentukan aksesibilitas suatu obyek wisata.
3. Selanjutnya sebagai tempat akhir perjalanan, di tempat objek wisata harus ada terminal, setidak-tidaknya tempat parkir.

***Ancillary Service* (Pelayanan Tambahan)**

Pemerintah daerah tujuan wisata harus memberikan pelayanan tambahan bagi wisatawan dan peserta pariwisata. Pelayanan yang diberikan meliputi pemasaran, pembangunan fisik (jalan, rel kereta api, air minum, listrik, telpon, dll) dan koordinasi kegiatan dan semua peraturan perundang-undangan untuk jalan dan tempat wisata. Afiliasi juga merupakan hal-hal yang mendukung pariwisata, seperti badan pengatur, informasi wisata, biro perjalanan dan pemangku kepentingan yang berperan dalam industri pariwisata.

Destinasi Wisata

Destinasi wisata adalah kawasan geografis (seperti negara, pulau kabupaten/kota, jalan, desa, desa, atau kawasan wisata) yang menarik (seperti daya tarik wisata, fasilitas, aksesibilitas, sumber daya manusia, citra, dan harga) dalam apa dikenal sebagai kunjungan dan hunian sementara oleh individu atau kelompok selama perjalanan suatu daerah relokasi (Holloway & Humphreys, 2016).

Wisata Religi

Menurut Padin *et al.* (2016) *pilgrimage* (ziarah) merupakan fenomena agama dan budaya masyarakat manusia dan fitur penting dari agama-agama besar di seluruh dunia. *Pilgrimage* diartikan sebagai sebuah perjalanan yang dihasilkan dari tujuan keagamaan, secara eksternal ke tempat suci, dan secara internal untuk tujuan spiritual dan pemahaman internal. *Pilgrimage* dibagi menjadi dua komponen yang terintegrasi yaitu perjalanan religi tradisional; dan perjalanan sekuler modern.

Masjid

Menurut Munawwir (2002), kata Masjid berasal dari Bahasa Arab kata – سجد يسجد : sujud berarti tunduk atau hormat, dan kata سجد berubah menjadi kata مسجد masjid, yang berarti menunjukan tempat. Jadi, masjid merupakan tempat untuk melaksanakan shalat, tunduk atau hormat kepada Allah SWT di tempat yang suci. Masjid bisa dikatakan tempat suci untuk bersembah kepada Allah SWT yang maha Esa.

Secara etimologis, "masjid" mengacu pada tempat di mana orang beribadah atau tempat orang berdoa menurut syarat dan rukun yang ditetapkan dalam Islam. Sedangkan menurut hadits, masjid adalah setiap jengkal tanah di atas permukaan bumi. Sebagaimana dijelaskan dalam Syariah atau Syariah, Allah SWT adalah Tuhan umat Islam di seluruh dunia dan menyembah-Nya melalui doa, yang juga dapat dilakukan di mana saja, atau tidak dibatasi oleh tempat (Gazalba, 1982).

Dalam ajaran Islam, masjid sebagai tempat ibadah tidak hanya berarti bangunan atau tempat ibadah tertentu, karena dalam ajaran Islam, Allah SWT telah menjadikan seluruh alam semesta sebagai masjid ibadah. Dalam Hadits Nabi Muhammad yang diriwayatkan oleh Syafi'i dan Ahmad, Rasulullah SAW bersabda:

Artinya: Seluruh lahan adalah Masjid,

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

kecuali kuburan dan tempat pemandian (Syafi'i dan Ahmad)

Pengembangan Hipotesis

Pull factor atau faktor penarik merupakan faktor eksternal yang dipengaruhi oleh atribut wisatawan dan fasilitas di tempat tujuan. Atribut dan fasilitas wisatawan akan menarik wisatawan untuk melakukan perjalanan ke suatu tujuan dan wisatawan dapat menghabiskan waktu di tempat tujuan dengan menikmati fitur produk dan layanan. Misalnya, wisatawan dapat menghabiskan waktu untuk mengunjungi lingkungan dengan melihat pemandangan alam, mengunjungi peninggalan warisan, bangunan bersejarah, budaya, etnis, dan lain-lain di tempat tujuan yang disukai wisatawan untuk dikunjungi sekarang dan di masa depan (Baptista *et al.*, 2020). Studi empiris sebelumnya mengidentifikasi bahwa *pull factor* mempengaruhi wisatawan untuk melakukan perjalanan dan niat berkunjung ulang (Baniya, 2017; Khuong & Ha, 2014). Dengan demikian, *pull factor* merupakan faktor determinan yang akan mempengaruhi niat berkunjung ulang wisatawan ke suatu destinasi wisata.

METODE PENELITIAN

Desain Riset

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif yaitu pendekatan penelitian menggunakan data hasil jawaban survei yang dianalisis menggunakan teknik analisis statistik (Sugiyono, 2018). Jenis metode penelitian ini adalah eksplanasi. Metode eksplanasi digunakan untuk menggambarkan suatu generalisasi atau menjelaskan hubungan suatu variabel dengan variabel lainnya. Karena itu penelitian eksplanasi menggunakan hipotesis dan untuk menguji hipotesis tersebut digunakan statistik inferensial (Bungin, 2016). Statistik inferensial merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya akan digeneralisasikan (diinferensikan) untuk populasi di mana sampel diambil (Sugiyono, 2018).

Populasi

Populasi adalah jumlah total dari seluruh unit atau elemen yang akan diteliti (Silalahi, 2018). Populasi yang diamati dalam penelitian ini adalah wisatawan mancanegara yang pernah berkunjung ke Kota Batam. Penentuan jumlah populasi didasarkan pada data BPS Kota Batam terbaru, yaitu pada tahun 2021 karena data tahun 2022 belum dirilis. Jumlah wisatawan mancanegara yang pernah berkunjung ke Kota Batam menurut data BPS Kota Batam sebanyak 2046 jiwa. Alasan penentuan jumlah populasi menggunakan data BPS Kota Batam karena belum ada data resmi dari pihak pengelola destinasi wisata religi di Kota Batam mengenai jumlah wisatawan yang pernah berkunjung ke destinasi wisata religi ke Kota Batam. Selain itu, untuk mempermudah penentuan perhitungan jumlah sampel yang akan diteliti. Dengan tujuan memberikan kepastian data kuantitatif dan memberikan batasan minimal data yang akan digunakan dalam penelitian.

Teknik Penentuan Sampel

Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *Purposive Sampling*, yaitu menentukan sampel dengan beberapa pertimbangan tertentu, serta penyebaran kuesioner menggunakan metode *Accidental Sampling*. Teknik sampling dalam penelitian ini akan memakai teknik *purposive sampling* dengan kriteria:

1. Wisatawan mancanegara, yaitu setiap pengunjung yang mengunjungi suatu negara di luar tempat tinggalnya, didorong oleh satu atau beberapa keperluan tanpa bermaksud memperoleh penghasilan di tempat yang dikunjungi dan lamanya kunjungan tersebut tidak lebih dari 12 (dua belas) bulan.
2. Responden yang pernah berkunjung ke destinasi wisata masjid di Kota Batam minimal 1 kali.
3. Wisatawan mancanegara yang tidak sedang melakukan peribadatan atau kegiatan keagamaan murni (misal, sholat, mengaji, dan sejenisnya)
4. Usia antara 17 sampai dengan 60 tahun

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

Metode pengumpulan data primer dilakukan dengan cara menyebarkan form kuesioner kepada wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Masjid Sultan Mahmud Riayat Syah, Masjid Agung Batam, Masjid Jabal Arafah, dan Masjid Sukajadi secara aksidental selama 2 minggu.

Jawaban kuesioner diukur dengan menggunakan skala likert dengan rentang empat untuk menghindari bias atau kecenderungan jawaban responden yang terpusat. Kriteria penilaian mulai dari 1 adalah Sangat Tidak Setuju dan 4 adalah Sangat Setuju. Berdasarkan skala Likert tersebut, maka jawaban responden terhadap pernyataan yang terdapat pada kuesioner diberi nilai sebagai berikut :

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
2 = Tidak Setuju (TS)
3 = Setuju (S)
4 = Sangat Setuju (SS)

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Responden dalam penelitian ini adalah pengunjung atau wisatawan mancanegara yang pernah berkunjung ke destinasi wisata masjid di Kota Batam Berdasarkan Tabel 4.1 diketahui karakteristik responden dari 102 responden, sebagian besar responden yang berkunjung ke destinasi wisata religi masjid di Kota Batam berjenis kelamin perempuan sebanyak 58 orang (56,9%) dan laki-laki sebanyak 44 orang (43,1%), dengan usia terbanyak rentang usia 25-34 tahun sebanyak 56 orang (54,9%), pendidikan terakhir Masters (Sarjana) sebanyak 42 orang (41,2%). Secara pendapatan responden memiliki pendapatan perbulan sekitar 5-10 juta rupiah atau sekitar USD 333 – USD 666 sebanyak 44 orang (43,1%) dengan negara asal paling banyak dari Singapura sebanyak 32 orang (31,4%) kedua terbanyak Malaysia sebanyak 21 orang (20,6%). Waktu kunjungan terbanyak adalah 2 kali kunjungan sebanyak 49 orang (48%).

Analisis Indeks Jawaban Responden

Analisis indeks jawaban per variabel ini bertujuan mengetahui gambaran deskriptif mengenai jawaban atas item-item pertanyaan yang diajukan pada responden. Teknik skoring yang digunakan dalam penelitian ini adalah mengikuti rentang skala masing-masing variabel. Analisa ini dilakukan untuk menganalisa index jawaban per variabel, yang bertujuan untuk mengetahui gambaran deskriptif mengenai jawaban item-item pernyataan responden. Analisa statistik deskriptif dilakukan dengan menggunakan analisa *three box method* dengan menentukan nilai indeks seperti berikut ini

Maka didapatkan perhitungan batas bawah dan atas, antara lain:

Batas atas rentang Skor: (100x4)/4 = 100
Batas bawah rentang skor: (100x1)/4 = 25

Kemudian batas atas dikurangi batas bawah maka ditemukan perhitungan 100-25 = 75. Dengan menggunakan *three box method*, maka 75 dibagi menjadi 3 bagian, sehingga menghasilkan rentang masing-masing bagian sebesar 25 di mana akan digunakan sebagai daftar interpretasi indeks

Karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi: jenis kelamin, usia, pendapatan, pendidikan, negara, dan waktu kunjungan. Berikut uraian hasil persepsi responden terkait karakteristik responden

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

Hasil Pengujian Kualitas Data

Pengujian instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas menggunakan korelasi *pearson correlation* dengan ketentuan suatu variabel dapat dikatakan valid jika nilai *rhitung* lebih besar dari *rtabel* dengan nilai signifikan yang lebih kecil dari 0,05, sedangkan ketentuan dalam uji reliabilitas adalah suatu variabel dapat dikatakan reliabel apabila angka koefisien *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6.

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan pada setiap item pernyataan kuesioner pada masing-masing variabel. Jumlah sampel (n) = 102 dan α = 0,05 (5%), sehingga didapat *rtabel* = Hasil uji reliabilitas yang disajikan dalam tabel 4.6 menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian 0,1966. Adapun hasil uji validitas yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Sajian data dalam Tabel 4.5, menunjukkan bahwa secara pernyataan-pernyataan yang terdapat di dalam masing-masing variabel diketahui bahwa nilai *rhitung* lebih besar daripada *rtabel.* Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan variabel dalam penelitian ini adalah valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dengan ketentuan bahwa variabel yang diteliti dinyatakan reliabel apabila nilai *cronbach's alpha* (α) adalah di atas 0,6. Hasil uji reliabilitas masing-masing variabel sebagai berikut:

memperoleh nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih besar dari 0,6. Artinya, semua variabel dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Uji normalitas data dilakukan dengan menggunakan Kolmogorov-Smirnov. Berikut hasil uji normalitas:

Tabel 4.1 Hasil Uji Regresi Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		102
Normal Parameters[a,b]	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,80788159
Most Extreme Differences	Absolute	,064
	Positive	,064
	Negative	-,059
Test Statistic		,064
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200[c,d]

Sumber: Data Primer diolah (2022)

Tabel 4.7. diatas diketahui bahwa nilai statistik *Kolmogorov-Smirnov* yang diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) yang diperoleh nilai 0,200 lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi Edukasi (X_1), Interpersonal (X_2), Fisiologis (X_3), Atraksi Wisata (X_4), Amenitas (X_5), Aksesibilitas (X_6), *Ancillary Service* (X_7), dan Minat Kunjung Ulang (Y) berdistribusi normal.

Berdasarkan Gambar 4.1, terlihat bahwa tidak ada pola yang jelas serta titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi variabel Edukasi (X_1), Interpersonal (X_2), Fisiologis

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

(X_3), Atraksi Wisata (X_4), Amenitas (X_5), Aksesibilitas (X_6), *Ancillary Service* (X_7), dan Minat Kunjung Ulang (Y) tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas pendeteksiannya dilakukan dengan menggunakan *tolerance value* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai *tolerance value* > 0.10 dan VIF < 10, maka tidak terjadi Multikolinearitas, sebaliknya jika nilai *tolerance value* < 0.10 dan VIF > 10 maka terjadi Multikolinearitas. Berdasarkan hasil pengujian Multikolinearitas yang dilakukan dengan melihat nilai VIF yang diperoleh dari pengujian, diperoleh hasil sebagai berikut:

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui bahwa semua variabel memiliki nilai *tolerance value* > 0.10 dan VIF < 10, yang berarti bahwa pada model regresi variabel Edukasi (X_1), Interpersonal (X_2), Fisiologis (X_3), Atraksi Wisata (X_4), Amenitas (X_5), Aksesibilitas (X_6), *Ancillary Service* (X_7) tidak terjadi Multikolinearitas.

Uji Hipotesis t

Berdasarkan Tabel 4.9 Dari hasil uji t yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa:

1. Motivasi edukasi berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan ulang pada destinasi wisata religi masjid di Kota Batam, hipotesis 1 diterima karena tingkat signifikansi 0,010 < t sig. 0,05.
2. Motivasi interpersonal berpengaruh terhadap minat kunjungan ulang pada destinasi wisata religi masjid di Kota Batam, hipotesis 2 diterima karena tingkat signifikansi 0,018 < t sig. 0,05.
3. Motivasi fisiologis berpengaruh terhadap minat kunjungan ulang pada destinasi wisata religi masjid di Kota Batam, hipotesis 3 diterima karena tingkat signifikansi 0,019 < t sig. 0,05.
4. Atraksi berpengaruh terhadap minat kunjungan ulang pada destinasi wisata religi masjid di Kota Batam, hipotesis 4 diterima karena tingkat signifikansi 0,001 < t sig. 0,05.
5. Amenitas berpengaruh terhadap minat kunjungan ulang pada destinasi wisata religi masjid di Kota Batam, hipotesis 5 diterima karena tingkat signifikansi 0,002 < t sig. 0,05.
6. Aksesibilitas berpengaruh terhadap minat kunjungan ulang pada destinasi wisata religi masjid di Kota Batam, hipotesis 6 diterima karena tingkat signifikansi 0,014 < t sig. 0,05.
7. *Ancillary Service* berpengaruh terhadap minat kunjungan ulang pada destinasi wisata religi masjid di Kota Batam, hipotesis 7 diterima karena tingkat signifikansi 0,017 < t sig. 0,05.

Pembahasan Penelitian

Penelitian ini mengkaji pengaruh faktor pendorong dan penarik terhadap minat kunjungan ulang wisatawan mancanegara ke destinasi wisata religi masjid Kota Batam. Studi ini memberikan kontribusi untuk pemahaman keseluruhan tentang mengapa wisatawan mancanegara berencana untuk mengunjungi kembali destinasi wisata religi masjid Kota Batam. Menggambar dari struktur konseptual teori Motivasi Abraham Maslow dan *push and pull* dari Khuong & Ha (2014), minat kunjungan ulang wisatawan mancanegara dinilai baik dari segi variabel sosio-psikologisnya, yang secara luas dikenal sebagai faktor pendorong dan atribut destinasi wisata juga dikenal sebagai faktor penarik.

Dalam penelitian ini faktor pendorong meliputi edukasi, interpersonal, fisiologis dan faktor penarik meliputi variabel atraksi wisata, amenitas, aksesibilitas, dan *ancillary service* terhadap minat kunjung ulang.

Pengaruh Edukasi terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi edukasi berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung ulang wisatawan mancanegara ke destinasi wisata religi masjid Kota Batam, dengan nilai koefisien regresi 0,149 (positif). Ini berarti motivasi edukasi memberikan kontribusi nyata terhadap perubahan minat kunjung ulang wisatawan mancanegara ke destinasi wisata religi masjid Kota Batam. Semakin tinggi motivasi edukasi maka dapat

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

meningkatkan minat kunjung ulang wisatawan mancanegara ke destinasi wisata religi masjid Kota Batam.

Pengaruh Interpersonal terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi interpersonal berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung ulang wisatawan mancanegara ke destinasi wisata religi masjid Kota Batam, dengan nilai koefisien regresi 0,120 (positif). Ini berarti motivasi interpersonal memberikan kontribusi nyata terhadap perubahan minat kunjung ulang wisatawan mancanegara ke destinasi wisata religi masjid Kota Batam. Semakin tinggi motivasi interpersonal maka dapat meningkatkan minat kunjung ulang wisatawan mancanegara ke destinasi wisata religi masjid Kota Batam.

Hasil penelitian ini menunjukkan motivasi interpersonal merupakan prediktor penting dalam meningkatkan minat berkunjung ulang wisatawan mancanegara ke destinasi wisata religi masjid Kota Batam. Ini karena pengelola destinasi wisata religi masjid Kota Batam memberikan dorongan wisata religi yang memberikan nilai prestise bagi Wisman dan memberikan dorongan memperkuat hubungan dengan pasangan, keluarga, kerabat atau teman bagi wisatawan. Hal yang dapat ditingkatkan pengelola destinasi wisata religi masjid Kota Batam adalah memberikan ruang berinteraksi secara sosial dan mengenal budaya suatu masyarakat dan memberikan pemandangan yang menarik yang dapat dinikmati Wisman. Kondisi ini disebabkan bahwa suatu tempat yang dikunjungi, terutama yang jauh dari tempat kelahiran dan tempat tinggalnya selalu menjadi hal yang menarik. Tidak hanya sebagai pengalaman seru dan namun juga memberikan dorongan merelaksasikan diri dari rutinitas hidup. Sejalan pendapat Amaro *et al.* (2018) wisatawan mengunjungi destinasi wisata religi bukan hanya karena sentimen keagamaan, tetapi karena ingin menghindari rutinitas sehari-hari dari tekanan masyarakat untuk menemukan jenis kehidupan yang berbeda, sehingga wisatawan seperti ini dimiripkan dengan *backpacker*.

Pengaruh Fisiologis terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi fisiologis berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung ulang wisatawan mancanegara ke destinasi wisata religi masjid Kota Batam, dengan nilai koefisien regresi 0,143 (positif). Ini berarti motivasi fisiologis memberikan kontribusi nyata terhadap perubahan minat kunjung ulang wisatawan mancanegara ke destinasi wisata religi masjid Kota Batam. Semakin tinggi motivasi fisiologis maka dapat meningkatkan minat kunjung ulang wisatawan mancanegara ke destinasi wisata religi masjid Kota Batam.

Hasil penelitian ini menunjukkan motivasi fisiologis merupakan prediktor penting dalam meningkatkan minat berkunjung ulang wisatawan mancanegara ke destinasi wisata religi masjid Kota Batam. Ini karena pengelola destinasi wisata religi masjid Kota Batam memberikan dorongan wisata religi yang memberikan keindahan dan kemegahan masjid serta menjadikan masjid menjadi ikonik Kota Batam. Hal yang dapat ditingkatkan pengelola destinasi wisata religi masjid Kota Batam adalah memberikan tampilan masjid yang tidak hanya indah dan megah serta ikonik namun juga memberikan stimulus relaksasi atau kenangan yang membuat bahagia karena wisatawan kadang membutuhkan penyegaran dengan ingin mengunjungi kembali destinasi wisata religi yang pernah dikunjunginya.

Pengaruh Atraksi Wisata terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa atraksi wisata berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung ulang wisatawan mancanegara ke destinasi wisata religi masjid Kota Batam, dengan nilai koefisien regresi 0,139 (positif). Ini berarti atraksi wisata memberikan kontribusi nyata terhadap perubahan minat kunjung ulang wisatawan mancanegara ke destinasi wisata religi masjid Kota Batam. Semakin banyak daya tarik atraksi wisata maka dapat meningkatkan minat kunjung ulang wisatawan mancanegara ke destinasi wisata

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

religi masjid Kota Batam.

Hasil penelitian ini menunjukkan atraksi wisata merupakan prediktor penting dalam meningkatkan minat berkunjung ulang wisatawan mancanegara ke destinasi wisata religi masjid Kota Batam. Ini karena pengelola destinasi wisata religi masjid Kota Batam memberikan tarikan wisata religi yang memberikan daya tarik yang dapat disaksikan dan adanya aktivitas wisata yang dapat dilakukan oleh wisatawan mancanegara. Secara destinasi wisata religi, atraksi wisata Kota Batam semakin lengkap. Ini karena diresmikannya Masjid Sultan Mahmud Riayat Syah. Masjid tersebut memiliki bangunan megah dengan nilai dan filosofi besar. Arsitekturnya perpaduan Arab dan Melayu dengan kiblat desainnya Masjid Nabawi di Madinah.

Pengaruh Amenitas terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa amenitas berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung ulang wisatawan mancanegara ke destinasi wisata religi masjid Kota Batam, dengan nilai koefisien regresi 0,144 (positif). Ini berarti amenitas memberikan kontribusi nyata terhadap perubahan minat kunjung ulang wisatawan mancanegara ke destinasi wisata religi masjid Kota Batam. Semakin lengkap amenitas atau fasilitas maka dapat meningkatkan minat kunjung ulang wisatawan mancanegara ke destinasi wisata religi masjid Kota Batam.

Pengaruh Aksesibilitas terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung ulang wisatawan mancanegara ke destinasi wisata religi masjid Kota Batam, dengan nilai koefisien regresi 0,134 (positif). Ini berarti aksesibilitas memberikan kontribusi nyata terhadap perubahan minat kunjung ulang wisatawan mancanegara ke destinasi wisata religi masjid Kota Batam. Semakin baik aksesibilitas maka dapat meningkatkan minat kunjung ulang wisatawan mancanegara ke destinasi wisata religi masjid Kota Batam.

Hasil penelitian ini menunjukkan aksesibilitas merupakan prediktor penting dalam meningkatkan minat berkunjung ulang wisatawan mancanegara ke destinasi wisata religi masjid Kota Batam. Ini karena responden tertarik adanya lokasi bandara yang tidak jauh dari tempat tujuan wisata, akses informasi, seperti petunjuk arah yang jelas dan mudah dipahami, akses jalan yang mudah menuju destinasi wisata, dan tersedianya angkutan/kendaraan umum yang mudah ditemui di destinasi wisata.

Aksesibilitas mencakup dukungan sistem transportasi yang meliputi: rute atau jalan transportasi, fasilitas terminal, bandara, pelabuhan, dan moda transportasi yang lain. Hal yang dapat ditingkatkan oleh pengelola destinasi wisata religi masjid Kota Batam adalah membangun infrastruktur seperti akses jalan yang memadai dan mudah terutama menghubungkan antar destinasi wisata masjid ke masjid yang lain. Fasilitas angkutan atau kendaraan umum menuju de stinasi juga perlu ditingkatkan karena tidak semua Wisman menyewa kendaraan sendiri. fakta yang ada terminal cukup baik akan tetapi tidak ada bus yang khusus untuk pariwisata, jika wisatawan ingin ke destinasi wisata masjid, pihak Dinas pariwisata menyediakan bus dari Dinas Pariwisata, namun biasanya wisatawan untuk sekarang ini menggunakan mobil rental sendiri yan gsudah disediakan oleh akomodasi. Untuk jalur darat perlu ditingkatkan karena letak destinasi wisata antar masjid masih terbilang cukup jauh jaraknya.

Jalur udara melalui bandara sudah cukup baik karena dapat menampung banyak pesawat, akan tetapi akses ke destinasi wisata religi masjid masih cukup jauh sehingga diperlukan adanya fasilitas untuk mendukung hal tersebut. Jalur laut juga sudah cukup baik karena memiliki banyak jalur laut yang bisa membawa wisatawan untuk berkunjung ke Kota Batam, khususnya ke destinasi wisata religi masjid. Kondisi pelabuhan juga sudah cukup bagus dan beraspal sehingga memudahkan Wisman yang datang.

Hasil temuan ini menunjukkan semakin mudah akses untuk mengunjungi destinasi wisata maka dapat menarik

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

wisatawan untuk berkunjung kembali ke destinasi yang sama, yang sebelumnya mungkin belum ada akses yang mudah. Hasil penelitian Miarsih & Anwani (2018) menunjukkan aksesibilitas berpengaruh positif terhadap minat berkunjung wisatawan.

Pengaruh *Ancillary Service* terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *ancillary service* (pelayanan tambahan) berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung ulang wisatawan mancanegara ke destinasi wisata religi masjid Kota Batam, dengan nilai koefisien regresi 0,081 (positif). Ini berarti *ancillary service* (pelayanan tambahan) memberikan kontribusi nyata terhadap perubahan minat kunjung ulang wisatawan mancanegara ke destinasi wisata religi masjid Kota Batam. Semakin lengkap *ancillary service* (pelayanan tambahan) maka dapat meningkatkan minat kunjung ulang wisatawan mancanegara ke destinasi wisata religi masjid Kota Batam.

Hasil penelitian ini menunjukkan *ancillary service* (pelayanan tambahan) merupakan prediktor penting dalam meningkatkan minat berkunjung ulang wisatawan mancanegara ke destinasi wisata religi masjid Kota Batam. Ini karena responden tertarik karena ada sarana penunjang tambahan yang mampu menambah rasa nyaman wisatawan saat melakukan aktivitas wisata ke destinasi wisata religi masjid di Kota Batam, seperti adanya pemandu wisata yang memberikan petunjuk atau informasi mengenai tempat tujuan wisata, tersedianya jaringan komunikasi, jaminan keamanan dalam berkunjung, tempat sampah, dan tersedianya ATM.

Kondisi yang ada mengenai pelayanan tambahan, misalnya bank masih ada kesenjangan antara destinasi wisata masjid yang satu dengan lainnya sehingga ada yang mudah dijangkau dan ada yang sulit dijangkau oleh Wisman. Kondisi pos yang disediakan di sekitar masjid juga tidak ada, yang ada hanya *rumah nuje* (pesuruh masjid). Artinya, yang menjadi pusat keamanan dan menjaganya adalah pesuruh masjid saja tanpa ada pos yang menjaga Wisman.

Hal yang dapat ditingkatkan oleh pengelola destinasi wisata religi masjid Kota Batam terutama tingkat keamanan pengunjung dengan memberikan pos-pos penjagaan. Hal lain adalah memberikan fasilitas tambahan jaringan komunikasi yang lancar, tempat sampah yang banyak, dan ketersediaan ATM atau alat tukar yang mudah dijangkau.

Variabel yang paling bermakna kedua adalah faktor penarik amenitas. Hal ini menjelaskan bahwa tujuan utama wisatawan tertarik untuk mengunjungi ulang destinasi wisata religi masjid Kota Batam karena sarana dan prasarana yang dibutuhkan wisatawan di suatu daerah tujuan wisata terpenuhi. Temuan ini sejalan dengan penelitian Alfitriani *et al.* (2021) dan Lustono & Permatasari (2022) bahwa amenitas berpengaruh secara signifikan terhadap minat kunjung ulang wisatawan. Amenitas adalah peningkatan kelengkapan fasilitas pendukung kegiatan wisata. Amenitas merupakan segala fasilitas yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan saat melakukan kegiatan wisata di suatu objek wisata, seperti fasilitas makan dan minum, hiburan, pusat perbelanjaan dan lain sebagainya. Hal ini diperkuat dengan Peraturan Pemerintah No. 50 Tahun 2011 mengenai Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan Nasional 2010-2025 secara implisit memperhatikan bahwa amenitas produk destinasi terdiri dari tiga kategori yaitu prasarana umum, fasilitas umum dan fasilitas pariwisata.

Hasil ini memberikan implikasi bahwa pihak manajemen pengelola wisata atau pemerintah daerah dapat memperkuat faktor tarikan dengan variabel amenitas. Hal yang harus diperkuat adalah peningkatan kelengkapan fasilitas pendukung kegiatan wisata religi seperti tersedianya fasilitas makan dan minum bagi wisatawan, tersedianya loket bagi wisatawan destinasi wisata religi masjid, adanya pusat informasi di destinasi wisata, tersedianya fasilitas toilet umum bagi wisatawan, tersedianya area parkir yang luas, dan terdapat adanya penjual cinderamata di sekitar destinasi

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

wisata religi. Selain itu, fasilitas juga perlu diperhatikan menyangkut ketersediaan akomodasi di sekitar lokasi, pusat informasi, dan fasilitas kenyamanan lainnya. Hasil observasi menunjukkan bahwa Pusat Informasi Wisata (TIC) tidak berjalan dengan baik karena kegiatan yang dilakukan seperti brosur dan kegiatan famtrip (*familiarization trip*) belum efektif meningkatkan kunjungan. Dinas pariwisata seharusnya menggunakan cara lain untuk pusat informasi wisata misalnya membuat film tentang wisata religi tersebut dan segera dijalankan TIC di daerah pelabuhan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang sudah dilakukan maka dapat disimpulkan hasil temuan ini sebagai berikut:

a) Motivasi edukasi berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan ulang pada destinasi wisata religi masjid di Kota Batam, semakin tinggi motivasi edukasi maka semakin tinggi minat kunjung ulang Wisman pada destinasi wisata religi masjid di Kota Batam
b) Motivasi interpersonal berpengaruh terhadap minat kunjungan ulang pada destinasi wisata religi masjid di Kota Batam, semakin tinggi motivasi interpersonal maka semakin tinggi minat kunjung ulang Wisman pada destinasi wisata religi masjid di Kota Batam
c) Motivasi fisiologis berpengaruh terhadap minat kunjungan ulang pada destinasi wisata religi masjid di Kota Batam, semakin tinggi motivasi fisiologis maka semakin tinggi minat kunjung ulang Wisman pada destinasi wisata religi masjid di Kota Batam.
d) Atraksi berpengaruh terhadap minat kunjungan ulang pada destinasi wisata religi masjid di Kota Batam, semakin banyak atraksi wisata maka semakin tinggi minat kunjung ulang Wisman pada destinasi wisata religi masjid di Kota Batam
e) Amenitas berpengaruh terhadap minat kunjungan ulang pada destinasi wisata religi masjid di Kota Batam, semakin lengkap amenitas maka semakin tinggi minat kunjung ulang Wisman pada destinasi wisata religi masjid di Kota Batam
f) Aksesibilitas berpengaruh terhadap minat kunjungan ulang pada destinasi wisata religi masjid di Kota Batam, semakin mudah aksesibilitas maka semakin tinggi minat kunjung ulang Wisman pada destinasi wisata religi masjid di Kota Batam
g) *Ancillary Service* berpengaruh terhadap minat kunjungan ulang pada destinasi wisata religi masjid di Kota Batam, semakin lengkap fasilitas tambahan maka semakin tinggi minat kunjung ulang Wisman pada destinasi wisata religi masjid di Kota Batam

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, T. (2017). Penilaian Wisatawan akan Atribut Pariwisata di Kota Batu. *Tourism and Hospitality Essentials (THE) Journal*, *7*(2), 91–96.

Afriesta, C. L. B., Kurniawan, H. E., & Ekasiwi, S. N. N. (2020). Korelasi Antara Push dan Pull Factor Wisata Kawasan dan Bangunan Bersejarah. *Jurnal Pariwisata Terapan*, *4*(1), 1–11.

Ajzen, I. (2012). The theory of planned behavior. *Handbook of Theories of Social Psychology: Volume 1*, (July), 438–459. https://doi.org/10.4135/9781446249215.n22

Alfitriani, Putri, W. A., & Ummasyroh. (2021). Pengaruh Komponen 4A Terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan Pada Destinasi Wisata Bayt Al-Qur'an Al-Akbar Kota Palembang. *JAMB: Jurnal Aplikasi Manajemen & Bisnis*, *1*(2), 66–77.

Amaro, S., Antunes, A., & Henriques, C. (2018). A closer look at Santiago de Compostela's pilgrims through the lens of motivations. *Tourism Management*, *64*, 271–280. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.09.007

Badan Pengusahaan Batam. (2022). Batam

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

adalah pulau dengan sejuta peluang pada berbagai sektor. Salah satu yang tidak boleh terlewatkan adalah sektor pariwisata. Diambil 8 September 2022, dari https://bpbatam.go.id/tentang-batam/destinasi-wisata/

Badan Pusat Statistik Indonesia. (2022). Pariwisata. Diambil 8 September 2022, dari https://www.bps.go.id/subject/16/pariwisata.html#subjekViewTab3

Badan Pusat Statistik Kota Batam. (2022). Wisatawan Mancanegara Ke Kota Batam Menurut Kebangsaan. Diambil 8 September 2022, dari https://batamkota.bps.go.id/indicator/16/91/1/wisatawan-mancanegara-ke-kota-batam-menurut-kebangsaan.html

Bahrudin, A. (2017). Inovasi Daerah Sektor Pariwisata (Studi Kasus Inovasi Pembangunan Pariwisata Kab Purworejo Jawa Tengah). *Mimbar Administrasi*, *1*(1), 50–69.

Baniya, R. (2017). Push and Pull Factors and their effects on International Tourists ' Revisit Intention to Nepal. *The GAZE Journal of Tourism and Hospitality*, *8*(July), 20–39. https://doi.org/10.3126/gaze.v8i0.17830

Baptista, E. A., Saldanha, E. D. S., & Vong, M. F. (2020). The Mediating Effect of Tourist Satisfaction among Pull and Push Factors on Tourists' Behavioural Intentions. *Timor-Leste Journal of Business and Management*, *2*(1), 66–70.

Bond, N., Packer, J., & Ballantyne, R. (2014). Exploring Visitor Experiences, Activities and Benefits at Three Religious Tourism Sites. *International Journal of Tourism Research*, *17*(5), 471–481. https://doi.org/10.1002/jtr

Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, *21*, 97–116.

Bungin, B. (2016). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Chahal, H., & Devi, A. (2015). Destination Attributes and Destination Image Relationship in Volatile Tourist Destination: Role of Perceived Risk. *Metamorphosis*, *14*(2), 1–19. https://doi.org/10.1177/0972622520150203

Chaliq, A. (2011). *Manajemen haji dan wisata religi*. Jakarta: Mitra Cendekia.

Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., Fyall, A., & Wanhill, S. (2008). *Tourism: Principles and Practice* (4 ed.). London: Pearson Education, Inc.

Dessler, G. (2015). *Fundamentals of Human Resource Management*. England: Pearson.

Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (2013). *Perilaku Konsumen*. Tangerang: Binarupa Aksara.

Gazalba, S. (1982). *Mesjid, pusat ibadat dan kebudayaan Islam*. Jakarta: Pustaka Antara.

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivarians Dengan Program IBM SPSS 23, Cetakan III*. Semarang: Badan Penerbit Undip.

Harianto, S. P., Tsani, M. K., Santoso, T., Masruri, N. W., & Winarno, G. D. (2021). Penilaian Wisatawan Terhadap Komponen Destinasi Wisata: Atraksi, Amenitas, Aksesibilitas dan Pelayanan Tambahan Pada Objek Wisata Kebun Raya Liwa. *Jurnal Ilmu Kehutanan*, *15*(1), 13–27. https://doi.org/10.22146/jik.v15i1.1515

Hermawan, D., Nurdin, B. V., & Hutagalung, S. S. (2022). Changes in Tourist Interests During a Pandemic: A Study of Travel Choices and Motivations Post COVID-19 Pandemic. *Proceedings of the Universitas Lampung International Conference on Social Sciences (ULICoSS 2021)*, *628*, 1–5. https://doi.org/10.2991/assehr.k.220102.069

Holloway, J. C., & Humphreys, C. (2016). *The business of tourism*. New York: Pearson Education, Inc.

Judisseno, R. K. (2017). *Aktivitas dan kompleksitas kepariwisataan: suatu tinjauan tentang kebijakan*

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

pengembangan kepariwisataan. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Juliadi. (2007). *Masjid Agung Banten, Nafas Sejarah dan Budaya*. Yogyakarta: Ombak.

Kemenparekraf. (2022). Tahun pemulihan pariwisata, 550 juta wisatawan nusantarabakal wara-wiri tahun ini. Diambil 8 September 2022, dari https://pedulicovid19.kemenparekraf.go.id/tahun-pemulihan-pariwisata-550-juta-wisatawan-nusantara-bakal-wara-wiri-tahun-ini/

Kepri.antaranews.com. (2022). Batam Perbanyak destinasi Wisata Seiring Peningkatan Wisman. Diambil 25 Oktober 2022, dari https://kepri.antaranews.com/berita/122481/batam-perbanyak-destinasi-wisata-seiring-peningkatan-wisman

Khuong, M. N., & Ha, H. T. T. (2014). The Influences of Push and Pull Factors on the International Leisure Tourists' Return Intention to Ho Chi Minh City, Vietnam — A Mediation Analysis of Destination Satisfaction. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, *5*(6), 490–496. https://doi.org/10.7763/ijtef.2014.v5.421

Kim, S., Park, J. H., Lee, D. K., Son, Y., Yoon, H., Kim, S., … Yoon, H. (2017). The impacts of weather on tourist satisfaction and revisit intention: a study of South Korean domestic tourism. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, *0*(0), 1–14. https://doi.org/10.1080/10941665.2017.1357640

Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing management* (15 ed.). England: Pearson Education, Inc.

Liro, J. (2020). Visitors ' motivations and behaviours at pilgrimage centres : push and pull perspectives. *Journal of Heritage Tourism*, 1–22. https://doi.org/10.1080/1743873X.2020.1761820

Liro, J., Sołjan, I., & Bilska-Wodecka, E. (2017). Visitors' diversified motivations and behavior–the case of the pilgrimage center in Krakow (Poland). *Journal of Tourism and Cultural Change*, *16*(4), 416–435. https://doi.org/10.1080/14766825.2017.1332068

Liro, J., Sołjan, I., & Bilska-Wodecka, E. (2018). Spatial changes of pilgrimage centres in pilgrimage studies: A review and contribution to future research. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, *6*(3), 5–17.

Lustono, & Permatasari, K. D. (2022). Pengaruh Media Sosial, Aksesibilitas, Fasilitas, Event Pariwisata, dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Kunjung Wisatawan di Desa Wisata Pagak, Banjarnegara. *MEDIKONIS: Jurnal Media Komunikasi dan Bisnis*, *13*(1), 41–52.

Mahendra, D. M., & Althalets, F. (2022). Pengaruh Pengembangan Destinasi Wisata Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Pada Desa Pela Kecamatan Kota Bangun Kabupaten Kutai Kartanegara. *ETNIK: Jurnal Ekonomi - Teknik*, *1*(4), 306–316.

Marpaung, B. (2019). Pengaruh Daya Tarik, Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Keselamatan Dengan Kepuasan Wisatawan Sebagai Variabel Intervening Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan. *Jurnal Penelitian Manajemen*, *1*(2), 144–156. Diambil dari file:///C:/Users/Perpus STIE/Downloads/294-Article Text-848-1-10-20200611.pdf

Marsono, Prihantara, F., Irawan, P., & Sari, Y. K. (2016). *Dampak Pariwisata Religi Kawasan Masjid Sunan Kudus Terhadap Ekonomi Lingkungan Dan Sosial Budaya*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Miarsih, G. S., & Anwani. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Wisatawan Ke Obyek Wisata Religi Masjid Gedhe Kauman Yogyakarta. *Journal of Tourism and Economic*, *1*(2), 117–123.

Munawwir, A. W. (2002). *Kamus Al Munawwir ;Arab Indonesia terlengkap*. Surabaya: Pustaka

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

Progressif.

Muthmainnah, S. R., & Rubiyanti, R. N. (2020). Pengaruh Faktor Pendorong Dan Penarik Minat Wisata Halal Ke Luar Negeri Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderator. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen (JPIM)*, *5*(3), 274–285.

Naumov, N. (2020). Contemporary Christian travel – pilgrimage, practice and place. *Current Issues in Tourism*, *23*(3), 390–392. https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1637106

Nikjoo, A. H., & Ketabi, M. (2015). The role of push and pull factors in the way tourists choose their destination. *Anatolia : An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, (April), 1–12. https://doi.org/10.1080/13032917.2015.1041145

Ningtiyas, E. A., Alvianna, S., Hidayatullah, S., & Sutanto, D. H. (2021). Analisis pengaruh attraction, accessibility, amenity, ancillary terhadap minat berkunjung wisatawan melalui loyalitas wisatawan sebagai variabel mediasi. *Media Wisata*, *19*(1), 83–96. https://doi.org/10.36275/mws

Padin, C., Svensson, G., & Wood, G. (2016). A model of pilgrimage tourism: process, interface, people and sequence. *European Business Review*, *28*(1), 77–95. https://doi.org/10.1108/EBR-01-2015-0003

Prajawati, M. I. (2019). Competitiveness of Sharia Tourism Destination. *Management and economics journal*, *4*(1), 73–80. https://doi.org/10.18860/mec-j.v4i1.5824

Ramadhani, S. A., Setiawan, H., & Rini. (2021). Analisis Pengaruh Atraksi Wisata, dan Ancillary Service terhadap Minat Kunjung Ulang pada Objek Wisata Bukit Siguntang. *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*, *1*(3), 124–133.

Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2015). *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat.

Santoso, S. (2016). *Panduan Lengkap SPSS Versi 23*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2018). *Perilaku Konsumen*. Jakarta Barat: PT INDEKS.

Sihombing, D. A., & Misna. (2021). Analisis Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Domestik Ke Kota Batam. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, *04*(2), 143–156.

Silalahi, U. (2018). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama.

Sołjan, I., & Liro, J. (2020). The changing roman catholic pilgrimage centres in Europe in the context of contemporary socio-cultural changes. *Social and Cultural Geography*, *23*(3), 380–403. https://doi.org/10.1080/14649365.2020.1739322

Subadra, I. N., Sutapa, I. K., Artana, I. W. A., Yuni, L. K. H. K., & Sudiarta, M. (2019). Investigating Push And Pull Factors Of Tourists Visiting Bali As A World Tourism Destination. *International Journal Of Multidisciplinary Educational Research*, *8*(8), 253–269. https://doi.org/10.6084/m9.figshare.9916247

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tan, W. (2016). Repeat visitation : A study from the perspective of leisure constraint, tourist experience, destination images, and experiential familiarity. *Journal of Destination Marketing & Management*, 1–10. https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.04.003

Terzidou, M., Scarles, C., & Saunders, M. N. K. (2018). Annals of Tourism Research The complexities of religious tourism motivations: Sacred places, vows and visions. *Annals of Tourism Research*, *70*(February), 54–65. https://doi.org/10.1016/j.annals.2018.02.011

Utama, I. G. B. R. (2017). *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

Wang, W., Chen, J. S., & Huang, K. (2015). Religious Tourist Motivation in Buddhist Mountain: The Case from China. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, *21*(1), 57–72. https://doi.org/10.1080/10941665.2015.1016443

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

JURNAL MANNER Volume 2. No.2. Desember 2023 E-ISSN 2828-2760
DOI: https://doi.org/10.59193/jmn.v2i1.111 P-ISSN 2828-3767

EKSPERIMEN PERBANDINGAN TEPUNG TAPIOKA DAN TEPUNG KULIT MANGGIS DALAM PEMBUATAN KUE KECIPUT SEBAGAI MAKANAN TRADISIONAL KHAS LOMBOK

Agung Arif Gunawan
Manajemen Kuliner, Politeknik Pariwisata Batam
Sella Octavia
Manajemen Kuliner, Politeknik Pariwisata Batam

ABSTRAK
Tepung kulit manggis adalah tepung yang berasal dari proses penghancuran yang sebelumnya sudah dikeringkan terlebih dahulu. Dalam mengoptimalkan kulit manggis yang beratnya mencapai 50% untuk setiap buahnya, dilakukan pengolahan limbah kulit manggis untuk dijadikan pemanfaatan salah satunya sebagai tepung. Kue keciput merupakan kue kering yang berasal dari Lombok, Nusa Tenggara Barat. Kue ini terbuat dari tepung beras ketan dan tapioka lalu dibaluri dengan wijen dilapisan luarnya. Penelitian ini menggunakan metode pre-experimental design menggunakan one shot study case. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji mutu hedonik dan uji hedonik dengan menggunakan kuesioner. Sampe menggunakan 20 orang yang terdiri dari 10 orang panelis terlatih dan 10 orang agak terlatih. Data yang telah diperoleh menggunakan analisis uji Anova dan memiliki hasil yang nyata. Berdasarkan uji mutu hedonik diperoleh hasil panelis yang memaparkan bahwa kue keciput dengan perbandingan tepung tapioka dan tepung kulit manggis memiliki perbedaan yang nyata pada aspek rasa dan tekstur, sedangkan yang tidak memiliki perbedaan nyata pada aspek warna dan aroma. Berdasarkan uji hedonik diperoleh hasil panelis lebih menyukai warna, aroma, rasa dan tekstur pada perlakuan sampel 1 (70%) karena mempunyai warna yang cokelat, aroma yang agak kuat, mempunyai rasa yang cukup manis dan gurih, dan memiliki tekstur yang cukup renyah.
Kata Kunci: tepung kulit manggis, tepung tapioka, kue keciput, makanan khas lombok.

ABSTRACT
Mangosteen peel flour is flour that comes from the crushing process which has previously been dried. In optimizing the mangosteen rind which weighs up to 50% for each fruit, processing of mangosteen rind waste is carried out to be used as flour, one of which is flour. Keciput cake is a dry cake originating from Lombok, West Nusa Tenggara. This cake is made from glutinous rice flour and tapioca, covered with sesame on the outside. This study uses a pre-experimental design method using a one shot study case. The data collection technique used in this study was the hedonic quality test and hedonic test using a questionnaire. Until using 20 people consisting of 10 trained panelists and 10 slightly trained people. The data that has been obtained uses the Anova test analysis and has real results. Based on the hedonic quality test, the results of the panelists showed that keciput cake with a ratio of tapioca flour and mangosteen peel flour had significant differences in taste and texture, while those that did not had significant differences in color and aroma aspects. Based on the hedonic test, it was found that the panelists preferred color, aroma, taste and texture in sample 1 (70%) because it had a brown color, rather strong aroma, had a fairly sweet and savory taste, and had a fairly crunchy texture.
***Keywords**: mangosteen peel flour, tapioca flour, keciput, typical lombok food.*

PENDAHULUAN

Berbagai daerah di Indonesia memiliki berbagaimacam camilan tradisional, misalnya dari daerah Batam adacamilan atau snack yaitu kue batang buruk sementara di daerah Nusa Tenggara Barat yakni di Lombok terdapat camilan makanan khas Lombok yaitu kue keciput wijen. Makanan ini biasanya dijadikan cemilan di saat hari besar terutama bagi umat muslim ketika merayakan hari Raya Idul Fitri. Dalam mencari kuliner tersebut untuk dicoba dan dinikmati, mereka merasa belum lengkap rasanya pengalaman berwisata yang mereka alami bila tidak mencoba kuliner khas daerah yang dikunjungi (Sunaryo, 2019). Wisata kuliner sangat berpotensi untuk dikembangkan dikarenakan manusia membutuhkan makanan tiap harinya dan mereka mempunyai minattersendiri dalam memilih makanan, maka dari itu untuk memenuhi kebutuhan tersebut wisata kuliner di Indonesia sangat berpengaruh untuk dikembangkan dan dilestarikan supaya membantu perekonomian masyarakat Indonesia (Sunaryo, 2019).

Kue keciput merupakan makanan ringan khas Lombok, pada umumnya kue ini disajikan pada saat perayaan hari raya Idul Fitri bagi umat muslim, kue ini memiliki tampilan yang mirip dengan onde-onde namun memiliki ukuran cenderung lebih kecil, dengan taburan biji wijen dibagian lapisan luarnya. Tujuan penulis dalam memilih kue keciput ini sebagai bahan eksperimen yang akan diuji coba karena di Batam sendiri kue kering ini sangat umum dan sering kita temui pada saat perayaan besar seperti hari raya Idul Fitri. Namun, tidak banyak warga Batam yang mengetahui bahwa nama kue ini adalah keciput, mereka biasanya lebih mengenal kue ini dengan sebutan kue bijan atau kue onde-onde mini. Banyak dari masyarakat sekitar yang menyukai kue ini terutama keluarga besar penulis. Dalam hal tersebut, penulis sangat ingin menginovasi kue keciput ini agar lebih aman bagi penderita diabetes maupun yang belum terkena, karena uji coba ini dilakukan dengan mengganti tepung tapioka yang seharusnya bagi penderita diabetes harus

mengurangi makanan yang terbuat dari tepung tapioka, dengan melakukan eksperimen penggantian tepung tapioka menjadi tepung kulit manggis membuat para penderita diabetes menjadi lebih aman untuk mengkonsumsi kue keciput. Sebelumnya kulit manggis banyak diolah menjadi berbagai macam, yaitu sebagai obat, selai, dan pembersih lantai. Dalam hal tersebut, penulis memanfaatkan limbah kulit manggis tersebut menjadi tepung dan dijadikan bahan tambahan dalam pembuatan makanan.

Tapioka adalah pati yang diekstrak dari singkong. Tapioka memiliki kadar amilopektin yang tinggi, sehingga produk yang dibuat dengan tepung tapioka memiliki tekstur cenderung lebih renyah. Namun, tidak baik untuk penderita diabetes mengkonsumsi tepung ini karna mengandung karbohidrat yang tinggi dan kurangnya zat gizi. Tepung tapioka bersifat larut dalam air biasanya digunakan sebagai bahan pengisi dan pengikat yang menghasilkan tekstur yang elastis (Sofyani et al., 2020). Dalam hal ini, penguji ingin mengetahui apakah dengan menggantikan tepung tapioka dengan tepung kulit manggis dapat merubah kualitas seperti tingkat kerenyahan dari kue keciput.

Manggis (*Garcinia Mangostana Linn*) adalah salah satu komoditas pertanian yang tergolong dalam anggota Family Guttiferae dan dijuluki dengan sebutan "the queen of fruits" karena memiliki banyak khasiat pada setiap bagiannya. Menurut (Kementerian Pertanian 2019) terdapat 4 provinsi penghasil buah manggis terbesar yaitu Provinsi Jawa Barat, Jawa Timur, Banten, dan Sumatera Barat. Kecocokan lahan serta sebaran wilayah yang luas memungkinkan Indonesia mengembangkan buah manggis. Dari hasil perbandingan yang telah diuji dijabarkan melalui table dibawah ini (Kong, 2022).

Tabel Luas panen, produksi dan produktivitas manggis di Indonesia tahun 2019

No.	Provinsi	Luas Panen (Ha)	Produksi (Ton)	Produktivitas (Ha/Ton)
1.	Jawa Barat	8.811	74.975	8,51
2.	Jawa Timur	3.467	21.483	6,20
3.	Banten	1.670	10.269	6,15
4.	Sumatera Barat	2.301	28.833	13,60

Sumber. Kementerian Pertanian, 2019

Tepung kulit manggis adalah tepung yang berasal dari proses penghancuran yang sebelumnya sudah dikeringkan terlebih dahulu. Dengan menggunakan limbah kulit manggis sebagai pengganti tepung terigu di makanan akan membantu mencegah terjadinya berbagai penyakit salah satunnya penyakit diabetes. Dengan menggunakan limbah kulit manggis sebagai pengganti tepung tapioka dimakanan akan membantu mencegah terjadinya berbagai penyakit salah satunya adalah penyakit diabetes. Kulit manggis membantu mencegah penyakit diabetes dan aman untuk dikonsumsi bagi penderita diabetes sedangkan tepung tapioka mengandung karbohidrat yang sangat tinggi dan kurangnya zat gizi yang dapat merugikan penderita diabetes dan harus membatasi makanan yang menggunakan tepung tapioka (Najah et al., 2016). Dalam mengoptimalkan kulit manggis yang beratnya mencapai 50% untuk setiap buahnya, dilakukan pengolahan limbah kulit manggis untuk dijadikan pemanfaatan salah satunya sebagai tepung (N. Pratiwi, 2021).

Berdasarkan latar belakang diatas mendorong penulis untuk melakukan penelitian "Eksperimen Penambahan Tepung Kulit Manggis dalam Pembuatan Kue Keciput sebagai Makanan Tradisional Khas Lombok". Tujuan dari eksperimen adalah memanfaatkan kulit manggis dari segi rasa, aroma, warna, dan tekstur.

BAHAN DAN METODE

Bahan

Penggunaan tepung kulit manggis sebanyak 70%, 80%, 100% didasarkan dari penelitian sebelumnya yang berjudul "Optimalisasi Penggunaan Tepung Kulit Manggis (Garcinia Mangostana L) dalam Pembuatan Pie Susu".

Berikut adalah formulasi bahan pembuatan kue keciput pengganti tepung kulit manggis.:

Bahan	Perbandingan tepung tapioca dengan tepung kulit manggis		
	70%	**80%**	**100%**
Tepung ketan putih	250gr	250gr	250gr
Tepung tapioca	21gr	24gr	
Gula pasir	75gr	75gr	75gr
Garam	½sdt	½sdt	½sdt
Telur	1 butir	1 butir	1 butir
Santan	95ml	95ml	95ml
Air kapur sirih	65ml	65ml	65ml
Wijen putih	250gr	250gr	250gr
tepung kulit manggis	9gr	6gr	30gr

Sumber: (Najah et al., 2016)

Panelis

Panelis adalah seseorang yang mempunyai kemampuan yang lebih dalam bidang sensorik serta dapat diandalkan untuk menganalisa dan menilai karakteristik suatu produk atau bahan pangan yang akan diteliti oleh penulis.

1. Panelis terlatih
   Panelis terlatih adalah panelis yang memiliki kepekaan tinggi terhadap produk yang dihasilkan serta untuk mengetahui terkait dengan pengetahuan dan pengalamannya dalam menilai hasil produk terutama dalam metode pengolahan, sifat material dan sifat sensorik-fisik. Panelis terlatih juga bertindak sebagai peneliti dalam menganalisis yang umumnya terbatas pada keterampilan diskriminatif. (Anjani & Dwiyanti, 2013). Dalam penelitian ini, panelis terlatih yang akan membantu penulis yaitu dosen Politeknik Pariwisata Batam Program Studi Manajemen Kuliner dan pegawai pastry hotel Ibis Style Batam. Dalam penelitian ini membutuhkan 10 orang panelis terlatih.
2. Panelis agak terlatih
   Panelis agak terlatih adalah orang yang diberikan pelatihan dan pengarahan sebelumnya serta mengetahui sifat sensorik dari sampel yang dievaluasi. (Anjani & Dwiyanti, 2013). Panelis yang akan membantu penulis dalam penelitian ini adalah mahasiswa Politeknik Pariwisata Batam Program Studi Manajemen Kuliner. Dalam penelitian ini membutuhkan 10 orang panelis terlatih.

Uji Organoleptik

Uji organoleptik atau yang disebut juga dengan penilaian sensorik adalah metode penilaian yang sering digunakan karena dapat dilakukan secara cepat dan langsung. Indera yang berperan dalam uji coba organoleptik ini adalah indera penglihatan, penciuman, perasa dan peraba. Dalam menjalankan uji coba ini memerlukan seorang panelis. Uji organoleptik ini bertujuan agar pemberian suatu

nilai atau skor tertentu terhadap karakteristik mutu, antara lain penilaian terhadap warna, aroma, rasa, dan tekstur dari suatu produk. Untuk itu, panelis ingin menguji suatu produk yaitu kue keciput.

1. Uji Hedonik

   Uji hedonik adalah sebuah uji coba dalam menganalisis sensorik organoleptik yang diperlukan untuk menentukan besarnya perbedaan kualitas diantara beberapa produk yang sejenis dengan memberikan penilaian atau skor terhadap produk tertentu dan membantu penulis mengetahui tingkat kesukaan dari produk yang diciptakan. Dalam hal ini, terdapat skala hedonik yaitu sebagai tingkat kesukaan suatu produk, misalnya sangat suka, suka, cukup suka, agak tidak suka, tidak suka, dan sangat tidak suka (Tarwendah, 2017). Data uji hedonik dianalisis dengan perhitungan presentase pada uji kesukaan:

   f/n x 100%

   Keterangan:

   f = jumlah kesukaan panelis

   n = jumlah panelis

Tabel ketentuan skor uji hedonik

Kriteria	Skor	Interval
Sangat suka	5	>4-5
Suka	4	>3-4
Cukup suka	3	>2-3
Kurang suka	2	>1-2
Sangat tidak suka	1	0-1

Sumber: (Pratiwi, 2017)

Tabel Ketentuan presentase uji hedonik

Klasifikasi	Interval
Seluruhnya	99,1% - 100%
Sebagian besar	75,1% - 99%
Lebih dari setengahnya	50,1% - 75%
Setengahnya	49,1% - 50%
Kurang dari setengahnya	25,1% - 49%
Sebagian kecil	1,0% - 25%
Tidak seorangpun	0%

Sumber: (Paramitha, 2017)

2. Uji mutu hedonic

   Uji mutu hedonik merupakan uji mutu yang menggunakan indera manusia seperti indera penglihatan, penciuman, dan perasa. Mutu hedonik lebih spesifik dari pada sekedar suka atau tidak suka (Pangan, 2013). Sifat atau karakteristik sampel terdiri atas 5 tingkatan, yaitu:

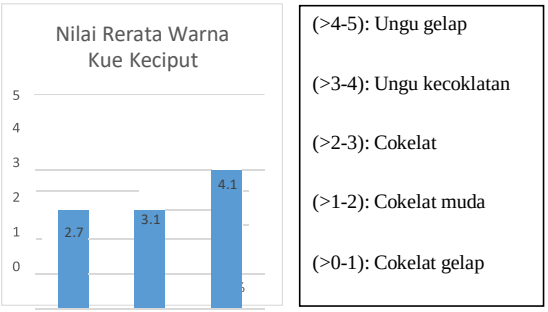
Rasa	Aroma	Tekstur	Warna	Skor
Sangat gurih dan manis	Aroma kulit manggis kuat	Sangat renyah	Ungu gelap	5
Agak gurih dan manis	Aroma kulit manggis agak kuat	Renyah	Ungu kecokelatan	4
Cukup gurih dan manis	Aroma kulit manggis sangat kuat	Cukup renyah	Cokelat	3

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini peneliti memaparkan hasil penelitian dan pembahasan Hasil gabungan uji hedonik dan uji mutu hedonik pada pengolahan kue keciput dengan perbandingan tepung tapioka dan tepung kulit manggis yang terdiri dari hasil dan mutu kue keciput ditinjau dari warna, aroma, rasa dan tekstur.

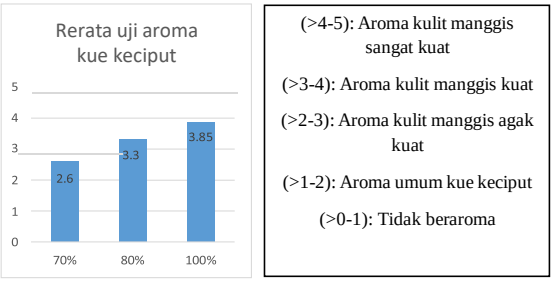
Hasil uji mutu hedonik panelis gabungan terhadap kesukaan warna, aroma, rasa, dan tekstur kue keciput

1. Warna



Berdasarkan gambar diatas dapat disimpulkan bahwa skor nilai rerata warna kue keciput dengan perbandingan tepung tapioka dan tepung kulit manggis dengan perlakuan sampel 1 (70%) adalah 2,7 yaitu cokelat, pada sampel 2 (80%) adalah 3,1 yaitu ungu kecokelatan, dan pada perlakuan 3 (100%) adalah 4,1 yaitu ungu gelap. Skor tertinggi nilai rerata kue keciput dengan perbandingan tepung tapioka dan tepung kulit manggis terdapat pada sampel 3 (100%) yaitu sebesar 4,1, sedangkan sampel 1 (70%) yaitu nilai rerata terendah.

2. Aroma

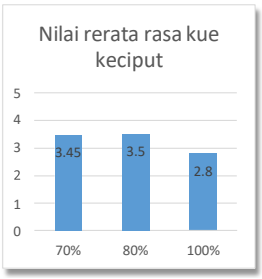


Berdasarkan gambar diatas dapat disimpulkan bahwa skor nilai rerata aroma kue keciput dengan perbandingan tepung tapioka dan tepung kulit manggis dengan perlakuan sampel 1 (70%) adalah 2,6 yaitu aroma kulit manggis agak kuat, sampel 2 (80%) memiliki hasil 3,3 yaitu aroma kulit manggis kuat, dan pada perlakuan 3 (100%) memiliki hasil 3,85 yaitu aroma kulit manggis kuat. Skor tertinggi pada perlakuan kue keciput terdapat pada sampel 3 (100%) dengan nilai 3,85, sedangkan nilai terendah pada uji ini adalah sebesar 2,6 dengan sampel 1 (70%).

3. Rasa

Kurang manis dan gurih	Aroma umum kue keciput	Kurang renyah	Cokelat muda	2
Tidak gurih dan manis	Tidak beraroma	Sangat tidak renyah	Cokelat gelap	1

Sumber: Hasil olahan penulis



(>4-5): Sangat manis dan gurih

(>3-4): Cukup manis dan gurih

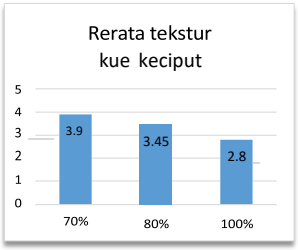
(>2-3): Agak manis dan gurih

(>1-2): Kurang manis dan gurih

(>0-1): Tidak manis dan gurih

Berdasarkan gambar diatas dapat disimpulkan bahwa skor nilai rerata rasa kue keciput dengan perbandingan tepung tapioka dan tepung kulit manggis pada perlakuan sampel 1 (70%) adalah 3,45 yaitu cukup manis dan gurih, pada perlakuan sampel 2 (80%) adalah 3,5 yaitu cukup manis dan gurih, dan pada perlakuan sampel 3 (100%) adalah 2,8 yaitu agak manis dan gurih. Skor nilai rerata tertinggi perlakuan sampel 2 (80%) sebesar 3,5pada kue keciput dengan perbandingan tepung tapioka dan tepung kulit manggis, sedangkan nilai terendah pada sampel ini terdapat pada perlakuan sampel 3 (100%) sebesar 2,8.

4. Tekstur



(>4-5): Renyah

(>3-4): Cukup renyah

(>2-3): Agak kurang renyah

(>1-2): Kurang renyah

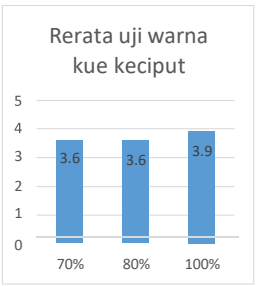
(>0-1): Tidak renyah

Berdasarkan gambar diatas dapat disimpulkan bahwa skor nilai rerata tekstur kue keciput dengan perbandingann tepung tapioka dan tepung kulit manggis dengan perlakuan sampel 1 (70%) adalah 3,9 yaitu cukup renyah, pada perlakuan 2 (80%) adalah 3,45 yaitu cukup renyah, dan pada perlakuan sampel 3 (100%) adalah 2,8 yaitu agak kurang renyah. Skor tertinggi pada nilai rerata rasa kue keciput dengan perbandingan tepung tapioka dan tepung kulit manggis adalah sampel 1 (70%) sebesar 3,9, sedangkan nilai terendah terdapat pada sampel 3 (100%) sebesar 2,8.

Hasil uji hedonik panelis gabungan terhadap kesukaan warna, aroma, rasa, dan tekstur opor ayam

1. Warna

Kesukaan warna kue keciput dengan perbandingan tepung tapioka dan tepung kulit manggis oleh panelis gabungan dapat ditinjau pada gambar dibawah ini:



(>4-5): sangat suka

(>3-4): suka

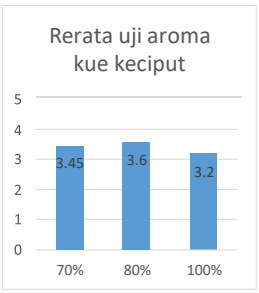
(>2-3): cukup suka

(>1-2): kurang suka

(>0-1): sangat tidak suka

2. Aroma

Kesukaan aroma kue keciput dengan perbandingan tepung tapioka dan tepung kulit manggis oleh panelis gabungan dapat ditinjau pada gambar dibawah ini:



(>4-5): sangat suka

(>3-4): suka

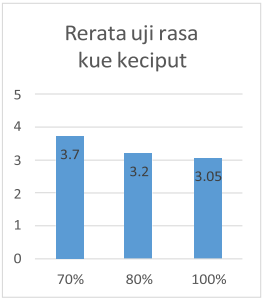
(>2-3): cukup suka

(>1-2): kurang suka

(>0-1): sangat tidak suka

3. Rasa

Kesukaan rasa kue keciput dengan peebandingan tepung tapioka dan tepung kulit manggis oleh panelis gabungan dapat ditinjau pada gambar dibawah ini:



(>4-5): sangat suka

(>3-4): suka

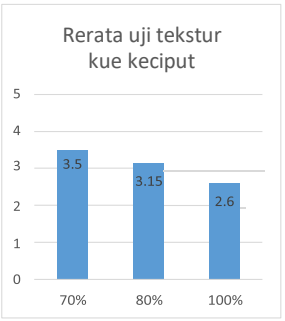
(>2-3): cukup suka

(>1-2): kurang suka

(>0-1): sangat tidak suka

4. Tekstur

Kesukaan tekstur kue keciput dengan perbandingan tepung tapioka dan tepung kulit manggis oleh panelis gabungan dapat ditinjau pada gambar dibawah ini:



(>4-5): sangat suka

(>3-4): suka

(>2-3): cukup suka

(>1-2): kurang suka

(>0-1): sangat tidak suka

Pembahasan

1. Hasil uji mutu hedonik terhadap kesukaan warna, aroma, rasa, dan tekstur kue keciput
   a. Warna
      Warna tertinggi pada panelis gabungan yang dihasilkan oleh kue keciput dengan perbandingan tepung tapioka dan tepung kulit manggis yaitu sebesar 4,1 yaitu ungu gelap dengan sampel (100%). Dapat disimpulkan bahwa warna kue keciput dengan tepung tapioka dan tepung kulit manggis memiliki perbedaan yang nyata. Warna dari setiap perbandingan dipengaruhi oleh banyaknya penggunaan dan penambahan tepung kulit manggis.
   b. Aroma
      Aroma tertinggi pada panelis gabungan yang dihasikkan oleh kue keciput dengan perbandingan tepung tapioka dan tepung kulit manggis yaitu sebesar 3,85 yaitu aroma kulit manggis kuat pada sampel 3 (100%). Dapat disimpulkan bahwa aroma kue keciput dengan perbandingan tepung tapioka dan tepung kulit manggis menghasilkan aroma yang nyata. Kandungan yang terdapat pada tepung kulit manggis dapat mempengaruhi aroma yang ditimbulkan sesuai dengan perlakuan bahan makanan yang digunakan.
   c. Rasa
      Rasa panelis gabungan memiliki nilai sebesar 3,5 yaitu cukup manis dan gurih pada sampel 2 (80%). Dapat disimpulkan kue keciput dengan perbandingan tepung tapioka dan tepung kulit manggis menghasilkan rasa yang manis dan gurih. Rasa yang dihasilkan kue keciput dengan perbandingan tepung tapioka dan tepung kulit manggis memiliki perbedaan yang nyata. Rasa dari setiap perbandingan dipengaruhi oleh banyaknya penggunaan atau penambahan tepung kulit manggis.
   d. Tekstur
      Nilai tertinggi pada tekstur panelis gabungan kue keciput dengan perbandingan tepung tapioka dan tepung kulit manggis memiliki nilai sebesar 3,9 yaitu cukup renyah pada sampel 1 (70%). Dapat disimpulkan bahwa tekstur kue keciput dengan tepung tapioka dan tepung kulit manggis menghasilkan tekstur renyah. Tekstur dari setiap perbandingan dipengaruhi oleh banyaknya penggunaan dan penambahan tepung kulit manggis.
2. Hasil uji hedonik terhadap kesukaan warna, aroma, rasa, dan tekstur kue keciput
   a. Warna
      Skor tingkat kesukaan warna pada panelis gabungan dari 1 panelis dengan sampel perbandingan 1 (70%) sebesar 5%, skor tingkat kesukaan warna dari 10 panelis sebesar 50%, skor tingkat kesukaan warnadari 9 panelis sebesar 45%. Skor tingkat kesukaan warna dari 1 panelis dengan sampel perbandingan 2 (80%) sebesar 5%, skor tingkat kesukaan warna dari 10 panelis sebesar 50%, skor tingkat kesukaan warnadari 9 panelis sebesar 45%. Skor tingkat kesukaan warna dari 3 panelis dengan sampel perbandingan 3 (100%) sebesar 15%, skor tingkat kesukaan warna dari 14 panelis sebesar 70%, skor tingkat kesukaan warnadari 2 panelis sebesar 10%, dan skor tingkat kesukaan warna dari 1 panelis sebesar 5%.
   b. Aroma
      Skor tingkat kesukaan aroma pada panelis gabungan dari 2 panelis dengan sampel perbandingan 1 (70%) sebesar 10%, skor tingkat kesukaan aroma dari 9 panelis sebesar 45%, skor tingkat kesukaan dari 6 panelis sebanyak 30%, skor tingkat kesukaan aroma dari 2 panelis sebanyak 10%, skor tingkat kesukaan aroma dari 1 panelis sebanyak 5%. Skor tingkat kesukaan aroma dari 2 panelis dengan sampel perbandingan 2 (80%) sebesar 10%, skor tingkat kesukaan dari 9 panelis sebanyak 45%, skor tingkat kesukaan dari 8 panelis sebanyak 40%, skor tingkat kesukaan dari 1 panelis sebanyak 5%. Skor tingkat kesukaan aroma dari 2 panelis dengan sampel perbandingan 3 (100%) sebanyak 10%, skor tingkat kesukaan aroma dari 5 panelis sebesar 25%, skor tingkat kesukaan aroma dari 8 panelis sebanyak 40%, skor tingkat kesukaan aroma dari 5 panelis sebanyak 25%.
   c. Rasa
      Skor tingkat kesukaan rasa pada panelis gabungan dari 2 panelis dengan sampel perbandingan 1 (70%) sebesar 10%, skor tingkat kesukaan rasa dari 12 panelis sebesar 60%, skor tingkat kesukaan rasa dari 4 panelis, skor tingkat kesukaan rasa dari 2 panelis sebesar 10%. Skor tingkat kesukaan rasa dari 1 panelis dengan sampel perbandingan 2 (80%) sebanyak 5%, skor tingkat kesukaan rasa dari 4 panelis sebesar 20%, skor tingkat kesukaan rasa dari 13 panelis sebanyak 65%, skor tingkat kesukaan rasa dari 2 panelis sebesar 10%. Skor tingkat kesukaan rasa dari 3 panelis dengan sampel perbandingan 3 (100%) sebesar 15%, skor tingkat kesukaan rasa dari 4 panelis sebesar 20%, skor tingkat kesukaan rasa dari 5 panelis sebanyak 25%, skor tingkat kesukaan rasa dari
      7 panelis sebanyak 35%, dan skor tingkat kesukaan rasa dari 1 panelis sebanyak 5%.
   d. Tekstur
      skor tingkat kesukaan tekstur pada panelis gabungan dari 4 panelis dengan sampel perbandingan 1 (70%) sebesar 20%, skor tingkat kesukaan tekstur dari 9 panelis sebesar 45%, skor tingkat kesukaan dari 3 panelis sebanyak 15%, skor tingkat kesukaan dari 1 panelis sebesar 5%, skor tingkat kesukaan dari 3 panelis sebanyak 15%. Skor tingkat kesukaan tekstur dari 1 panelis dengan sampel perbandingan 2 (80%) sebesar 5%, skor

tingkat kesukaan tekstur dari 8 panelis sebanyak 40%, skor tingkat kesukaan tekstur dari 6 panelis sebanyak 30%, skor tingkat kesukaan tekstur dari 3 panelis sebesar 15%, skor tingkat kesukaan tekstur dari 2 panelis sebanyak 10%. Skor tingkat kesukaan tekstur dari 2 panelis dengan sampel perbandingan 3 (100%) sebanyak 10%, skor tingkat kesukaan tekstur dari 5 panelis sebanyak 25%, skor tingkat kesukaan tekstur dari 2 panelis sebanyak 10%, skor tingkat kesukaan tekstur dari 5 panelis sebanyak 25%, dan skor tingkat kesukaan tekstur dari 6 panelis sebanyak 30%.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian penulis untuk eksperimen perbandingan tepung tapioka dan tepung kulit manggis dengan sampel 70%, 80%, dan 100% dalam pembuatan kue keciput serta hasil olahan data dari uji mutu hedonik dan uji hedonik dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan uji mutu hedonik diperoleh hasil sebagai berikut:
   Dari pemaparan panelis terlatih diungkapkan bahwa perbandingan tepung tapioka dan tepung kulit manggis untuk pembuatan kue keciput terdapat perbedaan yang nyata pada aspek warna dan tekstur, sedangkan pada aspek rasa dan aroma tidak memiliki perbedaan yang nyata. Sementara itu panelis agak terlatih memaparkan bahwa perbandingan tepung tapioka dan tepung kulit manggis memiliki perbedaan yang nyata pada aspek warna dan tekstur, sedangkan aspek tidak terdapat perbedaan yang nyata yaitu aspek aroma dan rasa. Selanjutnya panelis gabungan memaparkan bahwa perbandingan tepung tapioka dan tepung kulit manggis memiliki perbedaan yang nyata pada aspek rasa dan tekstur, sedangkan yang tidak memiliki perbedaan nyata pada aspek warna dan aroma.
2. Berdasarkan uji hedonik diperoleh hasil sebagai berikut:
   Panelis lebih menyukai warna, aroma, rasa dan tekstur pada perlakuan sampel 1 (70%) karena mempunyai warna yang cokelat, aroma yang agak kuat, mempunyai rasa yang cukup manis dan gurih, dan memiliki tekstur yang cukup renyah.

DAFTAR PUSTAKA

Ananta, A. Y., Batubulan, K. S., & Wildani, A. N. R. (2019). Klasifikasi Tingkatan Mutu Buah Manggis Berdasarkan Warna Dan Diameter Menggunakan Metode K-Nearest Neighbor. Jurnal Informatika Polinema, 67–73.

Anjani, S., & Dwiyanti, S. (2013). Pengaruh Proporsi Kulit Semangka Dan Tomat Terhadap Hasil Jadi Masker Wajah Berbahan Dasar Tepung Beras. E-Journal, 02, 22–26.

Asri. (2021). Cara Membuat Kue Keciput Enak Lezat Dan Mudah.

Astiti, N. K. A. D. Et Al. (2022). Optimalisasi Penggunaan Tepung Kulit Manggis (Garcinia Mangostana L) Dalam Pembuatan Pie Susu. 2(2), 75–83.

Bhita Pratama, D. (2020). Pengaruh Rasio Penambahan Tepung Beras (Oryza Sativa L .) Terhadap Sifat Fisik Dan Organoleptik Pengaruh Rasio Penambahan Tepung Beras (Oryza Sativa L .) Terhadap Sifat Fisik Dan Organoleptik Keciput. 117.

Dalimunthe, A. (2021). Deteksi Kematangan Buah Manggis Berdasarkan Fitur Warna Citra Kulit Menggunakan Metode Transformasi Ruang Warna Hsv.

Heryana, A. (2020). Hipotesis Penelitian. Eureka Pendidikan, June, 1. Https://Doi.Org/10.13140/Rg.2.2.11440.17927

Islaku, D., Djarkasi, G. S. S., & Oessoe, Y. Y. E. (2017). Pengaruh Subtitusi Tepung Tapioka Dan Tepung Sukun (Artocarpus Communis) Terhadap SifatSensoris Dan Kimia Biskuit. Cocos, 1(7), 1–11. Https://Ejournal.Unsrat.Ac.Id/Index.Php/Cocos/Article/View/16898

Junaidi, J. (2010). Statistik Uji Kruskal-Wallis. Fakultas Ekonomi Universitas Jambi, June, 1–5.

Kong, H. (2022). Analisis Daya Saing Buah Manggis Indonesia Di Negara Thailand, Hong Kong, Dan Malaysia. 7, 79–87.

Lekahena, V. N. J. (2016). Pengaruh Penambahan Konsentrasi Tepung Tapioka Terhadap Komposisi Gizi Dan Evaluasi Sensori Nugget Daging Merah Ikan Madidihang. Agrikan: Jurnal Agribisnis Perikanan, 9(1), 1. Https://Doi.Org/10.29239/J.Agrikan.9.1.1-8

Majdi, M. Z., Rizkiwati, B. Y., & Wirasasmita, R. H. (2019). Peningkatan Kualitas Dan Daya Saing Produk Usaha Jajanan Khas Lombok Di Desa Suradadi Kabupaten Lombok Timur. Abdi Insani, 6(2), 158. Https://Doi.Org/10.29303/Abdiinsani.V6i2.202 Najah,

Nisa Khotimatun., Puruhita, T. K. A., & Setiawati, D. (2016). Pengaruh Substitusi Tepung Kulit Manggis Kelas Super Terhadap Sifat Organoleptik Dan Kadar Antosianin Nastar Manggis. Buletin Media Informasi, 12(1).

Nikmatur, R. (2017). Proses Penelitian, Masalah, Variabel Dan Paradigma Penelitian. Jurnal Hikmah, 14(1), 63.

Nopitasari, Vera. Oktaviani, Intan. Nofikasari, I. (2017). Aplikasi Resep Masakan Tradisional Berbasis Mobile. 3, 20.

Paramitha, D. A. (2017). Sifat Organoleptik Tahu Susu Dengan Jumlah Pemakaian Koagulan Yang Berbeda. Jurnal Pariwisata Pesona, 2(2), 1–11. Https://Doi.Org/10.26905/Jpp.V2i2.1646

Pramugari, R. (2019). Total Bal, Protein Dan Uji Organoleptik Yoghurt Ekstrak Alpukat (Persea Americana) Dengan Penambahan Madu Klanceng (Trigona Sp).

Pratiwi, D. M. N. (2017). Uji Hedonik Produk Foot Scrub Menggunakan Kulit Buah Naga Merah Dan Air Rebusan Daun Pepaya. Lincolin Arsyad, 3(2), 1–46.

Pratiwi, H., Purno, A., & Wibowo, W. (2022). Mengidentifikasi Kelompok Sektor Perkebunan Di Indonesia Berdasarkan Produktivitas Hasil Bumi. 2(2), 54–61.

Pratiwi, N. (2021). Pengaruh Penambahan Bubuk Kulit Manggis (Garcinia Mangostana L.) Dengan Bubuk

Daun Teh (Camelia Sinensis L.) Terhadap Teh Celup Fungsional Yang Dihasilkan.

Sari, M. (2013). Instrumen Penelitian. Journal Metode Penelitian, 59–75.

Sempati, G. P. H., & L, B. (2017). Persepsi Dan Perilaku Remaja Terhadap Makanan Tradisional Dan Makanan Modern. 1–9.

Siswandari, G. M. (2017). Kadar Antosianin Dan Uji Organoleptik Pada Es Krim Dengan Penambahan Tepung Beras Hitam (Oryza Sativa L. Indica). 1–102.

Sofyani, S., Kandou, J. E. A., & Sumual, M. F. (2020). Pengaruh Penambahan Tepung Tapioka Dalam Pembuatan Biskuit Berbahan Baku Tepung Ubi Banggai (Dioscorea Alata L.). Jurnal Teknologi Pertanian (Agricultural Technology Journal, 10(2).

Sunaryo, N. A. (2019). Potensi Wisata Kuliner Di Indonesia : Tinjauan Literatur. Seminar Nasional Inobali 2019, 235–242.

Susanti, E. M. (2018). Gambaran Kadar Vitamin C Pada Kulit Manggis Dan Buah Manggis (Garcinia Mangostana L). Gambaran Kadar Vit C Pada Kulit Manggis Dan Buah Manggis, 62.

Susilawati, S., & Yakin, S. H. (2017). Analisis Strategi Pemasaran Makanan Tradisional (Studi Kasus Industri Rengginang Di Kecamatan Sakra Pusat). Jpek (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan), 1(1), 19.

Tarwendah, I. P. (2017). Studi Komparasi Atribut Sensoris Dan Kesadaran Merek Produk Pangan. Jurnal Pangan Dan Agroindustri, 5(2), 66–73.

Wahyuningtias, D., Putranto, T. S., & Kusdiana, R. N. (2014). Uji Kesukaan Hasil Jadi Kue Brownies Menggunakan Tepung Terigu Dan Tepung Gandum Utuh. Binus Business Review, 5(1), 57.

Wiandyla Siagian, A. (2021). Uji Organoleptik Brownies Tepung Jagung Dan Alpukat Sebagai Cemilan Sehat Untuk Lansia. 7, 63.

JURSIMA
Jurnal Sistem Informasi & Manajemen
ISSN : 2338-1523, E-ISSN: 2541- 576X

KEPEMIMPINAN, LINGKUNGAN KERJA TERHADAP STRES DAN PERFORMANSI KARYAWAN RESTORAN MENGGUNAKAN PLS

Asman Abnur[1], Agung Edy Wibowo[2], M.Nur A.Nasution[3]
[12]Program Studi Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata, Politeknik Pariwisata Batam
[3]Program Studi Manajemen Kuliner, Politeknik Pariwisata Batam
Email: agungedy@btp.ac.id

ABSTRACT

He outbreak of Covid-19 has provided space and time for the tourism industry to revive and grow. Nowadays, tourism has become a prioritized aspect in several countries aiming to boost a nation's income. Tourism can be defined as an individual's activity from one place to another with the purpose of visiting, staying temporarily for a not too long period, with the motive to enjoy the visited location within that area. The growth of the tourism industry activities will undoubtedly have an impact on the increase in the rate or improvement of a country's income. In reality, many countries have proven that the tourism sector can drive and have an additional effect on a country's per capita income, providing momentum for the economy and derivative tourism industries such as the emergence of crafts, souvenir products, and various forms of accommodation models like homestays, guest houses, and small to medium-sized businesses related to tourism such as local cuisine and regional snacks. The aim of this study is to determine and analyze leadership, work environment on job stress, and the influence of each variable on employee performance in simple restaurants and Nasi Kapau in the city of Batam. The respondents used to support this study were 117 participants. The results of the study indicate that leadership significantly influences stress, the work environment significantly influences performance, the work environment significantly influences stress, and stress significantly influences performance.
***Keywords**: Leadership, Work environment, Work stress, Performance, Partial Least Square*

ABSTRAK

Berlalunya wabah Covid-19 telah memberi ruang dan waktu bagi industri pariwisata untuk bangkit dan berkembang kembali. Dewasa ini pariwisata telah menjadi bagian dari sekian aspek yang diprioritaskan oleh beberapa negara dalam meningkatkan pendapatan sebuah negara. Pariwisata dapat diberikan pengertian sebagai aktivitas seseorang dari suatu tempat ke tempat yang berbeda dengan tujuan untuk berkunjung, singgah sementara waktu yang tidak terlalu lama dengan motif untuk menikmati lokasi kunjungan dalam wilayah tersebut. Bertumbuhnya kegiatan industry pariwisata tentu saja akan memberikan dampak bagi pertambahan laju atau peningkatan pendapatan suatu negara. Pada kenyataanya banyak negara membuktikan bahwa .sektor pariwisata mampu mendorong dan memberi efek penambahan perkapita sebuah negara dan memberikan daya dorong bagi ekonomi dan industri turunan pariwisata seperti munculnya industri kerajinan, industri dan produk cinderamata, Munculnya ragam dan bentuk model penginapan seperti *homestay, guest house,* dan unit unit usaha kecil menengah yang berhubungan dengan pariwisata seperti kuliner lokal, dan jajanan makanan khas daerah. Tujuan dari studi ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis kepemimpinan, lingkungan kerja terhadap stress kerja, dan pengaruh masing masing variabel tersebut terhadap performasi karyawan. restoran Sederhana dan Nasi Kapau yang terdapat di Kota Batam. Responden yang digunakan untuk mendukung studi ini sebanyak 117 partisipan. Hasil penelitian menunjukan bahwa kepemimpinan berpengaruh signifikan terhadap stres, lingkungan kerja berpengaruh signifikan terhadap performansi, lingkungan kerja berpengaruh signifikan terhadap stres dan stres berpengaruh signifikan terhadap performansi
Keyword: Kepemimpinan, Lingkungan kerja, Stres kerja, Performansi, Partial Least Square

JURSIMA
Jurnal Sistem Informasi & Manajemen
ISSN : 2338-1523, E-ISSN: 2541- 576X

PENDAHULUAN

Manusia merupakan unsur utama paling penting dalam sebuah organisasi, karena sumber daya ini merupakan faktor penggerak dan penentu keberhasilan sebuah usaha. Demi tercapainya sebuah tujuan organisasi maka pimpinan atau menejemen harus selalu memiliki arahan yang positif bagi pekerjanya untuk menjaga semangat dan ketetapan tujuan bersama organisasi. Salah satu alat ukur tercapainya tujuan bersama adalah dengan melihat kinerja karyawan dalam sebuah organsiasi. Kinerja karyawan merupakan suatu tindakan yang dilakukan karyawan dalam melaksanakan pekerjaan yang diberikan oleh perusahaan dimana karyawan tersebut berada (Handoko, 2011) dalam (Abnur, A., Wibowo, A. E., Nasution, M. N. A., & Syaiful, 2023).. Setiap perusahaan memiliki harapan besar terhadap karyawan yang bekerja didalamnya untuk berprestasi. Karyawan yang berprestasi dapat mendukung bagi tercapainya tujuan usaha bersama. Karyawan yang berprestasi dapat mengakumulasi jumlah output yang lebih baik sehingga dapat meningkatkan kinerja output perusahaan yang pada akhirnya dapat memberi kenaikan pada laba perusahaan. Dengan demikian dapat dipahami secara jelas bahwa sumber daya manusia menjadi tantangan sekaligus peluang yang spesifik bagi perusahaan yang bersifat komersial.Tantangan sekaligus peluang ini memberi pemahaman bahwa jika salah tata kelola atau mismanagement sumber daya manusia hal tersebut dapat memberi pengaruh pada keberhasilan dan tujuan yang telah direncanakan dan ditetapkan perusahaan.

Aspek lain dari tata kelola yang memadai bagi tercapainya tujuan perusahaan adalah situasi dari lingkungan kerja. Lingkungan kerja dapat diberikan pengertian sebagai segala sesuatu yang ada disekitar para pekerja, yang dapat mempengaruhi hasil kerja karyawan dalam menjalankan tugas tugasnya sebagai beban kerja atau kewajiban kerja yang diberikan oleh perusahaan kepada karyawannya (Wibowo, 2011). Lingkungan kerja pada hakekatnya dapat berupa kondisi atau situasi kerja yang baik atau kondisi lingkungan kerja yang buruk. Kedua kondisi terebut berpotensi menjadi penyebab karyawan memiliki output kerja yang baik dan ata bahkan memberikan output kerja yang buruk.Lingkungan kerja yang buruk dapat memberi kemungkinan kepada karyawan menjadi sakit, mudah stres, tidak mudah berkonsentrasi yang kemudian berakibat pada menurunnya kinerja. Lingkngan kerja karyawan yang tidak kondusif atau memadai misalnya ruangan kerja tidak cukup penerangan, ruangan yang panas, sirkulasi udara yang buruk, ruangan terlalu sempit, tidak bersih, terlalu berisik, dapat memberikan potensi kinerja karyawan yang menurun. Dan sebaliknya jika terdapat kondisi ligkungan kerja yang berbeda, hal tersebut dapat memberikan pengaruh yang positif bagi kinerja karyawan.

Mengingat dua kondisi yang dilukiskan pada pargraf seblumnya maka keadaan tersebut memungkinkan manajemen untuk berkreasi pada saat menyusun sebuah lingkungan kerja baik dari sisi klaster jenis pekerjaan, material yang berhubungan langsung dengan jenis pekerjaan, *lay out*, dan tim kerja. Pihak manajemen perlu memahami bukan saja pada aspek fisik semata namun juga pengkondisian model efektivitas alur pekerjaan kelompok yang perlu diperhatikan sehingga lingkungan kerja tersebut dapat menciptakan suasana kerja yang optimum bagi peningkatan kerja karyawan perusahaan (Abnur, A., Wibowo, A. E., Nasution, M. N. A., & Syaiful, 2023). Kondisi lingkungan yang kurang mendukung dapat menyebabkan tekanan atau stres kerja kepada karyawan. Lingkungan kerja yang tidak mendukung sebuah aktivitas pekerjaan misalnya,

JURSIMA
Jurnal Sistem Informasi & Manajemen
ISSN : 2338-1523, E-ISSN: 2541- 576X

lingkungan kerja yang suasana kerjanya memiliki hawa yang panas. Hal ini menjadikan karyawan ingin melakukan kegiatan bekerja atau kerja lembur pada malam hari sebagai ganti karena tidak bisa mengerjakan pekerjaan pada siang hari karena situasi lingkungan yang panas. Hal ini tentu saja akan membebani kegiatan dan operasional perusahaan, mengapa? Karena kerja malam hari tentu saja akan memberikan tambahan ongkos lembur yang semestinya tidak perlu, karena kerja lembur tersebut dilakukan untuk mengejar target perusahaan yang tidak bisa dicapai hanya karena karyawan tidak dapat mememnuhinya karena situasi kerja lingkungan yang panas. Jadi kerja lembur tersebut dikerjakan bukan karena untuk menambahkan output yang lebih banyak, dengan kata lain bahwa sebenarnya kerja lembur tersebut tidak memberikan dampak terhadap incremental product. Hal tersebut tentu saja memiliki makna bahwa kinerja karyawan tidak terpenuhi. Menurunya kinerja karyawan dapat memberikan dampak pada kinerja perusahaan dan bermuara pada berkurangnya laba perusahaan hingga akhirnya dapat berdampak buruk bagi operasional perusahaan di kemudian hari Hal ini menjadi fenomena menarik untuk melihat studi kajian mikro pada indutri turunan pariwisata yaitu restoran pada aspek lingkungan kerja dan stres kerja terhadap kinerja karyawan.

.

Kepemimpinan

Kepemimpinan memiliki peran signifikan dalam menentukan tingkat stres kerja suatu organisasi. Seseorang yang melaksanakan kepemimpinan yang efektif dapat menciptakan lingkungan kerja yang memberikan arah yang jelas, dan memberikan dukungan kepada anggota timnya. Di sisi lain, kepemimpinan yang kurang efektif atau otoriter dapat menyebabkan ketidakpastian, ketidakpuasan di antara karyawan. Seorang pemimpin yang mampu mengelola konflik, memberikan umpan balik yang konstruktif akan memotivasi timnya serta dapat membantu mengurangi tingkat stres kerja. Sebaliknya, kepemimpinan yang tidak responsif atau kurang mendukung dapat menciptakan atmosfer yang tidak sehat, yang dapat meningkatkan risiko stres kerja dan menurunkan produktivitas.

Selain itu, tekanan yang mungkin timbul dari kepemimpinan dapat berasal dari ekspektasi yang tinggi atau kurangnya dukungan dalam menghadapi tantangan. Seorang pemimpin yang memahami beban kerja yang dihadapi oleh anggota timnya dan memberikan sumber daya yang memadai dapat membantu mengelola stres kerja. Kepemimpinan yang mendorong komunikasi terbuka, partisipasi, dan pengakuan terhadap pencapaian karyawan juga dapat membantu mengurangi ketegangan. Oleh karena itu, hubungan antara kepemimpinan dan stres kerja sangat erat, di mana kualitas kepemimpinan dapat memengaruhi kesejahteraan psikologis dan produktivitas anggota tim secara signifikan

Lingkungan Kerja

(Pearce & Robinson, 2008) lingkungan kerja dalam suatu perusahaan adalah bagian penting yang harus dan perlu mendapat perhatian. Hal ini disebabkan karena lingkungan kerja mempunyai pengaruh langsung terhadap manusianya dalam hal ini adalah para karyawan yang bekerja tersebut. Lingkungan kerja yang kondusif dapat meningkatkan kinerja karyawan dan sebaliknya, yaitu lingkungan kerja yang tidak kondusif atau cenderung tidak memadai akan dapat menurunkan etos kerja para karyawan. Kondisi lingkungan kerja berada dalam keadaan atau dikatakan

JURSIMA
Jurnal Sistem Informasi & Manajemen
ISSN : 2338-1523, E-ISSN: 2541- 576X

baik apabila manusia atau pekerja didalamnya dapat melakukan, menggiatkan dan melaksanakan kegiatan atau aktivitas secara optimum, aman, nyaman dan sehat. Kesesuaian yang terdapat pada lingkungan kerja dapat dilihat atau diperhatikan dari efek jangka panjangnya. Sebaliknya lingkungan kerja yang kurang baik dapat berakibat pada tuntutan tenaga kerja dan waktu yang lebih banyak, bahkan seringkali hal tersebut tidak mendukung diperolehnya sistem atau model kerja yang efisien (Abnur, A., Wibowo, A. E., Nasution, M. N. A., & Syaiful, 2023)

(Sunyoto, 2012) mengemukakan lingkungan kerja adalah segala sesuatu yang ada di sekitar para pekerja dan yang dapat mempengaruhi dirinya dalam menjalankan tugas-tugas yang dibebankan. Termasuk dalam kondisi itu yang dimaksud dengan segala sesuatu tersebut adalah, misalnya; kebersihan, musik, lampu penerangan dan lain-lain. Lingkungan kerja adalah segala sesuatu yang berada di sekitar yang dapat mempengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung seseorang atau sekelompok dalam melaksanakan aktivitasnya. Lingkungan kerja adalah segala sesuatu yang ada disekitar karyawan pada saat bekerja baik berupa fisik maupun nonfisik yang dapat mempengaruhi karyawan saat bekerja. Jika lingkungan kerja cenderung mendukung, maka karyawan bisa merasa bersemangat, aman, nyaman dan sebaliknya jika lingkungan kerja tidak mendukung, maka karyawan tidak merasa bersemangat, merasa tidak aman dan tidak nyaman untuk melaksanakan aktivitas. (Abnur, A., Wibowo, A. E., Nasution, M. N. A., & Syaiful, 2023)

Stres Kerja

Stres (stresed) adalah suatu keadaan keadaan non statis dalam diri seseorang atau individu yang dihadapkan pada peluang, ancaman yang terkait dengan apa yang diinginkan oleh individu itu yang berujung pada hasil dari pemenuhan keinginan tersebut. Stres sendiri tidak selalu buruk, meskipun biasanya dibahas dalam konteks negatif, stres juga memiliki nilai positif. Stres merupakan sebuah probabilitas kemungkinan dalam sebuah konteks kerja karena hal ini menawarkan potensi hasil. Stres bisa berakibat pada pengaruh positif, dan sebagian lagi bisa negatif. Dalam sebuah organisasi kerja, stres identik dengan tantangan, atau stres yang dibarengi dengan tantangan dilingkungan kerja (seperti memiliki banyak proyek, tugas dan tanggung jawab, pengejaran target). Namun juga dapat berarti sebuah beban tantangan yang berkonotasi negatif, dan berakibat sangat berbeda karena stres ini dapat menghasilkan hambatan, atau stres yang menghalangi pencapaian tujuan (birokrasi, kompetisi tidak sehat dikantor, kebingungan terkait tanggung jawab dan rantai perintah (Stephen P.Robbins & Judge. T.A, 2008).

(Harsuko, 2011), stres kerja adalah situasi atau bentuk tanggapan seseorang, baik fisik maupun mental terhadap suatu perubahan di lingkungannya yang dirasakan mengganggu dan mengakibatkan dirinya terancam. Dalam kaitan tersebut hal yang perlu diketahui karyawan adalah ada situasi umum dimana setiap aspek pekerjaan dapat menjadi pemicu stres. Melalui karakteristik dan kepribadian karyawanlah, mereka sendiri akan tahu dan menentukan sejauh mana situasi yang dihadapi dan sedang dijalani merupakan situasi stres atau bukan, dapat berakibat pada pemberian dukungan atau tidak. Karyawan itu sendiri yang dapat mengenalinya karena merekalah yang memiliki pola interaksi di pekerjaanya, dan dipengaruhi oleh adanya ketidakseimbangan fisik dan psikis dirinya sendirinya. Hal tersebut dapat mengarah pada persepsi yang

JURSIMA
Jurnal Sistem Informasi & Manajemen
ISSN : 2338-1523, E-ISSN: 2541- 576X

kemudian mempengaruhi emosi, proses berfikir, dan kondisinya. Stres yang terlau besar yang diganbarkan lebih kuat dari ketahanan mental seorang karyawan dapat mengancam kemampuan seseorang untuk menghadapi lingkungan kerjanya, dan hal ini dapat berakibat pada hilangnya potensi kinerja. Stres kerja adalah situasi atau kondisi yang terjadi atau dialami pada diri seseorang sebagai manusia dalam kesatuan mental, jiwa dan psikis yang tertekan, dan tekanan tersebut berada diluar kemampuanya yang jika dibiarkan akan membuat tidak produktif bagi diri sendiri dalam beraktivitas atau melakukan kegiatan dalam pekerjaanya

Performansi Karyawan

Performance jika diartikan dalam bahasa Indonesia berarti performansi atau kinerja. Ini merupakan output akhir dari sebuah proses 'komunikasi' yang sedang berjalan, dilakukan dengan kemitraan antara pekerja dengan atasan langsung pekerja, yang menyangkut antara harapan dan realitas terhadap pekerjaan yang harus dilakukan dan dihasilkan. Kinerja merupakan bentuk atau wujud nyata prestasi yang direfleksikan seseorang setelah yang bersangkutan menjalankan tugas, fungsi dan perannya dalam sebuah kelembagaan atau organisasi. Pengertian ini memberi batasan tegas bahwa kinerja karyawan merupakan bentuk atau refleksi pencapaian hasil atau buah karya seseorang dalam sebuah perusahaan dalam rangka mencapai tujuan organisasi yang didasarkan pada kesesuaian tugas dan tanggung jawab yang diberikan dalam jangka waktu yang telah ditentukan. Oleh karena itu manajemen perusahaan perlu memberikan evaluasi terhadap output atau hasil setiap karyawanya, melalui analisis kinerja. Tujuan penilaian kinerja adalah:

a) Melihat hasil ukur keterampilan dan kemampuan pekerja / karyawan.
b) Melakukan evaluasi terhadap perencanaan kepegawaian, penyempurnaan kerja, tim dan peningkatan kualitas kerja.
c) Memperoleh dasar pertimbangan untuk melakukan: rotasi; mutasi; demosi
d) Meningkatkan kerjasama dan kreativitas tim
e) Sumber rujukan untuk kegiatan perencanaan dan proses rekrutmen sumber daya manusia baru khususnya bidang kepegawaian.

Kendala dalam Meningkatkan Performansi Karyawan

Pada prinsipnya setiap karyawan perlu dievaluasi dan diberikan penilaian, hal ini dimaksudkan agar setiap karyawan tetap berada pada jalur yang sama dalam perjalanan pencapaian tujuan organisasi. Penilaian yang dilakukan haruslah mengakomodasi model penilaian yang adil. Penilaian yang dilakukan secara adil dapat memberikan gambaran yang utuh sumbangan masing masing karyawan yang berujung pada program meningkatkan kinerja karyawan. Model penguatan personal terhadap karyawan yang kurang berprestasi perlu diagendakan. Bagi mereka yang belum mencapai hasil sesuai denga kebijakan perusahaan biasanya mendapatkan teguran atau himbauan, dengan begitu diharapkan karyawan dapat secepatnya memperbaiki kekeliruannya dan segera kembali memperbaiki ketertinggalanya dan selanjutnya berupaya meningkatkan kinerjanya. Menurut (Sedarmayanti, 2014) faktor yang dapat menjadi kendala dan hambatan dalam penilaian kinerja karyawan dapat meliputi:perubahan standar operasi kegiatan pekerjaan, perubahan yang tidak konsisten dan cenderung fluktuatif dapat mempengaruhi penilaian kinerja karyawan, perbedaan model kepemimpinan.

JURSIMA
Jurnal Sistem Informasi & Manajemen
ISSN : 2338-1523, E-ISSN: 2541- 576X

Manajemen mempunyai sifat dan karakter yang berbeda-beda. Diperlukan standar baku model penilaian karena model dan gaya kepemimpinan cenderung merefleksikan karakter pemimpin dan dapat mengarah pada ranah yang subyektif, Perbedaan cultural dan demografis, manajer dapat menjadi bias karena isu etnis, gender, atau golongan tertentu.

Kendala tersebut dapat diminimalisir jika manajemen berpegang pada pedoman atau standar tertulis yang bersufat baku dan hasil penilaian prestasi harus dilakukan secara tertulis berbasis output beban kerja berbasis data yang terdokumentasi, untuk menjaga akuntabilitas bersama sebagai satu organisasi.

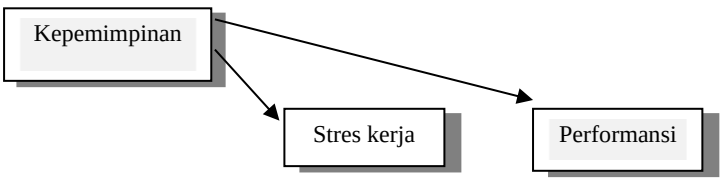
Penelitian Terdahulu

(Abnur, A., Wibowo, A. E., Nasution, M. N. A., & Syaiful, 2023) Hasil penelitian ini adalah Lingkungan kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan restoran sederhana dan nasi kapau. Stres kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan restoran sederhana dan nasi kapau. Dan hasil ketiga dalam penelitian tersebut adalah lingkungan kerja memiliki faktor dominan dalam mempengaruhi kierja karyawan restoran sederhana dan nasi kapau.

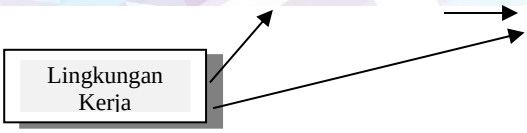
(Sahlan et al., 2015) melakukan penelitian berjudul Pengaruh lingkungan kerja, kepuasan kerja dan kompensasi terhadap kinerja karyawan pada PT. Bank Sulut Cabang Airmadidi. Hasil penelitian ini (a) Lingkungan kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan PT.Bank Sulut Cabang Airmadidi. (b) Kepuasan kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan PT.Bank Sulut Cabang Airmadidi.(c) Kompensasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan PT.Bank Sulut Cabang Airmadidi.

(Susitianingrum, 2015) melakukan penelitian berjudul Pengaruh lingkungan kerja, motivasi kerja dan disiplin kerja terhadap kinerja karyawan bagian produksi PT Njonja Meneer Semarang. Hasil penelitian tersebut adalah (a) Lingkungan kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan bagian produksi PT Njonja Meneer Semarang. (b) Motivasi kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan bagian produksi PT Njonja Meneer Semarang. (c) Disiplin kerja memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan bagian produksi yang ada pada PT Njonja Meneer Semarang.

Kerangka Penelitian



JURSIMA
Jurnal Sistem Informasi & Manajemen
ISSN : 2338-1523, E-ISSN: 2541- 576X



Gb. Kerangka penelitian

Hipotesis

H1: Kepemimpinan berpengaruh signifikan terhadap performansi karyawan.
H2: Kepemimpinan berpengaruh signifikan terhadap stres karyawan
H3: Lingkungan kerja berpengaruh signifikan terhadap performansi karyawan
H4: Lingkungan kerja berpengaruh signifikan terhadap stres karyawan
H5: Stres berpengaruh signifikan terhadap performansi karyawan

METODE

Disain penelitian

Penelitian ini menggambarkan hubungan antar variabel yang meliputi variabel independen dan variabel dependen, dengan disain penelitian survey. Dua jenis variabel independen (bebas) terdiri dari kepemimpinan (X_1) lingkungan kerja (X_2) dan stres kerja (Z) serta variabel dependen (terikat) adalah performansi karyawan (Y). Survey dilakukan dengan menggunakan angket, dan disusun menggunakan skala *likert*, melalui indikator yang dihadirkan. untuk membuat item instrumen penelitian berupa pernyataan yang perlu dijawab oleh responden (Sanusi, 2011) dalam (Abnur, A., Wibowo, A. E., Nasution, M. N. A., & Syaiful, 2023)

Populasi dan Sampel

Populasi keseluruhan obyek yang memiliki karakteristik spesifik atau tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan restoran Sederhana dan Nasi Kapau, dimana restoran tersebut berada pada kompleks destinasi wisata kuliner di Kota Batam.Jumlah responden yang digunakan adalah 117 Orang. Sampel penelitian menggunakan model *probability sampling.* yaitu metode pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk ditetapkan menjadi anggota sampel (A. E. Wibowo, 2021) dan (Wibowo, A.E., Wulandari, 2020).

Teknik Pengambilan Sampel

Proses pengambilan *sampling* menggunakan teknik sampel jenuh, yaitu sampel yang diambil adalah keseluruhan anggota populasi yang ada, dimana setiap elemen populasi digunakan menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2012).

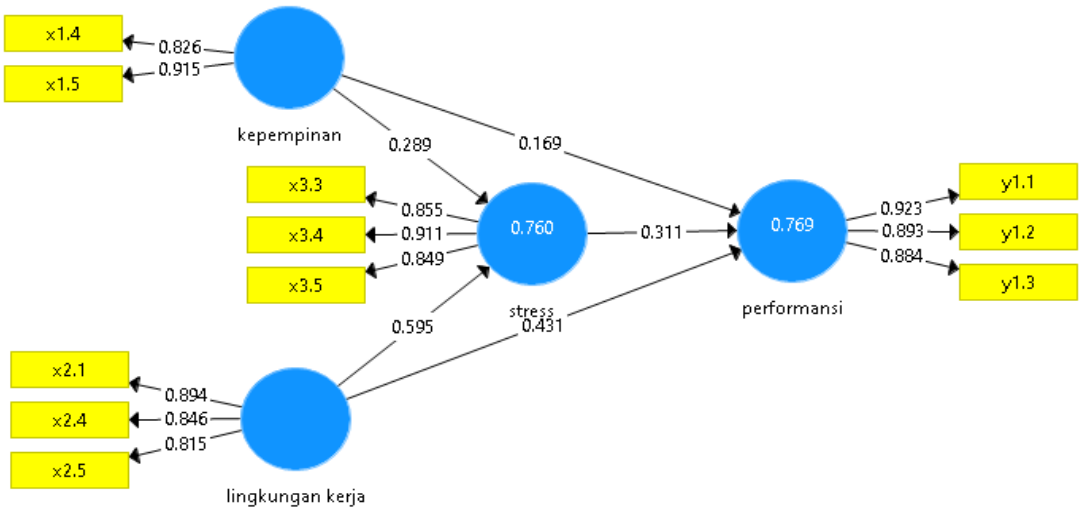
PEMBAHASAN

Langkah pembahasan hasil dilakukan setelah langkah pendahuluan berupa uji kualitas data memberikan hasil yang valid dan reliable.

Validitas Convergen

Hasil uji melalui jalur koefisien mendapatkan besaran nilai loading factor sebagai berikut:

JURSIMA
Jurnal Sistem Informasi & Manajemen
ISSN : 2338-1523, E-ISSN: 2541- 576X



Gambar 1.

Setelah melakukan filterisasi terhadap item indikator yang tidak valid, dan menguji data kembali hasi dari uji validitas convergen menunjukan bahwa indikator loading faktor setiap item variabel laten menunjukan nilai yang lebh besar dari 0.7 sehingga dapat dinyatakan valid. Tingkat validitas tersebut juga dapat dilihat dari hasil nilai AVE untuk masing masing variabel laten tersebut di bawah ini:

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
kepemimpinan	0.690	0.743	0.863	0.759
lingkungan kerja	0.814	0.847	0.888	0.727
performansi	0.883	0.898	0.927	0.810
stres	0.849	0.890	0.905	0.761

Tabel 1

Dari tabel di atas dapat dilihat masing masing variabel laten memiliki nilai *Average Variance Extracted* lebh dari 0.5, validitas convergen terpenuhi.

Reliabilitas

Pengukuran hasil uji reliabilitas masing masing variabel memberikan hasil uji melalui nilai Cronbach's Alpha yang menunjukan nilai lebih besar dari 0.60 ini membuktikan bahwa indikator variabel yang digunakan adalah reliabel, keputusan yang sama diperlihatkan bahwa nilai *Composite Reliability* menunjukan bahwa masing masing variabael laten memiliki nilai *Composite Reliability* lebih besar dari nilai Cronbach's Alpha nya seperti ditunjukan dalam tabel 2 di bawah ini :

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
kepemimpinan	0.690	0.743	0.863	0.759

JURSIMA
Jurnal Sistem Informasi & Manajemen
ISSN : 2338-1523, E-ISSN: 2541- 576X

lingkungan kerja	0.814	0.847	0.888	0.727
performansi	0.883	0.898	0.927	0.810
stres	0.849	0.890	0.905	0.761

Tabel 2

R^2

	R Square	R Square Adjusted
performansi	0.769	0.762
stres	0.760	0.756

Tabel 3

R^2 stres = 0.760, maka KD = 0.760 x100% = 76,0%. Artinya stres kerja dipengaruhi oleh kepemimpinan dan lingkungan kerja sebesar 76.0% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti sebesar 24.0%. R^2 performansi = 0.769, maka KD = 0.769 x100% = 76,9%. Artinya performansi dipengaruhi oleh kepemimpinan, lingkungan kerja dan stres sebesar 76.9% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti sebesar 23.1%. Dari nilai R^2 dapat disimpulkan bahwa model penelitian adalah baik karena nilai R^2 lebih dari 0,67 (Chin 2013) sehingga variabel exogen dapat memprediksi variabel endogen. Model dinyatakan baik dalam memprediksi variabel laten peneitian .

f^2

Nilai f^2 (nilaiyang menggambarkan besrnya pengaruh dari variabel laten predictor (eksogen) terhadap variabel laten endogen tatana structural (Chin, 2013)

Hubungan	Nilai	Kriteria
Kepemimpinan terhadap stres	0.042	lemah
Lingkungan kerja terhadap stres	0.178	moderat
Stres terhadap performansi	0.101	moderat
Kepemimpinan terhadap performansi	0.014	Moderat
Lingkungan kerja terhadap performansi	0.082	Moderat

Tabel 4

Uji Hipotesis

	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (|O/STDEV|)	P Values

JURSIMA
Jurnal Sistem Informasi & Manajemen
ISSN : 2338-1523, E-ISSN: 2541- 576X

kepemimpinan -> performansi	0.297	0.177	1.464	0.144
kepemimpinan -> stres	0.276	0.132	2.200	0.028
lingkungan kerja -> performansi	0.580	0.182	3.385	0.001
lingkungan kerja -> stres	0.614	0.130	4.566	0.000
stres -> perfromansi	0.328	0.081	3.858	0.000

Tabel 5

Hasil pengujian menunjukan bahwa hipotesis yang diajukan dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Kepemimpinan berpengaruh tidak signifikan terhadap performansi, dengan nilai t statistik 1.464 < 1.96 dan p value 0.144 > 0.05
2. Kepemimpinan berpengaruh signifikan terhadap stres, dengan nilai t statistik 2.200 > 1.96 dan p value 0.028 < 0.05
3. Lingkungan kerja berpengaruh signifikan terhadap performansi, dengan nilai t statistik 3.385 < 1.96 dan p value 0.001 < 0.05
4. Lingkungan kerja berpengaruh signifikan terhadap stres, dengan nilai t statistik 4.566 > 1.96 dan p value 0.000 < 0.05
5. Stres berpengaruh signifikan terhadap performansi, dengan nilai t statistik 3.858 > 1.96 dan p value 0.000 < 0.05
6.

Sedangkan hasil pengujian terhadap dampak mediasi variabel intervening adalah sebagai berikut’

	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (|O/STDEV|)	P Values
kepemimpinan -> stres -> perfromansi	0.092	0.053	1.707	0.088
lingkungan kerja -> stres -> perfromansi	0.201	0.067	2.783	0.006

Tabel 6

Variabel kepemimpinan tidak memiliki pengaruh tidak langsung terhadap performansi melalu stres dengan nilai t statistik 1.707 < 1.96 dan p value 0.088 > 0.05

Variabel lingkungan kerja memiliki pengaruh tidak langsung terhadap performansi melalui stres, dengan nilai t statistik 2.783 > 1.96 dan p value 0.006 < 0.05.

KESIMPULAN

1. Hipotesis pertama menyatakan bahwa kepemimpinan berpengaruh signifikan terhadap performansi, ditolak.
2. Hipotesisi kedua yang menyatakan kepemimpinan berpengaruh signifikan terhadap stres, diterima.
3. Hipotesis ketiga yang menyatakan lingkungan kerja berpengaruh signifikan terhadap performansi, diterima
4. Hipotesis keempat yang menyatakan lingkungan kerja berpengaruh signifikan terhadap stres, diterima.

JURSIMA
Jurnal Sistem Informasi & Manajemen
ISSN : 2338-1523, E-ISSN: 2541- 576X

5. Hipotesis kelima yang menyatakan stres berpengaruh signifikan terhadap performansi, diterima

Daftar Pustaka

Abnur, A., Wibowo, A. E., Nasution, M. N. A., & Syaiful, H. (2023). Pengaruh Lingkungan dan Stres Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Industri Turunan Pariwisata (Studi pada RM Sederhana dan Nasi Kapau). *Https://Ejournal.Indobarunasional.Ac.Id/Index.Php/Jursima/Article/View/543*, *11*(1), 46–59.

Handoko, H. (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia dan Organisasi*. 59.

Harsuko, R. (2011). *Mendongkrak Motivasi Dan Kinerja,Pendekatan Pemberdayaan SDM*. Universitas Brawijaya Malang.

Pearce, J., & Robinson, R. (2008). *Manajemen Strategis – Formulasi, Implementasi,dan Pengendalian* (Edisi 10,). Salemba Empat.

Sahlan, N. I., Mekel, P. A., & Trang, I. (2015). Pengaruh Lingkungan Kerja, Kepuasan Kerja dan Kompensasi terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Bank Sulut Cabang Airmadidi. *Jurnal EMBA*, *3*(1), 52–62.

Sanusi, A. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis. Penerbit Salemba Empat, Jakarta*. 135.

Sedarmayanti. (2014). *SumberDayaManusiadanProduktivitas Kerja*. MandarMaju.

Stephen P.Robbins & Judge. T.A. (2008). *Prilaku Organisasi* (E. ke Duabelas (ed.)). Salemba Empat.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sunyoto, D. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. (Edisi Pert, p. 98). CAPS.

Susitianingrum. (2015). Pengaruh Lingkungan Kerja, Motivasi Kerja dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan Bagian Produksi PT Njonja Meneer Semarang. *Journal of Social and Political of Sciences*.

Wibowo, A.E., Wulandari, Y. (2020). *SPSS dalam Riset Layanan Jasa dan Kesehatan* (1st ed.). Gava Media Yogyakarta.

Wibowo., A. (2011). *MANAJEMEN KINERJA*.

Wibowo, A. E. (2021). *Metodologi Penelitian Pegangan untuk Menulis Karya Ilmiah. Penerbit Insania, Cirebon*.

.

JURSIMA
Jurnal Sistem Informasi & Manajemen
ISSN : 2338-1523, E-ISSN: 2541- 576X

KOMPARASI KINERJA BERDASARKAN *GENDER*

Agung Edy Wibowo[1*], Rosie Oktavia Puspita Rini[2], Muhamad Nur. A. Nasution[3], Supardi[4]
[1]Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata, Politeknik Pariwisata Batam
[2,3]Manajemen Kuliner Politeknik Pariwisata Batam
[4]Manajemen Divisi Kamar, Politeknik Pariwisata Batam
Email: agungedy@btp.ac.id

ABSTRACT

This research aims to compare the performance between male and female teaching staff in campus environments, educational institutions. Using statistical data analysis methods, this study evaluates a number of variables that can influence performance, including work experience, workload, and interpersonal skills. The research results show that there is no significant difference in performance between male and female teaching staff at the Batam Tourism Polytechnic. These findings provide important insights regarding equality and equal contributions from teaching staff of various genders in the context of educational institutions. This study encourages a deeper understanding of the factors that can influence the performance of teaching staff at the Batam Tourism Polytechnic, as well as highlighting the importance of recognizing the contribution of each individual regardless of gender. Test results using SPSS. 21 through the independent sample t test, the conclusions of this study support the idea that efforts to improve and increase performance in educational institutions must focus on certain aspects that are universal, without identifying significant differences in performance based on gender. The first hypothesis proposed in this research was rejected, and instead it was found that there was no significant difference in performance between male teaching staff and female teaching staff. The second hypothesis proposed in this research was rejected, and instead it was found that male teaching staff did not have significantly higher performance compared to female teaching staff at the Batam Tourism Polytechnic.
Keywords: *performance, gender, independent sample t test, teaching staff.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan komparasi kinerja antara tenaga pendidik berjenis kelamin laki-laki dan perempuan di lingkungan kampus, institusi pendidikan. Dengan menggunakan metode analisis data statistik, studi ini mengevaluasi sejumlah variabel yang dapat mempengaruhi kinerja, termasuk pengalaman kerja, beban kerja, dan kemampuan interpersonal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan kinerja yang signifikan antara tenaga pendidik berjenis kelamin laki-laki dengan perempuan di Politeknik Pariwisata Batam. Temuan ini memberikan wawasan penting terkait kesetaraan dan kontribusi yang setara dari tenaga pendidik berbagai jenis kelamin (gender) dalam konteks institusi pendidikan. Studi ini mendorong pemahaman yang lebih mendalam terhadap faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kinerja tenaga pendidik di Politeknik Pariwisata Batam, serta menyoroti pentingnya mengakui kontribusi setiap individu tanpa memandang jenis kelamin.Hasil uji menggunakan SPSS. 21 melalui uji independent sample t test, memberikan, kesimpulan penelitian ini mendukung ide bahwa upaya perbaikan dan peningkatan kinerja di lembaga pendidikan harus berfokus pada aspek-aspek tertentu yang bersifat universal, tanpa mengidentifikasi perbedaan signifikan dalam kinerja berdasarkan jenis kelamin. Hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini ditolak, dan sebaliknya didapati temuan bahwa tidak terdapat perbedaan kinerja yang signifikan diantara tenaga pendidik berjenis kelamin pria dan tenaga pendidik berjenis kelamin perempuan. Hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini ditolak, dan sebaliknya didapati temuan bahwa tenaga pendidik berjenis kelamin pria secara signifikan tidak memiliki kinerja lebih tinggi dibandingkan dengan tenaga pendidik perempuan di Politeknik Pariwisata Batam.
Keywords: kinerja, jenis kelamin, independent sample t test, tenaga pendidik.

JURSIMA
Jurnal Sistem Informasi & Manajemen
ISSN : 2338-1523, E-ISSN: 2541- 576X

PENDAHULUAN

Pada era modern ini, peran gender dalam dunia kerja menjadi topik yang semakin mendapat perhatian. Meskipun perempuan dan laki-laki memiliki hak yang sama dalam akses pekerjaan, masih terdapat perbedaan signifikan dalam hal kesempatan dan kinerja di tempat kerja. Salah satu bidang yang menjadi sorotan adalah perbedaan kinerja berdasarkan gender di perusahaan tertentu. PT A, sebagai salah satu perusahaan besar, tidak terkecuali dari perdebatan seputar ketidaksetaraan gender di lingkungan kerja. Artikel ini akan membahas perbedaan kinerja yang mungkin terjadi di PT A antara karyawan pria dan wanita, serta faktor-faktor yang mungkin mempengaruhi dinamika tersebut.

Penting untuk memahami bahwa pembahasan ini tidak bermaksud merendahkan atau menggeneralisasi salah satu jenis kelamin, namun lebih sebagai upaya untuk menganalisis potensi ketidaksetaraan yang dapat muncul di dalam perusahaan. Kesetaraan gender menjadi landasan penting dalam menciptakan lingkungan kerja yang adil dan produktif. PT A, dengan ragam karyawan dan posisi yang dimilikinya, menawarkan pemandangan yang menarik untuk dieksplorasi terkait dengan perbedaan kinerja berdasarkan gender.Dalam konteks ini, kita akan mengeksplorasi statistik karyawan PT A berdasarkan jenis kelamin, mengidentifikasi apakah perbedaan tersebut tercermin dalam kinerja, dan mencari pemahaman lebih dalam mengenai faktor-faktor apa yang mungkin mempengaruhi pola kinerja tersebut. Analisis ini dapat memberikan wawasan yang berharga bagi perusahaan dalam merancang kebijakan dan program yang mendukung kesetaraan gender, serta menciptakan lingkungan kerja yang mendukung pertumbuhan dan perkembangan bagi semua karyawan, tanpa memandang jenis kelamin.

Dalam konteks perusahaan modern, perbedaan kinerja antara karyawan pria dan wanita menjadi sorotan karena dampaknya terhadap keadilan dan keberlanjutan organisasi. PT A sebagai entitas bisnis yang dinamis dan berkembang, diharapkan mampu memberikan teladan dalam mewujudkan lingkungan kerja yang inklusif dan setara. Meskipun telah terjadi pergeseran paradigma terkait peran gender dalam beberapa tahun terakhir, masih banyak perusahaan yang dihadapkan pada tantangan terkait ketidaksetaraan dalam pengaksesan peluang karir dan penilaian kinerja.

Evaluasi kinerja tenaga pengajar merupakan suatu aspek yang sangat penting dalam meningkatkan mutu pendidikan. Melalui proses ini, institusi pendidikan dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan para pengajar, memberikan umpan balik yang konstruktif, serta merancang program pengembangan profesional yang sesuai. Menilai kinerja tenaga pengajar bukan hanya sebatas pencapaian akademis siswa, tetapi juga mencakup kemampuan dalam menyampaikan materi pelajaran, interaksi dengan siswa, serta kontribusi terhadap lingkungan akademis. Dengan mengukur berbagai aspek tersebut, sekolah atau perguruan tinggi dapat memastikan bahwa proses pembelajaran berlangsung efektif dan efisien, menciptakan lingkungan belajar yang positif (Fleming, 2001).

JURSIMA
Jurnal Sistem Informasi & Manajemen
ISSN : 2338-1523, E-ISSN: 2541- 576X

Beberapa alasan mengapa kegiatan menilai kinerja tenaga pengajar sangat penting adalah untuk meningkatkan mutu pendidikan secara keseluruhan. Pertama, evaluasi kinerja membantu mengidentifikasi kebutuhan pelatihan atau pengembangan tambahan bagi tenaga pengajar. Dengan mengetahui area yang perlu ditingkatkan, institusi dapat menyusun program pengembangan profesional yang dapat meningkatkan kualitas pengajaran. Kedua, proses evaluasi memberikan dorongan motivasi kepada tenaga pengajar untuk terus meningkatkan kualitas pengajaran mereka. Dengan adanya umpan balik yang jujur dan konstruktif, tenaga pengajar dapat merancang strategi perbaikan diri sehingga dapat memberikan dampak positif terhadap hasil belajar siswa. Kesemuanya, evaluasi kinerja tenaga pengajar merupakan langkah proaktif dalam menciptakan lingkungan pendidikan yang berkualitas dan berkelanjutan.

Perbedaan Individu

Perbedaan individu merujuk pada variasi yang terdapat di antara setiap orang dalam hal karakteristik, kemampuan, dan perilaku. Hal ini dapat mencakup berbagai aspek seperti kecerdasan, gaya belajar, kepribadian, preferensi sosial, dan sejumlah faktor lainnya yang membedakan satu individu dari yang lain. Konsep ini didasarkan pada pemahaman bahwa setiap orang memiliki kombinasi unik dari faktor-faktor tersebut, yang membentuk identitas dan keunikan mereka. Perbedaan individu sangat kompleks dan dipengaruhi oleh berbagai faktor termasuk faktor genetik,, lingkungan, pengalaman hidup, dan interaksi sosial (Goldberg, 1993).

Pentingnya memahami perbedaan individu terletak pada pengaruhnya terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk pendidikan, pekerjaan, dan interaksi sosial. Dalam konteks pendidikan, pemahaman terhadap perbedaan individu memungkinkan pendidik untuk merancang pendekatan pengajaran yang lebih responsif dan inklusif. Pembelajaran yang memperhatikan gaya belajar, kecerdasan, dan preferensi individu dapat meningkatkan efektivitas pembelajaran serta memotivasi setiap siswa secara lebih personal. Oleh karena itu, pengakuan dan pengelolaan perbedaan individu adalah kunci untuk menciptakan lingkungan yang mendukung perkembangan optimal dan kesejahteraan bagi setiap individu dalam berbagai konteks kehidupan Keragaman dalam Kecerdasan: Perbedaan individu sangat mencolok dalam aspek kecerdasan. Howard Gardner, dalam teorinya tentang kecerdasan majemuk, mengidentifikasi berbagai jenis kecerdasan, seperti kecerdasan linguistik, logika-matematis, musikal, spasial, interpersonal, intrapersonal, kinestetik, dan lainnya. Individu cenderung memiliki kombinasi kecerdasan yang berbeda-beda, yang mempengaruhi cara mereka belajar memecahkan masalah, dan berinteraksi dalam lingkungan sekitar.

Perbedaan dalam Gaya Belajar: Setiap individu memiliki gaya belajar yang unik. Menurut model belajar VARK (Visual, Auditory, Reading/Writing, Kinesthetic) oleh Neil Fleming, orang belajar melalui berbagai metode yang mencakup penggunaan visual, auditori, membaca/menulis, atau melalui pengalaman kinestetik. Perbedaan ini mencerminkan preferensi individu terhadap cara mereka menangkap informasi dan

JURSIMA
Jurnal Sistem Informasi & Manajemen
ISSN : 2338-1523, E-ISSN: 2541- 576X

membentuk dasar bagi pendekatan pembelajaran yang efektif.

Variasi dalam kepribadian: Teori kepribadian, seperti teori Myers-Briggs atau Big Five Personality Traits, (Myers, I. B., & McCaulley, 1985) menyoroti perbedaan signifikan dalam sifat-sifat individu. Beberapa orang mungkin cenderung lebih ekstrovert dan terbuka terhadap pengalaman baru, sementara yang lain lebih introvert dan lebih suka kestabilan. Perbedaan dalam kepribadian mempengaruhi cara individu berinteraksi dengan orang lain, menyelesaikan tugas, dan merespons situasi tertentu.

Kurva Belajar

Kurva belajar mengacu pada representasi grafis atau konseptual dari proses pembelajaran seseorang atau kelompok sepanjang waktu. Kurva ini mencerminkan bagaimana tingkat pemahaman atau keterampilan seseorang meningkat seiring berjalannya waktu dengan pengalaman atau latihan. Secara umum, kurva belajar menggambarkan hubungan antara waktu yang diinvestasikan dalam pembelajaran atau latihan dengan tingkat kemahiran atau pemahaman yang diperoleh.

Kurva belajar dapat memiliki bentuk yang berbeda-beda, tetapi bentuk umumnya mencakup fase awal di mana kemajuan belajar terjadi dengan cepat (tingkat pertumbuhan yang curam), disusul oleh fase di mana peningkatan mungkin melambat (tingkat pertumbuhan yang landai). Faktor-faktor seperti motivasi, metode pembelajaran, dan kompleksitas materi dapat memengaruhi bentuk kurva belajar seseorang (Gardner, 1983)

Kurva belajar sering digunakan dalam konteks pendidikan, psikologi, dan manajemen untuk menggambarkan proses adaptasi dan perkembangan keterampilan atau pengetahuan. Memahami kurva belajar dapat membantu pengajar, pelatih, atau manajer dalam merencanakan pendekatan pembelajaran atau pelatihan yang lebih efektif.

Kinerja

Secara umum, kinerja merujuk pada hasil atau pencapaian yang dapat diukur dari suatu tindakan, pekerjaan, atau kegiatan. Pengertian kinerja dapat bervariasi tergantung pada konteksnya, namun pada dasarnya, kinerja mencerminkan sejauh mana individu, tim, atau organisasi mencapai tujuan atau standar yang telah ditetapkan. Dalam konteks organisasi atau bisnis, kinerja sering diukur melalui pencapaian tujuan strategis, hasil keuangan, produktivitas, dan lainnya. Kinerja karyawan dapat diukur berdasarkan penilaian keterampilan, produktivitas kerja, dan kontribusi terhadap tim atau proyek.

Selain itu, konsep kinerja juga dapat diterapkan pada berbagai bidang, termasuk seni, olahraga, dan pendidikan. Misalnya, dalam seni pertunjukan, kinerja dapat merujuk pada penampilan seorang seniman di atas panggung, sementara dalam olahraga, kinerja dapat diukur melalui pencapaian atlet dalam kompetisi. Penting untuk diingat bahwa definisi kinerja dapat bervariasi tergantung pada konteks dan tujuan pengukuran yang ingin dicapai. Secara

JURSIMA
Jurnal Sistem Informasi & Manajemen
ISSN : 2338-1523, E-ISSN: 2541- 576X

keseluruhan, kinerja mencakup evaluasi hasil dan pencapaian untuk mengukur efektivitas atau efisiensi suatu tindakan atau kegiatan. Evaluasi kinerja tidak hanya memberikan manfaat bagi individu dan organisasi, tetapi juga merupakan alat yang penting dalam mengidentifikasi kebutuhan pelatihan dan pengembangan. Dengan menilai kinerja karyawan, perusahaan dapat menentukan area di mana karyawan memerlukan peningkatan keterampilan atau pengetahuan. Ini memungkinkan penyusunan rencana pengembangan yang spesifik dan sesuai dengan kebutuhan individu, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kapabilitas dan kontribusi mereka terhadap tim dan organisasi secara keseluruhan. Pentingnya penilaian kinerja juga terkait dengan pengelolaan kinerja yang efektif. Manajer yang dapat memberikan umpan balik secara konstruktif dan memahami kebutuhan serta aspirasi karyawan dapat menciptakan lingkungan kerja yang positif. Komunikasi yang terbuka dan transparan tentang ekspektasi kinerja, tujuan organisasi, dan peluang pengembangan karir dapat meningkatkan kepercayaan dan keterlibatan karyawan.

Meskipun banyak perusahaan mengadopsi metode penilaian kinerja tradisional, ada tren menuju pendekatan yang lebih kontekstual dan berkelanjutan. Pendekatan ini melibatkan umpan balik berkelanjutan sepanjang tahun, bukan hanya pada waktu penilaian tahunan. Metode ini menciptakan fleksibilitas yang lebih besar dalam menanggapi perubahan lingkungan bisnis dan memastikan bahwa karyawan memiliki pemahaman yang terus-menerus tentang kinerja mereka

Efektivitas penilaian kinerja juga berkaitan erat dengan kebijakan penggajian dan pengembangan karir. Hasil penilaian kinerja dapat menjadi dasar untuk menentukan insentif atau promosi bagi individu yang berkinerja tinggi, sementara karyawan yang memerlukan pengembangan lebih lanjut dapat diarahkan ke pelatihan yang sesuai. Proses ini menciptakan insentif yang sehat untuk meningkatkan kinerja dan memotivasi karyawan untuk mencapai potensi maksimal mereka. Namun, perlu diingat bahwa proses penilaian kinerja tidak selalu tanpa tantangan. Kesalahan dalam penilaian, bias, dan ketidakjelasan tujuan penilaian dapat memengaruhi keadilan dan akurasi evaluasi. Oleh karena itu, perusahaan perlu merancang sistem penilaian kinerja yang adil, transparan, dan terukur (Bacal, 2002)

Penelitian Terdahulu

(Susitianingrum, 2015) melakukan penelitian berjudul Pengaruh lingkungan kerja, motivasi kerja dan disiplin kerja terhadap kinerja karyawan bagian produksi PT Njonja Meneer Semarang. Hasil penelitian tersebut adalah (1) Lingkungan kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan bagian produksi PT Njonja Meneer Semarang. (2) Motivasi kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan bagian produksi PT Njonja Meneer Semarang. (3) Disiplin kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan bagian produksi PT Njonja Meneer Semarang.

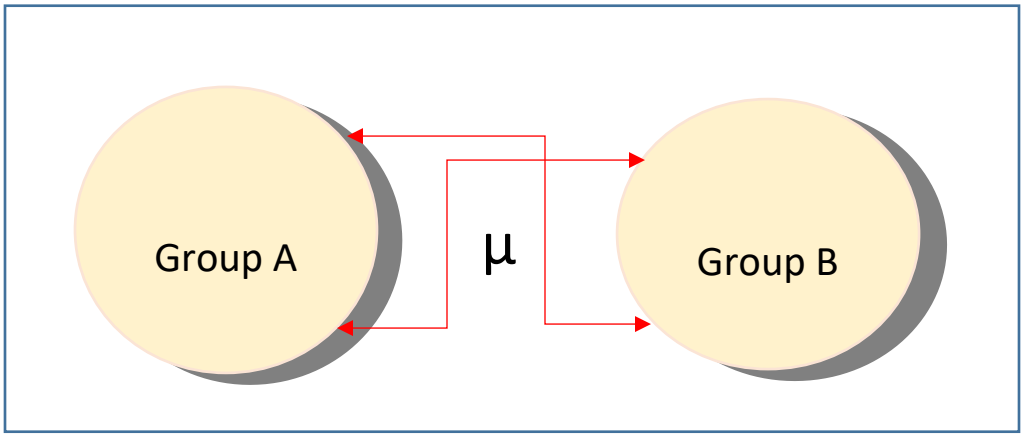
(Sahlan et al., 2015) melakukan penelitian berjudul Pengaruh lingkungan kerja, kepuasan kerja dan kompensasi terhadap kinerja karyawan pada PT. Bank

JURSIMA
Jurnal Sistem Informasi & Manajemen
ISSN : 2338-1523, E-ISSN: 2541- 576X

Sulut Cabang Airmadidi. Hasil penelitian ini (1) Lingkungan kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan PT.Bank Sulut Cabang Airmadidi. (2) Kepuasan kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan PT.Bank Sulut Cabang Airmadidi.(3) Kompensasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan PT.Bank Sulut Cabang Airmadidi.

(Wibowo, A.E., Abnur, 2022)memberikan hasil penelitian perbedaan kinerja kualitas layanan karyawan restoran sederhana dan nasi kapau pada kawasan wisata kuliner the vitka city complex, hasil penelitian menunjukan terdapat perbedaan signifikan diantara kedua pekerja kelompok tersebut pada hasil kinerja mereka.

Kerangka Penelitian



Gambar 1.1. Kerangka Penelitian

Hipotesis

H_1: Terdapat perbedaan kinerja yang signifikan antara tenaga pengajar berdasarkan jenis kelamin di Politeknik Pariwisata Batam

H_2: Tenaga pendidik berjenis kelamin pria secara signifikan memiliki kinerja lebih tinggi dibandingkan dengan tenaga pendidik perempuan

Metode Penelitian

Penelitian ini menggambarkan hubungan jenis kelamin terhadap kinerja dalam sebuah organisasi, dalam studi ini variabel yang akan dicoba untuk dijelaskan adalah variabel jjenis kelamin, yang berada pada kelompok atau entitas yang sama yang keduanya berkedudukan bebas tidak saling memberikan pengaruh dalam sub kelompok atau sub entitas dalam kelompok besarnya. Model riset ini akan diselesaikan dengan alat analisis independent sample t test ((Wibowo, 2012). Data historis berupa nilai kuantitaif keberhasilan kinerja periode pengamatan didapatkan melaui pengamatan terhadap laporan pihak penyedia yaitu data dukung sekunder berupa laporan kinerja masa tinjau

JURSIMA
Jurnal Sistem Informasi & Manajemen
ISSN : 2338-1523, E-ISSN: 2541- 576X

pada masa lalu, sehingga ketersediaan data merupakan data sekunder (Sanusi, 2011).

Populasi dan Sampel

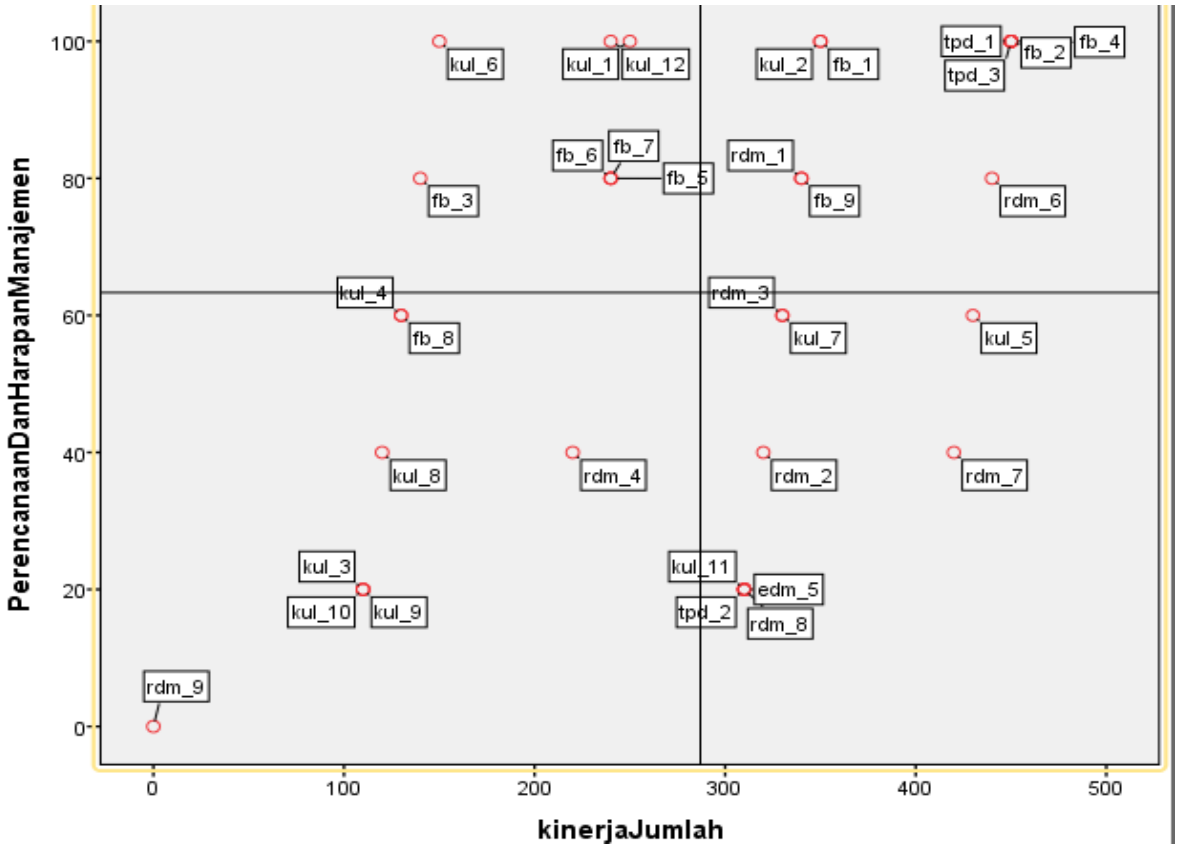
Populasi adalah domain generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik spesifik atau tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh tenaga pengajar yang ada di Politeknik Pariwisata Batam yang berjumlah 36 Orang. Sampel penelitian menggunakan model *probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Wibowo, 2021).

.

Teknik Pengambilan Sampel

Proses pengambilan sampling dilakukan dengan menggunakan teknik sample jenuh, dimana setiap elemen populasi digunakan menjadi anggota sampel penelitian (Sugiyono, 2012)

HASIL DAN PEMBAHASAN

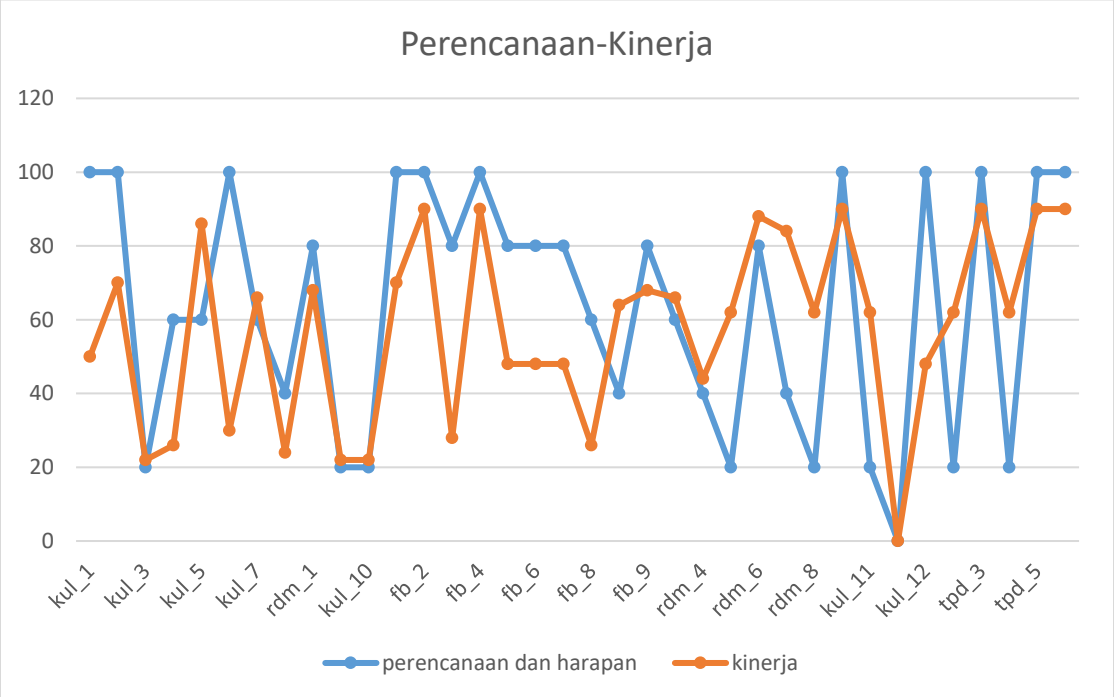


Gambar 1.2 Mapping distribusi kinerja,perencanaan dan harapan manajemen

JURSIMA
Jurnal Sistem Informasi & Manajemen
ISSN : 2338-1523, E-ISSN: 2541- 576X

Dari gambar 1.2 dapat ditunjukan bahwa masing tenaga pendidik di institusii memiliki variasi pencapaian yang sangat beragam dan secara acak memiliki capaian dengan variasi yang variatif yang menunjukan keragaman dalam mencapai tujuan individu yang beragam dari sisi capaian hasil. Hampir semua kuadran dalam mapping diagram kartesius terdapat sejumlah tenaga pendidik yang berada pada wilayah tersebut. Hal ini sekaligus menunjukan bahwa masing masing individu dalam organisasi tersebut tidak secara serempak dapat memenuhi kualfikasi untuk mendapatkan nilai mean atau rata rata yang sama atau minimal penyimpangan dari rata rata nilai yang berbeda.

Hasil ini tentu saja memberikan dampak bagi model pengawasan dan pengarahan bagi manajemen, agar keberlanjutan kegiatan capaian kinerja perlu dikontrol dengan lebih baik, sehingga dapat noktah noktah yang menggambarkan nilai kinerja masing masing tenaga pendidik yang ada di institusi dapat berangsur angsur begreser mengarah ke kuadran 1. Kondisi tersebut merupakan kondisi ideal untuk menunjukan sebuah bukti bahwa kegiatan masing masing tenaga pendidik di institusi benar terjadi kesesuaian antara perencanaan dengan kinerja yang ditampilkan, dan tepat pada aspek tingkat kepentingan pekerjaan yang dilakukan dengan hasil kinerja yang cukup memuaskan. Untuk memberikan gambaran grafis terhadap pencapaian individu dapat dilihat pada gamar grafik yang terdapat di bagian bawah in;



JURSIMA
Jurnal Sistem Informasi & Manajemen
ISSN : 2338-1523, E-ISSN: 2541- 576X

Gambar 1.3

Dari ganbar 1.3 diperlihatkan kecenderungan arah yang fluktuatif dan cenderung tidak stabil, dengan kemungkinan lereng grafis yang menurun dari perencanaan dan kinerja yang ditunjukan. Untuk mendapatkan gambaran utuh hasil kajian perbedaan kinerja jenis kelamin laki-laki dan perempuan, dimana perbedaan kinerja di antara kelompok tersebut memiliki nilai hasil hitung uji sebesar -3,338 *(mean difference)*, dapat diberikan penjelasan melalui tabel hasil uji di bawah ini:

Tabel 1.1 Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
									95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
KinerjaDosen	Equal variances assumed	,016	,901	-,353	34	,726	-3,338	9,453	-22,549	15,872

Hasil dari uji dalam tabel 1.1 independent sample test menunjukan bahwa nilai signifikansi sebesar 0.726 atau sebesar 72.6%. Nilai tersebut lebih besar dari 0.05. Hasil uji ini membuktikan bahwa dari sisi kinerja, tenaga pendidik atau dosen yang berjenis kelamin laki-laki dibandingkan dengan tenaga pendidik atau dosen yang berjenis kelamin perempuan menunjukan tidak terdapat perbedaan performansi atau kinerja di lingkungan organisasi tersebut.

Hasil uji tersebut juga membuktikan bahwa dari sisi kinerja, tenaga pendidik atau dosen yang berjenis kelamin laki lak secara signifikan tidak memiliki kinerja yang lebih tinggi dibandingkan dengan tenaga pendidik atau dosen yang berjenis kelamin perempuan.Kedua hasil ini sekaligus dapat memberikan gambaran bahwa kinerja tenaga pendidik atau dosen dalam institusi tersebut adalah sama atau tidak terdapat perbedaan kinerja.

SIMPULAN

Hipotesis pertama yang menyatakan bahwa terdapat perbedaan kinerja yang signifikan antara tenaga pengajar

berdasarkan jenis kelamin di politeknik pariwisata batam, tidak terbukti.

Hipotesis kedua yang menyatakan tenaga pendidik berjenis kelamin pria secara signifikan memiliki kinerja lebih tinggi dibandingkan dengan tenaga pendidik perempuan, tidak terbukti.

Hasil menunjukan terdapat perbedaan nilai rata rata dari pengukuran kinerja tenaga pengajar yang dilihat dari aspek gender. Dimana rata rata kinerja tenaga pengajar atau dosen laki laki lebih rendah dari rata rata nilai kinerja tenaga pengajar atau dosen perempuan.

Manajemen perguruan tinggi perlu memberikan variabel tambahan untuk mendapatkan yang lebih komprehensif dan tidak mendasarkan pada model penilaian beban kerja dosen yang bersifat monoton

DAFTAR PUSTAKA

Bacal, R. (2002). *Performance Management*. McGraw-Hill, N.Y, USA.

Fleming, N. D. (2001). *Teaching and Learning Styles: VARK Strategies*.

Gardner, H. (1983). *Frames of Mind: The Theory of Multiple IntelligencesNo Title*.

Goldberg, L. R. (1993). *The Structure of Phenotypic Personality Traits. American Psychologist,*.

Myers, I. B., & McCaulley, M. H. (1985). *Manual: A Guide to the Development and Use of the Myers-Briggs Type Indicator*.

Sahlan, N. I., Mekel, P. A., & Trang, I. (2015). Pengaruh Lingkungan Kerja, Kepuasan Kerja dan Kompensasi terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Bank Sulut Cabang Airmadidi. *Jurnal EMBA*, *3*(1), 52–62.

Sanusi, A. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis. Penerbit Salemba Empat, Jakarta*. 135.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Susitianingrum. (2015). Pengaruh Lingkungan Kerja, Motivasi Kerja dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan Bagian Produksi PT Njonja Meneer Semarang. *Journal of Social and Political of Sciences*.

Wibowo, A.E., Abnur, A. (2022). Perbedaan Kinerja Kualitas Layanan Kuliner Restoran Sederhana dan Rumah Makan Nasi Kapau pada Kawasan Wisata Kuliner di Kota Batam. *JURNAL MATA PARIWISATA*, *1*(1), 11–16.

Wibowo, A. E. (2012). *Aplikasi Praktis SPSS dalam Penelitian. Penerbit Gava Media, Yogyakarta*. 53.

Wibowo, A. E. (2021). *Metodologi Penelitian Pegangan untuk Menulis Karya Ilmiah. Penerbit Insania, Cirebon*.

ISSN 2962-2697
Vol. 3, No. 1, Juli 2023

Risk assessment berdasarkan konsep 4 pilar keselamatan konstruksi pada pekerjaan *blasting*

Mochamad Firmansyah[1,*], Agung Wibowo[2], Fitri Nugraheni [1]
[1]Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, Indonesia
[2]Fakultas Teknik Sipil, Universitas Diponegoro, Semarang, Indonesia

Article Info
Available online

***Keywords*:**
Work Breakdown Structure
Risk Identification
Blasting

Corresponding Author:
Mochamad Firmansyah
Mochamadfirmansyah25@gmail.com

Abstract
The construction sector is a high-risk business sector. One of the risks in the construction world can be sourced from construction safety aspects following PERMEN PUPR No. 10 of 2021 (labor, tools, materials, and environment). Risk management in managing the company is something that needs to be considered in the steps to minimize risk. The subject of this research is construction safety risk, and the object of this research is blasting work at the Bener Dam. Risk identification is carried out by deepening the WBS, then conducting a risk probability and impact assessment on respondents. Risk assessment uses probability and impact matrix. The results showed that there were 47 risks, consisting of 10 risks in the moderate category, 34 risks in high risk, and 2 risks in very high risk.

Copyright © 2023 Universitas Islam Indonesia
All rights reserved

Pendahuluan

Latar Belakang

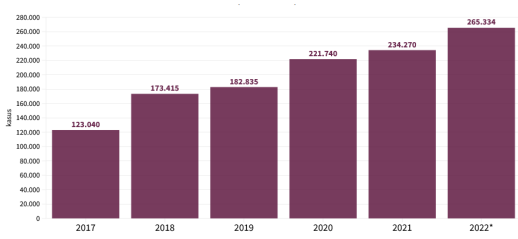
Seiring pesatnya pembangunan tanpa disertai upaya penanganan efek samping penerapan teknologi dapat menimbulkan berbagai masalah. Pada proses pelaksanaan sebuah proyek konstruksi, banyak risiko yang dapat memicu kegagalan suatu proyek. Sangat dibutuhkan upaya penanganan dan pencegahan pada segala sektor konstruksi, khususnya pada konstruksi bendungan. Proyek pembangunan bendungan Bener merupakan salah satu Proyek Strategis Nasional (PSN) dibawah Kementerian PUPR JSDA BBWS Serayu Opak yang terletak pada kabupaten Purworejo, Jawa Tengah. Bendungan merupakan salah satu bangunan air yang dibangun untuk menahan laju aliran air pada sungai dan membentuk sebuah tampungan air. Fungsi bendungan selain untuk penampungan air, adalah untuk menstabilkan alirain irigasi, mencegah banjir, menjadikan energi terbarukan, dan dapat menjadi destinasi wisata. Pada pelaksanaan konstruksi, bendungan Bener memiliki karakteristik pekerjaan yang rumit dan kompleks, sehingga pada setiap tahapan

ISSN 2962-2697
Vol. 3, No. 1, Juli 2023

pekerjaannya dapat menimbulkan risiko-risiko.

Risiko adalah faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pencapaian suatu rencana, sehingga dapat terjadi konsekuensi yang tidak diharapkan. Risiko yang dapat memicu kegagalan konstruksi berasal dari risiko internal atau risiko eksternal yang dapat memicu kegagalan, baik dari perspektif kualitas maupun kuantitas (Arum 2023). Manajemen risiko telah dikembangkan menjadi suatu proses yang tersistematika untuk mengidentifikasi potensial risiko atau ketidakpastian.

Work Breakdown Structure (WBS) merupakan suatu metode untuk menyederhanakan pelaksanaan proyek secara terperinci. Membagi proyek kompleks menjadi tugas yang lebih sederhana dan mudah dikelola adalah proses yang dapat dijadikan Identifikasi risiko pada suatu kasus. Berdasarkan tahapan pekerjaan secara terperinci yang terdapat pada WBS, risiko-risiko dapat dimunculkan sebagai skenario terhadap Keselamatan Konstruksi



Gambar 1. Diagram Angka kecelakaan di Indonesia

Sumber : BPJS Ketenagakerjaan (2017-2022)

BPJS Ketenagakerjaan merilis jumlah kecelakaan kerja di Indonesia sebanyak 265.334 kasus sejak Januari-November 2022. Jumlah tersebut naik 13,26% dibandingkan sepanjang tahun 2021 yang sebesar 234.270 kasus. Jika dilihat dari tren

Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan suatu cara atau proses yang sistematis dan terstruktur yang digunakan untuk menyelesaikan masalah pada suatu riset. Metode penelitian

yang terjadi, jumlah kasus kecelakaan kerja di Indonesia mengalami Peningkatan.

Berdasarkan PERMEN. PUPR No 10 Tahun 2021, keselamatan konstruksi melibatkan 4 pilar yaitu tenaga kerja, lingkungan, peralatan, dan material. Keselamatan bagi 4 pilar ini haru sdipenuhi guna memenuhi kriteria bahwa proyek yang sedang dilaksanakan maupun akan dilaksanakan tergolong dalam kategori aman. PERMEN PUPR No 10 Tahun 2021 juga menyebutkan dalam pemenuhan standar keamanan, keselamatan, kesehatan, dan keberlanjutan harus menjamin keselamatan keteknikan konstruksi, keselamatan kesehatan kerja, keselamatan publik, dan keselamatan lingkungan.

Pekerjaan galian tanah menggunakan metode *blasting* pada proyek konstruksi bendungan merupakan salah satu pekerjaan yang dianggap memiliki risiko tinggi terhadap keselamatan konstruksi, namun bukan berarti risiko tidak dapat dikontrol. Proses kontrol dapat dimulai pada tahap utama pekerjaan blasting. Proses kontrol dapat dimulai pada tahap utama pekerjaan blasting. Lingkup pekerjaan blasting meliputi pengeboran (*drilling*), transportasi bahan peledak, perakitan (*tie up*), pengisian dan penutupan *(charging and steaming)* dan peledakan (*blasting*). Kegiatan peledakan merupakan proses penting untuk dilakukan dengan tujuan menghancurkan struktur batuan.

Berdasarkan latar belakang dan fenomena diatas, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui risiko-risiko apa saja yang berkategori risiko tinggi pada kasus pekerjaan peledakan yang ada pada Bendungan Bener menggunakan metode *severity index*

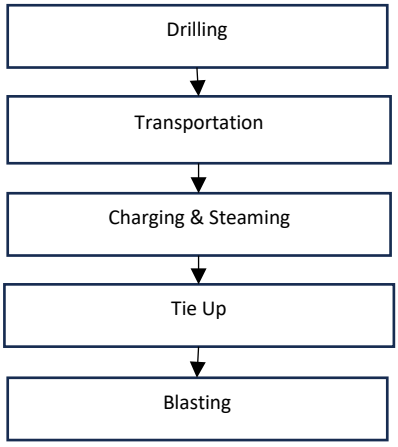
merupakan Suatu cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan kegunaan tertentu Darmadi (2014). Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yang memunculkan data angka kuesioner sebagai parameter dalam penilaian. Instrumen dalam

ISSN 2962-2697
Vol. 3, No. 1, Juli 2023

pengambilan data yang digunakan adalah kuesioner yang dibagikan kepada responden yang berdasarkan *purposive sampling.*

Kegiatan penelitian ini dilakukan dengan pencarian literatur-literatur yang sesuai dengan tema keselamatan konstruksi pada pekerjaan blasting dan juga peraturan-peraturan yang membahas terkait keselamatan konstruksi. Literatur dicari dengan menggunakan kata kunci "peledakan", "*blasting*", "keselamatan konstruksi", dan "WBS". Penyusunan faktor-faktor risiko dilakukan dengan studi literatur terdahulu dan menggali skenario resiko berdasarkan *Work Breakdown Structure* yang kemudian dilakukan validasi kepada responden yang sesuai dengan kriteria responden.

Menurut Ayu Herzanita (2019) *Work breakdown strucure* merupakan hirarki penurunan lingkup pekerjaan hingga menjadi level terkecil yang disebut dengan paket pekerjaan, sehingga memudahkan dalam proses pengelolaan dan pengendalian proyek. dapat di explore dengan mengerucutkan lingkup pekerjaan dari yang bersifat umum hingga menjadi detail uraian pekerjaan blasting.



Gambar 1. Rangkaian Pekerjaan Blasting

Berdasarkan rangkaian pekerjaan blasting diatas, kemudian di breakdown menjadi detail uraian pekerjaan dari *Drilling*, *Transportation, Charging and Steaming, Tie Up* dan *Blasting*. Identifikasi risiko dapat dilakukan dengan membuat skenario-skenario, yang kemudian menentukan bahaya, risiko, dan dampak.

Pengambilan data ini bertujuan untuk mengumpulkan informasi falid terkait risiko-risiko yang ada pada pekerjaan blasting di bendungan Bener Penelitian tentang analisis risiko pada pekerjaan blasting ini perlu dilakukan pembuktian secara teoritis, sehingga analisis risiko dan pembuktian pada penelitian ini menggunakan metode *probabilitas* dan *impact.* Metode ini mengukur tingkat probabilitas dan dampak dari suatu kasus risiko, yang kemudian memunculkan risiko tinggi.

Subjek Penelitian dan Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2016)"subjek penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan". Subjek pada penelitian ini adalah Keselamatan Konstruksi berdasarkan sudut pandang kontraktor.

Menurut Suparti (2015) dalam Andriawan (2023) "objek penelitian adalah variabel yang diteliti oleh peneliti ditempat penelitian yang dilakukan". Objek pada penelitian ini adalah pekerjaan blasting yang terjadi pada proyek pembangunan Bendungan Bener Purworejo Paket 4.

Analisis Data

Kegiatan keselamatan merupakan suatu standar atau metode yang dapat digunakan untuk memberikan informasi kepada pekerja ataupun stakeholder agar dapat melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya dengan aman dan nyaman sehingga dapat terhindar dari penyakit atau kecelakaan kerja, serta dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Standar kegiatan disusun dengan harapan agar pekerjaan dapat berjalan dengan aman.

ISSN 2962-2697
Vol. 3, No. 1, Juli 2023

Identifikasi risiko didapat berdasarkan data WBS yang dimulai dari pekerjaan pengeboran (*drilling*), mobilisasi (*transportation*), pengisian bahan peledak dan penimbunan lubang tembak (*charging and steaming*). Perangkaian kabel (*tie up*) dan peledakan (*blasting*).

Tabel 1 *Work Breakdown Structure* (WBS)

Main Level	**Level 1**	**Level 2**	**Level 3**	**Level 4**	**Level 5**
Bendungan Bener	Substructure	Foundations	Pek. Struktur Pondasi	-Drill -Blasting	**Drilling** - Pelaksanaan TBM - Penentuan pola drilling - Menandai kedalaman drilling - Mobilisasi Alat Drilling - Persiapan area pengeboran - Blocking area dengan safety line - Penandaan titik bor sesuai drill pattern - Pengeboran secara pararel - Penutupan sementara lubang drill **Transportasi bahan peledak** - Pengangkutan bahan peledak oleh pihak yang berwenang pada titik drill **Charging (Pengisian Handak ke lubang Blasting)** - Melepas penutup lubang bor dan cek lubang menggunakan bambu - Distribusi bahan peledak - Pengisian daya ANFO - Memasukan bahan peledak pada lubang tembak - Pengecekan sisa kedalaman lubang tembak -Masukan material steaming dimulai dari material cutting, padatkan dengan steaming stick **TIE UP (Perangkaian)** - Merapikan ujung detonating cord / tube in delay - Periksa OHM Meter pada setiap detonator **Blasting** - Memastikan alat detonator berfungsi dengan baik - Pemindahan Alat berat ke lokasi aman Memastikan kabel kabel penghubung tidak putus - Clearing area - Sinyal Peringatan - Peledakan dilaksanakan

Sumber : Identifikasi risiko pribadi

ISSN 2962-2697
Vol. 3, No. 1, Juli 2023

Hasil

Tahapan *risk assesment*/Penilaian risiko data digunakan untuk mengetahui kategori risiko pada pekerjaan blasting yang dilakukan dengan pengukuran probabilitas dan dampak berdasarkan penilaian responden. Berdasarkan penilaian risiko yang di isi oleh responden, maka penilaian risiko dapat dilakukan dengan perhitungan perkalian antara probabilitas dan dampak, dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2 *Risk Assessment*

No	Detail Uraian Kegiatan	Potensi Bahaya	Risiko	Dampak	Probabilitas	Dampak	Risiko	Rank
			DRILLING					
1	Pelaksanaan TBM sebelum memulai pekerjaan	Pekerja tidak mengikuti TBM	Tenaga kerja terjatuh / tersandung	Luka-luka / cidera	3	3	9	20
2	Menentukan Pola Pengeboran	Pola pengeboran salah	Efek yang ditimbulkan tidak beraturan	Luka-luka / cidera	4	4	15	1
3				Alat menjadi rusak	3	4	11	7
4	Menandai Kedalaman Pengeboran	Tidak mengetahui rencana kedalaman pengeboran	Hasil peledakan menjadi tidak beraturan	Luka-luka / cidera	3	3	10	11
5				Alat menjadi rusak	2	3	6	45
6	Mobilisasi alat bor	Permukaan tanah tidak rata dan berbatuan	Alat bor tergelincir/terguling	Operator luka-luka / cidera	2	3	8	37
7				Alat menjadi rusak	2	4	9	32
8	Persiapan area pengeboran	Permukaan tanah tidak rata dan berbatuan	Tenaga kerja terjatuh / tersandung	Terkilir / cidera	3	3	9	20
9	Blocking area yang akan dibor dengan bund wall / safety line dan pasang rambu	Permukaan tanah tidak rata dan berbatuan	Tenaga kerja terjatuh / tersandung	Terkilir / cidera	3	3	9	20
10	Penandaan titik bor sesuai drill pattern	Permukaan tanah tidak rata dan berbatuan	Tenaga kerja terjatuh / tersandung	Terkilir / cidera	3	3	9	20
11	Pengeboran secara pararel	Tanah amblas	Alat bor tergelincir/terguling	Alat menjadi rusak	3	4	12	3
12		Debu berterbangan	Terhirup / terkena mata	ISPA / mata iritasi	3	4	10	14
13		Kebisingan	Pendengaran terganggu	Gendang telinga sakit	3	4	11	7

ISSN 2962-2697
Vol. 3, No. 1, Juli 2023

No	Detail Uraian Kegiatan	Potensi Bahaya	Risiko	Dampak	Probabilitas	Dampak	Risiko	Rank
14		Pecahan batu terlempar	Tenaga kerja terluka	Luka-luka / cidera	4	4	13	2
15	Penutupan setiap pengeboran 1 (satu) lubang yang telah selesai	Lubang hasil bor tidak dilakukan penutupan kembali	Tenaga kerja terjatuh / tersandung	Luka-luka / cidera	3	3	9	20
			TRANSPORTASI					
16		Bak dari truk yang bersifat konduktor listrik	Timbul ledakan	Luka-luka hingga kematian	3	4	10	14
17	Pengangkutan bahan peledak	Bahan-bahan peledak tidak dikembalikan pada gudang handak	Timbul ledakan	Luka-luka hingga kematian	3	3	9	20
18		Tenaga kerja tidak mengetahui aturan saat rangkaian proses pengangkutan	Timbul ledakan	Luka-luka hingga kematian	2	4	9	32
			CHARGING AND STEAMING					
19	Melepas steker dari kerah lubang bor dan periksa di dalam lubang menggunakan tongkat bambu.			Luka-luka / cidera	3	3	9	30
20		Lubang drilling runtuh	Hasil peledakan menjadi tidak beraturan	Alat menjadi rusak	3	4	10	14
21	Distribusi bahan peledak dynamit, bahan peledak detonator dan bahan peledak Ammonium Nitrate Fuel Oil (ANFO)	Bahan peledak terjatuh dari pengangkutan	Bahan peledak tercecer	Mencemari lingkungan sekitar	3	3	9	30
22		Bahan peledak detonator terpajan sinar matahari secara menerus	Meledak	Luka-luka / cidera	3	4	11	10
23	Pengisian daya AN/FO	Pengisian ANFO terlalu padat/tidak sesuai dengan takaran	Hasil peledakan menjadi tidak beraturan	Luka-luka / cidera	3	3	10	11
24			Bahan kimia tidak meledak (misfire)	Luka-luka / cidera	2	4	9	32
25			Terhiup / terkena mata	ISPA / mata iritasi	2	3	8	37
26	Memasukan bahan	Bahan peledak	Bahan kimia tidak meledak (misfire)	Luka-luka / cidera	3	3	9	20

ISSN 2962-2697
Vol. 3, No. 1, Juli 2023

No	Detail Uraian Kegiatan	Potensi Bahaya	Risiko	Dampak	Probabilitas	Dampak	Risiko	Rank
	peledak AN/FO kedalam lubang tembak	ANFO tidak dikemas dengan plastik						
27	Pengecekan sisa kedalaman lubang tembak	Tidak melakukan pengukuran sisa kedalaman penyumbatan	Hasil peledakan menjadi tidak beraturan	Luka-luka / cidera	2	3	8	37
28				Alat menjadi rusak	3	3	9	20
29	Masukkan material steaming dimulai dari material cutting, padatkan dengan steaming stick	material steaming merupakan tanah berpasri dan tidak dipadatkan		Luka-luka / cidera	3	4	12	3
30			Hasil peledakan menjadi tidak beraturan	Alat menjadi rusak	3	3	8	36
			TIE UP					
31	Merapikan ujung detonating cord / tube in hole delay untuk memudahkan pelaksanaan pengontrolan dan tie up (merangkai)	Mengelupas ujung detonating cord	Tertusuk	Luka-luka	3	3	9	20
32	Periksa ohm setiap detonator kabel listrik dan kabel primer menggunakan ohm meter.	Permukaan tanah tidak rata dan berbatuan	Tenaga kerja terjatuh / tersandung	Terkilir / cidera	3	3	9	20
			BLASTING					
33	Memastikan alat detonator berfungsi dengan baik dan kabel penghubung utama tidak putus	Arus listrik	Tersetrum	Luka-luka	2	3	8	37
34	Pemindahan excavator dan dump truck disekitar lokasi peledakan	Permukaan tanah tidak rata dan berbatuan	Excavator/Dump truck terguling	Alat menjadi rusak	3	4	10	14
35			Operator cedera	Luka-luka / cidera	3	4	12	3

ISSN 2962-2697
Vol. 3, No. 1, Juli 2023

No	Detail Uraian Kegiatan	Potensi Bahaya	Risiko	Dampak	Probabilitas	Dampak	Risiko	Rank
36		Lokasi proyek berdekatan dengan pemukiman warga	Tenaga kerja dan warga menjadi panik	Warga trauma	3	4	10	14
37	Clearing area	Akses menuju proyek tidak diberi barikade	Mengenai tenaga kerja/warga	Luka-luka hingga kematian	3	4	11	7
38		Lokasi shelter tidak pada radius aman	Mengenai tenaga kerja	Luka-luka hingga kematian	3	4	12	3
39	Sinyal Peringatan	Tanda sinyal peringatan rusak/kurang terdengar	Tenaga kerja dan warga menjadi panik	Warga trauma	2	4	9	32
40			Mengenai rumah warga	Rumah warga rusak	2	3	7	44
41		Batu terbang (fly rock)	Mengenai tenaga kerja / warga	Luka-luka hingga kematian	2	4	9	19
42			Menegenai alat disekitar lokasi blasting	Alat menjadi rusak	2	3	7	42
43	Peledakan dilaksanakan	Getaran	Material dan alat diatas tebing jatuh mengenai tenaga kerja	Luka-luka / cidera	2	3	5	46
44			Bagian rumah warga rusak	Rumah warga rusak	2	3	8	37
45		Air Blast	Tenaga kerja terpental	Luka-luka / cidera	2	3	4	47
46		Debu Berterbangan	Terhirup / terkena mata	ISPA / mata iritasi	2	3	7	42
47		Kebisingan	Pendengaran terganggu	Gendang telinga sakit	3	3	10	11

Sumber : Analisis Pribadi

Berdasarkan tabel *risk assessment* diatas, menjelaskan bahwa lingkup pekerjaan pada pekerjaan blasting terdiri dari *drilling*, transportasi, *charging and steaming*, *tie up*, dan *blasting.* Berdasarkan konsep 4 pilar (tenaga kerja, material, mesin, dan lingkungan), terdapat 47 risiko hasil identifikasi risiko. Hasil perkalian probabilitas dan dampak kemudian klasifikasikan pada skala penilaian yang terbagi menjadi 4 kategori, yaitu pada kategori rendah (*low risk*) tidak terdapat risiko yang berarti, kategori sedang (*moderate risk*) terdapat 10 risiko, risiko tinggi (*high risk*) terdapat 34 risiko, dan risiki sangat tinggi (*extreme risk*) sejumlah 2 risiko.

ISSN 2962-2697
Vol. 3, No. 1, Juli 2023

		1	2	3	4	5
		Insignificant	Minor	Moderate	Major	Catastrophic
5	Almost Certain					
4	Likely		7,18,24,39,41	3,11,12,13,16,20,22,29,34,35,36,37,38	2,14	
3	Possible		5,6,25,27,33,40,42,4,44,45,46	1,4,8,9,10,15,17,19,21,23,26,28,30,31,32,47		
2	Unlikely					
1	Rare					

Gambar 1 *Risk Maps*

Berdasarkan risk maps diatas, dapat dilakukan evaluasi untuk mengetahui jenis pengendalian yang akan dipilih. Evaluasi risiko pada kategori risiko *moderate risk* 5,6,25,27,33,40,42,44,45,46 adalah risiko yang perlu tindakan untuk mengurangi risiko, menjadi tanggung jawab manajemen secara spesifik untuk memperhitungkan dengan benar dalam melakukan pengurangan risiko. Evaluasi risiko pada kategori *high risk* 3,11,12,13,16,20,22,29,34,35,36,37,38, 7,18,24,39,41,1,4,8,9,10,15,17,19,21,23,26, 28,30,31,32,47 adalah risiko yang memerlukan perhatian khusus manajemen, kegiatan tidak boleh dilakukan sampai risiko telah dikurangi. Evaluasi risiko dengan kategori *extreme risk* 2,14 adalah membutuhkan penanganan segera untuk mengurangi risiko, kegiaatn tidak boleh dilakukan atau dilanjutkan. Jika pelaksanaan pekerjaan yang sedang berlangsung berisiko, maka perlu tindakan segera diambil

Kesimpulan

Jumlah risiko pelaksanaan pekerjaan *blasting* pada proyek bendungan Bener berjumlah 47 risiko, yang bersumber dari WBS uraian pekerjaan *drilling, charging and steaming*, transportasi, *tie up*, dan *blasting.* Penilaian risiko keselamatan konstruksi pada pekerjaan blasting diperoleh 4 kategori risiko, yaitu kategori rendah yang tidak memiliki angka risiko, kategori sedang (*moderate risk*) terdapat 10 risiko, risiko tinggi (*high risk*) terdapat 34 risiko, dan risiko sangat tinggi (*extreme risk*) sejumlah 2 risiko.

Daftar Pustaka

Andriawan, Lutfi. 2023. "Analisis Keselamatan Konstruksi Pada Pekerjaan Galian Dan Timbunan Proyek Konstruksi Jalan."

Arum, Sekar. 2023. "Manajemen Risiko Pada Pekerjaan Beton Proyek Pembangunan Bendungan Jlantah." 3(3): 220–26.

Ayu Herzanita. 2019. "Penggunaan Standard Wbs (Work Breakdown Structure) Pada ProyekBangunan Gedung." *Jurnal Infrastruktur* 5(1): 29–34.

Darmadi, Hamid. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Dan Sosial : (Teori Konsep Dasar Dan Implementasi)*. Bandung: Alfabeta. https://opac.perpusnas.go.id/ResultListOpac.aspx?pDataItem=Penelitian, Metode &pType=Subject&pLembarkerja=-1&pPilihan=Subject.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: IKAPI.

ISSN: 2443-2601

Madic
8th Management Dynamic Conference

PROSIDING

8th MANAGEMENT DYNAMIC CONFERENCE

2023

16-17 MARET

Makassar
Indonesia



Prosiding

MADIC 8, 2023

Makassar, 16 -17 Maret 2023

Dipublikasikan Oleh:

Departemen Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Hasanuddin

Alamat:

Gedung Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Kampus Unhas Tamalanrea

Universitas Hasanuddin

Jl. P. Kemerdekaan No. 10, Makassar 90245

Email: madic.8.febuh@gmail.com

About Madic 8 2023

Management Dynamics Conference (MADIC) ke-8 adalah seminar nasional yang diselenggarakan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin bekerja sama dengan Forum Pengelola Jurnal Manajemen (FPJM). Tema seminar *"**Penguatan Manajemen UMKM sebagai Motor Penggerak Pemulihan Ekonomi Nasional**"*. Konferensi ini bertujuan untuk menghimpun berbagai pandangan dan pengalaman empiris dari para praktisi dan akademisi ekonomi mengenai penguatan UMKM sebagai pilar ekonomi utama serta memberikan solusi untuk tujuan ketahanan keberlanjutan (SDGs) Indonesia. Para akademisi, praktisi, peneliti telah berkontribusi dalam pengembangan penelitian manajemen dengan berpartisipasi dalam MADIC 8.

Panitia Penyelanggara

Penanggung Jawab
Prof. Dr. Abd. Rahman Kadir. SE.,M.Si.

Dewan Pengarah
Dr. Mursalim, SE., M.Si.
Prof.Dr.Arifuddin,SE., Ak., M.Si.
Dr. Anas Iswanto Anwar, SE., MA.
Dr. Andi Aswan, SE.,MBA.,M.Phil
Dr. Wahda, SE.,M.Pd.,M.Si.

Reviewer
Prof. Dr. H. Muhammad Ali, SE.,MS.
Prof. Dr. Sumardi, SE.,M.Si
Prof. Dr. Hj. Nuraeni Kadir, SE.,M.Si
Prof. Dr. Musran Munizu, SE.,M.Si.
Prof. Dr. Maat Pono, SE.,M.Si.
Dr. Fauziah Umar, SE., MS.
Dr. Hj. Wardhani Hakim, SE., M.Si
Dr. Hj. Nurjannah Hamid, SE.,M.Agr
Shinta Dewi Tikson, SE.,M.MGT
Hendragunawan S. Thayf., SE.,M.Si.,M.Phil

Dewan Eksekutif
Ketua : Insany Fitri Nurqamar, SE, MM
Sekertaris : Fahrina Mustafa, Se.,M.Si
Bendahara : Daniella C. S., Se.,M.Sc

Submission
Farhana Ramdhani Sumardi, SE.,MM

Publikasi
Rianda Ridho H Thaha,SE.,MBA.
Romi Setiawan SE., MM.

Acara dan dokumentasi
Isnawati Osman, SE.,M.BUS.
Dr. Haeriah Hakim, SE.,M.MKTG.
Asty Almaida, SE.,M.SI.

Sponsorship
Dr. A. M. Nur Bau Massepe, SE.,M.SI.

Tim Pendukung
Tamsir, SE.
Bustanil Arifin, SE
Ridwan
Raehanah Tul Jannah, SE
Dinda Syelfi Madiana
Fadli
Andi Hijeriani
Sarniati
M.Iqbal
Ihya' Ulumuddin
Syahriwildani Nur
St. Sharaeni Andin Islahuddin
Syafitriani
Anistasya Zhalsabila
Steffi Audelin Sollu
Muhammad Iqbal

Sambutan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin

Selamat datang di Management Dynamics Conference (MADIC) ke-8 diadakan pada tanggal 16 – 17 maret 20223 di Makassar, Indonesia. Konferensi ini diselenggarakan untuk mempromosikan diskusi antara berbagai pemangku kepentingan tentang, manajemen dan bidang ekonomi. Kali ini, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Hasanuddin menjadi tuan rumah bekerja sama dengan Forum Pengelola Jurnal Manajemen (FPJM). Melanjutkan tradisi menyatukan penelitian, pembuat kebijakan, akademisi dan berbagai pemangku kepentingan untuk mempresentasikan dan mendiskusikan isu terkini terkait perkembangan ekonomi nasional. Untuk memperkuat pembahasan tentang manajemen, ekonomi dan bidang akuntansi, kami sepakat mengangkat topik konferensi tahun ini berjudul "***Penguatan Manajemen UMKM sebagai Motor Penggerak Pemulihan Ekonomi Nasional***". Untuk memberikan informasi terbaru mengenai topik kepada pembaca dan peserta, kami ingin menyampaikan apresiasi dan terima kasih kepada 3 narasumber dihadirkan dalam acara ini yaitu M. Fankar Umran CEO BRI Insurane, Causa Iman Karana Kepala Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sulawesi Selatan, dan Darwisman Kepala OJK Regional Sulampapua atas wawasan dan dukungan mereka selama konferensi. Kami berharap acara ini sangat mendorong diskusi tentang peningkatan kualitas UMKM di Indonesia. Selain itu kami ingin menyampaikan terima kasih dan dukungan kami kepada

Terakhir, kami ingin mengucapkan terima kasih sekali lagi atas kontribusi dan kerja sama yang sangat baik di antara kami para peserta konferensi. Selain itu, kami mengucapkan terima kasih atas kerjasama semua pihak panitia dalam menyelenggarakan konferensi. Kami berharap dapat bekerja sama dengan semua pemangku kepentingan yang terlibat dalam acara ini. Kami berharap proses ini akan menyediakan berbagai manuskrip unggulan yang dapat memberikan kontribusi besar dalam bidang ekonomi, manajemen dan akuntansi.

Prof.Dr.Abd. Rahman Kadir, M.Si., CIPM
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanudin

Sambutan Ketua panitia Management Dynamic Conference ke - 8

Saya sangat senang bahwa acara Management Dynamic Conference ke-8 dengan tema "Penguatan Manajemen UMKM sebagai Motor Penggerak Pemulihan Ekonomi Nasional" telah terlaksana dengan sukses. Semoga acara ini memberikan banyak manfaat dan inspirasi bagi semua peserta yang hadir.

Saya ingin mengucapkan selamat dan mengapresiasi seluruh panitia yang telah bekerja keras dan dedikasi tinggi dalam menyelenggarakan acara ini. Tanpa upaya mereka, acara ini tidak akan mungkin terwujud. Terima kasih atas kerja keras dan komitmen yang telah diberikan.

Selain itu, saya juga ingin mengucapkan terima kasih kepada narasumber yang telah berbagi pengetahuan dan pengalaman mereka dalam mendukung penguatan manajemen UMKM. Kontribusi mereka sangat berharga dan saya berharap peserta dapat mengambil manfaat yang besar dari presentasi dan diskusi yang telah dilakukan.

Saya berharap bahwa acara ini menjadi awal dari langkah-langkah konkret dalam memperkuat sektor UMKM sebagai motor penggerak pemulihan ekonomi nasional. Mari kita terus bekerja sama, berinovasi, dan berkolaborasi dalam mendukung pertumbuhan UMKM dan memajukan ekonomi kita.

Terima kasih kepada semua yang telah berpartisipasi dalam acara ini, termasuk peserta, narasumber, dan semua pihak yang telah memberikan dukungan. Semoga kita dapat melanjutkan semangat dan energi positif ini untuk memperkuat sektor UMKM dan membangun ekonomi yang lebih kuat.

Sekali lagi, selamat atas kesuksesan acara Management Dynamic Conference ke-8. Semoga langkah-langkah yang dihasilkan dari acara ini dapat memberikan dampak yang positif bagi penguatan manajemen UMKM dan pemulihan ekonomi nasional.

Insany Fitri Nurqamar, S.E.,M.M.
Ketua panitia Management Dynamic Conference ke - 8
Universitas Hasanudin

Saepudin, U., & Djati, S. P. (2019). The Effect of Job Satisfaction on Organizational Citizenship Behavior (Ocb) Teachers With Commitment. *Scientific Journal of Business*, *2*(1), 123–136.

Sameer, Y. M. (2018). Innovative Behavior and Psychological Capital: Does Positivity Make any Difference? *Journal of Economics and Management*, *32*(2), 75–101. https://doi.org/10.22367/jem.2018.32.06

Seema, Choudhary, V., & Saini, G. (2021). Effect of Job Satisfaction on Moonlighting Intentions: Mediating Effect of Organizational Commitment. *European Research on Management and Business Economics*, *27*(1), 100137. https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2020.100137

Tang, Y., Shao, Y. F., & Chen, Y. J. (2019). Assessing the Mediation Mechanism of Job Satisfaction and Organizational Commitment on Innovative Behavior: The Perspective of Psychological Capital. *Journal Of Frontiers in Psychology*, *10*(December), 1–12. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02699

Widyantari, R. F., & Cipto, P. K. A. (2021). The Role Of Innovative Behavior In Forming Employee Performance With Aspects Of The Work Environment And Job Satisfaction At The Agriculture Office Of Ngawi Regency The Role Of Innovative Behavior In Shaping Kinerj. *Journal of Business and Management*, *8*(2), 29–36.

Yousef, D. A. (2016). Organizational Commitment, Job Satisfaction and Attitudes toward Organizational Change: A Study in the Local Government. *International Journal of Public Administration*, *40*(1), 77–88.

Youssef-Morgan, C. M., & Luthans, F. (2015). Psychological capital and well-being. *Stress and Health*, *31*(3), 180–188. https://doi.org/10.1002/smi.2623

Youssef, C. M., & Luthans, F. (2007). Positive organizational behavior in the workplace: The impact of hope, optimism, and resilience. *Journal of Management*, *33*(5), 774–800. https://doi.org/10.1177/0149206307305562

ID25958

WORK ENVIRONMENT AND MOTIVATION'S IMPACT ON EMPLOYEE PERFORMANCE IN UPT WASTE MANAGEMENT AREA IV CIAMPEA.

Muhammad Luthfi Nugraha[1], Muhamad Azis Firdaus[2], Agung Wibowo[3], Titing Suharti[4]

[1,2,3] Universitas Ibn Khaldun Bogor. Jl. Sholeh Iskandar, Kedungbadak, Kec. Tanah Sereal, Kota Bofor, Jawa Barat.

E-mail: agung.wibowo@uika-bogor.ac.id

Abstract

This research examines the impact of the work environment and motivation on employee performance. The study utilizes simple linear analysis and multiple linear analysis, preceded by classic assumption tests such as normality, multicollinearity, and heteroscedasticity tests. The population consists of 30 employees from UPT Waste Management Region IV Ciampea, selected through purposive sampling based on specific criteria. The findings reveal that the work environment (X1) significantly influences employee performance (Y), as evidenced by the t-value of 9.180 and a significant value of 0.000. Similarly, motivation (X2) also exerts a significant influence on employee performance (Y), with a t-value of 12.291 and a significant value of 0.000. Moreover, when examined together, the work environment (X1) and motivation (X2) collectively exhibit a significant impact on employee performance (Y), supported by an F-value of 104.301, surpassing the critical F-table value of 3.34, with a significance level of 0.000, indicating the relationship's statistical significance.

Keywords: *Employee Performance, Work Environment, Motivation*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh lingkungan kerja dan motivasi terhadap kinerja pegawai. Metode penelitian menggunakan analisis linear sederhana dan analisis linear berganda, dengan uji asumsi klasik sebelumnya seperti uji normalitas, multikolonieritas, dan heterokedastisitas (uji Glesjer). Populasi terdiri dari 30 pegawai UPT Pengelolaan Sampah Wilayah IV Ciampea, dipilih melalui metode purposive sampling berdasarkan kriteria tertentu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lingkungan kerja (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai (Y), dengan nilai t-hitung sebesar 9,180 dan nilai signifikansi 0,000. Begitu pula, motivasi (X2) juga memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai (Y), dengan nilai t-hitung sebesar 12,291 dan nilai signifikansi 0,000. Selain itu, ketika dilihat secara bersama-sama, lingkungan kerja (X1) dan motivasi (X2) secara kolektif berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai (Y), dengan nilai F-hitung sebesar 104,301 melebihi nilai F-tabel kritis 3,34, dengan tingkat signifikansi 0,000, menunjukkan signifikansi statistik hubungan tersebut.

Kata Kunci: Kinerja pegawai, Lingkungan Kerja, Motivasi

1. Introduction

Organization is a unit consisting of parts (people and so on) in association to achieve certain goals. In an organization, humans play an important role that is closely related to the progress of an organization. An organization is said to be successful if it gets support from all levels of management who are members of the organization.

The growth and development of an organization or company depends on its human resources. Therefore human resources are assets that must be improved effectively and efficiently so that optimal performance is realized. To achieve a goal, an organization or company must be able to create situations and conditions that encourage and enable employees to develop their abilities and skills optimally, especially in this case performance. So the organization or company needs to pay attention to the work environment and employee motivation.

The work environment is everything that is around the workers and which can influence him in carrying out the tasks given. Work environment factors have an influence on employee performance. Organizational climate or work environment where the employee carries out his duties and responsibilities that are conducive to affect the productivity of a company or organization. Factors that influence the creation of an

organizational climate or work environment include the opportunity for promotions according to their achievements as well as the existence of an award and work cohesiveness.

Work motivation is a psychological drive to someone who determines the direction of behavior in the organization, the level of effort and the level of persistence in facing an obstacle or problem. A person's motivation is largely determined by the intensity of his motives in the form of needs and desires. People work to meet needs, both conscious and unconscious needs. The desires or needs of individuals in an organization with the desires or needs of the organization must be aligned and aligned so that it will have a broad impact on organizational achievements.

Performance is the actions or implementation of tasks carried out by someone within a certain time and can be measured. According to (Hasibuan, 2010), performance or work performance is a work result that is achieved by someone in carrying out the tasks assigned to him based on skill, experience and sincerity. It was further stated that work performance or performance is a combination of three factors, namely: 1) the ability and interest of an employee, 2) the ability and acceptance of explanations of task delegation and 3) the role and level of motivation of an employee. The higher these three factors, the higher the work performance of the employee concerned. High performance is a manifestation of employee quality.

UPT Waste Management Region IV Ciampea which is a technical implementing unit for the activities of the Bogor Regency Environmental Service which is engaged in providing services to the community in the waste sector. The high level of direct interaction between employees and the community makes UPT Waste Management Region IV Ciampea must consider the conditions of employees in order to achieve company goals by providing a comfortable work environment, increasing employee motivation and other factors such as stress levels, rewards for achievements and so on.

As for one of the problems that occur at UPT Waste Management Region IV Ciampea is the employee work environment which is not fully conducive as can be seen from inadequate facilities and infrastructure as well as office facilities and equipment which are still lacking, employees who are less motivated to finish work faster. Social relations between employees are not well established due to lack of communication, lack of appreciation from superiors or leaders and the infrequent awarding of employee performance such as promotion, provision of incentives, lack of self-actualization given to employees thereby affecting employee performance resulting in decreased employee productivity.

This study aims to determine the effect of the work environment (X1) and motivation (X2) on Employee Performance (Y).

2. Research Methods

UPT Waste Management Region IV Ciampea is a technical implementation unit for cleaning at the Environmental Service which was formed based on Regent Regulation Number 103 of 2016 dated 14 December 2017 concerning Organizational Formation and Work Procedures for the Cleaning Technical Implementation Unit at the Environmental

Service. UPT Waste Management Region IV Ciampea conducts cleaning services in 5 (five) sub-districts including Ciampea District, Dramaga District, Ciomas District, Tamansari District and Tenjolaya District.

This study used a quantitative method with a purposive sampling approach or sampling based on criteria. The research method used is simple linear analysis and multiple linear analysis by first carrying out the classic assumption test which includes the normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test (Glesjer test).

Based on previous research reviews and the framework of this research, the hypothesis proposed in this study is as follows:

H1: The work environment has a positive and significant effect on employee performance

H2: Motivation has a positive and significant effect on employee performance

H3: The work environment and motivation simultaneously have a positive and significant effect on employee performance.

3. Results

Based on testing using simple linear analysis methods and multiple linear analysis, it shows positive results and has a significant influence between the variables studied. The discussion is as follows:

a. The Effect of the Work Environment on Employee Performance

Based on the results of calculations using SPSS 26 that the tcount value is 9.180 with a significance of 0.000. It can be interpreted that the tcount value is 9.180 > ttable 2.0518 then Ha is accepted (Ho is rejected) in other words there is a significant influence between the work environment and employee performance.

b. The Effect of Motivation on Employee Performance

Based on the results of calculations using SPSS 26, it can be seen in the table that the tcount is 12.291 with a significance of 0.000. It can be interpreted that the tcount value is 12.291 > ttable 2.0518 then Ha is accepted (Ho is rejected) in other words there is a significant influence between work motivation and employee performance.

c. Effect of Work Environment and Motivation on Employee Performance

Based on the table above, it can be seen that the Fcount value is 104.301 > Ftable of 3.34 with a significance of 0.000 <0.05, it can be concluded that Ho is rejected (Ha is accepted) thus the work environment and motivation simultaneously have a significant effect on employee performance.

4. Discussion

The influence of the work environment on employee performance.

There is a significant influence between work environment and employee performance. The results of this study are consistent with the results of research conducted (Yofanda Budi Pratama, 2015) which states that there is a significant influence between work environment variables and employee performance.

The Effect of Motivation on Employee Performance

There is a significant influence between work motivation and employee

performance. The results of this study are in line with the results of research conducted (Yofanda Budi Pratama, 2015) which states that there is a significant influence between the variable Motivation and Employee Performance the higher one's motivation at work the more it can affect Employee Performance so that organizational goals are achieved.

Effect of Work Environment and Motivation on Employee Performance

Work environment and motivation simultaneously have a significant effect on employee performance. According to (Nitisemito, 2012) the work environment is everything that is around the workers who play a very important role and can influence the workers themselves in carrying out the tasks given by the company. According to (Winardi, 2001) there are three main aspects that drive motivation including: 1. Desire, when a person has a desire, his motivation is motivated to do a job, 2. Need, high motivation arises when someone has a need, and 3. A sense of security , the reason someone does a good job when he feels safe.

5. Conclusions and Recomendations

A. Conclusions

From the results of the research that has been done to determine the effect of the work environment and motivation on employee performance, several conclusions can be drawn as follows:

1. There is a positive influence between the work environment and the performance of UPT Waste Management Region IV Ciampea employees and it can be concluded that the first hypothesis is accepted, so if the work environment is adequate, the relationship between employees is harmonious then it will be able to improve employee performance.
2. There is a positive influence between motivation and employee performance. If employees have high work motivation, they will have the urge to work and improve their work ethic.
3. The contribution of the work environment and motivation to employee performance is 48.1%. Based on this, it can be concluded that there is a positive influence of the work environment and motivation together on the performance of UPT Waste Management Region IV Ciampea employees and it can be concluded that the hypothesis is accepted. So, a conducive and harmonious work environment and high work motivation can encourage employees to improve their performance for the better.

B. Suggestions

Based on the results of the research, discussion, and conclusions obtained, the suggestions that can be given are as follows:

1. For Companies

UPT Waste Management Region IV Ciampea should pay attention to the facilities and infrastructure needed by employees and create a conducive environment so that employees enjoy their work more in order to improve employee performance. The absence of air conditioning, adequate lighting and adequate facilities and the absence of a canteen are factors that have quite an effect on employees.

2. For Further Authors

The next researcher can develop this research by having other factors that can affect employee performance because work environment and motivation factors have an effect of 88.5%, so there are still 11.5% of other factors that affect employee performance besides the variables studied. Future research can analyze other factors such as workload, satisfaction, self-development of employees who are able to contribute to employee performance at the company.

Referensi

Amirullah. (2015). Introduction to Management. Jakarta: Media Discourse Partners.

Arep, Ishak and Hendri Tanjung. (2003). Human Resource Management. Jakarta: Trisakti University.

Get up, Wilson. (2012). Human Resource Management. Jakarta: Erlangga.

Bejo, Siswanto. (2005). Indonesian Workforce Management Administrative and Operational Approaches. Jakarta: Earth Script.

Bernardin, H. Jhon., Russel, Joyce EA (2013). Human Resources: An Expimetallic Approach. Singapore: Mc. Graw-Hill book.co

Hasibuan, Malayu S P. (2013). Human Resource Management. Jakarta: Earth Script.

Handoko, T. Hani. (2012). Personnel Management and Human Resources. Yogyakarta: BPFE.

Munandar, USA (2001). Industrial and Organizational Psychology. Jakarta: UI.

Nitisemito, AS (2012). Management A Foundation and Introduction. Jakarta : Arena of Science.

Sedarmayanti. (2017). Human Resource Management. Bandung: Refika Aditama.

Siswanto, HB (2014). Introduction to Management. Jakarta : PT Bumi Aksara.

Sunarto. (2005). Human Resource Management. Yogyakarta: Amus.

Sunyoto, Danang. (2015). Human Resource Management and Development. Yogyakarta : Center for Academic Publishing Service.

Sugiyono. (2010). Educational Research Methods Quantitative, Qualitative, and R&D Approaches. Bandung: Alphabet.

V. Wiratna, Surjaweni. (2014). Research Methods: Complete, Practical, and Easy to Understand. Yogyakarta: New Library Pres.

V. Wiratna, Surjaweni. (2018). Business and Economic Research Methodology Quantitative Approach. Yogyakarta: New Press Library.

Wibiasuri, Anggalia. (2014). Analysis of Leadership and Work Motivation and Their Influence on Teacher Performance (Case Study of SMPN 5 Bandar Lampung Teachers).

Winardi. (2001). Motivation & Motivation in Management. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

INOVATOR
Jurnal Manajemen
P-ISSN: 1978-6387
E-ISSN: 2623-050X
Vol. 12 No. 2 Page 249-261 http://ejournal2.uika-bogor.ac.id/index.php/INOVATOR

The OCB Determinant of Employees in Non-Profit Organization; Leadership Role and Work Engagement

Sigit Purwanto [1], Agung Wibowo [2], Titing Suharti [3]
Universitas Ibn Khaldun,
Department of Management
Sholeh Iskandar St, Bogor, West Java 16162, Indonesia

Info Artikel

Keywords:
Transformational and Transactional Leadership, Work Engagement, OCB, NPO

ISSN (print): 1978-6387
ISSN (online): 2623-050X

Abstract

This study aims to examine the effect of transformational leadership behavior, transactional, and work engagement on organizational citizenship behavior (OCB) in the context of non-profit organizations or communities (NPO) in Indonesia. Referring to the judgment sampling technique, the amount of primary data obtained is as many as 120 employees who work at NPO in Bogor, West Java, Indonesia. To verify the research hypothesis, a structural equation modeling technique based on partial least squares was applied. The results show that transformational, transactional leadership, and work engagement affect OCB. The results of this study may be useful for NPO leaders and supervisors, especially regarding the influence of leadership behavior on the work results of human resource assets. Due to the limited amount of research conducted on leadership in non-profit organizations, this research contributes theoretically and empirically to the leadership literature as it is the first study to investigate the two leadership styles on work-related outcomes and work engagement in the non-profit sector.

Author Correspondence:
Sigit Purwanto

1. Introduction

Every organization of human resource management (HR) concept from multiple industries needs a strong leadership team to succeed. This is true for non-profit organizations (NPO), where the executive, the founder, and the manager need to rebound the staff, the volunteer, and the donor for a common goal (Fredericksen et al., 2015). NPO always face a rapidly changing environment, complexity, and globalization that has attracted the attention of HR professionals about the importance of leadership in an organization because it will affect the quality of service, employee retention, and overall business performance (Parsehyan, 2017). In NPO, we can see how increasingly important this organization is when the leader of this organization

meets with very complex managerial tasks and assignments, including insufficient resources and an ambiguous work environment. Also, it can show that the leader in NPO needs to have the competency and attribute in management. However, it is not only the highly successful people or company that can provide this kind of inspiration and motivation – leadership can happen at any level of the organization, so it is important to ensure that the organization has a complementary team that feels empowered to lead from wherever they are. According to the Forbes Council of NPO (Forbes Nonprofit Council, 2018), these are types of unique leadership that every organization must have; solving the community problem, having a high social alignment, and focusing on power, communication, and marketing. Especially, the leader needs effective managerial skill, personal integrity, vision, and aspirations to work with volunteers or employees of the organization. In Indonesia, a company needs to concentrate on HR to improve the quality and reduce the cost.

Leadership is an interpersonal influence due to a communication system to achieve the organizational goal (Parsehyan, 2017). It has also been documented in previous research that leadership can influence organizations and individuals. We can see that an effective leader can influence their followers to behave in a way that promotes positive results for the organization (Agard, 2011). Moreover, these leaders are supposed to contribute more benefits to the workplace than human resources in the organization. Therefore, leadership that can influence the performance of employees, satisfaction, and effectiveness, and promotes the positive attitude of employees is important in an organization.

In general, leadership as a research topic has been a significant subject of study since the last decade. The research that focuses on transformational and transactional leadership styles is a useful approach to improving the leaders' effectiveness (Aarons, 2006; Avolio, Bass, & Jung, 1999; Eliyana, Ma'arif, & Muzakki, 2019; Juyumaya & Torres, 2023). In this case, the leader should be able to stimulate, move, and inspire their employees to achieve the goal (Bernard M. Bass, 1990). Specifically, the literature has previously documented that leadership influences the work outcomes of employees, especially in organizational citizenship behavior (OCB) in various contexts (Abdullahi, Anarfo, & Anyigba, 2020; Aboramadan & Dahleez, 2020; Carter et al., 2013). Despite the increasing awareness of the importance of leadership in NPO, the role of leaders has been discussed in several literatures (Parsehyan, 2017). As an illustration, although the type of transformational transactional leadership has been widely applied in business, this type is neglected in NPO. Furthermore, most research on leadership in NPO is based on the boards' analyses rather than the individual leadership style.

Apart from many empirical studies on work-related attitudes and behavior of leader-follower in the private sector, several suggestions have been made in various

studies for further investigation of the important role of leadership in leader-follower interaction in NPO (Aboramadan & Dahleez, 2020; Park et al., 2018). With several studies on the relationship between leadership style and employee outcomes presented previously, empirical support is still insufficient regarding the consequences of leader-follower relationships in the nonprofit context. There is also inadequate insight into the leadership effect of employee outcomes in NPO. Therefore, further empirical studies are needed to examine leadership roles and work engagement to develop the OCB of NPO employees. In NPO context, this research aims to investigate the impact of leadership styles, transactional and transformational leadership, and work engagement on the OCB of employees in the organization. This article provides some insights into the importance of work engagement as an intervention mechanism in leader-employee relationship outcomes.

2. Review of Theory and Hypothesis

The Leadership Theory

Leadership style is a pattern that influences individual behavior (Bass & Bass, 2008). Different leadership styles have been investigated in previous literature, it found that transformational and transactional leadership are the most studied in the leadership style. Specifically, Bass & Bass (2008) explains that the transformational leader refers to the leaders who were followed by their subordinates to achieve the organizational goal. It shows us that through the trust and respect of the subordinates for their leader. Meanwhile, it has been agreed that transformational leadership consists of these elements; charisma, inspirational motivation, intellectual stimulation, individual consideration, and personal recognition. Charisma is known as a category of personality characteristics that refers to the influence of a leader on behavior and individual feelings (Basalamah & Ashoer, 2020). Meanwhile, inspirational motivation refers to the ability of a leader to articulate an attractive vision to their followers, instill confidence in followers, and inspire them (Bass & Bass, 2008). Furthermore, intellectual stimulation refers to how the leader improves their followers' abilities and skills to consider and analyze the problem (Bass, 1999). As the fourth component of transformational leadership, individual consideration emphasizes the leaders' role in coaching and mentoring their followers to express their potential through learning opportunities. On the other hand, personal recognition focuses on the leaders' reward for the great employee and giving awards to deserving employees.

On the other hand, the idea of transactional leadership is that the leader sets the guidelines of work that employees must follow (Bass, 1999). Therefore, this leadership type is to maintain the flow of operations in the organization. The transactional leader is responsible for setting goals, determining requirement tasks, and defining roles to motivate subordinate loyalty, reduce resistance, and encourage achievement

(Parsehyan, 2017). The transactional leadership style consists of two dimensions; contingent rewards dan management by exception ((Deichmann & Stam, 2015). Specifically, the continental reward is based on the assumption that the leaders identify the task and the reward for their employees because of their achievements. In this case, there is an agreement between the leader and the follower based on the motivation for rewards and sanctions. In other words, the transactional leader provides the reward according to the target of their employees' achievement.

The Leadership in the Context of NPO

Leadership in NPO as a research topic has received significant interest from academics and researchers due to the continuous changes and challenges. In an era of limited financial and human resources, which includes the continuous change of work environment, the leader in NPO must handle their roles creatively and innovatively to achieve the organizational goal. (Fredericksen et al., 2015). In general, the employees of NPO are not paid well compared to their colleagues in business enterprises and governments. As a result, the employees' perception of respect will be distorted which results in lower engagement at work (Park et al., 2018). Therefore, the leader of NPO has an important role in providing a positive workplace outcome because the continuous goal of this organization is to improve performance.

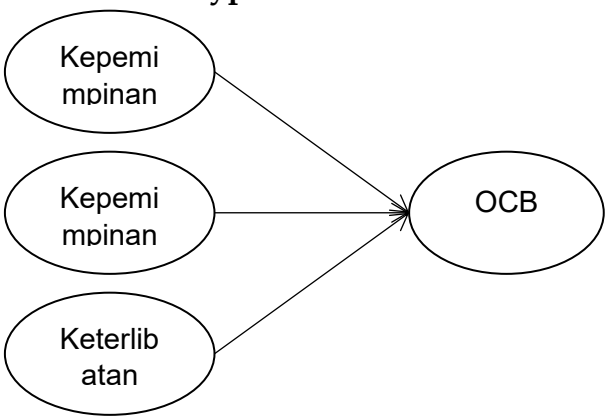
The Leadership and OCB

Organizational Citizenship Behavior (OCB) refers to the extra actions of employees outside their work, which contribute to organizational development (Organ, 1997). These actions are not necessarily recognized in the reward scheme of the organization because it is a voluntary action of the employee (Carter et al., 2013; Podsakoff & MacKenzie, 1997). Specifically, the OCB contributes to psychological and social work that maintains to supports the performance of employees (Organ, 1997). In addition, the OCB has the benefits of building social capital and increasing the overall organizational effectiveness. Transformational leadership is important in promoting the OCB, which allows the transformational leader to motivate their subordinates to perform beyond their jobs that challenge the complexity of their work (Avolio et al., 2004). It implies that the transformational leader can expand the employees' willingness to engage in extra-role performance to increase the OCB. On the other hand, we can see that transactional leadership has an important role in promoting the OCB. The contingent reward may be related to the OCBs' follower because the follower decides to engage in the OCB based on their beliefs about the potential of incentives and rewards. Therefore, the follower needs to act on the system of rewards and sanctions.

The Work Engagement and The OCB

Work engagement is generally considered "a positive and satisfying of mind due to work characterized by enthusiasm, dedication, and absorption" (Leiter & Bakker, 2010). Several studies have identified that engaged employees have job satisfaction, organizational commitment, and job performance that are higher than their colleagues who have a lower level of engagement, along with a lower turnover intention (Juyumaya & Torres, 2023; Kahn, 1992). Engagement is a predictor that influences the employees' attitudes and performance in the non-profit organization (Park et al., 2018). The different characteristics of NPO increase the complexity concerning the operation and practice of HR. From the perspective of HR, several unique characteristics of NPO should be considered about the potential of increased involvement of paid workers. NPO differ from non-profits because they are value-oriented rather than performance-oriented (Aboramadan & Dahleez, 2020). The non-profit business focuses on efficiency and effectiveness to achieve the financial goal, whereas the profit is for maintaining and developing the further business. Therefore, in a non-profit organization, an employee and a group of employees (team) are often considered as the important source of knowledge (Digest, 2021).

The Conceptual Framework and Hypothesis



Picture 1. The conceptual framework of research

Picture 1. It illustrates a conceptual framework based on theoretical studies and previous research on the leadership style, work engagement, and the practice of OCB within NPO in Indonesia. Thus, the following hypotheses are proposed in this research;

H1: Transformational leadership has a positive effect on the staff of OCB in NPO.

H2: Transactional leadership has a positive effect on the staff of OCB in NPO.

H3: Work engagement has a positive effect on the staff of OCB in NPO.

3. Method

This research adopts a positivistic paradigm. Furthermore, the application of the quantitative approach design aims to examine the influence of transformational and transactional leadership, as well as the work engagement toward the OCB of staff in Indonesia.

The Respondent and Data Collection

Through the technique of sampling judgment (Newman, 2014), The collected data is the data of non-executive employees in a non-profit organization that has social activities in Bogor, Indonesia. The work target of the organization is social, educational, and religious development. In the first stage, the random questionnaire was spread online to the employees via WhatsApp and email. The data collection process is for two months, from October 2022 to November 2022. The researcher received 120 questionnaires used for the statistical analysis, which resulted in a response rate of 50%. It is acceptable because there is no consensus in the social science research about the minimum threshold of acceptable response rates. Specifically, the research participation was completely voluntary, and the respondents were promised to receive the descriptive statistics of the research to encourage them to fill out the form.

The average age of respondents was 30-35 years, and the majority of respondents were men (61.4%). In the educational background of respondents, almost all respondents, 91% of respondents were a bachelor while 9% were a master and a doctorate. In work experience, 33.5% of respondents had worked for more than three years, 60% had worked for three to seven years, and 6.5% had worked for more than seven years. Based on the position in an organization, 73% of respondents were in the administrative position, while 27% were in the administrative position and the project management position. This demographic is considered representative enough to predict the OCB of staff due to leadership and work engagement.

The Measurement and Data Analysis

The online questionnaire consists of two parts, the first part is about personal information, and the second part is asking questions about leadership style (transformational and transactional leadership), work engagement, and the OCB. All variables were measured using a 5-point scale, ranging from 1 (strongly disagree) to 5 (strongly agree). Based on the research objective, the researcher adapted the structural equation modeling (SEM) analysis based on the partial least square (PLS). According to Sarstedt et al. (2021), The SEM-PLS is considered a soft modeling approach in which strong assumptions about distribution, sample size, and

measurement scale are not required. The SEM-PLS model consists of two elements, the outer model (also called the measurement model), which describes the relationship between the measurement variable and each latent variable, and the inner model (also called the structural model), which describes the relationship between the latent variable (Hair et al., 2019).

4. Result

Table 1. The Result of Measurement Model Test (outer model)

Variable	Items	Item Weight	C.A.	rho_A	C.R.	AVE
Transformational Leadership	Ktf1	0.749	0.867	0.869	0.889	0.672
	Ktf2	0.822				
	Ktf3	0.780				
	Ktf4	0.776				
	Ktf5	0.790				
Transactional Leadership	Kts1	0.861	0.875	0.879	0.896	0.681
	Kts2	0.852				
	Kts3	0.849				
	Kts4	0.794				
	Kts5	0.815				
Work Engagement	Kk1	0.862	0.857	0.854	0.889	0.644
	Kk2	0.879				
	Kk3	0.890				
	Kk4	0.857				
Organizational Citizenship Behavior (OCB)	OCB1	0.882	0.854	0.856	0.873	0.692
	OCB2	0.849				
	OCB3	0.884				
	OCB4	0.828				

Source: Processed Primary Data, 2023

Table 2. The Discriminant Validity Test (Fornell-Larcker)

	Average	Deviation Standard	Ktf	Kts	Kk	OCB
Transformational Leadership	3.76	0.67	**0.819**			
Transactional Leadership	3.61	0.64	0.539	**0.824**		
Work Engagement	3.64	0.69	0.501	0.590	**0.802**	
OCB	3.79	0.51	0.609	0.524	0.565	**0.831**

* The Square Root of The Average Variance Extracted (AVE s) is shown diagonally (in bold).

Source: Processed Primary Data, 2023

Table 3. The Result of Hypothesis Test using Bootstrapping

Hypothesis		*Std. β*	Std. Error	T-value	P-value	Decision
H1	Ktf → OCB	0.389	0.095	4.094	0.000	Accepted
H2	Kts → OCB	0.211	0.112	1.882	0.053	Rejected
H3	Kk → OCB	0.325	0.103	3.155	0.009	Accepted

Notes: Ktf: Transformational Leadership; Kts: Transactional Leadership; Kk: Work Engagement; OCB; Organizational Citizenship Behavior. Significance: T-statistic > 1.98; P value < 0.05 (5%)

Source: Processed Primary Data, 2023

The External Assessment Model

The assessment of the externally reflective model includes composite reliability to evaluate internal consistency, reliability, and Average Variance Extracted (AVE) to evaluate the convergent validity. Moreover, the criteria of Fornell-Larcker are useful to assess the discriminant validity. First, the individual reliability of each item is determined by analyzing the load or simple correlation of the measure or indicator with its respective construct. To show a good fit, the external load indicator should be higher than 0.7 (Hair et al., 2019). Second, the alpha value and CR Cronbach exceed the minimum requirement of 0.7, which shows the reliability is satisfactory (Table 1). Third, the AVE value is more than the threshold value of 0.50, which means the convergent validity is satisfactory. The discriminant validity is assessed using the correlation between the variable and the construct. It compares the square root of the AVE value with the correlation between the construct (Fornell & Larcker, 1981). The

result of construct examination shows that the discriminant validity is satisfactory (Table 2).

The PLS method is used to examine the hypothesis because it focuses on the path coefficient interpretation and the variance rather than the overall model fit (Hair et al., 2019). The advantage of this method is the normal assumption distribution required by the structural equation models can be tolerated which means the more complex model can be estimated using the smaller size sample. The result of hypothesis test using the multiple sample iteration (bootstrapping) is illustrated in Table 3. Hypothesis 1 predicts that transformational leadership will have a positive relationship between the OCB and NPO employees. Transformational leadership is positively and significantly related to the OCB (β= 0.389, $p < 0.01$). So, hypothesis 1 is accepted. Hypothesis 2 shows that transformational leadership has a positive and significant impact on the OCB of NPO employees. The result shows that transactional leadership is positively but not significantly related to the OCB of NPO employees (β= 0.211, $p > 0.05$). So, hypothesis 2 is rejected. Hypothesis 3 predicts that work engagement will be positively and significantly related to the OCB of NPO employees. The result shows that work engagement has a positive and significant influence on the OCB (β= 0.325, $p < 0.01$), and it confirms hypothesis 3 at the same time.

The Result of Hypothesis Test

The PLS method is used to examine the hypothesis because it focuses on the path coefficient interpretation and the variance rather than the overall model fit (Hair et al., 2019). The advantage of this method is the normal assumption distribution required by the structural equation models can be tolerated which means the more complex model can be estimated using the smaller size sample. The result of hypothesis test using the multiple sample iteration (bootstrapping) is illustrated in Table 3. Hypothesis 1 predicts that transformational leadership will have a positive relationship between the OCB and NPO employees. Transformational leadership is positively and significantly related to the OCB (β= 0.389, $p < 0.01$). So, hypothesis 1 is accepted. Hypothesis 2 shows that transformational leadership has a positive and significant impact on the OCB of NPO employees. The result shows that transactional leadership is positively but not significantly related to the OCB of NPO employees (β= 0.211, $p > 0.05$). So, hypothesis 2 is rejected. Hypothesis 3 predicts that work engagement will be positively and significantly related to the OCB of NPO employees. The result shows that work engagement has a positive and significant influence on the OCB (β= 0.325, $p < 0.01$), and it confirms hypothesis 3 at the same time.

Discussion

Transformational leadership has a positive and significant impact on the OCB of NPO employees in Bogor, Indonesia. These findings are consistent with previous

research that has different contexts and cultures (Abdullahi et al., 2020; Eliyana et al., 2019; Juyumaya & Torres, 2023). This result can be explained by the fact that the transformational supervisor of NPO in Indonesia can lead their employees to put aside their interests for the general interest of the organization using the vision and mission to enable the subordinates to identify themselves with the organization. Also, recognizing the value of employees who want to contribute to a sense of trust for mutual help between the employees when handling a volunteer activity. In addition, the application of transformational leadership can improve employee engagement in extra roles outside of their main duties so that they can improve their daily work. Considering that NPO needs such as education, charity, and others are the philosophical movement. The respondent felt their leader could bridge the conversation between strategy and tactic of organization among the needs of target activity.

The use of transactional leadership does not contribute significantly to the OCB practice among NPO employees in Bogor, Indonesia. This finding is different from the results of several previous studies. It is possible because the initiative of OCB among the employees may not be influenced by the application of rewards and/or punishments, which implies that the transactional supervisor has not been able to encourage the extra role among individuals. Furthermore, there are fundamental differences in culture that send confused messages about leadership, as if the leader is the one who has a certain title or a luxurious position so he/she must be followed (Bass, 1999). This stigma may be decisive anywhere, but not in the context of this research. The staff may realize that the true leader is the one who confronts the problems, challenges the quo status, and unlocks the potential of the people around them. It occurs at every organization level; the reality is that anyone, with any title, can lead.

Finally, the result shows that work engagement has a crucial role in encouraging the OCB among NPO employees in Bogor, Indonesia. This result is in line with the results of previous research (Aboramadan & Dahleez, 2020; Bakker & Demerouti, 2008). There is no doubt about providing the opportunity to develop, work, and take responsibility for various types of projects in NPO, so that it can stimulate OCB among staff. On certain occasions, employee engagement in decision-making is crucial because it can minimize various limitations in NPO, such as finance and career. On the other hand, the effective practice of leadership styles by the leader (either transformational or transactional styles) in the non-profit organization is a trigger for the employee to practice the OCB. They will feel more engaged in their work, they will show a higher level of commitment, so that they will perform in their extra roles.

5. The Conclusion and Future Research

This research is one of a few research that examines the impact of transactional and transformational leadership on the attitude and behavior of employees in a non-profit organization. Theoretically, the current research enriches the leadership literature because of the scholarly desire to further investigate this topic. Practically, the research result provides insight into how the attitude and behavior of employees in non-profit organizations can be influenced by the behavior of their leader and supervisor. Additionally, this research recommends that non-profit organizations should highlight the importance of leadership development in their organization. Therefore, the training program for leaders can develop to provide the leader with the right tools and tactics to create a work environment where the employees will feel their work is important to them and they can show positive work results. However, this training program must consider the local leadership style to overcome the potential resistance.

Our study has several limitations despite its contribution. The first issue is the research design that limits the causality test between variables. Therefore, future research should consider the longitudinal, mediation, or moderation study to expand the assessment of causal research. Second, the researcher conducted this research on a non-profit organization in Bogor, Indonesia, to investigate the research hypothesis so that it could narrow the scope of generalization. This research recommends replicating the model with a larger sample from other Indonesian contexts. Third, this research relies on the data collection from the same source: an issue, which may be at risk of bias (common method bias). Future research should consider to collect the data from multiple sources.

5. References

Aarons, G. A. (2006). Transformational and Transactional Leadership: Association With Attitudes Toward Evidence-Based Practice. Psychiatric Services, 57(8), 1162–1169. https://doi.org/10.1176/appi.ps.57.8.1162

Abdullahi, A. Z., Anarfo, E. B., & Anyigba, H. (2020). The impact of leadership style on organizational citizenship behavior: does leaders' emotional intelligence play a moderating role? Journal of Management Development, 39(9–10), 963–987. https://doi.org/10.1108/JMD-01-2020-0012/FULL/HTML

Aboramadan, M., & Dahleez, K. A. (2020). Leadership styles and employees' work outcomes in nonprofit organizations: the role of work engagement. Journal of Management Development, 39(7–8), 869–893. https://doi.org/10.1108/JMD-12-2019-0499/FULL/PDF

Agard, K. A. (2011). Leadership in nonprofit organizations: A reference handbook. Leadership in Nonprofit Organizations: A Reference Handbook, 1–1026. https://doi.org/10.4135/9781412979320.

Avolio, B. J., Bass, B. M., & Jung, D. I. (1999). Re-examining the components of transformational and transactional leadership using the multifactor leadership questionnaire. Journal of Occupational and Organizational Psychology, 72(4), 441–462. https://doi.org/10.1348/096317999166789

Avolio, B. J., Zhu, W., Koh, W., & Bhatia, P. (2004, December). Transformational leadership and organizational commitment: Mediating role of psychological empowerment and moderating role of structural distance. Journal of Organizational Behavior. https://doi.org/10.1002/job.283

Bakker, A. B., & Demerouti, E. (2008). Towards a model of work engagement. Career Development International, 13(3), 209–223. https://doi.org/10.1108/13620430810870476

Basalamah, J., & Ashoer, M. (2020). Konsep Dasar Manajemen. Medan: CV. Pena Persada.

Bass, B. M., & Bass, R. (2008). Handbook of Leadership: Theory, Research, and Application. New York: Free Press.

Bass, Bernard M. (1990). From transactional to transformational leadership: Learning to share the vision. Organizational Dynamics, 18(3), 19–31. https://doi.org/10.1016/0090-2616(90)90061-S

Bass, Bernard M. (1999). Two Decades of Research and Development in Transformational Leadership. European Journal of Work and Organizational Psychology, 8(1), 9–32. https://doi.org/10.1080/135943299398410

Carter, M. Z., Armenakis, A. A., Feild, H. S., & Mossholder, K. W. (2013). Transformational leadership, relationship quality, and employee performance during continuous incremental organizational change. Journal of Organizational Behavior, 34(7), 942–958. https://doi.org/10.1002/job.1824

Deichmann, D., & Stam, D. (2015). Leveraging transformational and transactional leadership to cultivate the generation of organization-focused ideas. Leadership Quarterly, 26(2), 204–219. https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2014.10.004

Digest, H. R. M. I. (2021). Nonprofit organizations and human resource management: An overview. Human Resource Management International Digest, 29(7), 7–9. https://doi.org/10.1108/HRMID-11-2020-0250/FULL/XML

Eliyana, A., Ma'arif, S., & Muzakki. (2019). Job satisfaction and organizational commitment effect in the transformational leadership towards employee performance. European Research on Management and Business Economics, 25(3), 144–150. https://doi.org/10.1016/J.IEDEEN.2019.05.001

Forbes Nonprofit Council. (2018, September 14). Seven Essential Types Of Leadership Every Nonprofit Organization Needs. Retrieved January 6, 2023, from https://www.forbes.com/sites/forbesnonprofitcouncil/2018/09/14/seven-essential-types-of-leadership-every-nonprofit-organization-needs/?sh=6903ffe51d21

Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. Journal of Marketing Research, XVIII(February), 39-50.

Fredericksen, E. D., Witt, S. L., Patton, W. D., & Lovrich, N. P. (2015). Human resource management: The public service perspective: Second Edition. Taylor and Francis Inc. https://doi.org/10.4324/9781315687407

Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. European Business Review, 31(1), 2–24. https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203

Juyumaya, J., & Torres, J. P. (2023). Effects of transformational leadership and work engagement on managers' creative performance. Baltic Journal of Management, 18(1), 34–53. https://doi.org/https://doi.org/10.1108/BJM-11-2021-0449

Kahn, W. A. (1992). To Be Fully There: Psychological Presence at Work. Human Relations, 45(4), 321–349. https://doi.org/10.1177/001872679204500402

Leiter, M., & Bakker, A. (2010). Work engagement: Introduction. Psychology Press.

Newman, W. L. (2014). Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches (Seventh Ed). Pearson Education, Inc.

Organ, D. W. (1997). Organizational Citizenship Behavior: It's Construct Clean-Up Time. Human Performance, 10(2), 85–97. https://doi.org/https://doi.org/10.1207/s15327043hup1002_2

Park, S., Kim, J., Park, J., & Lim, D. H. (2018). Work Engagement in Nonprofit Organizations: A Conceptual Model. Human Resource Development Review, 17(1), 5–33. https://doi.org/10.1177/1534484317750993/ASSET/IMAGES/LARGE/10.1177_1534484317750993-FIG2.JPEG

Parsehyan, B. G. (2017). Leadership in Non-Profit Organisations. Contemporary Leadership Challenges. https://doi.org/10.5772/65268

Podsakoff, P. M., & MacKenzie, S. B. (1997). Impact of Organizational Citizenship Behavior on Organizational Performance: A Review and Suggestion for Future Research. Human Performance, 10(2), 133–151. https://doi.org/https://doi.org/10.1207/s15327043hup1002_5

Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2021). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. Handbook of Market Research, 1–47. https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8_15-2

EBICON: Economic and Business Conference | 281-285
Conference Homepage: https://conference.uika-bogor.ac.id/index.php/EBICON
Journal Homepage : EBICON : Economics and Business Conference (uika-bogor.ac.id)
Published by: Universitas Ibn Khaldun

The Effect Of Compensation And Work Environment On Employee Performance At Tonjong Junior High School

Muhammad Rizki Budiawan [1], Muhammad Azis Firdaus [2], Agung wibowo [3]
[1,2,3] University Ibn Khaldun Bogor, Indonesian
Email : Nisaa2770@gmail.com[1]

Abstarct

This study aims to determine the effect of compensation and work environment on job satisfaction at SMP Tonjong. This type of research is quantitative research. The population in this study were the employees and employees of Tonjong Junior High School, the analysis used a quantitative technique with a total sample of 10,000 respondents. The instrument in this study was in the form of a questionnaire. The test results of this research instrument with Multiple Regression Analysis Test. T test and F test which show that compensation and work environment have a significant effect on job satisfaction with the results of multiple regression analysis of Y = 2.940 +0.475 X1 + 0.459 X2. The results of the compensation test were obtained at t count 4.214> table 2.030, which means that Hol is rejected and Hal is accepted, where there is an influence between compensation on job satisfaction. While the work environment i test was obtained for t count 3.657 > t table 2.030 which means that Ho2 is rejected and Ha2 is accepted, where there is an influence between the work environment on job satisfaction. And the results of the f test obtained are f count 21,913>f table 3.24 meaning that Ho3 is rejected and Ha3 is accepted, where there is a simultaneous effect on job satisfaction. Based on the results of this data, it can be said that: compensation and work environment have an effect on job satisfaction at Tonjong Middle School.

Keywords: Compensation, Work environment and Employee performance

Introduction

To achieve company goals, companies must be able to work together with their employees. Because the success or failure of a company depends on the people who work in it. The quality of human resources is the main factor determining the quality of the company. If resources are low it will hinder development and job satisfaction. The lack of compensation is one of the factors hindering company goals. Compensation refers to a person's skills and abilities in completing his duties/work and can also be seen how long he has worked in an agency/company. The more experience you have, the better your skills at work. According to Handoko in Itafia (2014) a person's work experience shows the types of work that someone has done that provides great opportunities for someone to do a better job for a certain period of time. Hasibuan (2010, p. 118) argues that remuneration is all income in the form of money, goods, received by employees directly or indirectly in return for services provided.Another factor that inhibits the achievement of good productivity is the lack of a work environment, the work environment is a desire to move employees, by providing work support. hard to achieve good work goals. Without a work environment, it will hinder job satisfaction, because there is no encouragement/support to move or work. Hasibuan in Heriyanto (2014) explains that the work environment is the provision of driving force that creates the excitement of a person's work so that they want to work together, work effectively and integrate with all their efforts. to achieve satisfaction. According to Sutrisno in Candra (2016). Productivity is generally defined as the relationship between output (goods or services) and input (labor, materials, money).

EBICON is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License (CC BY-NC 4.0).

Research methods

In this study, the authors use quantitative data. Quantitative data is data obtained from survey results related to numbers and calculations using formulas. The data obtained from SMP Tonjong employees can be calculated, such as the number of employees and other data to support research. (Sugiyono, 2013:2)

Object of research

This research was carried out at Tonjong Middle School, located in Jl. Pelita1 tonjong No 12, Tonjong, Kec Tajurhalang, Kabupaten Bogor, west java

Data collection technique

To obtain the information data needed in this study, in this study the data collection techniques used were:
According to Sugiyono (2013: 142) Questionnaire is a data collection method in asking questions in writing to employees as research subjects to obtain information. This questionnaire is used to reveal data about compensation and work environment
which influences the job satisfaction of SMP Tonjong.

Table 1 : Skala Likert

Information	Weight
Totally Disagree (TD)	1
Don't Agree (DA)	2
Neutral (N)	3
Agree (A)	4
Strongly Agree (SA)	5

Result

Validity test

According to (Nusran et al., 2018) The validity value is indicated by the R-count value or Correted Item-Total Correlation value in the SPSS program. The results of the validity test on the variables X1, X2, and Y show the numbers are above 0.334 where these results are valid, because the value of r table with N = 38 at 5% significance in the distribution of the value of r table statistics is 0.312
It can be seen in the table above that the Cronbach's Alpha value is greater than 0.600, it can be concluded that the statements for each variable are reliable or acceptable.

Table 2 : reliability test

Variable	Reliability Statistics		Status
	Cronbach Alpha	N of Item	
Compensation	0,625	10	Reliable
Work environment	0,616	10	Reliable

EBICON is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License (CC BY-NC 4.0).

Employee performance	0,624	10	Reliable

Normality test

According to (Ghozali 2016) The data normality test aims to find out whether the distribution of a data follows or is close to the normal distribution. Un Normality can be said to be normal if sig> 0.05. Based on the test results, it shows that the Kolmogorov Smirnov test results are 0.200 with an explanation of the data results being 0.062> 0.DS.

Multicollinearity Test

According to (Ghozali 2016) This test is intended to see if there are two or more linearly correlated independent variables.

Table 3 : Multicollinearity Test Results

Variable	Tolerance	VIF
Compensation	0,915	1,093
Work environment	0,915	1,093

Based on the results of the multicollinearity test above on the compensation variable (X1) and work environment (X2) the VIF results were 1.093 <10 and tolerance 0.915 > 0.1, so multicollinearity did not occur.

Homogeneity test

According to (Becker et al. 2015) The homogeneity test is a data test regarding the same or not two or more distributions.

Table 4 : Homogeneity Test Results (X1)

Test of Homogeneity Variances			
Compensation			
Levene Statistics	df1	df2	Sig.
2,545	8	28	.055

The significance value of compensation (X) is 0.055 > 0.05, so the kitchen is concluded in this homogeneity test as homogeneous.

EBICON is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License (CC BY-NC 4.0).

Table 5 : Homogeneity test results (X2)

Test of Homogeneity Variances			
Work environment			
Levene Statistics	df1	df2	Sig.
1,578	8	29	.084

Multiple Linear Regression Test

(1) The value of 2.940 is a constant, the variable advance of Compensation (XO) and Work Environment (X) results are equal to zero, then Job satisfaction (Y) is 2.940.

(2) The positive regression coefficient value of compensation (X) is 0475, so if the compensation increases by one unit, then job satisfaction (Y) will increase by 0475

(3) Work environment regression coefficient: (X) which is positive is 0.459, so if the work environment increases by one unit, then job satisfaction (Y) increases by 0.459.

T test

From the partial test results of the Compensation variable (X) obtained Tcount 4214> Ttable 2030, then Hal is accepted and Hol is rejected

From the results of the t test on the work environment variable (X2) it is obtained Tcount 3.621 < Ttable 2030, then Ho2 is accepted and Ha2 is rejected

F test

Based on the results, it can be seen that the significant value of the effect of compensation (XI) and work environment (X2) simultaneously on employee performance variables (Y) with an f count value of 21,913> 3.24 F table, can be interpreted that Ha3 is accepted and Ho3 is rejected. Thus there is a positive influence on the variable Compensation (XI) and work environment (X2) on the variable Job satisfaction (Y)

Conclusion

Based on the results of the explanation from the research on the Effect of Compensation and Work Environment on Job Satisfaction in Tonjong Middle School, the following conclusions can be drawn. The effect of Compensation (XI) on Job Satisfaction (Y) of Tonjong Middle School Employees is positive and significant between Compensation (XI) on Job Satisfaction (Y) Tonjong Middle School Employees The effect of work environment (X2) on job satisfaction (Y) Tonjong Middle School employees is positive

Compensation Variable (X) and Work Environment (X2) are simultaneously positive and significant with the F value of the Compensation variable (X) 7385. and Fcount of Work Motivation (X) variable of 0.621

EBICON is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License (CC BY-NC 4.0).

Reference

[1] Itafia, Yanti, Wayan Cipta, Fridayana Yudiaatmaja, Jurusan Manajemen, And Universitas Pendidikan Ganesha. 2014. "Pengaruh Pengalaman Kerja Dan Kepuasan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada Industri Tenun." *E-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha* 2(4).

[2] Heriyanto, Yulianti, N. 2014. "Pengaruh Pengalaman Kerja Dan Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai." *Antimicrobial Agents And Chemotherapy* 58(12):7250–57.

[3] Harahap, Dewi Suryani, And Hazmanan Khair. 2020. "Pengaruh Pencurian Terhadap Masyarakat Sekitar." Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Hukum 2(1):69–88.

[4] Sugiyono, D. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Tindakan.

[5] Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivarianate Dengan Program Ibm Spss 21. Vol. 1.

[6] Sabrina, R. 2021. Manajemen Sumber Daya Manusia.

[7] Becker, Fernando Gertum, Michelle Cleary, R. M. Team, Helge Holtermann, Disclaimer The, National Agenda, Political Science, 2015. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan. Vol. 7.

[8] Nusran, Bahruddin, And Muh Nasir. 2018. "Pengaruh Pengalaman Kerja, Pemberian Insentif Dan Disiplin Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Guru Di Sma 27 Bone." Yume : Journal Of Management 1(3):46–83.

EBICON is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License (CC BY-NC 4.0).

ISSN 2962-2697
Vol. 3, No. 1, Juli 2023

Analisis risiko pada pekerjaan pembangunan Bendungan Bener Kabupaten Purworejo Paket 4 (MYC)

Bukhori Andri Ardiyanto[1,*], Agung Wibowo[2], Fitri Nugraheni[1]
[1] Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan, Universitas Islam Indonesia,Yogyakarta, Indonesia
[2]Fakultas Teknik Sipil, Universitas Diponegoro, Semarang, Indonesia

Article Info
Available online

***Keywords*:**
Bener Dam Package 4
Risk Identification
Risk Assessment
Risk Matrix
.

Corresponding Author:
Bukhori Andri Ardiyanto
bukhori.andri.ardiyanto
@gmail.com

Abstract
Infrastructure development in Indonesia is carried out to improve the welfare of the society. The Bener Dam Construction Project Package 4 (MYC) in Purworejo Regency is utilized to fulfill the water supply of 1500 l/dt, existing irrigation water supply of 13,589 Ha, and a new irrigation area of 1,110 Ha, generating power plant of 6 MW of electricity, developing tourist areas, and flood control. However, the dam construction has various risks that need to be anticipated. The risks studied in this research is limited to financial, technical and operational, political, and social aspects. Risk identification for each aspect and risk assessment are conducted through discussions with construction experts or the contractor. The subsequent risk assessment is plotted on a probability and impact matrix based on the provisions of the AS/NZS 4360. The risk assessment results for the financial, technical and operational, political, and social aspects show several high risk, moderate risk, and low risk levels based on risk identification studied.

Copyright © 2023 Universitas Islam Indonesia
All rights reserved

Pendahuluan

Pemerintah Indonesia saat ini sedang gencar melaksanakan pembangunan infrastruktur di seluruh wilayah untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas ekonomi nasional. Pembangunan proyek konstruksi dilakukan di seluruh wilayah Indonesia agar terjadi keseimbangan antara tujuan pemerintahan dalam peningkatan ekonomi nasional serta dukungan fasilitas infrastruktur yang tersedia. Pada setiap pekerjaan proyek konstruksi memiliki ketidakpastian (*uncertainty*) dan risiko yang ditimbulkan saat pelaksanaan proyek konstruksi berlangsung serta cenderung bersifat tidak menguntungkan (Aftortu dkk., 2019). Hal tersebut juga berpengaruh pada kualitas dan kuantitas pelaksanaan pekerjaan konstruksi tersebut (Rustandi., 2017).

Provinsi Jawa Tengah merupakan salah satu daerah yang menjadi sasaran pemerintah Indonesia saat ini dalam mengembangkan infrastruktur. Pembangunan infrastruktur di Provinsi Jawa Tengah bertujuan untuk menjadikan salah satu unsur pendukung dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah dan peningkatan kesejahteraan rakyat. Salah satu pembangunan yang dilaksanakan di Provinsi Jawa Tengah adalah Pekerjaan Pembangunan Bendungan Bener di Kabupaten Purworejo.

Pekerjaan Pembangunan Bendungan Bener merupakan salah satu Proyek Strategis Nasional (PSN) di bawah Kementerian

ISSN 2962-2697
Vol. 3, No. 1, Juli 2023

Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat, Direktorat Jendral Sumber Daya Air, Balai Besar Wilayah Sungai Serayu Opak, SNVT, dan PJSA BBWS Serayu Opak. Salah satu kontraktor atau pelaksana proyek yang ditunjuk oleh pemilik proyek adalah PT. Brantas Abipraya – PT. Adhi Karya (KSO).

Pekerjaan pembangunan bendungan terutama Bendungan Bener mempunyai tingkat risiko yang tinggi (Amalia dkk., 2022) dikarenakan Bendungan Bener akan menjadi bendungan tertinggi di Indonesia. Berbagai macam risiko sangat lazim terjadi pada proyek konstruksi terutama konstruksi bendungan (Gusti dkk., 2021 dan Wayangkau dkk., 2021). Dalam rangka mengetahui potensi risiko yang timbul, maka dari itu perlu dilakukan kajian mengenai analisis risiko pekerjaan Pembangunan Bendungan Bener Kabupaten Purworejo Paket 4 (MYC). Analisis risiko yang digunakan untuk proyek yang rentan mengacu pada standar AS/NZS 4360 (Dewi dkk., 2021). Penelitian ini terbatas pada penilaian tingkat risiko terhadap identifikasi risiko yang dikaji dari segi aspek finansial, teknik dan operasi, politik, dan sosial.

Lokasi Penelitian

Lokasi objek penelitian yang akan dianalisis yaitu Proyek Pembangunan Bendungan Bener Kabupaten Purworejo Paket 4 (MYC) yang berlokasi di Desa Guntur, Kecamatan Bener, Kabupaten Purworejo, Provinsi Jawa Tengah sebagaimana gambar 1 berikut:



Gambar 1. Lokasi penelitian Proyek Bendungan Bener Paket 4 (MYC)

Detail situasi pekerjaan galian Proyek Pembangunan Bendungan Bener Paket 4 (MYC) dapat dilihat pada gambar 2 berikut:



Gambar 2. Situasi pekerjaan galian Proyek Pembangunan Bendungan bener Paket 4 (MYC)

Metode Penelitian

Semua variable identifikasi risiko yang telah ditentukan berdasarkan hasil diskusi dan wawancara terhadap pihak kontraktor akan dinilai berdasarkan probabilitas dan dampak yang ditimbulkan sehingga didapatkan tingkatan risikonya (Supriyadi dkk., 2017). Kelompok tingkatan risiko dibagi menjadi empat kategori: *Extreme high (E)*, *High (H)*, *Moderate (M)*, dan *low (L)*. Penetapan tingkat risiko (*risk level*), ditentukan berdasarkan dua kriteria, yaitu:

1. Frekuensi kejadian (*probability*)
2. Dampak dari kejadian (*impact*)

Penilaian tingkat risiko dapat dihitung berdasarkan Pers. (1) sebagai berikut:

$$R = P \times I \quad (1)$$

Dengan,

R : Tingkat risiko
P : Kemungkinan risiko (*probability*)
I : Dampak risiko (*impact*)

Risiko potensial adalah risiko yang memiliki probabilitas terjadi yang tinggi dan memiliki konsekuensi kerugian atau dampak yang besar.

Proses penilaian risiko dengan cara memperkirakan frekuensi terjadinya risiko dan dampak dari risiko. Skala yang digunakan dalam menilai potensi risiko terhadap

ISSN 2962-2697
Vol. 3, No. 1, Juli 2023

frekuensi dan dampak risiko adalah skala *likert* dengan menggunakan rentang angka 1 sampai dengan 5, yaitu:

a. Penilaian probabilitas:
   1: Sangat jarang (SJ)
   2: Jarang (J)
   3: Cukup (C)
   4: Sering (S)
   5: Sangat sering (SS)
b. Penilaian dampak (impact) risiko:
   1: Sangat rendah (SR)
   2: Rendah (R)
   3: Sedang (S)
   4: Tinggi (T)
   5: Sangat tinggi (ST)

Hasil dari penilaian risiko selanjutnya akan diplotkan terhadap *risk matriks* berdasarkan standar AS/NZS 4360 (Kartika dkk., 2022) sebagai berikut:

		1	2	3	4	5
		Insignificant	*Minor*	*Moderate*	*Major*	*Catastrophic*
5	*Almost Certain*	M (5)	H (10)	E (15)	E (20)	E (25)
4	*Likely*	M (4)	H (8)	H (12)	E (16)	E (20)
3	*Possible*	L (3)	M (6)	H (9)	H (12)	E (15)
2	*Unlikely*	L (2)	M (4)	M (6)	H (8)	H (10)
1	*Rare*	L (1)	L (2)	L (3)	M (4)	M (5)

Gambar 3. *Risk matriks probability* dan *impact*

Sumber: (Kartika dkk., 2022)

Kategori risiko berdasarkan standar AS/NZS 4360 sebagai berikut:

E : Risiko sangat tinggi – *Extreme Risk*

H : Risiko tinggi – *High Risk*

M : Risiko Sedang – *Moderate Risk*

L : Risiko Rendah - *Low Risk*

Bentuk penanganan risiko yang perlu dipenuhi berdasarkan kategori risiko menurut standar AS/NZS 4360 dapat dilihat sebagaimana tabel 1 berikut:

Tabel 1. Penanganan risiko

Kategori Risiko	Bentuk Evaluasi
Extreme Risk	Kegiatan tidak boleh dilaksanakan atau dilanjutkan sampai risiko telah direduksi. Jika tidak memungkinkan untuk mereduksi risiko dengan sumberdaya yang terbatas, maka pekerjaan tidak dapat dilaksanakan.
High Risk	Kegiatan tidak boleh dilaksanakan sampai risiko telah direduksi. Perlu dipertimbangkan sumberdaya yang akan dialokasikan untuk mereduksi risiko. Apabila risiko terdapat dalam pelaksanaan pekerjaan yang masih berlangsung, maka tindakan harus segera dilakukan.
Moderate Risk	Perlu tindakan untuk mengurangi risiko, tetapi biaya pencegahan yang diperlukan harus diperhitungkan dengan teliti dan dibatasi. Pengukuran pengurangan risiko harus diterapkan dalam jangka waktu yang ditentukan.
Low Risk	Risiko dapat diterima. Pengendalian tambahan tidak diperlukan. Pemantauan diperlukan untuk memastikan bahwa pengendalian telah dipelihara dan diterapkan dengan baik dan benar

Sumber: (Australia, 2022)

Kemampuan dan kondisi perusahaan terhadap penanganan risiko menurut standar AS/NZS 4360 secara generik dapat dilakukan dengan pendekatan sebagai berikut:

1. Hindari Risiko (*Avoid*)
2. Mengurangi Kemungkinan Terjadi (*Reduce Likelihood*)
3. Mengurangi Konsekuensi Terjadi (*Reduce Consequences*)
4. Pengalihan Risiko Ke Pihak Lain (*Risk Transfer).*
5. Konsultasi, Pemantauan, dan Peninjauan Ulang.

Akan tetapi pada penelitian ini terbatas pada penilaian tingkat risiko terhadap identifikasi risiko yang dikaji dari segi aspek finansial, teknik dan operasi, politik, dan sosial.

ISSN 2962-2697
Vol. 3, No. 1, Juli 2023

Hasil dan Pembahasan

Identifikasi Risiko

Identifikasi Risiko adalah kegiatan untuk mencari dan menentukan potensi risiko yang dapat terjadi pada proyek Pekerjaan Pembangunan Bendungan Bener Kabupaten Purworejo Paket 4 (MYC). Identifikasi risiko pada proyek Bendungan bener diantaranya akan diteliti dari beberapa aspek sebagai berikut:

1. Finansial
2. Teknik dan Operasi
3. Politik
4. Sosial

Berdasarkan ke-empat aspek tersebut maka dipilih empat (4) variabel identifikasi risiko pada setiap aspek atau enam belas (16) variabel identifikasi risiko secara keseluruhan.

Probabilitas dan Dampak Risiko

Probabilitas risiko dan dampak risiko dibuat untuk memberikan kemudahan dalam melihat tingkat risiko pada matriks risiko (*risk map)*.

Berdasarkan hasil diskusi dan wawancara dengan pihak kontraktor, dilakukan identifikasi risiko berdasarkan beberapa aspek yaitu potensi risiko finansial, teknik dan operasi, politik, dan sosial.

Setelah identifikasi risiko yang mungkin terjadi pada Proyek Pembangunan Bendungan Bener Paket 4 (MYC) telah selesai didiskusikan maka dilakukan penilaian risiko dengan metode diskusi dan wawancara terhadap pihak kontraktor

Adapun pihak terkait yang diwawancarai merupakan ahli dalam sektor konstruksi dan bekerja di Proyek Pembangunan Bendungan Bener diantaranya:

Tabel 2. List narasumber manajemen risiko

No	Nama	Posisi Pekerjaan
1	Bapak Nurrohman	Koordinator K3
2	Bapak Afif Bachtiar	Staf K3
3	Bapak M Fahreza	Staf Manrisk
4	Bapak Budiono	Pelaksana
5	Bapak Sulistyono	Pelaksana
6	Bapak Puji Handoko	Pelaksana

Hasil diskusi dan wawancara terhadap pihak kontraktor yang terdiri dari Koordinator K3, Staf K3, Staf Manrisk, dan Pelaksana Lapangan menghasilkan *output* berupa nilai probabilitas risiko dan dampak risiko terhadap identifikasi risiko yang disepakati.

Rekapitulasi identifikasi risiko, probabilitas risiko, dampak risiko, dan tingkat risiko sebagai berikut.

Tabel 3. Identifkasi dan penilaian risiko finansial

No	Identifikasi Risiko Finansial	P	x	I	=	R
1	Potensi risiko tidak tersedianya dana di perusahaan	2	x	3	=	6
2	Potensi risiko kenaikan beban kontrak akibat salah dalam perhitungan penawaran	2	x	4	=	8
3	Potensi risiko kenaikan biaya konstruksi	3	x	4	=	12
4	Potensi risiko pendapatan belum diakui	3	x	3	=	9

Tabel 4. Identifikasi dan penilaian risiko teknik dan operasi

No	Identifikasi Risiko Teknik dan Operasi	P	x	I	=	R
1	Potensi risiko kecelakaan kerja (KK)	1	x	5	=	5
2	Potensi risiko cuaca ekstrim	2	x	5	=	10
3	Potensi risiko metode pelaksanaan tidak efesien	3	x	4	=	12
4	Potensi risiko kegagalan kontrol dan monitoring proyek	3	x	4	=	12

ISSN 2962-2697
Vol. 3, No. 1, Juli 2023

Tabel 5. Identifikasi dan penilaian risiko politik

No	Identifikasi Risiko Politik	P	x	I	=	R
1	Potensi risiko penyuapan oleh supplier saat barang tidak sesuai spesifikasi	1	x	5	=	5
2	Potensi risiko penyuapan oleh rekanan yang ingin dimenangkan tender	1	x	3	=	3
3	Potensi risiko penyimpangan penggunaan aset organisasi/ perusahaan	2	x	5	=	10
4	Potensi risiko penyuapan pengakuan kualitas pekerjaan subkon tidak sesuai spek	2	x	5	=	10

Tabel 6. Identifikasi dan penilaian risiko sosial

No	Identifikasi Risiko Sosial	P	x	I	=	R
1	Potensi risiko aksi industri	2	x	5	=	10
2	Potensi risiko adanya gangguan dan komplain masyarakat selama pelaksanaan	2	x	4	=	8
3	Potensi risiko tidak terpenuhinya komitmen masyarakat di sekitar proyek	2	x	3	=	6
4	Potensi risiko sosial dan budaya lokal	2	x	3	=	6

Matriks Probabilitas dan Dampak Risiko

Matriks probabilitas dan dampak adalah alat yang digunakan dalam analisis risiko untuk mengidentifikasi, menilai, dan mengelola risiko dalam suatu sistem atau organisasi. Matriks ini membantu dalam menggambarkan hubungan antara probabilitas terjadinya suatu peristiwa risiko dan dampak yang dihasilkan jika peristiwa tersebut terjadi.

1. Matriks Probabilitas:

   Matriks probabilitas menunjukan kemungkinan terjadinya suatu peristiwa risiko dalam bentuk nilai probabilitas. Biasanya, matriks ini terdiri dari skala probabilitas yang berkisar antara rendah hingga tinggi.

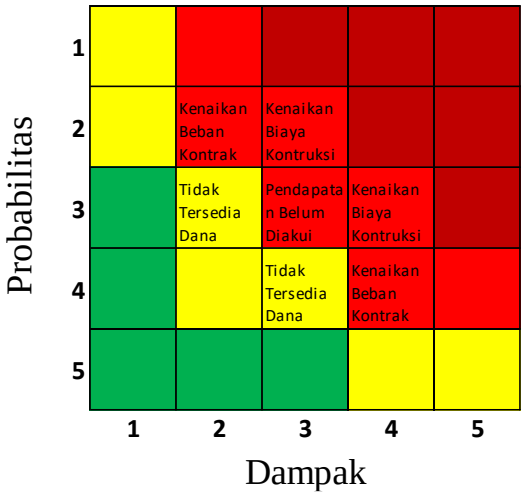
2. Matriks Dampak:

   Matriks dampak menggambarkan konsekuensi atau dampak yang timbul jika suatu peristiwa risiko terjadi. Dampak ini dapat mencakup berbagai aspek, seperti finansial, operasional, reputasi, lingkungan, atau kesehatan dan keselamatan. Biasanya, matriks dampak juga memiliki skala yang berkisar antara rendah hingga tinggi, yang menunjukkan tingkat kerugian atau dampak yang mungkin terjadi.

Probabilitas dan dampak dapat dinilai dengan menggunakan data historis, penilaian ahli, peraturan, atau standar yang relevan. Matriks probabilitas dan dampak tersebut selanjutnya dapat disatukan dalam matriks risiko sebagai berikut:

1. Finansial

   Berdasarkan hasil diskusi dan wawancara dengan pihak kontraktor didapatkan matriks risiko untuk aspek finansial sebagai berikut:

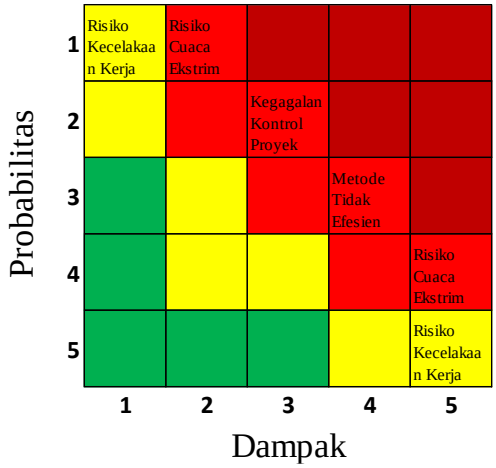


Gambar 4. Matriks Risiko Finansial

2. Teknik dan Operasi
   Matriks risiko dari segi aspek teknik dan operasi Proyek Bendungan Bener Paket 4 (MYC) memiliki penilaian tingkat risiko

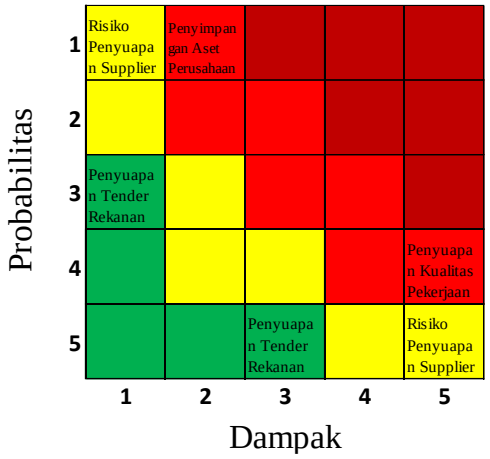
ISSN 2962-2697
Vol. 3, No. 1, Juli 2023

yang disepakati bersama dari pihak kontraktor sebagai berikut:



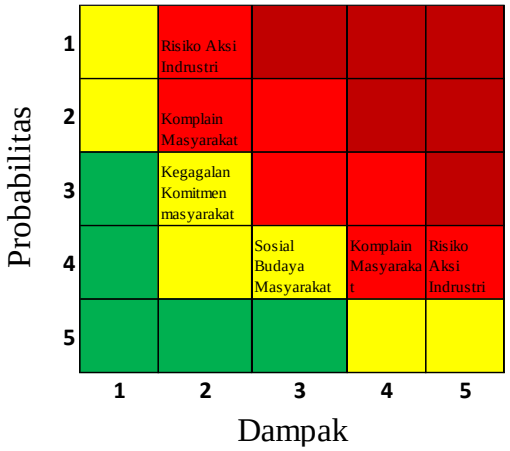
Gambar 5. Matriks Risiko Teknik dan Operasi

3. Politik
   Penilaian tingkat risiko pada identifikasi risiko aspek politik berdasarkan hasil diskusi dan wawancara dengan pihak kontraktor dapat dilihat pada matriks berikut:



Gambar 6. Matriks Risiko Politik

4. Sosial
   Aspek sosial masyarakat sangat penting dipertimbangkan akibat dapat menghambat kelancaran Proyek Pembangunan Bendungan Bener Paket 4 (MYC). Berdasarkan analisis dengan pihak kontraktor melalui diskusi dan wawancara, didapatkan matriks risiko aspek sosial sebagai berikut:



Gambar 7. Matriks Risiko Sosial

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan sebelumnya didapatkan tingkat risiko pada matriks risiko dari aspek finansial menunjukan tidak ada tingkat risiko sangat tinggi (*Ekstreme Risk)*. Identifikasi risiko kenaikan biaya konstruksi, kenaikan beban kontrak, dan pendapatan belum diakui memiliki risiko tinggi (*High Risk)*, sedangkan risiko tidak tersedianya dana diperusahaan termasuk dalam tingkat risiko sedang (*Moderate Risk)*.

Tabel 7. Kategori Risiko Finansial

Kategori Risiko	Identifikasi Risiko Finansial
Extreme Risk	
High Risk	1. Potensi risiko kenaikan beban kontrak akibat salah dalam perhitungan penawaran 2. Potensi risiko kenaikan biaya konstruksi 3. Potensi risiko pendapatan belum diakui
Moderate Risk	1. Potensi risiko tidak tersedianya dana di perusahaan
Low Risk	

ISSN 2962-2697
Vol. 3, No. 1, Juli 2023

Matriks risiko dari aspek teknik dan operasi menunjukan kegagalan kontrol dan monitoring proyek, risiko cuaca ekstrim, dan metode pelaksanaan tidak efesien menunjukan tingkat risiko tinggi (*High Risk)*, sedangkan untuk risiko kecelakaan akibat kerja memiliki tingkat risiko sedang (*Moderate Risk)* akibat penerapan K3 yang memadai pada Proyek Pembangunan Bendungan Bener Paket 4 (MYC) sehingga probabilitas terjadi kecelakaan sangat rendah.

Tabel 8. Kategori Risiko Teknik dan Operasi

Kategori Risiko	Identifikasi Risiko Teknik dan Operasi
Extreme Risk	
High Risk	1. Potensi risiko cuaca ekstrim 2. Potensi risiko metode pelaksanaan tidak efesien 3. Potensi risiko kegagalan kontrol dan monitoring proyek
Moderate Risk	1. Potensi risiko kecelakaan kerja (KK)
Low Risk	

Berdasarkan kategori risiko dari aspek risiko finansial serta aspek risiko teknik dan operasi pada tabel 7 dan tabel 8 menunjukan sebagian besar identifikasi risiko yang dikaji masuk dalam kategori risiko tinggi (*High Risk)* sehingga diperlukan antisipasi risiko agar kegiatan pekerjaan pembangunan Bendungan Bener Paket 4 (MYC) dapat terus berlangsung.

Potensi risiko sedang yang dapat menghambat perlu ditindaklanjuti terkait penanganannya agar tidak menggaggu jadwal pekerjaan maupun kegiatan pembangunan Bendungan Bener Paket 4 (MYC).

Matriks risiko dari aspek politik menunjukan tidak adanya tingkat risiko sangat tinggi pada identifikasi risiko yang dikaji. Penyimpangan aset perusahaan dan penyuapan kualitas pekerjaan subkon tidak sesuai spesifikasi menunjukan tingkat risiko tinggi (*High Risk)*. Selain itu, risiko penyuapan supplier barang tidak sesuai spesifikasi menunjukan tingkat risiko sedang (*Moderate Risk)*. Penyuapan rekanan yang ingin dimenangkan tender memiliki tingkat risiko rendah (*Low Risk).*

Tabel 9. Kategori Risiko Politik

Kategori Risiko	Identifikasi Risiko Politik
Extreme Risk	
High Risk	1. Potensi risiko penyimpangan penggunaan aset organisasi/ perusahaan 2. Potensi risiko penyuapan pengakuan kualitas pekerjaan subkon tidak sesuai spek
Moderate Risk	1. Potensi risiko penyuapan oleh supplier saat barang tidak sesuai spesifikasi
Low Risk	1. Potensi risiko penyuapan oleh rekanan yang ingin dimenangkan tender

Matriks risiko dari aspek sosial menunjukan tidak adanya tingkat risiko sangat tinggi berdasarkan hasil diskusi dan wawancara didapatkan bahwa potensi risiko aksi industri dan gangguan serta komplain dari masyarakat selama pekerjaan berlangsung menunjukan tingkat risiko tinggi (*High Risk)*. Sedangkan, potensi risiko tidak terpenuhinya komitmen masyarakat yang telah disepakati di sekitar proyek serta potensi risiko sosial dan budaya menunjukan tingkat risiko sedang (*Moderate Risk)*.

ISSN 2962-2697
Vol. 3, No. 1, Juli 2023

Tabel 10. Kategori Risiko Sosial

Kategori Risiko	Identifikasi Risiko Sosial
Extreme Risk	
High Risk	1. Potensi risiko aksi industri 2. Potensi risiko adanya gangguan dan komplain masyarakat selama pelaksanaan
Moderate Risk	1. Potensi risiko tidak terpenuhinya komitmen masyarakat di sekitar proyek 2. Potensi risiko sosial dan budaya lokal
Low Risk	

Berdasarkan kategori risiko dari aspek politik serta aspek risiko sosial pada tabel 9 dan tabel 10 menunjukan beberapa risiko yang masuk dalam kategori risiko tinggi (*High Risk).* Sedangkan, sebagian lainnya masuk dalam kategori risiko sedang (*Moderate Risk)* dan rendah (*Low Risk).*

Potensi risiko tinggi dan sedang perlu diantisipasi agar proyek pembangunan Bendungan Bener Paket 4 (MYC) dapat terus berlangsung tanpa adanya hambatan terutama risiko yang dapat mengakibatkan pembangunan terhenti.

Daftar Pustaka

Aftortu, M. R., Kustiani, I., dan Siregar, A.M. (2019). Analisis Risiko Proyek Konstruksi Bendungan Way Sekampung Paket 2 Dengan Metode *Failure Mode and Effect Analysis* dan Domino. *JRSDD, Volume 7 (1).* Page Number (549-558). (Cross Ref)

Ahuja, H., Dozki, S.P. dan Abourizk S.M. (1994). *Project Management Techniques in Planning and Countroling Construction Project*. New York: John Willey & Sons.

Al-Bahar, J. F. dan Crandall, K. C. (1990). Systematic Risk Management Approach for Construction Projects. *Journal of Construction Engineering and Management*, ASCE. *Volume 116 (3)*, Page Number (533-546).

Amalia, S.N., Susapto., dan Khamim, M. (2022). Analisis Risiko Proyek Bendungan Bagong Paket II Kabupaten Trenggalek Dengan Metode Failure Mode and Effect Analysis (FMEA). *JOS-MRK, Volume 3 (4).* Page Number 92-98). (Cross Ref)

Aulia, D., Ma'rifa, L., Yurrazak, I., dan Purba, H.H. (2021). Manajemen Risiko *Safety* dalam Proyek Konstruksi Bendungan: Kajian Literatur. *Journal of Industrial and Engineering System (JIES), Volume 2 (1),* Page Number (63-74). (Cross Ref)

Australia, S. (2004). Handbook: *Risk Management Guidelines, Companion to AS/NZS 4360:* 2004. Sydney: Standards Australia Internal Ltd.

Dewi, E.V., dan Wessiani,N.A. (2021). Analisis Penilaian Usaha dan Manajemen Risiko pada Keputusan Kelayakan Investasi dengan Mempertimbangkan Ketidakpastian (Studi kasus: Akusisi jalan Tol oleh PT.X). *Jurnal Teknik ITS, Volume 10 (2).* Page Number (2301-9271). (Cross Ref)

Dewi, R. N. (2023). Occupational Health and Safety Risk Analysis Using AS/NZS Standard 4360:2004 in a Fish Meatball Industry. *Jurnal Teknik Industri, Volume 25 (1).* Page Number (31-42). (Cross Ref)

Emmaett J. Vaughan dan Curtis M. Elliott. (1978). *Fundamental of Risk and Insurance*. New York: John Willey & Sons Inc.

Godfrey, P., Halcrow, W. S., & Partners, L. (1996). *Control of Risk A Guide to Systematic Management of Risk from Construction. Westminster*. London: Construction Industry Research and Information Association (CIRIA).

Gusti,R.N., dan Wiguna,P.A. (2021). Analisis Risiko Kecelakaan Kerja pada Proyek Pembangunan Gedung Kampus II UINSA Surabaya. *Jurnal Teknik ITS, Volume 10 (2).* Page Number (2337-3539). (Cross Ref)

Kartika, E., Rahayu, E.P., Zaman, K., Herniwanti., dan Nopriadi. (2022). Analisis Manajemen Risiko dengan Metode AS/NZS 4360:2004 Pada Tangki Timbun Minyak di Riau. *Jurnal Kesehatan Masyarakat, Volume 7 (1).* Page Number (218-226). (Cross Ref)

Rustandi, T. (2017). Kajian Risiko Tahap Pelaksanaan Konstruksi Proyek Peningkatan Jaringan Irigasi Bendung Leuwigoong. *Jurnal Infrastruktur, Volume 3 (1).* Page Number (1-19). (Cross Ref)

Sugiyanto. dan Rahayu, A.A. (2018). The Implementation of Risk Management and Its Effect on Good Cooperative Governance and Success. *Journal of Indonesian Economic and Business, Volume 33 (3),* Page Number (243-256). (Cross Ref)

Supriyadi., dan Ramdan,F. (2017). Identifikasi Bahaya dan Penilaian Risiko Pada Divisi Boiler

Menggunakan Metode Hazard Identification Risk Assessment and Risk Control (HIRARC). *Journal of Industrial Hygine and Occupational Health, Volume 1 (2).* Page Number (161-177). (Cross Ref)

Wayangkau, H.G., Suripin., dan Admojo, P.S. (2021). Analisis Manajemen Risiko Pada Proyek Pembangunan Bendungan (Studi Kasus: Bendungan Titab di Bali, Bendungan Jatibarang di Kabupaten Semarang dan Bendungan Diponegoro di Semarang. *Jurnal Proyek Teknik Sipil, Volume 4 (1).* Page Number (18-23). (Cross Ref)

JAM
Jurnal Aplikasi Manajemen
Journal of Applied Management
Volume 21 Issue 2
June 2023

21 | 2 | 2023

Received September '22
Revised October '22
December '22
February '23
Accepted May '23

ONLINE SHOPPING MOTIVES OF MICRO, SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES' PRODUCTS TOWARDS NEW NORMAL ERA

Popy Novita Pasaribu
Dewi Megawati
Agung Wibowo
Titing Suharti
Leny Muniroh
Universitas Ibn Khaldun Bogor, Indonesia

Abstract: The study aimed to see the nexuses of motives on behavior intention online shopping of MSMEs products in Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, and Bekasi (Jabodetabek) areas with Price, Halal, and Food Product as moderator variables. The research was conducted using quantitative methods. The data analysis used in this research were validity and reliability tests for instrument tests. The assumption classical tests were the heteroscedasticity, multicollinearity, and multiple linear regression tests. Multiple linear regression tests were t-test, F test, and Moderated Regression Analysis (MRA), calculated using the SPSS 26 application. Results are Hedonic motivation, perceived usefulness, and external subjective norms gave a positive and significant effect on behavior intention online shopping. Price as the moderator variable on Hedonic motivation and perceived usefulness did not have a significant influence, similarly for the result of Halal as the moderator variable on the internal subjective norm and external subjective norm. The interaction with Price and Halal as moderators has a positive effect. Oppositely, Food Products as a moderator variable of the pandemic covid-19 possess a negative response. The contribution of the research can be used by e-commerce, specific sellers, and others where the level of halalness is still very much considered by consumers. The implication for the price is not an issue for online shopping of MSME products in moderating motives, while food product negatively moderates the pandemic covid 19 towards online shopping. Therefore, online food sellers should consider applying the health protocol if there is a new wave of pandemic toward a new normal era to anticipate a negative response.

Keywords: Online Shopping, Motives, Behavior Intention, MSMEs

INDEXED IN

DOAJ - Directory of Open Access Journals
ACI - ASEAN Citation Index
SINTA - Science and Technology Index
Dimensions
Google Scholar
ReseachGate
Garuda
IPI - Indonesian Publication Index
Indonesian ONESearch

CORRESPONDING AUTHOR

Popy Novita Pasaribu
Universitas Ibn Khaldun Bogor, Indonesia

EMAIL
pnovita@yahoo.com

OPEN ACCESS
e ISSN 2302-6332
p ISSN 1693-5241

Copyright (c) 2023 Jurnal Aplikasi Manajemen

CITATION

Pasaribu, P. N., Megawati, D., Wibowo, A., Suharti, T., and Muniroh, L. 2023. Online Shopping Motives of Micro, Small and Medium Enterprises' Products towards New Normal Era. Jurnal Aplikasi Manajemen, Volume 21, Issue 2, Pages 346–359. Malang: Universitas Brawijaya. DOI: http://dx.doi.org/10.21776/ub.jam.2023.021.02.06.

INTRODUCTION

Micro, small, and medium enterprises are productive businesses owned by individuals or business entities that meet the criteria of businesses with a relatively small number of employees, business scale, and turnover and are generally established with limited capital. The position of MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises) has long been recognized as an important sector in the Indonesian economy, in 2019 the contribution of MSMEs to Indonesia's GDP was 60.51% and absorbed 96.92% of the labor (Hartanto, 2021). The most noticeable effect is a decrease in direct buying and selling transactions due to the adoption of the PSBB or PPKM policy. To cope with this situation, some people turn to internet shopping as a solution for their activities to meet their needs.

Online shopping transactions are increasing during the pandemic, and sellers have several obstacles. Some of the challenges faced by online sellers include a lack of demand for goods/services (41.86%), lack of capital (33.76%), and other factors such as limited internet access, etc. (BPS, 2020). Direct purchasing and selling transactions are different from online purchases and sales. During this pandemic towards a new era, there is a need for insight and understanding of online shopping as a guide for the community to conduct online buying and selling operations. The attitude of consumers to online shopping, subjective norms, and perceived behavior control impact their shopping intention (Ha et al., 2021).

In line with increasingly sophisticated technology advancements, transactions purchasing and selling also follow the flow of technological developments by leveraging the internet network. Distance and time limit the relationship between the vendor and the customer. However, with the online buying and selling system, it now feels like there is no distance between sellers and buyers. Buyers no longer need to go to markets, shops, or malls to buy the goods they need simply by accessing online sites via internet-connected gadgets.

During the Covid-19 pandemic, the Indonesian government implemented the PSBB Policy (Large-Scale Social Restrictions) or now PPKM (Enforcement of Restrictions on Community Activities), which has an impact on the community in various aspects of life, one of the most important of which is the economy, particularly as consumers, distributors, and producers. It is necessary to see whether the covid-19 pandemic is one factor in motivating people buying online to embrace the new era of post covid-19 in performing online shopping business.

Studies on the behavior of online shopping or online purchases in Indonesia are influenced by several factors, namely trust, price, convenience, convenience, and availability are the most important factors influencing consumer shopping at online stores, and other factors such as safety, product quality, website design, and consumer behavior (Harahap, 2018). However, motives that affect the behavior intention in buying online MSMEs products are limited. Koch et al. (2020) have researched in Germany for motives for buying online clothing products with hedonic, utilitarian, and normative motives. Therefore, this study aims to find out the nexuses of motives on behavior intention online shopping of MSMEs products with Price, Halal, and Food Products as moderator variables. The novelty of this study is putting the pandemic covid-19 as a variable beside other motives and using moderating variables of price, halal and food products.

LITERATURE REVIEW

Price

Price is the amount of money exchanged for a product or service statement (Kotler and Armstrong, 2012). Kenesei and Todd (2003) stated that price has an essential role for prospective buyers in buying a product, from the number of prices displayed, including the cost of energy, time, and emotions because consumers will compare with competing products. Alfred (2013) stated that it is known that price and quality affect consumer purchasing decisions.

Halal Product

Ath-Thawil (2016) defined halal as all permitted things that do not contain transactions prohibited by sharia and have been legitimized by sharia to carry out the case. Law Number 33 of 2014 concerning Halal Product Guarantees explains that halal products have been declared saputrahalal by Islamic law. Every Muslim is obliged to consume halal food. In Indonesia, so that people can be sure of a product that is consumed, the company needs to attach proof of its halalness with a halal certi-

ficate issued by the Indonesian Ulama Council (MUI). Some researches show a significant positive relationship between halal labels on purchasing decisions for the Muslim consumers. (Agustian, 2013; Bulan, 2016) stated that the Halal label positively and significantly affects sausage buying decisions in the Kualasimpang, Aceh Tamiang Regency.

Online Purchase Intention

Individual purchase intentions are related to behavior and can be classified as a cognitive component of individual behavior about how individuals desire to buy a specific product statement (Kwek et al., 2010). Schiffman and Kanuk (2000) stated that an individual's awareness of time, technological features, shopping conditions, and convenience when shopping where product factors form complex responses with a high value for convenience when purchasing online intentions. Manufacturers and marketers use halal certificates and labels to inform and convince their target consumers that their products are halal and compliant with the Islamic sharia statement (Alam and Sayuti, 2011). Purchase intentions can be used to test the implementation of a new distribution channel to help managers determine whether the concept deserves further development and decide which geographic markets and consumer segments to target through the channel statement (Morwitz et al., 2007). Online shopping is buying goods or services from those who sell online or online buying and selling services without having to meet face-to-face with seller or buyer directly (Sari, 2015). Online shopping is a process carried out by a consumer to make purchases in the form of goods and services via the internet (Jusoh and Ling, 2012).

HYPOTHESIS DEVELOPMENT

Hedonic Motivation (HM)

Motivation is significant in the buying process because it is one of the processes in which the needs and desires of consumers themselves have not been met. Especially during a pandemic when the demand for food is very high with balanced nutrition, consumers are faced with limited conditions in obtaining products due o the limited space for a person to move. Consumers with a high hedonic value or hedonic motivation will get satisfied with themselves and enjoy the buying process compared to the final achievement of purchasing a product statement (Mikalef et al., 2013). Consumers who have hedonic motivation will be more motivated.

H1: During the covid-19 pandemic, price consumers' hedonic motivations have a significant effect on online shopping intentions.

Perceived Usefulness (PU)

Utilitarian motivation is the motivation consumers own with a goal-oriented orientation statement (Delafrooz et al., 2010). So consumers who shop with utilitarian motivations are goal-oriented to get these goods. Consumers with utilitarian needs will be more motivated to shop online when the social media they visit provide clear, convenient, and efficient information to meet their needs (Kim, 2006).

H2: During the covid-19 pandemic, the perceived usefulness of goods by consumers has a significant effect on the online shopping intentions

Internal Subjective Norm (ISN)

In addition to the perceived benefits factor, flexibility and ease of use of digital payments can be essential factors determining interest in using digital payment methods in online shopping (Ezeh and Nwankwo, 2018).

H3: During the pandemic, consumers' internal subjective norms are positively related to the halalness of online products.

External Subjective Norm (ESN)

The inclusion of the halal label aims to provide the consumers with halal protection and comfort for using the product statement (Yuswohady, 2015). Social media or websites that can build consumer trust through the stimuli presented can also influence the consumer buying interest statements (Hajli, 2014). The influence of external parties considered important was a significant factor in explaining the intention to use digital payment statements (Setiawan and Mahyuni, 2020; Venkatesh et al., 2016).

H4: During the pandemic, consumers' external subjective norms are positively related to the halalness of products purchased online.

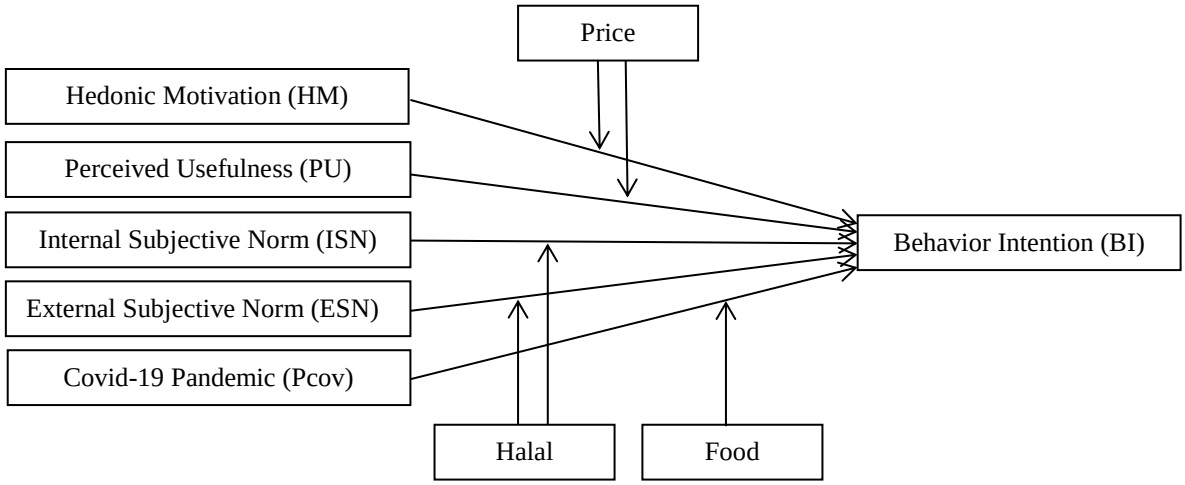


Figure 1. Research Framework of Online Shopping Motives

Covid-19 Pandemic (Pcov)

Online shopping with convenience, reliability, and shopping features and various payment channels, including contact-free digital payments, has been widely practiced during the COVID-19 pandemic (CP) to reduce direct physical contact in transactions and allow social distancing to be maintained. Hence the covid-19 pandemic is the perception of online shopping during the covid-19 pandemic. Baicu et al. (2020) stated that using the perception of CP with a single indicator, "CP affects my lifestyle." Furthermore, one of his research results stated a positive and significant relationship between CP perceptions of behavior toward mobile banking and internet banking statements (Baicu et al., 2020).

H5: The covid-19 pandemic that positively affects online shopping.

METHOD

The data collection technique was a purposive sampling technique using a questionnaire using google forms. The criteria of respondents did online shopping for MSMEs products during covid-19 pandemic and resided in Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, and Bekasi area or Jabodetabek for short. The questionnaire was distributed by snowballing technique through WhatsApp Groups among the writers' and enumerators' networks for two weeks in November 2021. Of the total respondents, 456 participated, but the ones that fit the criteria were 419 and used as samples.

Instruments research using questionnaires that employed normative, utilitarian, and hedonic constructs, namely, subjective norms, perceived usefulness, and hedonic motivation, and used behavioral intentions as the dependent variable of online shopping motive adopted from Koch et al. (2020). The perception of doing online shopping during the pandemic covid-19 using three indicators constructed the pandemic covid-19 variable using (Pasaribu 2022; 2021), the halal perception variable, and the perception of price variable using a single hand developed by writers. All variables were measured using a 5-point Likert scale ranging from "strongly disagree" to "strongly agree." The food variable was the dummy variable with a dichotomous value, 1 = the MSMEs product was food, and 0 = the SMEs product was the non-food product (Table 1).

The research was conducted using quantitative methods (Sugiyono, 2019). Multiple linear regression tests were t-test, F test, and Moderated Regression Analysis (MRA), calculated using the SPSS 26 application. The Moderated Regression Analysis (MRA) test or interaction test was carried out, in which the regression equation contains an element of interaction between two or more independent variables (Liana, 2009). Interaction of MRA between hedonic motivation and price, perceived usefulness and price, internal subjective norms and halal, external subjective norms and halal, covid-19 pandemic, and food variable, hence the moderating variables were the perception of price, the perception of halal and the dummy variable of the food product.

Table 1. Variable Operational Definitions of Online Shopping Motives

Variable	Indicator	Value
Hedonic Motivation (HM) (Koch et al., 2020)	Enjoying in doing shopping online Satisfying when purchasing MSMEs products online Entertaining in buying MSMEs products online	Likert scale
Perceived Usefulness (PU) (Koch et al., 2020)	Buying MSMES products online is useful. Purchasing online is easier. Purchasing online is efficient. Improving in doing shopping online	Likert scale
Internal Subjective Norm (ISN) (Koch et al., 2020)	People encourage shopping online. The importance people inspire purchasing online. Influence persons to support shopping online	Likert scale
External Subjective Norm (ESN) (Koch et al., 2020)	The news campaign in buying MSMEs products online. Mainstream media were calling for purchasing online. Public figures promote buying MSMEs products online	Likert scale
Covid-19 Pandemic (Pcov) (Pasaribu 2022; 2021)	Concerns about buying offline. The increase in the online marketplace Digital baking as a mode of online payment as lifestyles	Likert scale
Price (authors)	The importance of price when buying MSMEs product	Likert scale
Halal (authors)	The importance of halal when buying MSMEs product	Likert scale
Food	The product of MSMEs is food.	1 = Yes 0 = No
Behavior Intention (Koch et al., 2020)	Intending to buy online Intending to buy MSMEs products Willingness to do online shopping	Likert scale

RESULTS

Profile of Respondents

Table 2 summarized the sociodemographics of respondents. For better understanding, the profiles of respondents are grouped based on: Profession, Marital Status, Number of Children, Gender, Age, Education, Monthly Income, and area of residence of all respondents who shopped online for MSME products during the Covid-19 pandemic. Women, 66.11 percent, dominate respondents. 48.69 percent of respondents do not have children, and the remaining 51 percent already have children from one to more than four children. Based on age, the respondents were dominated by Generation Z, 40.57 percent. Based on education, 56 percent of respondents are dominated by Bachelor (S1) graduates. The income level was dominated by 22.20 percent of respondents earning more than Rp. 6,000,000, 22.72 percent have no-income status. Based on the domicile of residence, 65 percent of respondents are in Bogor, and the rest are in Jakarta, Bekasi, Depok, and Tangerang.

Table 2. Respondents' Profile of Online Shopping MSME products

Profile	Classification	N=419	
		nominal	%
Profession	Looking for work	15	3.58%
	Students	117	27.92%
	Employee	142	33.89%
	Business owners	48	11.46%
	Others	97	23.15%
Marital Status	Married	227	54.18%
	Single	192	45.82%
Number of children	None	204	48.69%
	1 child	38	9.31%
	2 children	63	15.04%
	3 children	62	14.80%
	4 children	36	8.59%
	>4 children	15	3.58%
Sex	Male	142	33.89%
	Female	277	66.11%
Age	< 15-year-old	4	0.95%
	16 - 20-year-old	73	17.42%
	21 - 25-year-old	97	23.15%
	26 - 30-year-old	31	7.40%
	31 - 40-year-old	81	19.33%
	41 - 50-year-old	111	26.49%
	51 - 60-year-old	19	4.53%
	>61-year-old	3	0.72%
Education	Middle School	10	2.39%
	High School	108	25.78%
	Diploma	42	10.02%
	Bachelor’s degree	236	56.32%
	Master’s degree	19	4.53%
	Doctoral Degree	4	0.95%
Income	< Rp.2 million	77	18.38%
	Rp.2 – 4 million	79	18.85%
	Rp.4 – Rp.6 million	79	18.85%
	> Rp.6 million	93	22.20%
	No income	91	21.72%
Domicile	Jakarta	60	14.32%
	Bogor	272	64.92%
	Depok	17	4.06%
	Tangerang	26	6.21%
	Bekasi	44	10.50%

Instrument Tests

The test for survey questionnaires was done on all independent variables except food and dependent variables. The food variable was a binary answer with values 1 and 0. Therefore there was no need to carry out research instrument tests. Validity test with a significance level of 0.05, where H0 is accepted if r count > r table, and H0 is rejected if r statistic r table (Sugiyono, 2019). Data processing tested can be seen in r-table 0.1966; the r-count of all tested variables shows the number > 0.1966, which means valid. The reliability test of the questionnaire uses the Alpha Cronbach formula, namely: if the results of the alpha coefficient > 60% or 0.6 significance rate, then the questionnaire is reliable, and if the alpha coefficient < 60% significance rate or 0.6, then the questionnaire is not reliable (Sugiyono, 2019). Based on the results of the calculation, the alpha coefficient is 0.811 > 0.6 significance rate, so it can be said that all instruments on the questionnaire are reliable.

Classical Assumption Tests

A classical assumption test was done for all variables except Food Variable. Heteroscedasticity test using the Glejser test or regression with the absolute value of residual. The decision is if the significance value (sig) > 0.05, and then there are no heteroscedasticity symptoms in the regression model. On the contrary, if < 0.05, there are heteroscedasticity symptoms in the regression model. The heteroscedasticity result showed that two variables, covid-19 pandemic and halal, have symptoms of heteroscedasticity. Based on the results of this heteroscedasticity test, the assumption test is not fulfilled. Still, considering a large number of samples and the results of the F test stating it is accepted, the statistical analysis technique is robust. However, the classical assumption test is not fulfilled (Alsa, 2015).

Multicollinearity test by looking at the tolerance value; if the tolerance value is more significant than 0.10, then there is no multicollinearity, also seen from the value of the variance inflation factor. If the value (VIF) smaller than 10.00, then there is no multicollinearity. From the result, it is known that the tolerance value is greater than 0.10, then for the variance inflation factor (VIF), the value is smaller than 10.00, and it can be said that there is no multicollinearity. Test the normality of the data with the P-P plot and Kolmogorov-Smirnov curve, where if the significance value is greater than 0.05, then the residual value is usually distributed. If the significance value is smaller than 0.05, then the residual value is not normally distributed. The calculation results for the normality test obtained the results of 0.200 greater than 0.05, and then the residual value is normally distributed.

Table 3. Regression Models of Behavior Intention of online shopping on MSME's product

Model Regression	Y	Independent Variables (X)
Model 1	BI	Pcov, HM, ISN, ESN, PU
Model 2	BI	Pcov, HM, ISN, ESN, PU, Hal, Price
Model 3	BI	Pcov, HM, ISN, ESN, PU, Hal, Price, Food
Model 4	BI	Pcov, HM, ISN, ESN, PU, Hal, Price, Food, ISN*Hal, Pcov*Food, HM*Price, ESN*Hal, PU*Price

Table 4. Regression Change on the Models

Reg. Model	R square	Adjusted R Square	R square change	Sig. F Change
Model 1	0.299	0.291	0.299	0.000
Model 2	0.314	0.302	0.015	0.012
Model 3	0.317	0.303	0.003	0.200
Model 4	0.357	0.336	0.040	0.000

Table 5. ANOVA of the Four Models of Regression

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	Decision of Model
Model 1	Regression	417.200	5	83.440	35.268	0.000	Accepted
	Residual	977.106	413	2.366			
	Total	1394.305	418				
Model 2	Regression	437.822	7	62.546	26.876	0.000	Accepted
	Residual	956.483	411	2.327			
	Total	1394.305	418				
Model 3	Regression	441.645	8	55.206	23.759	0.000	Accepted
	Residual	952.660	410	2.324			
	Total	1394.305	418				
Model 4	Regression	497.677	13	38.283	17.292	0.000	Accepted
	Residual	896.628	405	2.214			
	Total	1394.305	418				

Table 6. T-Test and MRA Test Of BI of Online Shopping of Msmes Products

Model	Variable	B	Std. Error	t	Sig.	Decision
Model 1	(Constant)	2.323	0.658	3.530	.000	-
	HM	0.129	0.057	2.249	.025	Accepted
	PU	0.237	0.050	4.691	.000	Accepted
	ISN	0.076	0.055	1.387	.166	Not Accepted
	ESN	0.149	0.062	2.408	.016	Accepted
	Pcov	0.074	0.059	1.267	.206	Not Accepted
Model 4	(Constant)	16.330	3.501	4.664	.000	-
	HM	-0.208	0.237	-0.880	.380	Not Accepted
	PU	0.184	0.238	0.774	0.439	Not Accepted
	ISN	-0.437	0.309	-1.415	0.158	Not Accepted
	ESN	-0.319	0.341	-0.934	0.351	Not Accepted
	Pcov	0.057	0.071	0.810	0.418	Not Accepted
	Price	-0.966	0.744	-1.299	0.195	Not Accepted
	Hal	-2.234	0.607	-3.684	0.000	Accepted
	Food	0.703	1.094	0.643	0.521	Not Accepted
	HM*Price	0.079	0.057	1.398	0.163	Not Accepted
	PU*Price	0.013	0.056	0.241	0.810	Not Accepted
	ISN*Hal	0.115	0.067	1.728	0.085	Not Accepted
	ESN*Hal	0.106	0.074	1.426	0.155	Not Accepted
	Pcov*Food	-0.040	0.091	-0.436	0.663	Not Accepted

Four Regression Models

The data analysis technique uses multiple linear tests to test the effect of independent variables on behavior intention (dependent variable). There are four models to analyze (Table 3). The four models were analyzed using regression and by adding the moderator variables.

The results of the regression analysis are presented in Table 4. The R square of the based model (Model 1), which had no moderator variables, was 0.299 or 29.9% with an adjusted R square of 0.291. Adding two moderator variables, Halal and Price (Model 2), gave a better R square 0.314 with the sig. F change was 0.012 less than 0.05, which meant the model resulted in a significant difference by adding moderator variables Halal and Price. Model 3 gave a higher R square 0.317 by adding a dichotomous food variable, but with no significant difference with Model 2 due to sig. F. Change bigger than 0.05, which was 0.200. The final model with the interaction of variables among the moderator variables (Model 4) provided the highest R square, 0.357, with an adjusted R square of 0.336. Model 4 also gave sig. F change 0.000 less than 0.05 meant the result showed a significant difference by adding the interaction with moderator variables: HM with Price, PU with Price, ISN with Hal, ESN with Hal, and Pcov with Food.

Analysis of variance (ANOVA) for the four models is presented in the Table 5. All the models gave a sig value below or less than 0.05. Therefore the decisions were all the models were good. The F tests resulted that all variables in each model proven simultaneously affected BI on online shopping for MSMEs products.

T-test is a test for a partial test of each variable affecting BI on each model presented in Table 6. Based model or Model 1 showed that all coefficients (Unstandardized B) were positive. Hedonic motivation, perceived usefulness, and external subjective norms were variables that significantly affected behavior intention (BI) on online shopping for MSMEs products at Jabodetabek. At the same time, internal subjective norms and covid-19 pandemic did not significantly influence BI. Robustness tests by adding moderator variables Halal and Price as Model 2 and then adding Food as Model 3 showed that the results of t-tests were the same: Hedonic motivation, perceived usefulness, and external subjective norms were significant variables that affected BI. Moderated Regression Analysis (MRA) was Model 4 by adding the interaction of independent variables with moderator variables (Table 6). The results partially showed no significant effect between independent interaction variables and moderator variables on the BI. However, based on Table 3 regression change, it could be seen that Model 4 gave the best R square and adjusted R square. It indicated although the moderator variables did not provide a significant effect partially, as a model, simultaneously, all variables and the interaction with the moderator variables gave significant differences. Therefore, price moderated hedonic motivation and perceived usefulness positively, and price positively moderated internal subjective norms and external subjective norms. It means that price and halal give stronger behavior intention towards online shopping on MSMEs products. Food variables negatively moderated the perception of covid-19 pandemic. It means that if the product of MSMEs is a Food product, it will weaken the behavior intention with the perception of the covid-19 pandemic.

DISCUSSION

Nexus between Hedonic Motivation and Intention on Online Shopping

The results obtained in this study showed that hedonic motivation affects the intention (BI) to shop online for MSME products during the COVID-19 pandemic. Consumers stated that they enjoyed and felt satisfied shopping online, and shopping online felt that they could be entertaining in the current COVID-19 pandemic. It is in line with the research by Koch et al. (2020), where it is known that hedonic motivation dominates utilitarian motivation in their respective relationships with purchase intentions, which are related to conditions that occur because of the COVID-19 pandemic, limited opportunities for recreation as a purpose of pleasure which during this pandemic could not be done. Therefore, consumers made online shopping a recreational pleasure activity. It is similar to the socio-demographics of this research that Generation Z and women dominate online shopping. According to previous research, young women have a high level of hedonic motivation (Koch et al., 2020). Ideas and adventure from the hedonic motivations aspects proved to have a significant effect on BI (Mikalef et al., 2013). It is

also in line with research (Zahra and Sanaji, 2021) that hedonic motivation significantly affects the repurchase intention. It implies that respondents shopping online for MSME products are motivated by hedonism. Therefore, MSME marketing communication in social media can capitalize on the hedonic motive of the customer by making trends viral, socializing, stressing the sense of adventure, and establishing the importance of social status. Some of the hedonics' motivations include giving surprise gifts or tankful cards to fulfill the enjoyment, satisfaction, and entertainment of the indicators of hedonic motivation during the online shopping of MSME's products. Some sellers have done this during the pandemic era, such as linen mask sellers, with surprise gifts like a sticker, pin, or key chain.

Nexus between Perceived Usefulness and Intention on Online Shopping

The results obtained in this study perceived usefulness affects the behavior of online shopping for MSME products toward the new normal era. Consumers stated that buying MSME products online during the covid-19 pandemic was very useful, made shopping activities more accessible and efficient, and felt that the right action was taken to shop online. This study's results align with the research by Koch et al. (2020) and Mikalef et al. (2013) that perceived usefulness significantly affects behavior intention. The aspect of perceived usefulness, such as product selection and information availability, must be provided by the MSME. Respondents feel that shopping online is advantageous, easier, and more efficient. Online shopping frequently improves familiarity with marketplace applications such as Shopee and Tokopedia. The majority of respondents are a person with income with married status; therefore, is motives of perceived usefulness of shopping online became important during the covid-19 pandemic and continue toward a new era.

Nexus between Subjective Norms (Internal/ External) and Intention Online Shopping

The outcomes found in this study showed that the internal subject norm is not proven to influence the behavior intention of shopping online for MSME products during the COVID-19 pandemic. This study's results align with research (Koch et al., 2020) that Internal Subjective Norms do not significantly influence behavior intention. A person's inner circle does not influence the intention of online shopping for MSMEs' products. The educational background of respondents can explain that the majority have higher education or at least a diploma (1-year Diploma, 2-year Diploma, or 3-year Diploma) holder. The higher of education, the more independent one's reasoning in shopping decisions.

On the contrary, the results obtained in this study showed that the external subject norms affect the behavior of online shopping for MSME products during the COVID-19 pandemic. Consumers stated that buying the MSME products online during the COVID-19 pandemic was driven by the latest news regarding the number of MSMEs switching to online stores, the latest issues on the social media about the latest economic developments, and the opinion of economists that online shopping is safer than traditional shopping or offline buying. Moreover, with the MSME campaign, the news in media, and the public figures summons on it, it proves empirically that respondents affect it and become the external subjective norm motives. This study's results align with research (Koch et al., 2020; Pasaribu, 2021 and Pasaribu and Kemora, 2022) that external subjective norms significantly influence behavior intention. Furthermore, the study aimed to explore how SMEs perceive QRIS, and the one factor influencing their intention to use the QRIS was external subjective norms (Setiawan and Mahyuni, 2020). The use of public figures, such mayor, governor, or president, for campaigning on buying MSME products can boost the external subjective norms motif of customers.

Nexus between the Covid-19 Pandemic and Intention Online Shopping

The results obtained in this study are that the Covid-19 pandemic was not proven to affect online shopping behavior for MSME products during the COVID-19 pandemic. It is not in line with research conducted by (Baicu et al., 2020) that the COVID-19 pandemic variable affects behavior intentions. In contrast to research (Pham et al., 2020) that the covid-19 pandemic can cause customers to switch to buying more online. It can be explained by research by Sumaedi et al. (2021), where the

perceived severity of covid variable has no effect on the stay-at-home variable, which was carried out in Jakarta in 2021. Baicu et al. (2020) conducted research at the beginning of the covid-19 pandemic.

Meanwhile, this research was conducted in early November 2021, when new normal conditions had been started. Consequently, the COVID-19 pandemic was no longer a condition that had a real influence on behavioral intentions in buying MSME products online, which was in line with research on BI on mobile banking usage (Pasaribu, 2021 and Pasaribu and Kemora, 2022). The more alternative payments for online shopping, such as mobile banking (transfer), e-wallet (Shopeepay, Gopay), e-credit (SPayLater, GoPayLater), and COD (cash on delivery) thus, customers do not need to go outside, stay at home, the more convenient for customers to do online shopping regardless the covid-19 pandemic.

Price as Moderating Variable

Price did not moderate Hedonic Motivation (HM * Price) and Perceived Usefulness (PU * Price). Price as an independent variable significantly affected the BI of GoFood online shopping (Hervina et al., 2021). Still, it was rejected as a moderator variable in this study, giving the same finding as this research. It can be explained by the sociodemography of respondents, where the professional percentage of respondents who are employed, self-employed, and others is 69% (excluding respondents who are students or looking for work). The incomes of respondents are higher than Rp.4 million. Therefore the price of MSME products is not an issue. Moreover, the price of MSME's products is relatively low or reasonable for middle to lower-income people. Therefore, price is empirically not an issue in buying MSME products.

Halal as Moderating Variable

The results obtained in this study show that the internal interaction between internal subject norm and halal (ISN * halal) is not proven to moderate the effect of the internal subject norm variable on behavior intention. This statement is explained by the profile of the respondents, where the majority have a bachelor's degree or above. Therefore respondents already have ISN inherited strongly due to a higher educational background. The external subject norm * halal interaction towards BI also has no significant value. It is supported by previous research that partial halal awareness does not significantly influence consumers' online purchasing decisions through GoFood in the Covid-19 pandemic era (Hervina et al., 2021).

MSMEs Food Product as Moderating Variable

Variable Food Product in the interaction with the covid-19 pandemic (Pcov * Food) gave a negative response, which meant that respondent has more concerned about buying food products online, although the effect is not significant. The knowledge of the dangers of the COVID-19 pandemic is thought to encourage young respondents, who are the majority in this research, to care about the coronavirus transmission to themselves and their families so that purchasing decisions are made without physical contact with the seller, which is online shopping. It can be explained further that the most respondents are women. Most female respondents make food purchasing decisions through online shopping due to being prudent about the COVID-19 pandemic. In the new era, online food sellers should consider complying with health protocols to anticipate the negative response if a new wave arises. The finding is in line with the research of Wahyuningsih et al. (2022) and Maulana et al. (2021) that the food product is a preference for shopping online MSMEs products.

The regression model resulted in 35.7% of R square. The research can explain 35% of the variables toward behavior intention online shopping of MSEM products at Jabodetabek. Other factors can be added, such as digital assets (social media, website and marketplace) mentioned in other research (Apriani et al., 2021).

IMPLICATIONS

Motives that affect Intention behavior on buying MSMEs products in the marketplace are hedonic motivation, perceived usefulness, and external subjective norms. Sellers in the marketplace can emphasize the fun of shopping online, such as by adding surprise gifts. Monetizing perceived usefulness can be done by adding the detailed benefits of products or services. Whereas the motive of external subjective norms by using a popular tagline or in line with the trend. External subjective norms for buying MSMEs' products use the government

campaign to boost the MSMES's economy. Food Products as moderating variable suggest that customers after the covid-19 pandemic are more aware of safety and health. Therefore, protocols for the covid-19 pandemic can be continued, such as information for the protection of food products and during delivery by the driver and stating clearly when purchasing food products online in the marketplace.

RECOMMENDATIONS

The condition of the COVID-19 pandemic that has occurred since late 2019 requires people to be more open to the virtual world. Technology development has made micro, small, and medium enterprises in marketing their products switch offline to online. The first suggestion is that the objects used in further research can use e-commerce, such as Shoppee, Tokopedia, Lazada, Bukalapak, GoFood, and others. The second suggestion is that the product can be specific, such as food only, cosmetics, clothes, drinks, drugs, and others, where consumers' level of halalness is still very much considered. The third suggestion is that the variables, such as digital assets, can still be redeveloped for online and offline shopping intentions. Lastly, for further research, the sampling technique can use random sampling.

The limitation is due to spreading the questionnaire by a snowballing technique based on the authors' and enumerators' networks. Snowballing technique limits to the general population. Thus the concentration of respondents is 72% having at least diploma education. The income of the respondent majority is higher than the minimum wage. Therefore, the finding of the research can rationalize basically to this characteristic of people.

CONCLUSIONS

Online shopping transactions are increasing during the covid-19 pandemic, but micro, small, and medium enterprises face several obstacles, one of which is a lack of demand for goods/services. The study aimed to see the nexuses of motives on behavior intention online shopping of MSME products in Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, and Bekasi (Jabodetabek) areas with Price, Halal, and Food Products as the moderator variables. Hedonic motivation, perceived usefulness, and external subjective norms had a positive and significant effect on behavior intention in online shopping. At the same time, internal subjective norms and covid-19 pandemic do not influence behavior intention on online shopping. Price as a moderator variable on Hedonic motivation and perceived usefulness do not have a significant influence; similarly, Halal is a moderate variable on the internal and external subjective norms. The interaction with Price and Halal as moderators has a positive effect. Oppositely, Food Product as a moderator variable of the pandemic covid-19 possessed a negative response, which meant that food product is a concern in covid-19 pandemic behavior intention in online shopping, even though it is not a significant nexus. Online sellers of MSMEs can capitalize on the motives of consumers in their strategy towards the new normal era as well as government and other stakeholders to boost the promotion of the MSME's products due to external subjective norms, having a significant effect.

REFERENCES

Agustian, Eri. 2013. Effect of Halal Label on Consumer Purchase Decision Study Case on Wall's Conello Products. *Journal of Management Studies Program*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesatuan Bogor, Vol. 1, No. 2. DOI: https://doi.org/10.37641/jimkes.v1i2.264.

Alam, S. S. and Sayuti, N. M. 2011. Applying the Theory of Planned Behavior (TPB) in Halal Food Purchasing. *International Journal of Commerce and Management*, 21 (1), pp. 8-20. DOI: https://doi.org/10.1108/10569211111111676.

Alfred, O. 2013. Influences of Price and Quality on Consumer Purchase of Mobile Phone in the Kumasi Metropolis in Ghana: A Comparative Study. *European Journal of Business and Management*, 5(1), pp. 179-199. DOI: https://doi.org/10.7176/EJBM.

Alsa, Asmadi. 2015. Kontroversi Uji Asumsi dalam Statistik Parametrik. *Buletin Psikologi*, 9 (1): pp. 18–22. DOI: https://doi.org/10.22146/bpsi.7437.

Apriani, S. Z. D., Kaban, R. F., and Pasaribu, P. N. 2021. The Digital Asset Contribution toward the MSME's Performance in Bekasi during COVID-19 Pandemic Era. *Ekonomi Bisnis*, 26(1), pp. 65-75.

Ath-Thawil, A. 2016. *Syubhat Membuat Galau*. Solo: Tinta Medina.

Badan Pusat Statistik. 2020. *Statistik E-Commerce 2020*. Indonesia: BPS Statistics.

Baicu, C. G., Gârdan, I. P., Gârdan, D. A., and Epuran, G. 2020. The Impact of COVID-19 on Consumer Behavior in Retail Banking. Evidence from Romania. *Management and Marketing*, 15(s1), pp. 534–556. DOI: https://doi.org/10.2478/mmcks-2020-0031.

Bulan, T. P. L. 2016. The Effect of Halal Labeling on Decisions Purchase of Sausage at Kuala Simpang, Aceh Tamiang Regency. *Journal of Management and Finance*, Vol. 5. No. 1. DOI: https://orcid.org/0000-0002-8340-5681.

Delafrooz, N., Paim, L. H., and A. Khatibi. 2010. Students' Online Shopping Behavior: An Empirical Study. *Journal of American Science*, 6(1), pp. 137-147. DOI: http://www.dx.doi.org/10.7537/marsjas060110.18.

Ezeh, P. C. and Nwankwo, N. 2018. Factors that Influence the Acceptance of Mobile Money in Nigeria. *Journal of Research in Marketing*, 8(2), pp. 684. DOI: http://dx.doi.org/10.17722/jorm.v8i2.217.

Ha, N. T., Nguyen, T. L. H., Pham, T. V., and Nguyen, T. H. T. 2021. Factors Influencing Online Shopping Intention: An Empirical Study in Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics, and Business*, Vol. 8, No. 3, pp. 1257–1266. DOI: https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.1257.

Hajli, Nick M. 2014. A Study of the Impact of the Social Media to Consumer. *International Journal of Marek Research*, Vol 56. Issue 3. pp. 387-404. DOI: https://doi.org/10.2501%2FIJMR-2014-025.

Harahap, D. A. 2018. Perilaku Belanja Online di Indonesia: Studi Kasus. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 9(2), pp. 193–213. DOI: https://doi.org/10.21009/jrmsi.009.2.02.

Hartanto, Airlangga. 2021. *Pembiayaan UMKM*. (Cetakan ke-1). Depok: Raja Grafindo Persada.

Hervina, R. D., Kaban, R. F., and Pasaribu, P. N. 2021. Pengaruh Kesadaran Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Gofood di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal INOVATOR Magister Manajemen Pascasarjana UIKA*, 10(2), pp. 133–140. http://ejournal.uika-bogor.ac.id/index.php/INOVATOR/index.

Jusoh, Z. M. and Ling, G. H. 2012. Factors Influencing Consumer's Attitude towards E-Commerce Purchases through Online Shopping. *International Journal of Humanities and Social Science*, Vol. 2, No. 4, pp. 223-230. https://www.ijhssnet.com/journals/Vol_2_No_4_Special_Issue_February_2012/27.pdf.

Kenesei, Zsofia and Todd, Sarah. 2003. The Use of Price in the Purchase Decision. *Journal of Empirical Generalisations in Marketing Science*, Vol. 8, No. 1: pp. 1-21. https://www.researchgate.net/publication/242169560_The_Use_of_Price_in_the_Purchase_Decision.

Kim, H. S. 2006. Using Hedonic and Utilitarian Shopping Motivations to Profile Inner City Consumers. *Journal of Shopping Center Research*, 13 (1), pp. 57-79. https://www.researchgate.net/publication/239848328_Using_Hedonic_and_Utilitarian_Shopping_Motivations_to_Profile_Inner_City_Consumers.

Koch, J., Frommeyer, B., and Schewe, G. 2020. Online Shopping Motives during the COVID-19 Pandemic—Lessons from the Crisis. *Sustainability (Switzerland)*, 12(24), pp. 1–20. DOI: https://doi.org/10.3390/su122410247.

Kotler. P and Armstrong, G. 2012. *Principles of Marketing*. Jakarta: Indeks.

Kwek, C. L., Lau, T., Chai, H., and Piew, T. 2010. The Effects of Shopping Orientation, Online Trust and Prior Online Purchase Experience toward Costumers' Online Purchase Intention. *International Business Research*, 3(3), pp. 63-74. DOI: https://doi.org/10.5539/ibr.v3n3p63.

Liana, L. 2009. Penggunaan MRA dengan SPSS untuk Menguji Pengaruh Variabel Moderating terhadap Hubungan antara Variabel Independen dan Variabel Dependen. *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK*, XIV(2), pp. 90–97. https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/fti1/article/view/95/90.

Maulana, S., Najib, M., and Sarma, M. 2021. Ana-

lysis of the Effect of Marketing Mix on Consumer Trust and Satisfaction on Online Purchasing of Organic Food During the Outbreak of the Covid-19. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 19(2), pp. 257–71. DOI: https://doi.org/10.21776/ub.jam.2021.019.02.03.

Mikalef, P., Giannakos, M., and Pateli, A. 2013. Shopping and Word-of-Mouth Intentions on Social Media. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 8 (1), pp. 17–34. DOI: https://doi.org/10.4067/S0718-18762013000100003.

Morwitz, V. G., Steckel, J. H., and Gupta, A. 2007. When do Purchase Intentions Predict Sales. *Int. J. Forecast*, 23(3), pp. 347-364. DOI: https://doi.org/10.1016/j.ijforecast.2007.05.015.

Pasaribu, Popy Novita. 2021. The Nexus of Covid-19 Pandemic and Behavioral Intention in Using Mobile Banking among Students. *Duconomics Sci-Meet (Education & Economics Science Meet)*, 1, pp. 402–13. DOI: https://doi.org/10.37010/duconomics.v1.5487.

Pasaribu, Popy Novita. 2022. The Effect of the COVID-19 Pandemic and Utaut2 in Adopting Mobile Banking at Jakarta. *Manajemen*, 13(1), pp. 1–14. DOI: https://doi.org/http://dx.doi.org/10.32832/jm-uika.v13i1.4792.

Pasaribu, P. N. and Kemora, A. N. 2022. Behavior Intention of Digital Banking Adoption UTAUT2 and Covid-19 Pandemic as Factors. *In The Strategy of Digitalization in Business for Gaining Competitive Advantages after Pandemic*, pp. 327–35. http://eprints.perbanas.ac.id/9352/.

Pham, V. K., Do Thi, T. H., and Ha Le, T. H. 2020. A Study on the COVID-19 Awareness Affecting the Consumer Perceived Benefits of Online Shopping in Vietnam. *Cogent Business and Management*, 7(1), pp. 1–17. DOI: https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1846882).

Sari, Chacha Andira. 2015. Online Shopping Behavior among Anthropology Students at Airlangga University. *Journal AntroUnairdotNet*, Vol. 4 No. 2. https://journal.unair.ac.id/AUN@perilaku--berbelanja-online-di-kalangan-mahasiswi-antropologi-universitas-airlangga-article-8924-media-134-category-8.html.

Schiffman, L. G. and Kanuk, L. L. 2000. *Consumer Behavior*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

Setiawan, I. W. A. and Mahyuni, L. P. 2020. QRIS di Mata UMKM: Eksplorasi Persepsi dan Intensi UMKM Menggunakan QRIS. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 10, pp. 921. DOI: https://doi.org/10.24843/eeb.2020.v09.i10.p01.

Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.

Sumaedi, S., Bakti, I. G. M. Y., Rakhmawati, T., Widianti, T., Astrini, N. J., Damayanti, S., Massijaya, M. A., and Jati, R. K. 2021. Factors Influencing Intention to Follow the "Stay At Home" Policy during the COVID-19 Pandemic. *International Journal of Health Governance*, 26(1), pp. 13–27. DOI: https://doi.org/10.1108/IJHG-05-2020-0046.

Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., and Xu, X. 2016. Unified Theory of Acceptance and use of Technology: A Synthesis and the Road Ahead. *Journal of the Association for Information Systems*, 17(5), pp. 328– 376. DOI: https://doi.org/10.17705/1jais.00428.

Wahyuningsih, H. N., Roostika, R., and Yeni, Y. H. 2022. An Examination of Customer Satisfaction toward Online Food Shopping During Covid-19 Pandemic. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, Vol. 20, No. 2, pp. 231–41. DOI: https://doi.org/10.21776/ub.jam.2022.020.02.02.

Yuswohady. 2015. *Marketing to the Middle-Class Muslim- Recognize the Changes, Understand His Behavior, and Map the Strategy*. Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama.

Zahra, N. and Sanaji, S. 2021. Peran Moderasi Motivasi Hedonis pada Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Niat Penggunaan Ulang Layanan Dompet Elektronik di Kalangan Milenial. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(1), pp. 57. DOI: https://doi.org/10.26740/jim.v9n1.p57-67.

Manager : Jurnal Ilmu Manajemen, 6 (4) (2023) 78-85

Published by: Universitas Ibn Khaldun

Journal homepage: http://ejournal2.uika-bogor.ac.id/index.php/bidik/about

E-ISSN : 2655-0008. P-ISSN : 2654-8623

EXPECTED VALUE METHOD OF INFORMATION AND LOST OPPORTUNITIES AS A DECISION-MAKING TOOL

Setio Pramono, Sri Wahyuni, Fahrudin, Viona Santi Mulya

Universitas Ibn Khaldun Bogor

Corresponding author email : setio@uika-bogor.ac.id

Abstract

The Expected Value of Information and Opportunity Cost methods have become increasingly popular tools in strategic decision-making. In the context of decision-making, comprehensive information is crucial. If the information is incomplete or based on assumptions, decision-makers will struggle to make precise and clear decisions. Therefore, the concept of probability or likelihood needs to be applied to align with future consequences. Decision-making involves challenging aspects, such as responses to competitors and inflation indices that can affect various aspects within an organization. One form of decision-making involves conditions of risk that must be prepared for. In this scenario, two main criteria exist: Expected Value and Opportunity Loss, providing consistent results. This implies that the application of both methods has been utilized to make the best decisions and can enhance the decision-making process in various contexts. In the analysis of the expected value of information, we explore how the collection of additional information can influence the final decision. On the other hand, in the concept of opportunity cost, we measure the cost of alternative decisions not taken. The integration of these two methods offers a comprehensive and holistic perspective on the decision-making process.

Keywords: *Expected pay off, Opportunity loss, Decision making*

Introduction

In today's digital age, smart decision-making is the key to success. There is so much information available on the internet that we must have an effective method to filter and use the information. One method that is becoming increasingly popular is the Expected Value of Information and Lost Opportunities Method. Decision-making is an integral part of every aspect of life, especially in the context of business and management. In an effort to improve the quality of decisions, decision makers often seek more sophisticated and effective methods. In this regard, the Expected Value of Information and Lost Opportunity Methods offer an innovative approach. Therefore, by understanding and applying these two methods, organisations can minimise uncertainty and maximise the outcome of strategic decisions.

Research Method

This research utilised both qualitative and quantitative approaches (Creswell, 2017) to explore the potential application of the Expected Value of Information and Missed

Opportunities methods in various decision scenarios. Data were collected through a combination of interviews with business/industry practitioners, case studies, and historical data analysis as a secondary data source (Sugiyono, 2017). This research also involves mathematical modelling to calculate the expected value of information and lost opportunities in specific decision-making situations.

Result and Discussion

Definition

Decision-making is the result of a continuous process of communication and participation of the whole organisation (Kadarsah, 1998: 13). Decision making is a task that must be carried out by a manager to reach a conclusion, this is in line with the opinion that decision making must focus on the main problem of choosing certain alternatives to an activity (Cooke, 1991: 4).

A decision can be seen as an act of correction for the implementation of activities that deviate from the original plan. This needs to be done if after the decision is taken and implemented, it turns out that there is a deviation that can cause great losses if it is maintained, so there should be a new decision that can improve the old decision (Ibid, 2003: 1).

In decision making, information is needed, if the information is incomplete or the data is only an estimate, then the decision maker will make a decision in a state of uncertainty and to measure this uncertainty, the concept of probability value must be used (Mulyono, 1998: 1).

The first stage in the decision approach requires the identification of all decision alternatives. For decisions under risk conditions, we also need to identify each condition that may occur along with the probability value that shows the chance of each condition occurring. From these two factors, an output will be produced which is the result of the selection of each alternative for a certain condition, which we can arrange in a matrix of outputs / results commonly referred to as conditional value because it is the result of alternative selection that depends on the fairest conditions (Op.cit, 1998: 21).

According to Hastie, R., & Dawes, R. M. (2001) and Sunardi, S. (2018) it can be concluded that there are steps in the Expected Value Method of Information and Lost Opportunities:

1. Identification of Required Information.

   The first step in applying this method is to identify relevant and necessary information for decision making. This can include data, facts, and current trends that can affect the outcome of the decision.

2. Expected Value Assessment

Once the information has been identified, the next step is to assess the expected value of each possible option. This involves an in-depth analysis of the potential positive outcomes of each scenario.

3. Evaluation of Lost Opportunities

Next, the method entails evaluating the lost opportunities or potential losses that may occur if a decision is not taken. This provides an additional dimension to the decision-making process.

4. Decision Making

Based on the expected value assessment and lost opportunity evaluation, the final step is wise decision-making. By considering both aspects, this method provides a solid basis for making an informed and balanced decision.

Expected Value of Information

A decision selection that can be done easily and logically is to try to produce the maximum amount of expected profit, using the Expected pay off (EP) method. The Expected pay off (EP) of an alternative is defined as the sum of all possible pay offs, with each one attached. In general, the Expected pay off (EP0 of an alternative can be informed as follows (Ibid, 1998: 302):

$$EP\ (Ti) = \sum_{j=1}^{n} a_{ij} . p_j$$

In this example, a children's game maker must choose one of three designs, let's call it design A, B, C. The profit from the sale (payoff value) depends on the demand, which is increasing, stable, and decreasing, with probability 0.20; 0.70; 0.10, respectively.

If he chooses design A, it turns out that demand is increasing steadily and decreasing, the amount of profit is Rp 650,000, - Rp 400,000 and Rp 25,000, if he chooses design B, it turns out that demand is increasing steadily and decreasing, the amount of profit is Rp 740,000, Rp 440,000, and – Rp 10,000, - if he chooses design C, it turns out that demand is increasing steadily and decreasing, the amount of profit is Rp 750,000, - Rp 400,000 (= loss), - Rp 125,000 (loss). Using the criterion of the largest expected value of payoff (maximum), which design will be chosen?

Table 1. Decision Making Technique

Request / Design	Increased (0,20)	Stable (0,70)	Decrease (0,10)
Design A	650.000	400.000	250.000
Design B	740.000	440.000	- 10.000
Design C	750.000	- 400.000	-125.000

Source : Decision Making Technique (Ibid, 1998:305)

EP (D.A) = 650.000(0,20) = 400.000 (0,70) + 25000 (0,10) = 412.000

EP (D.B) = 740.000 (0,20 = 440.000 (0,70) + -10.000 (0,10) = 455.000

EP (D.C) = 750.000 (0,20) = (400.000)(0,70) + (-125.000)(0,10) = 417.500

Since the NHP (D.B) is largest, design B should be chosen, on the average, it is expected to achieve a profit of IDR 455,000. much greater than designs A and C.

Indifference probability

Returning to the example above, we copy the following decision making table again:

Table 2. Payoff table or decision table (smu = currency unit)

Action	Growth Rate	
	Increase (0.30)	Decrease (0,70)
Deposting	1000 smu	250 smu
Buying Share	600 smu	400 smu

Source : Decision Making Technique (ibid, 1998:305)

Based on the criteria of the largest expected payoff value, we should choose alternative A, which is depositing money with an expected payoff value of 475 smu. In this example we know that the probabilities are 0.40 and 0.70 for an increasing and decreasing economic growth rate respectively.

Now the question is what is the probability that the economic growth rate increases or that the payoff value is the same for alternative one (depositing) or alternative two (buying stocks). Such probabilities are called in difference probabilities.

For example PA = probability of alternative A PB = probability of alternative B PB = 1-PB because PA + PB = 1

Table 3. Probability Alternative

Action / Event	K1 PA	K2 (1-PA)
T1	1000	250
T2	600	400

EP (T1) = 1000 (PA) + 250 (1-PA) = 1000 PA + 250 – 250 PA

EP (T2) = 600 (PA) + 400 (1-PA) = 600PA + 400 – 400 PA

750 PA + 250 – 200 PA + 400

550 PA = 150 PA = 3/11 = 0,27

PB = 1 – 0,27 = 0,73

So in the probability that the economic growth rate increases by 0.27 or 27% and decreases by 0.73 or 73, it makes no difference whether we choose alternative (action) T1 or T2 because the expected value of payoff is the same for both. However, if PA>0.27 the city will choose T1 (depositing) and if PA<0.27 we will choose T2 (buying shares).

As we know the expected value of payoff is a very important decision criterion in the presence of risk. It should be explained here that the expected value of payoff is the average value not the actual individual payoff value as the value of the decision outcome. In the above example EP(T1) =475 smu, is only an average value because the decision outcome can reach 1000 smu if the economic growth rate increases with probability 0.30 or only 250 smu if it decreases with probability 0.30.

If the decision problem is repetitive in nature. the same problem will occur repeatedly in the long run. therefore we try to maximise the long-term pay off. The expected value of payoff is a valid criterion for decisions in the presence of risk (Ibid. 1998: 3070.

Lost Opportunity Value

In practice, the question always arises as to whether there is any benefit in buying information to improve decisions. A resource in the form of manpower and costs in the form of money and equipment, is needed to obtain information through random sample research and hypothesis testing on matters that we consider necessary, especially those concerning important decisions. In the following, we will discuss the value of information and for this we need the concept of opportunity loss, which is the same as opportunity cost (Ibid, 1998: 307).

Suppose we see each possible outcome as a difference between the action we take or the alternative we choose and an action with a better outcome. For example, choosing action 1 (=t1), the profit obtained is only 10 million, but if the action chosen is the second action (= t2) the profit reaches 15 million. If you choose t1, you will lose the opportunity to get a higher profit of Rp 15 - 10 million = 5 million. However, if you choose t2, you will not lose the opportunity because what is lost is Rp 1-5 million = Rp 0 million.

So in this case it can be defined the opportunity loss value for an outcome is the amount of payoff lost due to not choosing an alternative or action with the largest payoff for uncertain events that actually occur.

An example of a drink peddler who stands in front of SMP Negeri 7 Bogor City selling types of drinks, can choose one of 4 types, namely coca cola, ice tape sticky rice, squeezed oranges, ice cendol. The sales results of each type of drink are highly dependent on the weather conditions, namely good weather with a probability of 0.60 and bad weather with a probability of 0.40.

If selling coca cola, good weather results in sales of 1,200 smu and if the weather is bad, sales of 150 smu.

If selling glutinous ice tape, good weather results in sales of 800 smu and if bad weather sales of 400 smu.

If selling ice orange juice, good weather results in sales of 400 smu and if the weather is bad, sales of 800 smu.

If selling ice cendol, good weather results in sales of 500 smu and if bad weather sales of 500 smu.

Table 4. Payoff table

Event / alternative	Good Weather (0,60)	Bad Weather (0,40)
Coca cola (t1)	1.200	150
Glutinous ice tape (t2)	800	400
Squeezed oranges (t3)	400	800
Ice cendol (t4)	500	500

Here there is an opportunity loss. If in case of good weather the senate sells oranges squeezed to reach 400 smu, whereas if selling coca cola sales reach 1200 smu, this is the best alternative, when the weather is good so lose the opportunity to earn (1200- 400) smu = 800 smu.

If selling ice cendol, the sales result is 500 smu, losing the opportunity to earn (1200 - 500) = 700 smu.

If the weather is bad, the best alternative is to sell squeezed oranges. If it is decided to sell coca cola, it will lose the opportunity of (800 -150) smu = 650 smu, while if you sell es cendol, you will lose the opportunity of (800 - 500) smu = 300 smu. Thus we obtain the following table of opportunity loss (Ibid, 1998: 311):

Table 5. Opportunity loss table

Event / alternative	Good Weather (0,60)	Bad Weather (0,40)
Coca cola (t1)	0	650
Glutinous ice tape (t2)	400	400
Squeezed oranges (t3)	800	0
Ice cendol (t4)	700	300

The results of the calculation of expected loss (=EL) for each alternative are as follows: EL (t1) = 0 (0.60) + 650 (0.40) = 260 smu

EL (t2) = 400 (0.60) + 400 (0.40) = 400 smu

EL (t3) = 800 (0.60) + 0 (0.40) = 480 smu

EL (t4) = 700 (0.60) + 300 (0.40) = 540 smu

It turns out that EL (t1) is the smallest, so alternative (t1) is chosen, meaning that the senate decided to sell coca cola.

If we use the largest expected pay off as a criterion for choosing, then we must calculate the expected payoff for all alternatives and we choose the alternative with the largest expected.

EL (t1) = 1200 (0.60) + 150 (0.40) = 780

EL (t2) = 800 (0.60) + 400 (0.40) = 640

EL (t3) = 400 (0.60) + 400 (0.40) = 400 smu

EL (t4) = 500 (0.60) + 500 (0.40) = 500 smu

It turns out that EL (t1) is the largest so alternative (t1) is chosen, meaning that the senate decides to sell coca cola, either using the largest expected payoff criterion or the smallest expected loss. The decision taken remains the same, namely the senate selling coca cola (Ibid, 1998: 312).

Conclusion

Satisfaction taken by a person is influenced by his view of the situation at hand. Everyone can make decisions that will always relate to possible conditions in the future. This is due to the consequences of a decision that will be experienced in the future. This decision-making condition involves various aspects that cannot be known and are difficult to predict, such as the reaction of certain competitors who move quickly or the level of inflation that can affect the finances of an organisation. Managers in making decisions will be faced with at least three decision-making conditions, namely decision conditions in certainty, risky decision conditions and uncertainty decision making.

The Expected Value of Information and Lost Opportunity methods present a very effective tool to support the decision-making process. By combining expected value of information and lost opportunities, this method helps in making better, more accurate, and more informed decisions.

References

Brown, A., & Johnson, L. (2020). "Opportunity Cost Analysis: A Comprehensive Guide." Strategic Management Journal, 25(4), 567-589.

Bryman, A. (2016). Social Research Methods. Oxford University Press.

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. Sage Publications.

Hastie, R., & Dawes, R. M. (2001). "Rational Choice in an Uncertain World: The Psychology of Judgment and Decision Making." SAGE Publications.

Kamaluddin, Drs, MM, (19930, Pengambilan Keputusan Manajemen, Penerbit Dioma Malang, edisi Pertama.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook. Sage Publications.

Prawirosentono, Suyad, (2002), Strategi Keputusan Bisnis, penerbit Bumi Aksara Jakarta.

S. Mulyono, (1996), Teori Pengambilan Keputusan, Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, edisi revisi.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). Research Methods for Business: A Skill-Building Approach. John Wiley & Sons.

Smith, J. (2019). "Decision Making in Uncertain Environments: The Role of Expected Value of Information." Journal of Decision Analysis, 10(2), 123-145.

Sunardi, S. (2018). "Pengambilan Keputusan Bisnis." Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Supratno, J. M.A. (1991), Teknik Pengambilan Keputusan, penerbit Rineka Cipta Jakarta.

Wang, Q., & Chen, H. (2021). "Integrating Expected Value of Information and Opportunity Cost in Decision Making." International Journal of Business Decision Making, 15(3), 301-318.

Yin, R. K. (2018). Case Study Research and Applications: Design and Methods. Sage Publications.

JURNAL MENATA VOL.2.NO.1. MEI 2023 P-ISSN 2829-5999
DOI: 10.59193 E-ISSN 2829-6087

PENGARUH KUALITAS PRODUK MINUMAN KOPI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI RIMBUN KOPI BATAM

Hastuti Rebeca Talaksoru[1]
Politeknik Pariwisata Batam. Program Studi Manajemen Tata Hidangan
2018020022@student.btp.ac.id
Siska Amelia Maldin[2]
Politeknik Pariwisata Batam. Program Studi Manajemen Tata Hidangan
siskamaldin982@gmail.com

ABSTRAK

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) yang diharapkan. Kepuasan konsumen dapat dikatakan tercapai apabila dipengaruhi hasil kualitas yang baik. Penelitian ini dilakukan pada Rimbun Kopi Batam yang berlokasi di Jl. Raja H.Fisabilillah No.7, Tlk. Tering, Kec. Batam Kota, Kota Batam. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk minuman kopi terhadap kepuasan konsumen di Rimbun Kopi Batam. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantatif dengan metode asosiatif menggunakan regresi linear sederhana dengan progres SPSS 26.0. Sampel penelitian ini sebanyak 99 responden yang merupakan konsumen di Rimbun Kopi Batam. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menyebar angket. Dari uji t yang sudah dilakukan dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara variabel kualitas produk terhadap kepuasan konsumen secara parsial yaitu dengan perbandingan nilai t_{hitung} lebih besar daripada t_{tabel} yaitu 4.137> 1,984. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas produk yang diteliti dalam penelitian ini memiliki kontribusi sebesar 15% untuk menjelaskan perubahan-perubahan yang terjadi dalam kepuasan konsumen, sisanya sebesar 85% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dianalisis dalam model penelitian ini.
Kata kunci: Kualitas produk, kepuasan konsumen

ABSTRACT

Consumer goals are a person's feelings of pleasure or disappointment that arise after the expected performance (result). Consumer satisfaction can be said to be achieved if the results are of good quality. This research was conducted at Rimbun Kopi Batam, which is located on Jl. Raja H.Fisabilillah No.7, Tlk. Tering, district. Batam City, Batam City. This study aims to determine the effect of the quality of coffee beverage products on consumer satisfaction at Rimbun Kopi Batam. The type of research used is quantitative research with associative method using simple linear regression with SPSS 26.0 progress. The sample of this research is 99 respondents who are consumers in Rimbun Kopi Batam. The sampling technique used accidental sampling technique. The data collection method used in this research is by distributing questionnaires. From the t test that has been done it can be concluded that there is a relationship between the variables of product quality to partial consumer satisfaction, namely with a ratio of thitung values greater than ttabel which is 4,137> 1,984. These results showed that the quality of the products studied in the study contributed 15% to explaining the changes in consumer satisfaction, the remaining 85% was affected by other variables not analyzed in the study model.
Keywords: *product quality, customer satisfaction*

PENDAHULUAN

Dalam masa modern ini, persaingan dalam bidang industri pariwisata berjalan sangat cepat dan ketat dalam mencapai keberhasilan suatu bisnis. Kementrian Investasi (2017) mengatakan bahwa industri pariwisata terbilang cukup signifikan bagi perekonomian negeri dengan meningkatnya jumlah wisman tiap tahunnya. Dari peningkatan tersebut berdampak kepada Pulau Batam karena letak geografis yang strategis, yang berada dilintasan kapal yang padat didunia yaitu Selat Malaka dan Singapura. Bidang industri pariwisata memiliki beberapa jenis usaha yang meliputi: bisinis hotel, biro perjalanan wisata, bisnis kuliner dan lainnya.

Bisnis kuliner adalah jenis usaha yang bergerak dibidang makanan dan minuman. Perkembangan bisnis kuliner tiap tahunnya selalu meningkat, dengan demikian dapat

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional.

membuat bisnis dibidang kuliner bersaing cukup ketat antara satu dan yang lainnya. Ada beberapa hal yang menyebabkan terjadinya risiko yang cukup besar dalam menjalankan bisnis kuliner saat ini diantaranya adalah ketidakpuasan konsumen terhadap kualitas makanan dan minuman serta pelayanan yang diberikan. Oleh sebab itu suatu perusahaan dituntut untuk mengetahui dan memahami apa yang menjadi kebutuhan konsumen, karena dalam memahami apa yang dibutuhkan konsumen perusahaan dapat mempersiapkan dan merancang suatu strategi pemasaran agar dapat memperoleh kepuasan dari konsumen. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen sangat berpengaruh terhadap berjalannya suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Berdasarkan pengalaman yang diperoleh dari konsumen akan menciptakan nilai-nilai tertentu. Pengalaman tersebut dapat menjadi suatu tolak ukur bagi konsumen yang melakukan perbandingan terhadap beberapa produk makanan dan minuman yang pernah dikonsumsinya. Saat ini salah satu produk minuman yang cukup diminati oleh banyak kalangan adalah minuman kopi. Kopi merupakan salah satu komoditas di dunia yang dibudidayakan lebih dari 50 negara. Dua varietas pohon kopi yang dikenal secara umum yaitu Kopi Robusta (Coffea canephora) dan Kopi Arabika (Coffea arabica). Prediksi menurut Goolive.id tingkat konsumsi kopi di Indonesia pada tahun 2021 mencapai 370 ribu ton. Tidak hanya sekedar penghilang rasa kantuk, minum kopi kini sudah menjadi tradisi dan trend dibeberapa kalangan. Riset Independen Toffin menemukan tujuh faktor yang mendorong pertumbuhan bisnis kedai kopi di Indonesia yang pertama, kebiasaan (budaya) nongkrong sambil ngopi. Kedua, meningkatnya daya beli konsumen kelas menengah dan harga *ready to drink coffee* dikedai *modern* yang lebih terjangkau. Ketiga, dominasi populasi anak muda di Indonesia yang menciptakan gaya hidup baru dalam mengonsumsi kopi. Keempat, kehadiran media sosial yang memudahkan pebisnis kedai kopi melakukan aktivitas marketing dan promosi. Kelima, kehadiran *platform ride hailing(gofood/grabfood)* yang memudahkan proses penjualan. Keenam, rendahnya *entries barriers* dalam bisnis kopi yang ditunjang dengan ketersediaan pasokan bahan baku, peralatan (mesin kopi), dan sumber daya untuk membangun bisinis kedai kopi. kemudian yang terakhir adalah margin bisnis kedai kopi yang relative cukup tinggi.

Upaya untuk menarik dan mendapatkan konsumen yang banyak dilakukan agar usaha dibidang makanan dan minuman bisa menjadi yang terdepan diantara usaha dibidang lainnya. Hal ini sangat penting dilakukan karna salah satu keberhasilan suatu usaha dapat dilihat dari kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul yang dikarenakan membandingkan kinerja yang dipersepsikan suatu produk terhadap ekspektasi mereka dan tindakan yang dilakukan konsumen. Perasaan senang atau kecewa tersebut berasal dari dalam diri konsumen melalui kualitas suatu produk, harga dan lokasi yang dirasakan, karena hal tersebut sangat berpengaruh penting terhadap kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian. Konsumen cenderung lebih memilih untuk membeli produk dengan kualitas yang baik, harga terjangkau dan tentunya lokasi yang strategis dan mudah dijangkau konsumen.

Salah satu industri yang menjual minuman kopi di Batam yang cukup populer saat ini adalah Rimbun Kopi yang berlokasi di Jl. Raja H.Fisabilillah Ruko Hupseng Blok C No.7, Tlk. Tering, Kec. Batam Kota,

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional.

Kota Batam. Berdasarkan hasil rating di google review Rimbun kopi mendapatkan bintang dengan rating 4,6 dan ulasan sebanyak 279 ulasan. Dari beberapa ulasan yang ada terdapat 26 ulasan dengan bintang 3 yang terkait dengan menu yang kurang variatif dan penyajian pesanan yang cukup lama, hal ini tentu saja berpengaruh terhadap dimensi kualitas produk yaitu *asthethic* dan *serviceabilty*.



Gambar 1.1 Rating di Google review
Sumber: Google review

Terlepas dari hal tersebutRimbun Kopi tetap menyajikan berbagai varian minuman kopi hingga makanan berat dengan cita rasa yang cukup baik. Olahan minuman kopi tersebut dibuat dari biji kopi yang *diroasting* sendiri di Rimbun Kopi yang menciptakan rasa segar dan berbeda dari tempat kopi lainnya.Rimbun Kopi memiliki beberapa alat atau mesin kopi yang cukup memadai dalam mengolah minuman kopi sehingga dapat menjamin kualitas produk minuman kopi yang baik.Biji Kopi yang dijual di Rimbun Kopi kualitasnya termasuk dalam kualitas menengah keatas, hal itu dibuktikan dari rasa yang dihasilkan dari olahan biji kopi tersebut.Ada beberapa varian biji kopi yang ditawarkan oleh rimbun kopi untuk mengolah minuman kopi dengan menggunakan metode *manual brew* yaitu, Sukabumi, Waerabo, Bajawa Flores. Adapun menu kopi yang terlaris adalah Rimbun Ice Kopi.Rimbun Kopi juga menyediakan fasilitas yang cukup memadai sehingga banyak konsumen yang datang berulang. Hal ini dibuktikan pada gambar grafik kunjungan di Rimbun Kopi selama enam bulan yang dimulai dari Maret 2021 sampai dengan Agustus 2021 sebanyak 17.987 orang.



Gambar 1.2 grafik kunjungan konsumen di Rimbun Kopi Batam.
Sumber : Rimbun Kopi Batam (2021).

Tabel 1.1 Data Pengunjung Rimbun Kopi 6 Bulan Terakhir.

Bulan	Total Pengunjung
Maret	3.412
April	2.545
Mei	3.241
Juni	3.157
Juli	2.118
Agustus	3.514

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat dikemukakan rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana kualitas produk minuman kopi di Rimbun Kopi Batam?
2. Bagaimana pengaruh antara kualitas produk minuman kopi terhadap kepuasan konsumen di Rimbun Kopi?

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional.

Adapun tujuan yang dilakukan pada penelitian ini adalah:

1. Menganalisa tingkat kualitas produk minuman kopi yang dihasilkan oleh pihak Rimbun Kopi Batam.
2. Menganalisa tingkat kepuasan konsumen terhadap produk minuman kopi di Rimbun Kopi Batam.
3. Menganalisa pengaruh antara kualitas produk minuman kopi terhadap kepuasan konsumen di Rimbun Kopi Batam,

Kualitas Produk

Menurut Kotler (2009), kualitas didefinisikan sebagai keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuan memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat. Sedangkan pengertian produk (product) menurut Kotler (2009) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan kegiatan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Kualitas produk menurut Kotler dan Amstrong (2015: 236), adalah karakteristik produk atau layanan yang sesuai dengan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat. Kualitas produk adalah salah satu alat *positioning* utama seorang pemasar. Menurut Tjiptono (2008), kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat (benefits) bagi pelanggan. Kualitas suatu produk baik berupa barang atau jasa ditentukan melalui dimensi-dimensinya. Dimensi kualitas produk menurut Tjiptono (2008) adalah:

a) *Performance* (kinerja), berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk.
b) *Durability (*daya tahan), yang berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya produk.
c) *Conformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya cacat pada produk.
d) *Features* (fitur), adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.
e) *Reliability* (reliabilitas), adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.
f) *Aesthetics* (estetika), berhubungan dengan bagaimana penampilan produk.
g) *Perceived quality* (kesan kualitas), sering dibilang merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan.
h) *Serviceability*, meliputi kecepatan dan kemudahan untuk direparasi, serta

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional.

kompetensi dan keramahtamahan staf layanan.

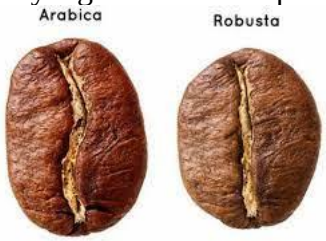
Produk Minuman Kopi

Kopi merupakan salah satu komoditas di dunia yang dibudidayakan lebih dari 50 negara didunia. Dua varietas pohon kopi yang dikenal secara umum yaitu kopi Robusta *(coffea canephora)* dan kopi Arabika *(coffea arabica).* Indonesia menyumbang 10% kopi arabika dan 75% pasar kopi didunia dikuasai kopi arabika. Sedangkan kopi robusta menguasai 25% pasar didunia dan indonesia menguasai 90% pasar kopi robusta.

Menurut Clayton (2021) Sejarahpenemuan biji kopi dimulai sekitar tahun 800 SM. Pada saat itu, banyak orang di Benua Afrika, terutama bangsa Etiopia yang mengonsumsi biji kopi yang dicampurkan dengan lemak hewan dan anggur untuk memenuhi kebutuhan protein dan energi tubuh. Penemuan kopi sendiri terjadi secara tidak sengaja ketika penggembala bernama Khalid mengamati kawanan kambing gembalaannya yang tetap terjaga bahkan setelah matahari terbenam setelah memakan sejenis beri-berian. Ia pun mencoba memasak dan memakannya. Tempat asal penggembala tersebut dikenal dengan nama Kaffa, dan dari tempat itulah muncul istilah kopi atau coffee. Kebiasaan ini kemudian terus berkembang dan menyebar ke berbagai negara di Afrika, namun metode penyajiannya masih menggunakan metode konvensional. Barulah beberapa ratus tahun kemudian biji kopi ini dibawa melewati Laut Merah dan tiba di Arab dengan metode penyajian yang lebih maju. Konsumsi kopi dunia mencapai 70% berasal dari spesies kopi arabika dan 26% berasal dari spesies kopi robusta (Rahardjo, 2013 : 7).

Kopi kemudian terus berkembang hingga saat ini menjadi salah satu minuman paling populer di dunia yang dikonsumsi oleh berbagai kalangan masyarakat. Indonesia sendiri telah mampu memproduksi lebih dari 400 ribu ton kopi per tahunnya. Di samping rasa dan aromanya yang menarik, kopi juga dapat menurunkan risiko terkena penyakit kanker, diabetes, batu empedu, dan berbagai penyakit jantung.

Ada empat jenis kopi yang dikenal di dunia yaitu Robusta, Arabika, Liberika dan Excelsa. Kopi arabika dan kopi robusta memasok sebagian besar perdagangan kopi di dunia. Masing- masing jenis dari kopi ini memiliki keunikan dan nilai jualnya tersendiri. Varietas kopi arabika memiliki kualitas cita rasa tinggi dengan kadar kafein lebih rendah sehinggaharganya lebih mahal. Kualitas kopi robusta dibawah kopi arabika dengan kadar kafein yang lebih tinggi, tetapi kopi robusta tahan terhadap penyakit daun karat (hama). Kopi liberica dan kopi excelsa di kenal kurang ekonomis dan komersial karena memiliki banyak variasi dan ukuran biji serta kualitas rasa yang lebih rendah diantara kopi arabica dan kopi robusta, selain itu kopi liberica dan kopi excelsa tidak bisa memenuhi pasokan kopi dunia yang bertambah tiap tahunnya.



Gambar 2.1 Biji Kopi Arabika dan Kopi Robusta

Sumber : www.google.com (2021)

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional.



Gambar 2.2 Biji Kopi Liberika
Sumber : www.google.com (2021)

Menurut *Specilty Coffee Association of America* (SCAA), kopi spesialti adalah kopi dengan rasa yang konsisten dan memiliki skor final lebih besar atau sama dengan 80,00. Penghitungan skor final didapat dari aroma dan rasa yang ada pada biji kopi, kemudian dikurangi skor lemah pada biji kopi tersebut. Nilai tersebut adalah hasil kumulatif dari beberapa penilaian yang ada pada kopi dan tertera di *scoresheet*, diantaranya :

a) Roast Color

Ini merupakan tingkatan roasting biji kopi, dari *light roast* hingga *dark roast.*

b) *Fragrance*/Aroma

Fragrance merupakan sisi aromatik biji kopi dalam keadaan sudah yang digiling, sedangkan aroma merupakan sisi aromatik dari biji kopi yang sudah digiling saat dibasahi oleh air panas.

c) *Acidity*

Keasaman yang ada pada kopi, apakah itu asam yang bersahabat ataupun tidak bersahabat. Namun *scoring* pada *acidity* ada sedikit perbedaan, bukan hanya *scoring* tapi ada pada tingkatan apa *acidity* tersebut, *High acidy*, *Medium* atau *Low Acidity.*

d) *Body*

Tekstur yang ada pada kopi, bagaimana karakter kekentalan saat kopi berada dalam mulut. Apakah nyaman dimulut, atau tidak nyaman sama sekali. Dibedakan antara *high* body, *medium* ataupun *low* body.

e) *Flavor*

Kombinasi karakter rasa yang ada seperti rasa *sweet, sour, bitter, salty, pungent* dengan aroma yang ada. *Flavor* ini dapat merujuk proses fermentasi yang dilakukan, sehingga jangan salah dari rasa saja *cupper* bisa tau *dry process*-nya

f) *Sweetnes*

Sensasi manis di sini bukan seperti sensasi manis gula yang sangat jelas, walaupun samar pada kopi tetap ada sensasi manis yang muncul.

g) *Clean Cup*

Seberapa tingkat kebersihan karakter rasa, yang mana dari mulai menyesapnya hingga *aftertaste* apakah ada rasa lain yang mengganggu.

h) *Balance*

Seberapa harmonis rasa kopi yang dirasa, apakah ada yang berlebihan dari karakter rasa, ataukah ada yang hilang dari keseimbangan rasa kopi.

i) *Uniformity*

Konsistensi rasa yang ada pada kopi saat *cupping* di beberapa *cup*, apakah karakter rasa diantara *cup* yang banyak memiliki rasa yang berbeda atau tidak.

j) *Aftertest*

Seberapa lama durasi yang singgah, bagaimana konsistensi rasa yang tertinggal di mulut. Apakah sangat jelas, atau terlalu cepat.

k) *Overall*

Bagaimana keseluruhan rasa kopi, apakah begitu kompleks namun tetap menarik, atau terlalu sederhana dan tak berkesan. Ini adalah penilaian personal *cupper* menilai keseluruhan kopi.

l) *Defect*

Scoring pada kolom *defect* akan mempengaruhi *final score*, apakah karakter rasa terlalu berbeda diantara *cup* saat proses *cupping*.

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional.

Kepuasan Konsumen

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (2007:177). Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan.

Dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen, terdapat 5 faktor utama yang harus diperhatikan perusahaan yaitu :

a) Kualitas Produk

Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

b) Kualitas Pelayanan

Konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai yang diharapkan bahkan jika lebih dari itu.

c) Emosional

Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai nilai dan tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karna kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat konsumen menjadi puas terhadap merek tertentu.

d) Harga

Produk yang memiliki kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.

e) Biaya

Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

MenurutKotler yang dikutip dari Buku *Total Quality Management* ada beberapa metode yang dapat digunakan dalam melakukan pengukuran kepuasan konsumen, diantaranya (Tjiptono, 2003:104):

1) Sistem keluhan dan saran

Organisasiyang berpusat konsumen *(Customer Centered)* memberikan kesempatan yang luas kepada para konsumennya untuk menyampaikan saran dan keluhan. Informasi-informasi ini dapat memberikan ide-ide cemerlang bagi perusahaan dan memungkinkannya untuk bereaksi secara tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul.

2) *Ghost shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan konsumen adalah dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial, kemudian melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para ghot shopper juga dapat mengamati cara penanganan setiap keluhan.

3) *Lost customer analysis*

Perusahaan seyogyanya menghubungi para konsumen yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional.

memahami mengapa hal itu terjadi. Bukan hanya *exit interview* saja yang perlu, tetapi pemantauan *customer loss rate* juga penting, peningkatan customer loss rate menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan konsumennya.

4) *Survey* kepuasan konsumen

Umumnya penelitian mengenai kepuasan konsumen dilakukan dengan penelitian survai, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara langsung. Perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari konsumen dan juga memberikan tanda (signal) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para konsumennya.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Metode penelitian adalah tata cara, langkah, atau prosedur yang ilmiah dalam mendapatkan data untuk tujuan penelitian yang memiliki tujuan dan kegunaan tertentu. Seperti yang diungkapkan Sugiyono (2018) yang menjelaskan bahwa metode penelitian adalah suatu cara ilmiah dalam mendapatkan data untuk tujuan dan kegunaan tertentu. Jenis penelitian yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survey. L.R. Gay, dkk (2011) mendefinisikan penelitian survey adalah penelitian yang melibatkan pengumpulan data untuk menguji hipotesis atau untuk menjawab pertanyaan tentang pendapat orang tentang beberapa topik atau masalah. Dalam penelitian ini, informasi yang dikumpulkan dari responden menggunakan kuisioner/ interview.

Menurut Sugiyono (2016:8) metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data, menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode asosiatif. Metode asosiatif merupakan metode yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan kausal dan pengaruh antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis. Sugiyono (2012:11) menyatakan bahwa pengertian penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun hubungan antara dua variabel atau lebih.

Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2015:117) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek/obyek itu. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang sudah pernah berkunjung ke Rimbun Kopi Batam dalam jangka waktu 6 bulan yaitu bulan Maret sampai bulan Agustus 2021 sebanyak 17.987 orang.

2. Sampel Penelitian

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Sampel yang digunakan untuk penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah berkunjung ke Rimbun Kopi Batam maupun yang sudah melakukan kunjungan ulang ke Rimbun Kopi Batam dalam 6 bulan yaitu bulan Maret sampai bulan Agustus minimal satu kali kunjungan. Rumus yang digunakan oleh peneliti untuk menentukan jumlah anggota sampel adalah dengan

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional.

menggunakan teknik Slovin dengan taraf signifikan e=0,1 (10%).

Teknik Sampling

Definisi *accidental sampling* menurut Sugiyono (2020:175) adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok dengan sumber data.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Responden dalam penelitian merupakan konsumen di Rimbun Kopi Batam yang berjumlah 99 orang. Data tersebut didapatkan setelah melakukan perhitungan menggunakan rumus slovin dengan tingkat kesalahan 10%. Dengan jumlah 99 orang responden maka dapat diindentifikasikan data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, umur. Dari hasil penelitian yang dilakukan di Rimbun Kopi Batam, jumlah pengunjung sebanyak 99 responden. Data yang diperoleh mengenai responden berdasarkan jenis kelamin dijelaskan pada gambar 4.1 dibawah ini :

Gambar 4.1
Karakterisktik berdasarkan jenis kelamin



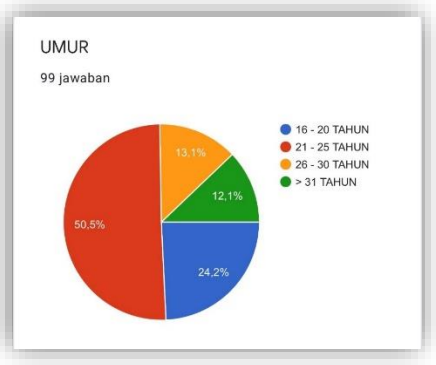
Sumber: data diolah pada tahun 2021

Dari Hasil pengolahan data karakteristik responden pada gambar 4.1 berdasarkan berdasarkan jenis kelamin diperoleh informasi yang menunjukkan bahwa dari 99 responden terdapat berjenis kelamin perempuan dengan jumlah 49 orang atau sebanyak 49,5% dan responden laki-laki dengan jumlah 50 orang atau 50,5%. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa jumlah responden laki-laki dan persempuan sama banyaknya.

Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Hasil pengumpulan data mengenai karakteristik berdasarkan usia dapat dilihat pada gambar 4.2 dibawah ini :

Gambar 4.2
karakteristik responden berdasarkan umur



Sumber: Data diolah pada 2021

Berdasarkan Gambar 4.2 diatas dapat diketahui bahwa responden dengan usia 21-25 tahun merupakan kelompok yang mendominasi dengan jumlah 50 orang atau sebanyak 50,5% dari total responden. Sedangkan usia >31 tahun dengan jumlah yang paling sedikit dengan total 12 orang atau sebanyak 12,1%.

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Penghitungan realibilitas dapat dilakukan dengan cara uji statistik Cronbach Alpha. Adapun hasil pengujian reliabilitas pada variabel penelitian ini dinyatakan sebagai berikut:

Tabel 4.2 Hasil uji realibilitas variabel X dan Y

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional.

Variabel	*Cronbach Alpha*	Hasil
X	0,886	Reliabel
Y	0,823	Reliabel

Sumber: Olahan sendiri pada 2021 menggunakan SPSS 26.0

Dari hasil pengujian di atas, diketahui bahwa variabel X dan Y adalah sebesar 0,886 dan 0,823. Kedua variabel ini dinyatakan realiabel karena keduanya memiliki nilai Cronbach Alpha lebih dari 0,6.Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan program komputer SPSS *(Statistical Package for the Social Science)* versi 26.0 Analisis data dilakukan dengan tahap sebagai berikut:

Tabel 4.5 Hasil Uji t

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.738	2.664		6.659	.000
	X	.334	.081	.387	4.137	.000
a. Dependent Variable: Y						

Sumber: Olahan sendiri pada 2021 menggunakan SPSS 26.0

Berdasarkan data di atas, dapat dilihat nilai T_{hitung} adalah sebesar 4,137, Sedangkan T_{tabel} dapat di cari dengan menggunakan rumus:

T= (a/2 : N – K – 1)
T= (0,05/2 : 99 – 1 – 1)
T= (0,025 : 97) [hasil dilihat pada distribusi nilai T_{tabel}]
T= 1,98472

Berdasarkan dasar pengambilan keputusan yang menyebutkan bahwa $T_{tabel} < T_{hitung}$ maka hipotesis dalam penelitian ini dapat diterima. Dalam hal ini, berdasarkan hasil pengujian, dapat disimpulkan bahwa 1,98472< 4,137 yang berarti T_{tabel} lebih kecil dari T_{hitung} dan dapat diartikan bahwa variabel X berpengaruh terhadap variabel Y.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Imam Ghozali (2013:97) Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Seberapa besarnya pengaruh variabel x dan variabel y dibuktikan pada tabel berikut:

Table 4.6 Hasil uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary[b]				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.387[a]	.150	.141	2.537
a. Predictors: (Constant), X				
b. Dependent Variable: Y				

Sumber: Olahan sendiri pada 2021 menggunakan SPSS 26.0

Berdasarkan hasil perhitungan uji determinasi pada Tabel 4.9 diatas, besarnya koefisien determinasi atau *adjusted* (R^2) adalah 0,150 berarti kualitas produk minuman kopi memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 15% (0,150 x 100), sedangkan sisanya yaitu 85% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Pembahasan

Pada penelitian ini jumlah responden yang diambil sebanyak 99 orang dengan

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional.

jumlah perempuan sebanyak 49 orang atau sebesar 49,5% dan jumlah laki-laki sebanyak 50 orang atau sebesar 50,5%. Kelompok usia responden yang mendominasi pada penelitian ini yaitu usia 21-25 tahun sebanyak 50 orang atau sebesar 50,5%, usia 16-20 tahun sebanyak 24 atau sebesar 24,2%, usia 26-30 tahun sebanyak 13 atau sebesar 13,1% dan kelompok usia paling sedikit yaitu usia >31 tahun sebanyak 12 atau sebesar 12,1%. Penelitian ini membahas berupa pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Rimbun Kopi Batam. Sebelum melakukan uji hipotesis, sudah dilakukan sebelumnya beberapa uji, yaitu uji coba instrumen dan uji asumsi klasik. Uji coba instrumen ini berfungsi untuk mengetahui apakah sebuah lembaran kuesioner tersebut layak disebar atau tidak. Pada penelitian ini, penulis melakukan uji validitas yang dijelaskan pada Tabel 4.1. Uji validitas ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 99 responden terlebih dahulu sebagai uji coba instrumen untuk mendapatkan hasil pernyataan yang valid.

Setelah valid, selanjutnya dilakukan uji reliabilitas untuk mengukur hasil atau pengukuran agar bersifat tetap, kredibel dan terbebas dari kesalahan pengukuran. Berdasarkan tabel 4.2, diketahui bahwa variabel X dan Y adalah sebesar 0,886 dan 0,823. Kedua variabel ini dinyatakan realiabel karena keduanya memiliki nilai Cronbach Alpha lebih dari 0,6.

Untuk mengetahui penyimpangan asumsi klasik, yang terdiri dari uji normalitas dan uji linearitas. Hasil uji normalitas yang sudah dicantumkan pada tabel 4.3, menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan kepuasan konsumen berdistribusi secara normal dengan menggunakan metode *one-sample Kolmogorov-Smirnov test* dengan signifikan 0,200 *(Asymp.* Sig. (2-tailed) yang lebih besar dari 0,05 dan dapat disimpulkan bahwa nilai residual terdistribusi normal. Sedangkan dalam uji linearitas yang sudah dicantumkan pada tabel 4.4 dengan diperoleh nilai signifikasinya sebesar 0,060 yang di mana nilai signfinaksinya lebih besar dari 0,05. Hal ini dapat ditarik kesimpulannya bahwa antara variabel kualitas produk minuman kopi dan kepuasan konsumen terdapat hubungan linear secara signifikan. Dalam penelitian ini kemudian dilakukan uji hipotesis, yaitu uji regresi linear sederhana, uji t dan uji determinan koefisien (R^2). Tujuan dari regresi linier sederhana ini yaitu untuk mengetahui adanya pengaruh antara variabel kualitas produk (X) terhadap kepuasan konsumen (Y). Untuk uji regresi linear sederhana pada penelitian ini hipotesisnya diterima, karena nilai signifikansinya lebih kecil dari dari 0,05. Nilai signifikansinya yaitu sebesar 0,000 yang dijelaskan pada Tabel 4.4, sehingga dapat dikatakan bahwa ada pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Rimbun Kopi Batam. Setelah melakukan uji regresi linear sederhana, kemudian dilakukan uji t. Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruhnya sendiri-sendiri antara variabel kualitas produk (X) dan variabel kepuasan konsumen (Y). Dari uji t yang sudah dilakukan pada Tabel 4.5, mendapatkan hasil bahwa terdapat hubungan antara variabel kualitas produk terhadap kepuasan konsumen secara parsial yaitu dengan perbandingan nilai t_{hitung} lebih besar daripada t_{tabel} yaitu 4.137> 1,984. Selanjutnya dilakukan uji R untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang diberikan oleh variabel kualitas produk untuk variabel kepuasan konsumen. Dalam uji ini dapat dilihat pada Tabel 4.6 dijelaskan bahwa nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,387, yang berarti

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional.

keeratan hubungan antara variabel bebas (kualitas produk) dengan variabel terikat (kepuasan konsumen) relative cukup kuat. Hubungan tersebut dikatakan cukup kuat karena nilai koefisien korelasi (R) lebih dari 0,5 atau mendekati 1. Berikutnya Tabel 4.6 juga menyatakan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,150. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas produk yang diteliti dalam penelitian ini memiliki kontribusi sebesar 15% untuk menjelaskan perubahan-perubahan yang terjadi dalam kepuasan konsumen, sisanya sebesar 85% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dianalisis dalam model penelitian ini. Variabel-variabel lain tersebut antara lain harga, kualitas pelayanan dan lain sebagainya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh kualitas produk minuman kopi terhadap kepuasan konsumen di Rimbun Kopi, maka dapat disimpulkan berdasarkan penjelasan dan pemaparan bahasan sebelumnya. dapat ditarik kesimpulan terjadi pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di Rimbun Kopi Batam. Dari uji t yang sudah dilakukan dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara variabel kualitas produk terhadap kepuasan konsumen secara parsial yaitu dengan perbandingan nilai t_{hitung} lebih besar daripada t_{tabel} yaitu 4.137> 1,984. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas produk yang diteliti dalam penelitian ini memiliki kontribusi sebesar 15% untuk menjelaskan perubahan-perubahan yang terjadi dalam kepuasan konsumen, sisanya sebesar 85% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dianalisis dalam model penelitian ini.

Saran

Adapun saran dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan dan pertimbangan dalam meningkatkan kepuasan konsumen di Rimbun Kopi Batam.
2. Agar kepuasan konsumen di Rimbun Kopi Batam tetap optimal, maka harus terus memperhatikan kualitas produk minuman kopi yang berkualitas.
3. Bagi peneliti selanjutnya disarankan agar dapat mengembangkan penelitian dengan menambah variabel bebas maupun variabel terikat yang lain sehingga penelitian selanjutnya dapat lebih detail dan jelas.

DAFTAR PUSTAKA

Clayton, Ronald F. 2021. *Coffee Knowledge.*Dalam https://pdfcoffee.com/coffee-knowledge-pdf-free.html.Diakses pada tanggal 25 September 2021.

Annisha, & Soekarno. 2018. *Skripsi: Pengaruh kualitas produk kopi terhadap kepuasan konsumen di Jade Lounge Swiss-Bell Residences Kalibata Jakarta.*Dalam https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/10202 Diakes pada tanggal 27 September 2021.

Endriati, Theresia E. 2020.*Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Kopi Postmo Di Alaya Samarinda.*Dalam http://ejurnal.untag-smd.ac.id/index.php/EKM/article/view/961diakses tanggal 26 September 2021.

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional.

Gay. L.R, dkk, 2011. *Memahami Metode Survey*, dalam https://ometlit.com/metode-survey/.

Goolive, 2021. *Konsumsi Kopi Nasional* Dalamhttps://goolive.id/main/news/detail/74/2021-konsumsi-kopi-indonesia-diprediksi-mencapai-370-ribu-ton.

International Coffee Organization. 2012. *Monthly Coffea Market Report*. Agustus 2012. Dalam http://www.ico.org/, diakses tanggal 26 September 2021.

Investasi, Kementrian 2017. Badan Koordinasi Penanaman Modal Tentang Peluang Bisnis Industri Pariwisata, dalam https://www.investindonesia.go.id/id/artikel-investasi/detail/peluang-bisnis-industri-pariwisata.

Kotler, Philip. & Gary Armstrong. 2010. *Principle Of Marketing, 13thedition.* United States of America: Pearson.

Kotler & Amstrong. 2015. *Pengertian Kualitas Produk,* dalam http://eprints.kwikkiangie.ac.id/934/3/22160127%20%20Claudia%20Ade%20-%20bab%202.pdf.

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional.

Volume 15 Number 2 (2023)
July-December 2023
Page: 1079-1088

E-ISSN: 2656-9779
P-ISSN: 1907-6355
DOI: 10.37680/qalamuna.v15i2.3560

QALAMUNA
JURNAL PENDIDIKAN, SOSIAL, DAN AGAMA

Children's Language According to Phonological and Morphological Aspects in Vocal Learning at PAUD Al-Karimah

Muhammad Natsir [1], Runi Fazalani [2], Siska Amelia Maldin [3], Suhartiwi [4], Ipri Yanti [5]

[1] Universitas Negeri Medan; natsirfbs@unimed.ac.id
[2] Universitas Qamarul Huda Badaruddin, Indonesia; runifazalani3gmail.com
[3] Politeknik Pariwisata Batam, Indonesia; siskamaldin@btp.ac.id
[4] Universitas Halu Oleo, Indonesia; suhartiwi@uho.ac.id
[5] STAI Rawa Aopa, Indonesia; ivaipriyanti@gmail.com

Received: 08/07/2023 Revised: 28/10/2023 Accepted: 16/11/2023

Abstract

This research is important to determine children's language acquisition and development according to studies of phonology and morphology in Indonesian language learning. The method used in this research is qualitative method with a case study approach. Through this qualitative method, the phonetic system of Edwin Omar Malik Erdogan (2.6 years) and Edward Nazhan Naik Erdogan (4 years), who are students at PAUD Al-Karimah, will be described. These two subjects were used as research samples from ten students to make the findings more accurate regarding learning outcomes and descriptive evidence of early childhood language acquisition at PAUD Al-Karimah. The result of this study was the Acquisition of phonology in their daily lives. Edwin and Edward obtained five vowel sounds Indonesians produced. The vowel sound consists of [a], [i], [u], [e], [o]. So it can be concluded that Edwin and Edward have mastered all vowel sounds, and there are consonant sounds, as many as 19 consonants Indonesian produced by Edwin and Edward. The consonant sounds consist of [b], [c], [d], [g], [h], [j], [l], [m], [n], [p], [s], [t], [w], [y], [G], [S], [ʈ], [?]. The consonant sounds that are not pronounced are [k], [f], [q], [r], [v], [x], [z].

Keywords

The Acquisition and Development of the Child's Language; Phonology; Morphology; Vowel Learning

Corresponding Author
Siska Amelia Maldin
Politeknik Pariwisata Batam, Indonesia; siskamaldin@btp.ac.id

© 2023 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY-SA) license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Published by Institut Agama Islam Sunan Giri (INSURI) Ponorogo; Indonesia
Accredited Sinta 2

1. INTRODUCTION

Many difficult procedures cannot be seen or coded in a clear guide since learning a language is highly time-consuming and complicated (Foote, 2015; Kusuma, 2016; Kuo & Lai, 2016; Umudini et al., 2023). Humans cannot be isolated from linguistic activities even when they engage in other activities with their peers, such as playing or fighting (Purba, 2018; Nurhamida & Tressyalina, 2019; Freidin, 2020; Mailani et al., 2022; Moats & Tolman, 2023). The capacity to speak a language sets humans apart from other animals. The phrase "humans are speaking to animals" is often used. Success in the language is speech fluency, which is influenced greatly by environmental factors. First, second, or third-language acquisition are all possible language learning methods (Kusuma, 2016; Waridah, 2016; Yanti, 2016; Permanamiarta, 2021).

By using language to communicate, we may establish intents, give birth to sentiments, build human interactions, plan and guide our future, and organize a variety of communal activities (Thomas & McDonagh, 2013; Bucăţa & Rizescu, 2017; Aini, 2019). Humans acquire language, or language acquisition, from infancy until age five to communicate (Canestrino et al., 2022). Children utilize language as a set of rules or symbols to communicate and adapt to their surroundings to share ideas, thoughts, and feelings (Salnita, 2019; Hoque, 2019; Tektigul et al., 2023). According to this explanation, language is a tool or a way of communication used from birth until age five. This process is known as language acquisition.

Early in a child's life, language is learned to understand water, food, certain toys, or dry diapers (Zubaedah, 2018; Budiman et al., 2023). Young children immediately learn words related to fulfilling primary wants and needs (Markus et al., 2018). The achievement of desires is fulfilled by using words. For example, a thirsty child will say "mi-mi" to receive water faster than a child who only cries because he is thirsty. When a child receives a drink after saying "mi-mi," it reinforces learning and using the word water.

Adults have always been fascinated by almost miraculous language development in children. Children, in particular, have learned hundreds of words, intricate phonological and grammatical structures, and the same sophisticated rules for how to use their language effectively in a variety of social contexts by the time they are 3 or 4 years old while lacking any language skills at birth (Sahril, 2019; Zasrianita, 2020). Every known community, whether educated or not, speaks every language from Zulu to Afghan, and practically all children experience this satisfaction regardless of their upbringing (Ulfa, 2017).

Humans are distinctive beings in and of themselves; as language users, they are seen as beings that engage in activities that extend into the fields of cognitive, emotional, and psychomotor psychology (Arifin, 2017). The ability to acquire language either receptively (the ability to listen and read) or productively (the ability to speak and write) certainly involves these three domains. The relationship between one skill and another, especially between receptive and productive abilities, is quite strong (Kusuma, 2016; Asdam, 2017; Leong & Ahmadi, 2017; (Rahman, 2022).

When the infant learns his first language or mother tongue, language acquisition occurs in the child's brain (Sentosa & Apriliani, 2020). Language learning and language acquisition are often separated. The processes when a youngster picks up a second language after mastering their first are connected to language acquisition (Alwi, 2021). Consequently, language learning concerns the second language, while language acquisition concerns the first language. However, many people refer to learning a second language as language acquisition (Chaer, 2014).

According to Chomsky, two phases occur when a person learns their first language. The competence process and the performance process are the processes in issue. Competence is the process of unconscious mastery of phonology, morphology, syntax, and semantics (or grammar). Every kid has this skill from birth (Rohma Wati, 2016). Despite being inherited from birth, competency needs training

to ensure that kids are proficient in language. Performance is a child's capacity to communicate via language. The procedures of comprehending and releasing sentences comprise the two processes that make up the performance. While publishing requires creating phrases, comprehension entails watching or understanding the words heard (Chaer, 2014).

Psycholinguistics, or linguistics, which has as its subjects language knowledge, language usage, language change, and other things related to these features, includes language learning (Akbar et al., 2022). Because the aspects of language that are known and understood are mental processes, language knowledge is linked to cognitive issues. The application of language knowledge, which we know we do, is connected to language usage (Yanti, 2016).

Language acquisition is included in linguistics in interdisciplinary studies involving psychology, namely psycholinguistics. Psycholinguistics is the study of language use and language Acquisition by humans. In addition, psycholinguistics also discusses the underlying cognitive processes when a person uses language. Cognitive processes that occur when a person speaks and listens include remembering what has just been heard, re-recognizing what has just been heard as words that have meaning, thinking, and saying what has been stored in memory. In addition, the role of linguistic intuition is also inseparable from language skills. Intuition, in this case, is a feeling about using the right words in a sentence so that the sentence is correct and does not have a double meaning (Maharani & Astuti, 2018).

Every child experiences different language development (Handayani et al., 2022). But every normal child starts talking between twenty and twenty-eight months of age (Kashner, 2023). This occurs as a result of each child's speech organs starting to mature and being trained to learn language (Manik et al., 2020). The noun word class is one of the vocabulary classes that youngsters learn, particularly those familiar with their local area (O. A. Nugraha, 2018). Indeed, the language stimulation received by children is irregular. But before the age of five, kids try to comprehend the linguistic structures of the first language (Nurjamiaty, 2011; Foote, 2015; Sustenance & Sagala, 2020). From every difference in children's language development obtained by individual children, there can be many deviations in children's speech obtained through language activities, especially at an early age. Based on this description, it is known that children try to understand the linguistic system of their first language before reaching the age of five.

Chomsky stated that the competence in question includes grammatical components: syntactic, semantic, and phonology. Therefore, language acquisition is usually divided into semantic Acquisition, syntactic Acquisition, and phonological Acquisition. The three components are interconnected and obtained at the same time. The three components of Acquisition will be discussed below (Chair, 2014). Based on this description, it is known that the competency in question includes grammatical components: syntax, semantics, and phonology. These three components are interconnected and obtained at the same time.

A youngster does not instantly possess the first grammar and its rules in his head. The first language is acquired across many phases, each becoming closer to adult language grammar. At the linguistic stage I, the child has begun to use a series of speech sounds that produce a single meaningful speech sound. In linguistic stage II, the child's vocabulary begins to develop rapidly. The speech spoken consists of two words and contains one complete sentence concept. In linguistic stage III, children can use more than two words. The sentences expressed usually express special meanings that differ from one another. Children can already construct fairly complete sentences at the linguistic stage IV, although there are still shortcomings in using infections and functional words. In the last linguistic stage, children already have full competence in language (Ulfa, 2017).

Bromley mentions four aspects of language: listening, speaking, reading, and writing. Language skills are different from speaking skills. Language is a grammar system that is relatively complicated and semantic, while the ability to speak is an expression in the form of words. Some languages are receptive (understood, accepted) and expressive (Alfatihaturrohmah et al., 2018). An example of

receptive language is listening to and reading information, while an example of expressive language is speaking and writing down information to communicate with others.

Children learn to read and listen if they can express their understanding by talking about it, writing it for themselves, or addressing others (Ghazali et al., 2022; Agustina et al., 2023). Learning occurs if there is a discussion between teacher and child, child and child, child and book, child and environment. Language and learning are inseparable (Warif, 2019). Using language effectively is important for children's learning ability (Veryawan & Jellysha, 2020). Language development is not all someone manages to pass, and some people have limitations in pronunciation (Pusposari, 2017). Then, you have to recognize the sounds that are spoken first, called phonetics. Some of the sounds pronounced are clear, and some are unclear. Examples of huff pronunciation are R, but those with NG children whose pronunciation is not constrained in language development in the phonetic aspect.

One aspect of language learning is phonological acquisition. As a result, research on phonological learning is inextricably linked to research on the other language acquisition processes (morphological, cysttaxitic, and semantic). According to Dale, two things may be tracked if we wish to comprehend how youngsters acquire their phonological skills. We may first concentrate on the sounds employed and their gradual growth. Second, we may look at how the word the kid is attempting to utter, and the child's speech output (phonetic representation) relate to one another. We may record what the youngster says for that reason. The information received from the recordings is transcribed, followed by observation and empirical analysis. Dale said that it is assumed that a kid has learned language sounds if they can speak a word in a certain context and have it understood by others (Yanti, 2016).

Children's language development is an exciting and complex process that begins when they are born. From babbling the first sound to forming complete sentences, children go through various stages in acquiring language skills. This development course is influenced by natural and nurturing factors, such as biological predispositions and the language environment they encounter. Understanding how children develop language is essential for parents, educators, and researchers to support and improve their linguistic abilities.

Learning the phonological and morphological aspects of language development is essential because it allows us to understand how children acquire and produce sounds and words. Phonological awareness, which involves recognizing and manipulating sounds in language, is necessary for reading and writing skills. Similarly, studying aspects of morphology, such as how words are formed and arranged, helps us understand how children expand their vocabulary and understand the meaning of words. By focusing on these aspects, we can better support children in developing strong language skills. This study explored the importance of phonological awareness and morphological aspects in language development and how they contribute to reading and writing skills acquisition. By understanding the relationship between these aspects and language development, this paper aims to provide insights and strategies for educators and parents to effectively support children in developing strong language skills.

2. METHOD

The approach used in this research is a qualitative method with a case study approach. This qualitative method will describe the phonetic system of Edwin Omar Malik Erdogan (2.6 years) and Edward Nazhan Naik Erdogan (4 years) students at PAUD Al-Karimah. These two subjects were used as research samples to further accurate the results of research and descriptive proof of early childhood language acquisition in vowel learning in PAUD Al-Karimah. The research design was longitudinal, developing each subject's phoneme sounds for two months.

The study subjects were Edwin Omar Malik Erdogan (2.6 years) and Edward Nazhan Naik Erdogan (4 years). The estimated observation time is about two months to collect data in phonetic

transcription. This research data is in the form of recorded spoken language data (spoken text). This data takes the form of interactional discourse. The observation and interview instruments' results were recorded and analyzed using observation and interview transcripts.

Additionally, the data are categorized by the research's main topic. Consider a scenario in which a young kid has talked and been understood by another person. In such a situation, the youngster is assumed to have grasped the language's sounds. Additionally, the data collected, grouped by phonological and morphological acquisition groups, will be related to specialists who contend that language learning proceeds in steps that go from simple to complex.

3. FINDINGS AND DISCUSSIONS

Phonological Acquisition in Vowel Learning at PAUD Al-Karimah

It is important to understand that a youngster does not suddenly possess comprehensive knowledge of B1 grammar and its principles. Each succeeding level in acquiring B1 brings it closer to the adult language's grammatical structure. According to experts, these stages are more or less characteristic of the universe in various world languages. Edwin and Edward obtained 5 Indonesian vocal sounds in their daily lives. The vowel sounds consist of [a], [i], [u], [e], [o]. So it can be concluded that Edwin and Edward have mastered all vowel sounds, and there are consonant sounds, as many as 19 consonants Indonesian produced by Edwin and Edward. The consonant sounds consist of [b], [c], [d], [g], [h], [j], [l], [m], [n], [p], [s], [t], [w], [y], [G], [S], [ṭ], [?]. so it can be concluded that Edwin and Edward have mastered some consonant sounds. The consonant sounds that are not pronounced there are [k], [f], [q], [r], [v], [x], [z].

Normal children can produce various sounds in their vocalizations, such as vowel sounds, clicking sounds, palate consonants, and sibilants. Liquid, and so on, but strangely, by the time the child begins to acquire words, most of these sounds disappear, and some (e.g., sibilant, friction, and liquid) only reappear a few years later.

Jakobson identified two distinct phases in the formation and learning of phonology: a. the pre-language babbling phase. b. The proper acquisition of language. Whether a youngster is multilingual, the sounds in their vocalizations do not follow any specific developmental pattern and have no bearing on whether they later pick up another language. Initially, the newborn exercises his voice cords and makes noises for no apparent reason. Even if the sounds do not occur in the speech of the adult he hears, the infant may be able to pronounce every sound at this period. While learning a pure language, a kid instead adopts a sound acquisition process that is mostly constant and universal. So, there are two distinct sound development processes: sound creation alone, as in the beginning, and systematic use of sound in a phonological system, as in the early stages of learning pure language.

The first letter sound that has been perfected is the vowel sound [a]. The sound may be heard at the start, middle, or end of the word and is spoken. The following words include the vowel sound [a] at the beginning: [a] [ada] "ada" and [Ayah] "Ayah." The word's middle vowel, [a], may be heard in the next word. Next comes the appearance of [a] [Unda] at the end of the word "Unda."

The vowel sound [i], which often precedes a word, first occurs in the word [i] [ini] 'ini,' followed by the sound [i], which first comes amid the word [Nini] 'nini. After it, the word "Unda" begins with the vowel sound "u." Following that, the word "Enak" begins with the vowel sound "e." Then [e] in the middle of the word is [Nene] 'Nene.' At this level of competence, an analytical process occurs to formulate semantic, syntactic, and phonological problem-solving. As a center of knowledge and language development in the child's brain, competence requires performance assistance to overcome children's language problems.

This study, in addition to examining the Acquisition of language sounds, also examined the Acquisition of phonemes in children. Edwin and Edward produced 6 Indonesian vowel phonemes based on the linguistic data obtained. The vowel phonemes consist of /a/, /i/, /u/, /e/, /ə/, /o/, and there are 16 Indonesian consonant phonemes produced by Edwin and Edward. The consonant phoneme consists of /b/c/d/g/h/j/l/m/n/p/s/t/w/y/G/ṭ/.

There are examples of sound changes in a word, such as the words "Bunda" becoming "Unda." There is an omission of sound in the first syllable, namely the voiced dorsovelar inhibitory sound /b/. Then " Merah" becomes "Melah." There is a loss of sound in the third syllable, namely the dorsovelar inhibitory sound voiced /r/ to /l/. Then " Dokter " becomes "Doktel," There is a change in the sound of the second syllable, namely the vibrating sound apikoalveolar /r/ to the side sound apikoalveolar /l/. Then said, "mobil" becomes "mobin" There is a change in the sound of the second syllable, namely the sound "Aku" become "Atu," There is a removal of the consonant sound in the second syllable, namely the consonant sound /k/. The child's ability to produce language sounds is seen when they experience the developmental stage of articulation. The sounds produced at this stage of articulation development include resonance, clucking, letter, repeating, and vocable sounds (Chaer, 2014).

Morphological Acquisition in Vowel Learning at PAUD Al-Karimah

a. Morphological Acquisition in Children Aged 2.6 Years at PAUD Al-Karimah

As for the words that 2.6-year-old Edwin can pronounce, they are mostly monomorphemic words such as: /unda/: Bunda, /yah/: Ayah, /ibi/: Bibi, /catlia/: Satria, /tata/: Kakak, /apa/: Bapak, /nun/: Nur, /ajan/: Jajan, /atu/: Aku, /anya/: Banyak, /mon/: Mol, /emen/: Permen, /umah/: Rumah, /anamat/: Alfamart, /apan/: Kapal, /yem/: Krim, /cipa/: Sifa, /atit/: Sakit, /elut/: Perut. The words above are monomorphemic or have one morpheme; no morphemes distinguish the word's meaning. These words usually stand-alone, and in morphology, they are called free morphemes, which means morphemes that have meaning without the help of other morphemes. Mononumfemic can also be called a root word. In addition to free morphemes, in Edwin's speech, bound morphemes are difficult to distinguish in each utterance without paying attention to the context and situation when the word is spoken.

The words spoken by Edwin are also more words that can almost be said in the context of the sentence's meaning, and they can also say words with more than one syllable. For example: alan yo (jalan ayo), ajan ni (Jajan Ini), tata na (Kakak Diana), mama uni (Mamak Runi), atu alu (sepatu baru), nda ci (Bunda Suci), nini aban (Kake Sabar), li co (Beli bakso), alung ainan (Warung Mainan), emen atu (Permen Aku), indu ma (Rindu Mamak), ana tata (Dimana Kakak). Paying attention to the clauses and wording he spoke shows that Edwin was not yet organized in constructing the sentence. Still, the intended intent and context or meaning according to the expression was spoken. In addition, Edwin can also express the word ask an object, such as: nipa mama (ini apa mamak), ninya na ma (ini nya mana mama), tunya na (yang itu mana). Indicates that the surrounding environment influences the Sheva language.

b. Morphological Acquisition in 4-Year-Old Children at PAUD Al-Karimah

Many monomorphemic words spoken by Edward are found, such as: /enapa/: Kenapa /esyem/: eskrim /bilu/: biru /moton/: motor, /epsi /: KFC /listlik/: listrik, /cekolah/: sekolah /lapen/: lapar /appe/: Hp, /pemainan/: permainan /walung/: warung, /baco/ bakso. Many monomorphemic words are also clearly pronounced, such as jauh, tempat, Ayah, jajan, alfa, nonton, belum, bibi, bagi, mau, and abang. There are already morphemes that can distinguish the meaning of the word. These words usually stand alone, and at the morphological level, these words are called free morphemes, which means morphemes that have meaning without the help of other morphemes. Mononumfemic can also be called a root word. In addition to free morphemes, in Edward's speech, there are also bound morphemes. Namely, in the word food, there are bound morphemes in the form of affixes /– an/. In addition, there are also bound

morphemes, namely the words "bukain" and "ambilin," which are included in the bound morphemes combined elements /-in/.

If you look at the clauses and words spoken by Edward, it shows that Edward has begun to be regular and longer in constructing sentences in his speech. He uses not only two words but three or more. Edward could also pronounce words that used suffixes when speaking to his Mother, i.e., there was a suffix /-an/ there in the word food.

4. CONCLUSION

Based on the explanation above, it can be concluded that the Acquisition and development of children's language at the phonological and morphological levels is quite clear as in phonological Acquisition in their daily lives, Edwin and Edward obtained five vowel sounds Indonesian produced. The vowel sound consists of [a], [i], [u], [e], [o]. So it can be concluded that Edwin and Edward have mastered all vowel sounds, and there are consonant sounds, as many as 19 consonants Indonesian produced by Edwin and Edward. The consonant sounds consist of [b], [c], [d], [g], [h], [j], [l], [m], [n], [p], [s], [t], [w], [y], [G], [S], [ṭ], [?]. so it can be concluded that Edwin and Edward have mastered some consonant sounds. The consonant sounds that are not pronounced there are [k], [f], [q], [r], [v], [x], [z]. The vowel sound [a] is the first letter sound fully mastered. The sound appears and is pronounced clearly at the word's beginning, middle, or end. The vowel sound [a] at the beginning of a word appears as in the following word. [a] [ada] 'ada' and [Ayah] 'Ayah' The vowel sound [a] in the middle of the word appears as in the following word. Next comes the appearance of [a] [Unda] at the end of the word "Unda." The vowel sound [i] at the beginning of a word appears in the following words: [i] [ini] 'ini' and then sound [i] in the middle of the word [Nini] 'nini.' Then the vowel sound [u] at the beginning of the word [Unda] 'Unda.'

Then, the vowel sound [e] is found at the beginning of the word [Enak] 'Enak.' Then [e] in the middle of the word is [Nene] 'Nene'—morphological Acquisition in children aged 2.6 years with Edwin. As for the words that 2.6-year-old Edwin can pronounce, they are mostly monomorphemic words such as: /unda/: Bunda, /yah/: Ayah, /ibi/: Bibi, /catlia/: Satria, /tata/: Kakak, /apa/: Bapak, /nun/: Nur, /ajan/: Jajan, /atu/: Aku, /anya/: Banyak, /mon/: Mol, /emen/: Permen, /umah/: Rumah, /anamat/: Alfamart, /apan/: Kapal, /yem/: Krim, /cipa/: Sifa, /atit/: Sakit, /elut/: Perut. While Edward is like: /enapa/: Kenapa /esyem/: eskrim /bilu/: biru /moton/: motor, /epsi /: KFC /listlik/: listrik, /cekolah/: sekolah /lapen/: lapar /appe/: Hp, /pemainan/: permainan /walung/: warung, /baco/ bakso.

REFERENCES

Agustina, A. N., Yuliastuti, R. A., Safitri, D., Syafruddin, S., & Alfiyanto, A. (2023). Upaya Meningkatkan Minat Membaca Dengan Menggunakan Media Pembelajaran Buku Cerita Bergambar Pada Anak Paud Kasih Ibu. *Indonesia Berdaya*, *4*(2), 507–512. https://doi.org/10.47679/ib.2023416

Aini, N. (2019). Bahasa Indonesia Sebagai Alat Media Komunikasi Sehari-Hari. *Universitas Mitra Indonesia*.

Aini, Q., & Alifia, P. (2022). Gangguan Keterlambatan Berbicara (speech delay) pada Anak Usia 6 tahun di RA An-Nuur Subang 8. *Jurnal Pendidikan Islam Anak Usia Dini Dan Al-Quran*.

Akbar, R. Z., Janah, F., & Siagian, I. (2022). Analisis Pemerolehan Bahasa Pertama pada Usia 2-3 Tahun: Kajian Fonologi. *Jurnal Pendidikan Tambusai*.

Alfatihaturrohmah, A., Mayangsari, D., & Karim, M. B. (2018). Kemampuan Berbicara Anak Usia 5-6 Tahun di TK X Kamal. *Jurnal PG-PAUD Trunojoyo : Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Anak Usia Dini*. https://doi.org/10.21107/pgpaudtrunojoyo.v5i2.4885

Alwi, S. (2021). Pemerolehan dan Pembelajaran Bahasa Kedua pada Anak Usia Prasekolah. *Saree*.

Apriani, T., Santoso, A. B., & Puspitasari, D. (2019). PEMEROLEHAN FONOLOGI DAN LEKSIKON PADA ANAK USIA 3.6 TAHUN: KAJIAN PSIKOLINGUISTIK. *Widyabastra : Jurnal Ilmiah Pembelajaran Bahasa Dan Sastra Indonesia*. https://doi.org/10.25273/widyabastra.v7i1.4531

Arifin, H. Z. (2017). Perubahan Perkembangan Perilaku Manusia Karena Belajar. *Sabilarrasyad*.

Asdam, M. (2017). *Integrative Learning & Pengajaran Bahasa Indonesia*.

Aurelia, T., Rahminawati, N., & Inten, D. N. (2022). Analisis Faktor Internal dan Faktor Eksternal yang Mempengaruhi Keterlambatan Bicara (Speech Delay) Anak Usia 5,9 Tahun. *Bandung Conference Series: Early Childhood Teacher Education*. https://doi.org/10.29313/bcsecte.v2i2.3504

Bucăţa, G., & Rizescu, A. M. (2017). The Role of Communication in Enhancing Work Effectiveness of an Organization. *Land Forces Academy Review*. https://doi.org/10.1515/raft-2017-0008

Budiman, B., Lusianti, E. F., Aprilia, S. P., & Utami, W. (2023). Peran Filsafat Bahasa dalam Pengembangan Bahasa Anak Usia Dini. *Kode : Jurnal Bahasa*. https://doi.org/10.24114/kjb.v12i2.47322

Canestrino, R., Magliocca, P., & Li, Y. (2022). The Impact of Language Diversity on Knowledge Sharing Within International University Research Teams: Evidence From TED Project. *Frontiers in Psychology*. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.879154

Chaer, A. (2014). *Linguistik Umum Edisi revisi*. Rineka Cipta : Jakarta.

De Stefani, E., & De Marco, D. (2019). Language, gesture, and emotional communication: An embodied view of social interaction. In *Frontiers in Psychology*. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02063

Fadhilah, I. A., & Maunah, B. (2021). Manusia Sebagai Makhluk yang Perlu dan Dapat Dididik. *Amirul, Izza & Maunah, Binti*.

Foote, J. (2015). Introducing Second Language Acquisition: Perspectives and Practices. *TESL Canada Journal*. https://doi.org/10.18806/tesl.v32i2.1212

Freidin, R. (2020). Introduction to Language and Linguistics. In *Adventures in English Syntax*. https://doi.org/10.1017/9781108767774.004

Garim, I., Garing, J., & Ridwan, M. (2017). Morphology And Syntax Of Tae' Language. *The 1st International Conference on Education, Science, Art, and Technology (the 1st ICESAT)*.

Ghazali, M., Disniarti, D., Pebriana, P. H., Alfiyanto, A., & Hidayati, F. (2022). Implementing the Qur'an Reading and Writing Program to Increase Children's Interest in Reading the Qur'an During the Covid-19 Pandemic. *EduLine: Journal of Education and Learning Innovation*. https://doi.org/10.35877/454ri.eduline1281

Giyatmi, G. (2019). Morphology for English Language Teaching. *The 2nd International Conference on Language, Literature, and Teaching*.

Handayani, A. W., Chandra, A., & Sulianto, J. (2022). Perkembangan bahasa anak usia 4-5 tahun ditinjau dari aspek fonetik dan aspek semantik. *Jurnal Pendidikan Islam Anak Usia Dini*.

Hoque, M. E. (2019). An Introduction to the Second Language Acquisition. *The Journal of EFL Education and Research*.

Kanaza, F. U. (2020). A LANGUAGE FUNCTION: THE ANALYSIS OF CONATIVE FUNCTION IN MEGHAN MARKLE'S SPEECH. *ETNOLINGUAL*. https://doi.org/10.20473/etno.v4i1.20347

Kashner, Z. (2023). *Raise a Reader: A Parent Guide to Reading for Ages 0-2*. https://www.scholastic.com/parents/books-and-reading/books-and-reading-guides/raise-

reader-parent-guide-to-reading-ages-0-2.html

Kuo, M.-M., & Lai, C.-C. (2016). Linguistics across Cultures: The Impact of Culture on Second Language Learning. *Journal of Foreign Language Instruction*.

Kusuma, A. B. (2016). Pemerolehan Bahasa Pertama Sebagai Dasar Pembelajaran Bahasa Kedua. *Komunikasi Dan Pendidikan Islam*.

Leong, L.-M., & Ahmadi, S. M. (2017). An Analysis of Factors Influencing Learners' English Speaking Skill. *International Journal of Research in English Education*. https://doi.org/10.18869/acadpub.ijree.2.1.34

Maharani, T., & Astuti, E. S. (2018). Pemerolehan Bahasa Kedua dan Pengajaran Bahasa dalam Pembelajaran BIPA. *Jurnal Bahasa Lingua Scientia*. https://doi.org/10.21274/ls.2018.10.1.121-142

Mailani, O., Nuraeni, I., Syakila, S. A., & Lazuardi, J. (2022). Bahasa Sebagai Alat Komunikasi Dalam Kehidupan Manusia. *Kampret Journal*. https://doi.org/10.35335/kampret.v1i1.8

Manalor, L. L., Huru, M. M., Saleh, U. K. S., & Wariyaka, M. R. (2022). Gangguan Perkembangan Bicara Dan Bahasa Pada Anak Usia 36 – 48 Bulan Di Puskesmas Oebobo Kota Kupang Tahun 2019. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*.

Manik, D., Oktavianda, R., & Lubis, F. (2020). Pemerolehan Bahasa Anak (Kajian Mean Length of Utterence 'Mlu') Farzan Zefa Marpaung (Anak Usia Tiga Tahun Enam Bulan). *Arkhais-Jurnal Ilmu Bahasa Dan …*.

Marentette, P., Furman, R., Suvanto, M. E., & Nicoladis, E. (2020). Pantomime (Not Silent Gesture) in Multimodal Communication: Evidence From Children's Narratives. *Frontiers in Psychology*. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.575952

Markus, N., Kusmiyati, K., & Sucipto, S. (2018). Penguasaan Kosakata Bahasa Indonesia Anak Usia 4-5 Tahun. *FONEMA*. https://doi.org/10.25139/fonema.v4i2.762

Moats, L., & Tolman, C. (2023). *Speaking Is Natural; Reading and Writing Are Not*. Readingrockets.Org. https://www.readingrockets.org/topics/early-literacy-development/articles/speaking-natural-reading-and-writing-are-not

Nugraha, A. R., Perbawasari, S., & Zubair, F. (2017). Model Komunikasi Pariwisata yang Berbasiskan Kearifan Lokal (Studi Deskriptif Kualitatif di Wilayah Lembang Kabupaten Bandung Barat). *The Messenger*.

Nugraha, O. A. (2018). PEMEROLEHAN BAHASA ANAK USIA 4 TAHUN KAJIAN SEMANTIK PENYIMPANGAN TUTURAN ANAK. *Kajian Linguistik Dan Sastra*. https://doi.org/10.23917/kls.v2i2.6733

Nurhamida, N., & Tressyalina, T. (2019). STRATEGI BERTUTUR DALAM TINDAK TUTUR EKSPRESIF BAHASA INDONESIA PADA KEGIATAN DISKUSI. *Pendidikan Bahasa Indonesia*. https://doi.org/10.24036/106907-019883

Nurjamiaty. (2011). PEMEROLEHAN BAHASA ANAK USIA TIGA TAHUN BERDASARKAN TONTONAN KESUKAANNYA DITINJAU DARI KONTRUKSI SEMANTIK. *Edukasi Kultura*.

Permanamiarta, P. A. (2021). Pemerolehan Bahasa Kedua dalam Lingkungan pada Anak Usia Tiga Tahun. *International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics*, *10*(3), 215–230.

Purba, N. (2018). The Role of Psycholinguistics in Language Learning and Teaching. *Tell : Teaching of English Language and Literature Journal*. https://doi.org/10.30651/tell.v6i1.2077

Pusposari, D. (2017). Kajian Linguistik Historis Komparatif dalam Sejarah Perkembangan Bahasa

Indonesia. *Jurnal Inovasi Pendidikan*, *1*(1), 75–85.

Rahman, F. F. (2022). The Correlation between Students' Writing Skills and Speaking Skills. *International Journal of English Education and Linguistics (IJoEEL)*. https://doi.org/10.33650/ijoeel.v4i1.3977

Rezeki, T. I., & Sagala, R. W. (2020). Semantic Analysis of Language Acquisition in Three Years Old Child. *Jurnal Serunai Bahasa Inggris*. https://doi.org/10.37755/jsbi.v12i2.300

Rohma Wati, D. (2016). Sendi Sintaksis dalam Pemerolehan Bahasa Pertama (Sebuah Studi Kasus). *Prosiding Prasasti*.

Sahril. (2019). PEMEROLEHAN BAHASA ANAK (STUDI KASUS TERHADAP PEMEROLEHAN BAHASA ANAK USIA DINI). *MEDAN MAKNA: Jurnal Ilmu Kebahasaan Dan Kesastraan*.

Salnita, Y. E. A. A. (2019). Language Acquisition for Early Childhood Language Acquisition for Early Childhood. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*.

Sentosa, A. R., & Apriliani, N. (2020). PEMEROLEHAN BAHASA PADA ANAK USIA DINI (KAJIAN PSIKOLINGUISTIK). *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan* .

Susilowati, R. (2018). STRATEGI BELAJAR OUT DOOR BAGI ANAK PAUD. *ThufuLA: Jurnal Inovasi Pendidikan Guru Raudhatul Athfal*. https://doi.org/10.21043/thufula.v2i1.4266

Tektigul, Z., Bayadilova-Altybayeva, A., Sadykova, S., Iskindirova, S., Kushkimbayeva, A., & Zhumagul, D. (2023). Language is a Symbol System that Carries Culture. *International Journal of Society, Culture and Language*. https://doi.org/10.22034/IJSCL.2022.562756.2781

Thomas, J., & McDonagh, D. (2013). Shared language: Towards more effective communication. *Australas Med J*, *6*(1). https://doi.org/10.4066/AMJ.2013.1596

Ulfa, M. (2017). Pemerolehan Fonologi, Morfologi, dan Sitntaksis Anak Usia2,5-3 Tahun. *Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian Pendidikan Dan Pembelajaran STKIP PGRI Jombang*, *3*(1), 1–13.

Umudini, A., Iswandi, I., & Arifin, M. M. (2023). Analisis Faktor Kesulitan Belajar Bahasa Arab Kelas V Madrasah Ibtidaiyah Pesantren Sabilil Muttaqien (PSM) Kepuhrejo Kediri. *Journal on Education*. https://doi.org/10.31004/joe.v5i3.1741

Veryawan, & Jellysha. (2020). Meningkatkan Kemampuan Bahasa Anak Melalui Permainan Kata Orak-Arik. *Atfaluna: Journal of Islamic Early Childhood Education*.

Waridah. (2016). Pemerolehan Fonologi Dalam Perkembangan Bahasa Anak. *Jurnal Diversita*.

Warif, M. (2019). Strategi Guru Kelas dalam Menghadapi Peserta Didik yang Malas Belajar. *TARBAWI : Jurnal Pendidikan Agama Islam*. https://doi.org/10.26618/jtw.v4i01.2130

Yanti, P. G. (2016). PEMEROLEHAN BAHASA ANAK: KAJIAN ASPEK FONOLOGI PADA ANAK USIA 2 - 2,5 TAHUN. *JIV-Jurnal Ilmiah Visi*. https://doi.org/10.21009/jiv.1102.7

Yogatama, A. (2011). Pemerolehan Bahasa Pada Anak Usia 3 Tahun Ditinjau Dari Sudut Pandang Morfosintaksis. *Jurnal Lensa: Kajian Kebahasaan, Kesusatraan, Dan Budaya*.

Zasrianita, F. (2020). Pemerolehan Bahasa Indonesia Anak Usia 2,5 Tahun Dalam Kajian Fonologi, Morfologi, dan Sintaksis. *Jurnal Hawa : Studi Pengarus Utamaan Gender Dan Anak*. https://doi.org/10.29300/hawapsga.v2i1.2964

Zubaedah, S. (2018). Pengembangan Bahasa Anak Usia Dini Melalui Berkisah. *Proceedings of The 3rd Annual Conference on Islamic Early Childhood Education*.

Żywiczyński, P., Wacewicz, S., & Sibierska, M. (2018). Defining Pantomime for Language Evolution Research. *Topoi*. https://doi.org/10.1007/s11245-016-9425-9

p–ISSN: 2723 - 6609 e-ISSN: 2745-5254
Vol. 4, No. 10 October 2023 http://jist.publikasiindonesia.id/

THE INFLUENCE OF TEA TYPES IN MAKING KOMBUCHA ON THE TASTE AND PREFERENCE OF HOTELIERS IN BATAM

Rizhon[1*], Siska Amelia Maldin[2]
Batam Tourism Polytechnic, Indonesia
Email: Rizhonkun45@gmail.com[1], siskamaldin@btp.ac.id[2]

*Correspondence

Keywords: kombucha; tea; beverage; fermentation.

ABSTRACT

Kombucha is a popular drink with its benefits for human health. This tea-based drink is very famous in the world of tourism for its sour and refreshing taste. Kombucha is generally made using green tea or black tea. However, many types of tea can be used, such as white tea, oolong tea, and so on. Usually, kombucha is made using tea, sugar, and water, then given bacteria and fungi to ferment for around 7 – 15 days. This research aims to see how the use of tea as a basic ingredient affects the taste and preferences of hoteliers in Batam, where 15 panelists carried out organoleptic tests on 8 samples of kombucha that have been prepared, where the only differentiating variable is the type of tea used, the results found that kombucha that is made from green tea is most liked by the panelists, meanwhile, the kombucha that is made from black tea is least liked.

Introduction

In the world of tourism, kombucha drink is a drink whose popularity is on the rise. Its increasing popularity is based on its benefits in improving digestive health for diets. In addition, kombucha can also help metabolism for the body to work better (Baijuan & Zhang, 2021).

Kombucha is a fermented tea drink, made from tea, sugar, bacteria, and yeast. The bacteria used in the kombucha manufacturing process are called SCOBY which stands for Symbiotic Culture of Bacteria and Yeast. SCOBY works by using the sugar contained in tea and turning it into a refreshing and carbonated sour drink (Jakubczyk, Kałduńska, Kochman, & Janda, 2020).

Kombucha is generally made with two types of tea, green tea and black tea. Both teas are considered the best types of tea to use in making kombucha. However, is it true that kombucha made using this type of tea is the best?

In this study, researchers wanted to examine how eight types of tea affect the flavor produced in kombucha. Then which type of tea is most preferred by hoteliers in Batam? Each kombucha will be produced with the same ingredients. exact recipe, fermentation time, and fermentation conditions. The type of tea is the only factor that affects the taste (Dewi et al., 2022).

TEA

According to (Khan &; Mukhtar, 2013) Tea is a very famous drink in the world. The popularity of tea is due to its taste and aroma which is very enjoyed by the world community. Tea is consumed by about two-thirds of the world's population or more than

three billion people in the world. Tea is made from the camellia sinensis plant. There are many types of tea available but the main types of tea are green tea, black tea, and oolong tea (Tiantian Zhao, Li, Wang, & Song, 2022).

Tea is the healthiest drink that originated in China more than 4000 - 5,000 years ago and has been used as an herbal medicine for various health benefits (Zhen jun Zhao et al., 2018). Although originating from China, the largest tea production in the world is in India with 28% of the world's production, and the most widely produced type of tea is the type of black tea as much as 78%. While green tea where the main producers are in Japan and China produces as much as 20% of world production, and oolong tea as much as 2% of tea production, which is increasing tea production over time, sees the number of needs that exist. All types of tea have different ways of making ranging from drying, fermentation, and steaming which can produce different flavors (Utama, 2010).

Tea has been scientifically proven to be very beneficial for the body, as it contains high antioxidants that are very beneficial for the body, ranging from reducing the risk of cancer, lowering blood sugar levels, reducing the risk of cardiovascular disease, and even fighting many types of bacteria such as Escherichia coli, bacillus cereus, staphylococcus aureus, and so on (Safitri & Irdawati, 2020).

In addition to fighting various diseases. Tea also contains caffeine which is beneficial for increasing energy. The level of caffeine contained in tea is in the range of 2-5% depending on the age of the tea leaves drunk (Ratnani & Malik, 2022).

KOMBUCHA

Kombucha is a fermented beverage made from fermented tea and sugar using SCOBY or Symbiotic culture of bacteria and yeast (Abaci, Deniz, & Orhan, 2022).

Kombucha is also known by other names, such as Mu-GO in Russian, Kombuchaschwamm in German, and Finkochinese in Italian (Zhen jun Zhao et al., 2018). It is thought to have originated in Northeast China during the time of the Tsin dynasty in 220 BC and spread to the world through various trade routes, and became popular in Russia and Europe in the 20th century and now kombucha has spread throughout the world (de Miranda et al., 2022).

Kombucha has many health benefits if drunk, which helps improve digestion with probiotics, helps increase metabolism, and increases endurance with antioxidants, but kombucha is a drink to help diet and is not used as a medical drug, although we cannot ignore that kombucha can help improve our health (Abaci et al., 2022).

In the kombucha fermentation process, there is a change from complex compounds to simple compounds, one of the changes is a decrease in Ph levels and an increase in acidity levels, a decrease in sugar levels, and an increase in probiotic levels (Hafsari & Farida, 2021).

The kombucha fermentation process is usually carried out for 7-15 days, because the longer the kombucha is fermented, the alcohol content will also increase, and also the acidity level (Mahadi, Sayuti, & Habibah, 2016).

Research on the influence of tea types had been done previously by Putri Ardila Sari, in her research the author made 4 kombucha samples which were then presented to

10 panelists, based on research with 3 factors, namely color, taste, and smell, the author concluded that the most preferred type of kombucha is made from white tea (Sari & Irdawati, 2019).

There is no mention of in more detail how other factors influence, the favorability profile of each kombucha with different types of tea, and there are also 4 types of tea used which are generalized into 4 main, white tea, green tea, black tea, and oolong tea.

Similar research has also been conducted by (Abdatilah, 2022). Ketut Ita Purnami from Udayana University, in her research, the author examined 4 types of tea, namely white tea, green tea, black tea, and mixed tea. Researchers fermented kombucha and measured antioxidant capacity, total acid, and Ph. In addition, the author also conducted a sensory evaluation with a hedonic test, where the results of the test showed that the most preferred type of kombucha was kombucha using mixed tea, while the least preferred was kombucha made using black tea (Abdatilah, 2022). In this study, researchers wanted to gather more details about how the type of tea affects taste, acidity levels, kombucha's flavor profile, and how acidity levels are produced.

Research Methods

Place and Time of Research

This research was carried out at the Mixology Laboratory, Dish Management Study Program, Batam Tourism Polytechnic in July – September 2023

Tools and Materials

The tools used in this research process are Glass jars, cloth jar covers, scales, water cookers, food tongs, teapots, glass bottles, spoons, filters, funnels, rubber bands, and electric pH meters.

In addition, there are also ingredients needed in conducting this research including Black tea, white tea, green tea, oolong tea, white peony tea, sencha tea, milky oolong tea, gyokuro tea, sugar, SCOBY local gallon water, for the type of tea used is a type of loose leaf tea, which is obtained from brewing.

Research Design/Method

In this study the researcher is an experimental study with a Complete Randomized Design (RAL) which includes 8 different treatments with 2 repetitions, the treatment is as follows, S1: Black Tea 8 grams, S2: Green Tea 8 grams, S3: Oolong Tea 8 grams, S4: White Peony Tea 8 grams, S5: Sencha Tea 8 grams, S6: Milky Oolong Tea 8 grams, S7: Gyokuro Tea 8 grams, S8: White Tea. So 8 experimental samples were then carried out Hedonic tests on tourism actors in Batam.

Observed Variables

The variables observed by researchers in this study are, Body, or the level of taste thickness, Acidity, or acidity level, Sweetness, or sweetness level, Balance, the level of balance of the previous 3 factors, Taste profile (If any), and also the level of overall liking.

Preparation of tools and materials

The first stage of making kombucha is the preparation of tools and ingredients, all tools used, including spoons, glass jars, and filters, must be dispensed using boiling water, which is then sprayed with disinfectant which is a mixture of vinegar and boiled water.

Next is the preparation of ingredients, the ingredients used are, tea with a dose of 8 grams each, for 8 grams of tea, 100 grams of sugar are used, 300 ml of kombucha starter, and 700 ml of water.

Kombucha tea making

Tea that has been measured is put into a tea pot, then boiling water as much as 700 ml, then let stand for a few minutes, after that the tea water is filtered into a glass jar, then added sugar as much as 100 grams and stirred, covered using a covering cloth, left until the solution cools, after the tea solution is cold, a starter of 300 ml is added and also SCOBY, The glass jar is covered using a cloth and tied with a rubber band, then left in a room that has air circulation and left for fermentation.

Fermentation Process

The fermentation process carried out by researchers lasted for 2 weeks, where kombucha was monitored every few days, to see the development of scoby.



Figure 1 Kombucha Fermentation Process

Kombucha Harvesting Process

In the process of harvesting kombucha, the first thing to prepare is tools, such as food tongs, bottles, filters, and funnels, all equipment prepared must be sanitized using boiling water and vinegar and water solutions. The finished kombucha is opened and filtered into sanitary bottles, then stored in the refrigerator. And kombucha is ready to be tested after cooling

Organoleptic Test

In this study, organoleptic tests were carried out with hedonic tests. The variables observed during the test were body, acidity, sweetness, balance, flavor profile, and the overall level of liking, and also the panelists were asked to give their opinions about kombucha that had been tested, where the panelists used as many as 15 people with the condition that the panelists were people who were involved in the world of tourism.

Results and Discussion

1. **`Uji Organoleptic**

The results of the kombucha organoleptic test using different types of tea for 15 panelists can be seen in the following table.

Table 1
Black Tea Organoleptic Test Results (S1)

	Black Tea (S1)				
Panelists	*Body*	*Acidity*	*Sweetness*	*Balance*	*Overall*
1	2	10	5	3	4
2	2	7	2	6	7
3	7	8	2	7	8.5
4	3	6	3	3	5
5	5	7	7	5	5
6	5	7	2	4	5
7	3	8	5	6	4
8	4	3	6	6	9
9	10	10	5	8	7
10	5	7	6	6	7
11	3	8	3	3	4
12	4	7	4	3	4
13	6	6	4	7	9
14	5	6	4	8	6
15	5	7	3	4	5
Average	4.6	7.13	4.06	5.26	5.96

From the results of the black tea organoleptic test, we can see that black tea has an assessment level of 5.96 where the highest favorability value is in panelists 8 and panelists 13 in number 9.

Table 2
Green Tea Organoleptic Test Results (S2)

	Green Tea (S2)				
Panelists	*Body*	*Acidity*	*Sweetness*	*Balance*	*Overall*
1	5	3	9	10	10
2	4	5	7	8	9
3	5	2	8	9	9.5
4	6	3	5	7	9
5	3	3	9	4	8
6	3	5	7	10	8
7	3	5	8	8	8
8	4	2	8	5	10
9	9	9	7	8	9
10	6	6	7	8	8
11	2	3	5	5	7
12	2	4	6	3	7
13	4	4	4	7	6
14	3	4	7	8	9
15	7	8	8	8	9
Average	4.4	4.4	7	7.2	8.43

Based on Table 2, we can see that green tea has a favorability level of 8.43 where the highest scores are obtained from panelists 1 and 8 at number 10.

Table 3
Organoleptic Test Results of oolong tea (S3)

	Oolong Tea (S3)				
Panelists	*Body*	*Acidity*	*Sweetness*	*Balance*	*Overall*
1	3	7	5	5	6
2	6	6	3	5	8
3	5	1	9	9	9.5
4	7	6	4	7	6
5	5	3	10	5	10
6	5	5	6	9	10
7	2	4	7	8	6
8	2	3	3	7	9
9	10	5	6	10	9
10	5	6	8	7	7
11	4	3	6	7	7
12	2	2	5	5	7
13	3	2	5	6	5
14	6	7	6	7	7
15	7	5	7	6	7
Average	4.8	4.33	6	6.86	7.56

Based on Table 3, it was found that the level of liking for kombucha with oolong tea was 7.56 where the highest scores were obtained from panelists 5 and 6 at number 10.

Table 4
Organoleptic Test Results of White Peony Tea (S4)

	White Peony (S4)				
Panelists	*Body*	*Acidity*	*Sweetness*	*Balance*	*Overall*
1	2	8	5	5	5
2	5	7	4	6	7
3	6	3.5	6	7	7.5
4	6	5	4	7	9
5	3	5	9	4	7
6	7	6	6	8	8
7	2	3	5	9	9.5
8	4	3	5	5	8
9	8	6	7	9	8
10	4	7	7	7	8
11	1	2	7	8	8
12	1	2	5	6	6
13	4	3	4	7	6
14	4	5	7	8	8
15	5	5	7	5	8
Average	4.13	4.7	5.86	6.73	7.53

Based on Table 4, we can see that the favorability level of kombucha white peony tea is at 7.53 where the highest value is 9.5 given by panelist 7.

Table 5
Sencha Tea Organoleptic Test Results (S5)

	Sencha (S5)				
Panelists	*Body*	*Acidity*	*Sweetness*	*Balance*	*Overall*
1	2	5	8	5	7
2	3	5	6	7	8
3	5	6.5	7	7.5	6.5
4	5	6	2	7	7
5	5	7	7	7	7
6	4	6	5	5	7
7	4	8	7	8	7
8	3	4	3	5	9
9	9	7	7	9	8
10	4	5	6	7	6
11	4	6	4	4	5
12	8	6	5	6	6
13	2	3	2	4	4
14	4	8	4	5	4
15	4	5	6	6	7
Average	4.4	5.83	5.26	6.16	6.56

Based on Table 5, the favorability value of kombucha sencha tea is 6.56 where the highest value is given by panelist 8 at number 9.

Table 6
Organoleptic Test Results of Milky Oolong Tea (S6)

	Milky Oolong Tea (S6)				
Panelists	*Body*	*Acidity*	*Sweetness*	*Balance*	*Overall*
1	1	4	7	9	7
2	4	6	5	6	8
3	6	7	5.5	8	8
4	8	4	6	8	9
5	5	7	7	5	8
6	5	5	6	7	8
7	3	6	6	9.5	10
8	4	4	5	6	9
9	9	9	7	9	8
10	5	7	6	7	7
11	3	5	5	6	6
12	5	5	4	3	5
13	6	6	4	6	8
14	5	4	6	7	6
15	4	5	6	6	7
Average	4.86	5.6	5.7	6.83	7.6

Based on Table 6, it was found that the favorability value of kombucha with milky oolong tea had a favorability value of 7.6 with the highest value of 10 given by panelist 7.

Table 7
Organoleptic Test Results of Gyokuro Tea (S7)

	Gyokuro tea (S7)				
Panelists	*Body*	*Acidity*	*Sweetness*	*Balance*	*Overall*
1	1	3	8	10	9
2	3	4	6	8	6
3	6	4.5	8	7.5	7.5
4	7	5	6	8	8
5	1	3	3	4	10
6	6	6	5	6	7
7	2	5	4	9	9
8	3	2	2	4	9
9	8	6	7	9	7
10	4	5	6	7	7
11	2	2	5	7	9
12	1	1	5	10	9
13	4	4	3	5	5
14	2	2	4	9	9
15	3	3	8	8	8
Average	3.53	3.7	5.33	7.43	7.96

Based on Table 7, the panelists' favorability score for kombucha with gyokuro-based ingredients was 7.96 with the highest score of 10 given by panelist 5.

Table 8
White tea organoleptic test results (S8).

	White Tea (S8)				
Panelists	*Body*	*Acidity*	*Sweetness*	*Balance*	*Overall*
1	3	5	5	5	6
2	3	6	4	6	7
3	7	8	4	5	4.5
4	7	6	7	4	6
5	5	7	3	4	7
6	3	5	4	5	7
7	5	4	7	8.5	8.5
8	3	3	4	5	8
9	9	8	7	9	8
10	4	6	7	6	6
11	4	2	7	8	9
12	6	6	4	2	4
13	5	3	3	5	4
14	3	4	7	8	7
15	4	4	7	7	9
Average	4.73	5.13	5.33	5.83	6.73

From Table 8, we can find that the favorability value for kombucha with white tea is 6.73 with the highest value of 9 given by panelist 11.

Table 9
Average Organoleptic Test Results on taste in kombucha.

No	Variable	Average							
		S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8
1	Body	4.6	4.4	4.8	4.13	4.4	4.86	3.53	4.73
2	Acidity	7.13	4.4	4.33	4.7	5.83	5.6	3.7	5.13
3	Sweetness	4.06	7	6	5.86	5.26	5.7	5.33	5.33
4	Balance	5.26	7.2	6.86	6.73	6.16	6.83	7.43	5.83
5	Overall	5.96	8.43	7.56	7.53	6.56	7.6	7.96	6.73

Table 9 is the average result of organoleptic tests that have been performed on 15 panelists, using variables of body, acidity, sweetness, balance, and overall favorability. Each result is explained as follows

Body

Based on the results of organoleptic tests that have been carried out kombucha which has the highest body is kombucha made using milky oolong tea, which means panelists assess that kombucha has a heavier taste, this is due to the taste characteristics of milky oolong tea which has butter and vanilla properties. While kombucha that has the lowest body is kombucha made from gyokuro tea, which means this kombucha has a mild taste in the mouth compared to other kombucha.

Acidity

Based on the results of organoleptic tests that have been carried out, kombucha that has the highest acidity is kombucha made using black tea, which means panelists judge that kombucha has the highest acidity, while kombucha that has the lowest acidity is kombucha made using gyokuro tea, which means kombucha has the lowest acidity compared to another kombucha.

Sweetness

Based on the results of organoleptic tests that have been carried out, kombucha that has the highest level of sweetness is kombucha made using green tea, which means panelists assess that kombucha has the highest level of sweetness, while kombucha that has the lowest level of sweetness is kombucha made using black tea.

Balance

Based on the results of organoleptic tests that have been carried out kombucha which has the highest level of taste balance in kombucha is kombucha made using gyokuro tea, which means panelists judged that kombucha is kombucha that has the best balance, which means it is not too sweet, not too sour, and not too heavy in the mouth,

while kombucha that has the lowest level of taste balance is kombucha made using black tea.

Flavor Profile

Based on the results of organoleptic tests, several panelists can provide information on the taste profile in each given sample where the average results are as follows. In kombucha using black tea, panelists get fruity taste characteristics, with notes of green apple and passion fruit. Next on green tea kombucha panelists found floral and fruity characteristics, with peach and apple flavor notes.

Furthermore, on kombucha oolong tea, panelists found taste characteristics without detailed notes. Then for kombucha tea white peony, panelists found floral taste characteristics without more detail. Next to kombucha sencha tea, panelists found fruity and floral flavor characteristics with peach flavor notes. Furthermore, for kombucha with oolong tea base ingredients, panelists found fruity and milky taste characteristics with white pear taste characteristics. Furthermore, for kombucha with your tea base, panelists found floral flavor characteristics with jasmine notes. Finally, for kombucha with a white tea base, panelists found earthy taste characteristics with herbal and smoky notes.

Favorite

Based on the results of organoleptic tests conducted on 15 panelists, it can be seen that the most preferred kombucha is kombucha made from Green Tea, this is due to its acidity that is not too high, and also due to the characteristics of floral and fruity taste. Kombucha tea that is not liked by panelists is kombucha made using black tea where the same results are also obtained in organoleptic tests conducted by (Abdatilah, 2022), this is due to the high acidity level compared to kombucha made with other teas.

Conclusion

Based on the results of organoleptic tests on kombucha made from different types of tea, we can conclude that, the kombucha fermentation process using different types of tea also produces different results, for example we can find that kombucha made using black tea has a higher acidity than kombucha using other types of tea, while we can find kombucha using green tea, The highest degree of sweetness. We also find that each kombucha has different taste characteristics, ranging from milky oolong which has milky taste characteristics, white tea which has earthy characteristics, and green tea which has fruity taste characteristics. And also the most important where we can also see that the kombucha most liked by the panelists is kombucha made from green tea, it is because the acidity level is not too high and the taste characteristics are fruity and floral with peach and apple notes, while less liked by the panelists is kombucha with black tea ingredients, This is due to the highest level of acidity.

Bibliography

Abaci, Nurten, Deniz, Fatma Sezer Senol, & Orhan, Ilkay Erdogan. (2022). Kombucha–An ancient fermented beverage with desired bioactivities: A narrowed review. *Food Chemistry: X*, *14*, 100302. https://doi.org/10.1016/j.fochx.2022.100302

Abdatilah, Zharivah. (2022). *Pengaruh teh kombucha (Camelia sinensis) terhadap pertumbuhan dan perkembangan costae fluktuantes dan metakarpal pada skeleton fetus mencit (Mus musculus) secara in vivo*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.

Baijuan, Wang, & Zhang, Guijing. (2021). *Meminum dan Mencicipi Teh Yunnan Pu'er*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

de Miranda, Jeniffer Ferreira, Ruiz, Larissa Fernandes, Silva, Cíntia Borges, Uekane, Thais Matsue, Silva, Kelly Alencar, Gonzalez, Alice Gonçalves Martins, Fernandes, Fabrício Freitas, & Lima, Adriene Ribeiro. (2022). Kombucha: A review of substrates, regulations, composition, and biological properties. *Journal of Food Science*, *87*(2), 503–527. https://doi.org/10.1111/1750-3841.16029

Dewi, Irra Chrisyanti, Indrianto, Agoes Tinus Lis, Soediro, Moses, Winarno, Prasetyon Sepsi, Minantyo, Hari, Sondak, Michael Ricky, Warrauw, Wike Laurenzia, Grasielda, Ivana, Gunawan, Steven, & Yuwono, Victor Kurniawan. (2022). *Trend Bisnis Food and Beverages Menuju 2030*. Penerbit Lakeisha.

Hafsari, Anggita Rahmi, & Farida, Wilda Nur. (2021). Karakteristik pH Kultur Kombucha Teh Hitam dengan Jenis Gula Berbeda pada Fermentasi Batch-Culture. *Gunung Djati Conference Series*, *6*, 228–232.

Jakubczyk, Karolina, Kałduńska, Justyna, Kochman, Joanna, & Janda, Katarzyna. (2020). Chemical profile and antioxidant activity of the kombucha beverage derived from white, green, black and red tea. *Antioxidants*, *9*(5), 447.

Mahadi, Imam, Sayuti, Irda, & Habibah, Irma. (2016). Pengaruh variasi jenis pengolahan teh (Camellia sinensis L Kuntze) dan konsentrasi gula terhadap fermentasi kombucha sebagai rancangan lembar kerja peserta didik (LKPD) biologi SMA. *Biogenesis*, *13*(2), 93–102. https://doi.org/10.31258/biogenesis.13.2.93-102

Ratnani, Sonia, & Malik, Sarika. (2022). Therapeutic properties of green tea: a review. *Journal of Multidisciplinary Applied Natural Science*, *2*(2), 90–102. https://doi.org/10.47352/jmans.2774-3047.117

Safitri, Witri Nofita, & Irdawati, Irdawati. (2020). Antibacterial Activities of Kombucha Tea From Some Types of Variations of Tea on Escherichia coli and Staphylococcus aureus. *Bioscience*, *4*(2), 197–206. https://doi.org/10.24036/0202042105679-0-00

Sari, Putri Ardila, & Irdawati, Irdawati. (2019). Kombucha tea production using different tea raw materials. *Bioscience*, *3*(2), 135–143. https://doi.org/10.24036/0201932105584-0-00

Utama, Hersynanda Karyadi. (2010). *Kajian karakteristik kimia, dan sensoris bumbu masak berbahan baku bungkil wijen (Sesamum indicum) dengan variasi lama fermentasi serta suhu pengeringan*.

Zhao, Tiantian, Li, Chao, Wang, Shuai, & Song, Xinqiang. (2022). Green tea (Camellia sinensis): A review of its phytochemistry, pharmacology, and toxicology. *Molecules*, *27*(12), 3909. https://doi.org/10.3390/molecules27123909

Zhao, Zhen jun, Sui, Yu cheng, Wu, Hua wei, Zhou, Cai bi, Hu, Xian chun, & Zhang, Jian. (2018). Flavour chemical dynamics during fermentation of kombucha tea. *Emirates Journal of Food and Agriculture*, 732–741. https://doi.org/10.9755/ejfa.2018.v30.i9.1794

JURNAL MAHATVAVIRYA Vol. 10. No. 1. Maret 2023 P-ISSN: 2355-5262
DOI:xx.xxxx E-ISSN: 2963-8607

BUDAYA MUTU SEBAGAI REFLEKSI DARI *PPEPP* DAN *EPP* DI AKADEMI MILITER MAGELANG

Dwi Joko Siswanto[1]
dwijoko_akmil@manajemenhan.akmil.ac.id
Akademi Militer Magelang

Frangky Silitonga[2]
frangky@btp.ac.id
Politeknik Pariwisata Batam

Abstract

The purpose of this article is to provide an overview of PPEPP culture in Akmil institutions in general. Problems related to the sustainability of PPEPP can be seen in EPP Internal quality assurance at the Military Academy is an educational quality assurance activity that is carried out autonomously or independently to implement, control and improve the implementation of education for cadets in a planned and sustainable manner. The principle of autonomy/independence emphasizes that the Military Academy must develop its own Internal Quality Assurance System (SPMI) in accordance with the historical background, the basic values that animate its establishment, the number of study programs, human resources and facilities and infrastructure without interference from other parties. The basic thing that must be in SPMI is that quality assurance is carried out through 5 (five) main steps, namely Determination, Implementation, Evaluation, Control and Improvement, which is abbreviated as PPEPP. PPEPP for each Dikti standard will produce kaizen or continuous quality improvement (CQI) on all Dikti standards, so as to create a culture of quality. The quality culture itself consists of mindset, attitude patterns and behavior patterns based on Dikti standards. Apart from measuring the quality of education at the Military Academy, the quality of education in the Military Academy is measured by fulfilling each Higher Education Standard, but it must also be measured by fulfilling the interactions between standards in the Military Academy, to create a Quality Culture.
Keywords*: Quality Culture, PPEPP, EPP, SN Dikti, SPMI*

Abstrak

Tujuan artikel ini adalah memberikan gambara budaya PPEPP di institusi Akmil secara umum. Permasalahan terkait keberlangsungan PPEPP dapat di lihat EPP. Penjaminan mutu internal di Akademi Militer merupakan kegiatan penjaminan mutu pendidikan yang dilakukan secara otonom atau mandiri untuk melaksanakan, mengendalikan dan meningkatkan penyelenggaraan pendidikan bagi taruna secara terencana dan berkelanjutan. Prinsip otonomi/mandiri menegaskan bahwa Akademi Militer harus mengembangkan sendiri, Sistem Penjaminan Mutu Internal (SPMI) nya sesuai dengan latar belakang sejarah, nilai dasar yang menjiwai pendiriannya, jumlah program studi, sumber daya manusia serta sarana dan prasarana tanpa campur tangan pihak lain. Hal mendasar yang harus ada di dalam SPMI adalah penjaminan mutu dilakukan melalui 5 (lima) langkah utama yaitu Penetapan, Pelaksanaan, Evaluasi, Pengendalian, dan Peningkatan yang disingkat PPEPP. PPEPP setiap standar dikti akan menghasilkan kaizen atau continuous quality improvement (CQI) pada semua standar Dikti, sehingga tercipta budaya mutu. Budaya mutu itu sendiri terdiri dari pola pikir, pola sikap dan pola prilaku berdasarkan standar Dikti. Mutu pendidikan di Akmil selain diukur dari pemenuhan setiap Standar Pendidikan Tinggi, tetapi harus pula diukur dari pemenuhan interaksi antar standar yang ada di Akmil, untuk menyujudkan Budaya Mutu.
Kata Kunci: Budaya Mutu, PPEPP, EPP, SN Dikti, SPMI

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

LATAR BELAKANG

Mutu Pendidikan Tinggi adalah tingkat kesesuaian antara penyelenggaraan pendidikan tinggi dengan Standar Pendidikan Tinggi yang terdiriatas Standar Nasional Pendidikan Tinggi dan Standar Pendidikan Tinggi yang ditetapkan oleh Perguruan Tinggi. Sistem Penjaminan Mutu Internal (SPMI) menurut Permenristekdikti Nomor 62 Tahun 2016 memiliki arti sebagai kegiatan sistemik penjaminan mutu Pendidikan tinggi oleh setiap perguruan tinggi secara otonom atau mandiri untuk mengendalikan dan meningkatkan penyelenggaraan pendidikan tinggi secara berencana dan berkelanjutan (Peraturan Menteri Riset, Teknologi, Dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia Nomor 62 Tahun 2016 Tentang Sistem Penjaminan Mutu Pendidikan Tinggi, 2016).

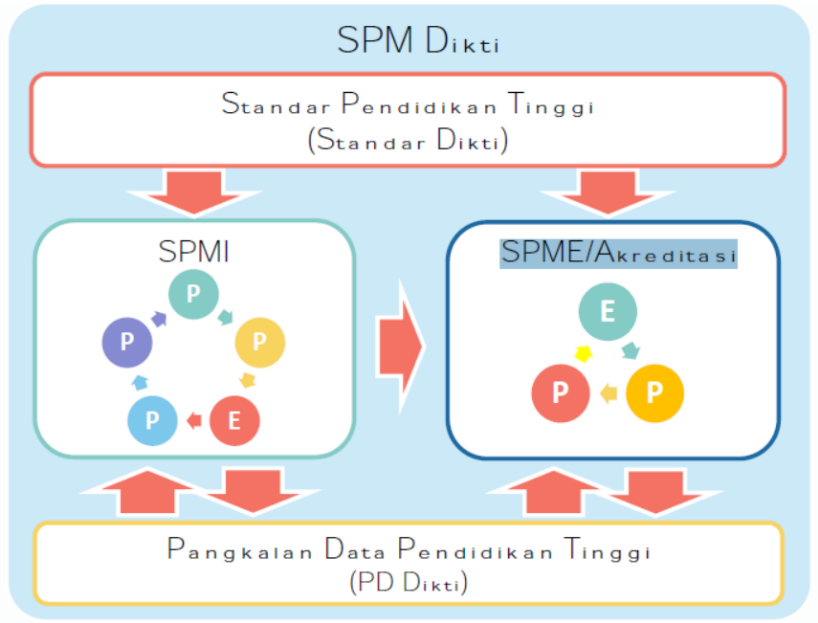
Sistem Penjaminan Mutu Pendidikan Tinggi (SPM Dikti) adalah kegiatan sistemik untuk meningkatkan mutu pendidikan tinggi secara berencana dan berkelanjutan. Dalam institusi perguruan tinggi atau Akademi Militer Magelang (Akmil) telah mewajibkan peran dan fungsi SPMI yang kuat, terencana dan terukur agar mampu mewujudkan pendidikan tinggi yang bermutu di bidang Pertahanan dan Keamanan. Apalagi Akmil adalah intitusi yang melakukan pemutahiran generasi yang unggul dalam bidang keamanan dan pertahanan, itulah sebabnya SPMI menjadi bagian yang harus di jaga dan dilakukan secara terus-menerus, terukur dan terstruktur.

Sistem Penjaminan Mutu Internal (SPMI) adalah adalah kegiatan sistemik penjaminan mutu pendidikan tinggi oleh setiap perguruan tinggi secara otonom untuk mengendalikan dan meningkatkan penyelenggaraan pendidikan tinggi secara berencana dan berkelanjutan. Peningkatan kemampuan SDM dalam SPMI juga harus diimbangi dengan peningkatan standar yang terus dijaga dan dicapai. Ada terdapat lima langkah yang harus dilakukan di Akmil dalam melaksanan SPMI yang tertuang dalam pasal 52 ayat (2) UU Pendidikan Tinggi, yaitu penetapan, pelaksanaan, evaluasi, pengendalian, dan peningkatan yang biasa disingkat dengan PPEPP (Peraturan Menteri Pendidikan Dan Kebudayaan

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2020 Tentang Akreditasi Program Studi Dan Perguruan Tinggi, 2020). Di dålam dokumen SPMI Kamil terdapat berbagai macam fungsi dokumen yang digunakan untuk mengimplementasikan SPMI di Akmil. Secara umum adalah fungsi dari dokumen tersebut adalah untuk mencatat dan merekam implementasi SPMI Akmil sehingga penetapan, pelaksanaan, evaluasi, pengendalian, dan peningkatan Standar SPMI dapat dipantau dari waktu ke waktu secara terukur dan terstandar.

Berikut Gambar hubungan SPMI dengan SPME/Akreditasi



Sistem Penjaminan Mutu Eksternal (SPME) adalah kegiatan penilaian melalui akreditasi untuk menentukan kelayakan dan tingkat pencapaian mutu program studi dan perguruan tinggi. Kemudian dalam Pangkalan Data Pendidikan Tinggi (PD Dikti) adalah kumpulan data penyelenggaraan pendidikan tinggi seluruh perguruan tinggi yang terintegrasi secara nasional. Dokumen SPMI Akmil dituangkan dalam bentuk buku, yang terdiri atas Kebijakan SPMI, Manual SPMI, Standar SPMI, dan Formulir SPMI. Semua dokumen tersebut harus mengalami proses pengembang dokumen SPMI pada Lembaga Penjaminan

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

Mutu dapat menjelaskan secara terukur pada keempat dokumen SPMI Perguruan Tinggi tersebut di atas (Peraturan Menteri Riset, Teknologi, Dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia Nomor 62 Tahun 2016 Tentang Sistem Penjaminan Mutu Pendidikan Tinggi, 2016);

1. memberi petunjuk rinci tentang cara menulis keempat dokumen SPMI Perguruan Tinggi tersebut;
2. menjelaskan template keempat dokumen tersebut sebagai 'model' dokumen SPMI Perguruan Tinggi;
3. memberi contoh fiktif keempat dokumen SPMI Perguruan Tinggi tersebut;
4. membantu peserta merancang dokumen SPMI untuk Perguruan Tinggi peserta.

Sehingga kebijakan SPMI Perguruan Tinggi atau Kebijakan Mutu (Quality Policy) Kebijakan SPMI Akmil adalah dokumen berisi uraian secara garis besar tentang bagaimana suatu Akmil memahami, merancang, dan mengimplementasikan SPMI Perguruan Tinggi dalam penyelenggaraan pendidikan tinggi, sehingga terwujud budaya mutu di Akmil. Adapun bentuk dokumen SPMI terdiri beberapa uraian, mengenai: latar belakang atau alasan, tujuan, strategi, prinsip, dan, arah Akmil untuk menjamin dan meningkatkan mutu dalam setiap kegiatannya. Hal ini bisa saja berbentuk kebijakan SPMI, ini dibuat kemudian ditetapkan oleh Gubernur Akmil setelah mendapat pertimbangan Senat Perguruan Tinggi (Buku Petunjuk Teknis Penyelenggaraan Pendidikan Di Lingkungan TNI, 2012). Adapun manfaat dari dokumen Kebijakan SPMI atau Kebijakan Mutu (quality policy) bermanfaat untuk:

a. menjelaskan kepada para pemangku kepentingan Perguruan Tinggi tentang SPMI di Perguruan Tinggi yang bersangkutan secara ringkas, padat, dan utuh;
b. menjadi dasar atau 'payung' bagi seluruh Standar, Manual, dan Formulir SPMI di Perguruan Tinggi;
c. membuktikan bahwa SPMI Perguruan Tinggi yang bersangkutan terdokumentasikan.

Manual SPMI Perguruan Tinggi atau Manual Mutu (Quality Manual)

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

Manual SPMI Perguruan Tinggi adalah dokumen berisi petunjuk mengenai cara, langkah, atau prosedur tentang penetapan, pelaksanaan, evaluasi pelaksanaan, pengendalian pelaksanaan, dan peningkatan setiap Standar Dikti oleh para pihak pada semua aras di dalam Perguruan Tinggi (Peraturan Menteri Pendidikan Dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2020 Tentang Akreditasi Program Studi Dan Perguruan Tinggi, 2020). Adapun yang menjadi manfaat dari dokumen manual SPMI Akmil atau Manual Mutu (Quality Manual) adalah sebagai pemandu bagi para pejabat struktural dan/ atau unit SPMI di Perguruan Tinggi, dosen, serta tenaga kependidikan dalam mengimplementasikan SPMI Perguruan Tinggi sesuai dengan tugas dan wewenang masing-masing sehingga terwujud budaya mutu. Berikutnya adalah menjadikan petunjuk tentang bagaimana Standar Dikti dapat dipenuhi dan ditingkatkan secara berkelanjutan sehingga bukti tertulis bahwa SPMI di Akmil telah siap diimplementasikan.

Dalam hal dokumen Manual SPMI Perguruan Tinggi atau Manual Mutu (Quality Manual) disatukan dengan dokumen Prosedur Mutu (Quality Procedure), atau bahkan dengan dokumen Kebijakan SPMI Perguruan Tinggi atau Kebijakan Mutu (Quality Policy), berarti dokumen tersebut berisi uraian tentang cara Kebijakan SPMI Perguruan Tinggi hendak diimplementasikan (Peraturan Menteri Riset, Teknologi, Dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia Nomor 62 Tahun 2016 Tentang Sistem Penjaminan Mutu Pendidikan Tinggi, 2016).

Standar SPMI Perguruan Tinggi atau Standar Mutu (Quality Standard) Standar SPMI Akmil adalah dokumen berisi berbagai kriteria, ukuran, patokan, atau spesifikasi yang disebut Standar Pendidikan Tinggi atau Standar Dikti dari setiap aspek pendidikan tinggi di Akmil untuk mewujudkan visi dan misinya.
Dokumen Standar SPMI Perguruan Tinggi atau Standar Mutu (Quality Standard) berfungsi sebagai:

a. alat ukur dalam mewujudkan visi, misi, dan tujuan Akmil;
b. indikator untuk menunjukkan tingkat (level) mutu Akmil;
c. tolok ukur capaian oleh semua pihak di Akmil, sehingga menjadi faktor pendorong untuk bekerja dengan (atau bahkan melebihi) standar;

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

d. bukti otentik kepatuhan Akmil terhadap peraturan perundang-undangan tentang Standar Dikti; dan
e. bukti kepada masyarakat bahwa Akmil telah secara sungguh-sungguh menyelenggarakan pendidikan tinggi berdasarkan standar.

Standar SPMI Akmil harus dapat memenuhi dan bahkan melampaui Standar Nasional Pendidikan Tinggi (SN Dikti) sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan.

Formulir atau Borang atau Proforma SPMI Akmil (Quality Documents)

Formulir atau Borang atau Proforma SPMI Akmil adalah dokumen yang berfungsi untuk mencatat atau merekam hal atau informasi tentang pencapaian Standar SPMI Perguruan Tinggi (Undang-Undang Republik Indonesia No. 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi, 2012). Dokumen Formulir atau Borang atau Proforma SPMI Perguruan Tinggi berfungsi sebagai: alat untuk mengukur pencapaian atau pemenuhan atau pelampauan Standar SPMI Perguruan Tinggi; alat untuk memantau, mengevaluasi, mengendalikan, dan mengoreksi implementasi SPMI Perguruan Tinggi; bukti otentik untuk mencatat atau merekam implementasi SPMI Perguruan Tinggi secara periodik. Terdapat berbagai macam Formulir atau Borang atau Proforma SPMI di Akmil dengan peruntukan yang berbeda-beda sesuai dengan Standar SPMI yang diimplementasikan. Setiap Standar SPMI Akmil membutuhkan paling sedikit satu macam formulir. Hal ini membuat kebijakan SPMI juga mencakup pada unsur Penelitian dan pengabdian sebagai bagian tridarma perguruan tinggi yang ada di Akmil. Dokumen kebijakan ini memiliki dua penting, pertama memiliki maksud dan kedua memiliki tujuan. Kedua hal ini dijelaskan sebagai pertama untuk dijadikan pedoman dalam menyusun Standar Akademi Militer dalam bidang Pendidikan, Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat. Kedua agar terbentuk budaya mutu berupa kesamaan pola pikir, pola sikap dan pola tindakan dalam upaya meningkatkan mutu pendidikan di Akademi Militer (Standar Pengabdian Kepada Masyarakat Akademi Militer, 2021). Dimana penjelasan mengenai ruang lingkup dan tata urut dapat meliputi dokumen kebijakan,

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

dokumen manual,dokumen standar dan dokumen formulir yang disusun dengan tata urut sebagai berikut :

a) Pendahuluan.
b) Dokumen Kebijakan SPMI.
c) Dokumen Manual SPMI.
d) Dokumen Standar SPMI.
e) Dokumen Formulir SPMI.
f) Prosedur.
g) Penutup.

Gambar Inti dari SPMI

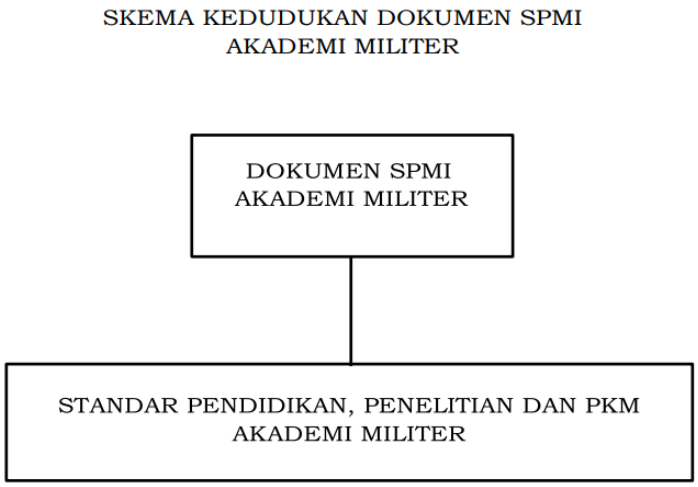


Sedangkan yang menjadi dasar setiap dokumen kebijakan SPMI di Akmil mengacu pada sebagai berikut:

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

a) Undang - Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
b) Undang - Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi pasal 51, pasal 52 dan pasal 53 tentang Penjaminan Mutu;
c) Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 3 Tahun 2020 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi;
d) Keputusan Panglima TNI Nomor Kep/859/XI/2017 tanggal 1 November 2017 tentang Petunjuk Penyelenggaraan Penjaminan Mutu, Penelitian, dan Pengabdian Kepada Masyarakat di Akademi Tentara Nasional Indonesia dan Akademi Angkatan;
e) Pedoman Sistem Penjaminan Mutu Internal Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi, Direktorat Jenderal Pembelajaran dan Kemahasiswaan, Direktorat Penjaminan Mutu 2018; dan
f) Peraturan Kasad Nomor 26 Tahun 2019 tanggal 26 Desember 2019 tentang Organisasi dan Tugas Markas Besar TNI Angkatan Darat.

Dalam kedudukan dokumen SPMI ini merupakan dasar untuk menyusun Standar Pendidikan, Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat di Akademi Militer. Skema kedudukan tercantum pada Gambar 1.1. Skema Kedudukan SPMI dalam Institusi Akademi Militer Magelang



Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

Pada dokumen Standar Evaluasi Kurikulum dijelaskan secara rinci bahwa dokumen kebijakan SPMI terdiri dari visi Akademi Militer dan misi Akademi Militer. Yang menjadi visi Akmil sendiri adalah menjadikan Akademi Militer sebagai Center of Excellence yang dapat mewujudkan hasil didik yang profesional dan dicintai rakyat (Peraturan Menteri Pendidikan Dan Kebudayaan Nomor 03 Tahun 2020 Tentang Standar Nasional Perguruan Tinggi, 2020). Sedangkan misi Akmil adalah:

a. Mengoptimalkan kinerja organisasi melalui program pembinaan satuan dengan melaksanakan validasi organisasi, pengisian materiel, penataan pangkalan, melengkapi peranti lunak dan sarana prasarana pendidikan dan pembinaan latihan;
b. Meningkatkan kualitas peranan 10 komponen pendidikan;
c. Meningkatkan kualitas hasil didik (Taruna/Taruni) agar menjadi perwira profesional sebagai pemimpin masa depan dan dicintai rakyat;
d. Meningkatkan peran dan fungsi pengkajian dan pengembangan; dan
e. Melaksanakan kegiatan sosialisasi dan binter terbatas di sekitar pangkalan dan daerah latihan.

Tujuan Akademi Militer

a. Mewujudkan Akademi Militer sebagai *Center of Excellence* yang dapat mewujudkan hasil didik yang profesional dan dicintai rakyat;
b. Meningkatkan kualitas tenaga pendidik, sarana dan prasarana pendidikan serta pemenuhan kebutuhan peranti lunak yang diperlukan peserta didik;
c. Meningkatkan pelaksanaan fungsi organik militer Akmil;
d. Melanjutkan koordinasi pengendalian dan pengawasan kegiatan litbang bidang insani, organisasi, materiel, sistem serta metoda dan penjaminan mutu prodi; dan
e. Meningkatkan tertib administrasi keuangan serta manajemen pengawasan internal untuk mencegah terjadinya penggunaan yang tidak tepat.

Sasaran Akademi Militer.

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

a. Terwujudnya Akademi Militer sebagai *Center of Excellence* yang dapat mewujudkan hasil didik yang profesional dan dicintai rakyat;
b. Terwujud peningkatan kualitas 10 komponen pendidikan;
c. Tercapainya target sarana tahapan road map Akmil hingga Tahun 2024;
d. Terwujudnya peningkatan pelaksanaan fungsi organik militer Akmil;
e. Terwujudnya kelanjutan koordinasi pengendalian dan pengawasan kegiatan litbang bidang insani, organisasi, materiel, sistem dan metoda yang sesuai dengan kepentingan organisasi dan penjaminan mutu prodi maupun institusi; dan
f. Terwujudnya peningkatan tertib administrasi keuangan serta manajemen pengawasan internal untuk mencegah terjadinya penggunaan yang tidak tepat.

Tujuan Dokumen Kebijakan SPMI Akademi Militer.

Dokumen Kebijakan SPMI Akademi Militer dimaksudkan sebagai :

a. Sarana untuk mengkomunikasikan kepada seluruh pemangku kepentingan tentang SPMI yang berlaku di lingkungan Akademi Militer;dan
b. Landasan dan arah menetapkan semua Standar SPMI Akademi Militer, serta dalam meningkatkan mutu SPMI Akademi Militer

METODOLOGI

Dalam kajian tulisan ini, penulis mengunakan pendekatan kwaitatif dengan memilih dan memilah data yang memiliki korelasi yang kuat serta masih relefan di gunakan di Akmil. Metode kualitatif merupakan metode yang fokus pada pengamatan yang mendalam. Oleh karenanya, penggunaan metode kualitatif dalam penelitian dapat menghasilkan kajian atas suatu fenomena yang lebih komprehensif (Kothari, 2014). Sementara itu, menurut McCusker, K., & Gunaydin, S. (2015), pemilihan penggunaan metode kualitatif dalam hal tujuan penelitiannya adalah untuk memahami bagaimana suatu komunitas atau individu-individu dalam menerima isu tertentu. Dalam hal ini, sangat penting bagi peneliti yang menggunakan metode kualitatif untuk memastikan kualitas dari

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

proses penelitian, sebab peneliti tersebut akan menginterpretasi data yang telah dikumpulkannya.

Metode kualitatif membantu ketersediaan diskripsi yang kaya atas fenomena. Kualitatif mendorong pemahaman atas substansi dari suatu peristiwa. Dengan demikian, penelitian kualitatif tidak hanya untuk memenuhi keinginan peneliti untuk mendapatkan gambaran/penjelasan, tetapi juga membantu untuk mendapatkan penjelasan yang lebih dalam (Sofaer, 1999). Dengan demikian, dalam penelitian kualitatif, peneliti perlu membekali dirinya dengan pengetahuan yang memadai terkait permasalahan yang akan ditelitinya.

Design Strategies

Studi dalam situasi alamiah

Bersifat alamiah: peneliti tidak berusaha untuk memanipulasi setting penelitian, melainkan melakukan studi terhadap suatu fenomena dalam situasi dimana fenomena tersebut ada (orang, kelompok orang, situasi, hubungan). Studi dalam situasi alamiah sebagai studi yang berorientasi pada penemuan (discovery oriented) dan menunggu apa yang akan ditemukan/muncul, tanpa memiliki dugaan diawal sebelum penelitian dilakukan.

Emergent design flexibility (Desain yang fleksibel)

Peneliti terbuka terhadap perubahan situasi yang dihadapi, dan peneliti menghindari desain yang kaku dan berkembang terhadap penemuan yang ada.

Purposeful Sampling

Studi kasus (manusia, organisasi, komunitas, budaya, dll) digunakan karena mereka kaya akan informasi dan illuminative, dan mendapatkan insight dari suatu fenomena bukan generalisasi dari sampel populasi.

Pengumpulan Data dan Strategi Lapangan

Data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka. Peneliti menganalisis data yang sangat kaya tersebut dalam bentuk aslinya. Pertanyaan dengan kata tanya mengapa, alasan apa dan bagaimana terjadinya akan senantiasa dimanfaatkan oleh peneliti. Data dari observasi yang

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

detail, wawancara mendalam, deskripsi yang lengkap, mereview dokumen secara cermat.

ANALISIS DAN TEMUAN

Luas lingkup Kebijakan SPMI Akademi Militer.

Kebijakan SPMI Akademi Militer mencakup semua aspek penyelenggaraan pendidikan tinggi dengan fokus utama pada aspek pembelajaran dan aspek lain yang mendukung aspek pembelajaran. Fokus pada aspek pembelajaran ini dimaksudkan sebagai langkah awal atau perintis karena secara bertahap, fokus dari luas lingkup kebijakan SPMI Akademi Militer akan dikembangkan sehingga mencakup aspek non akademik antara lain aspek Pengelolaan, Keuangan, Ketenagaan, Sarana Prasarana Kemahasiswaan dan Kerjasama.

Rincian Kebijakan Akademi Militer.

Seluruh civitas Akademi Militer berkeyakinan bahwa SPMI Akademi Militer bertujuan untuk :

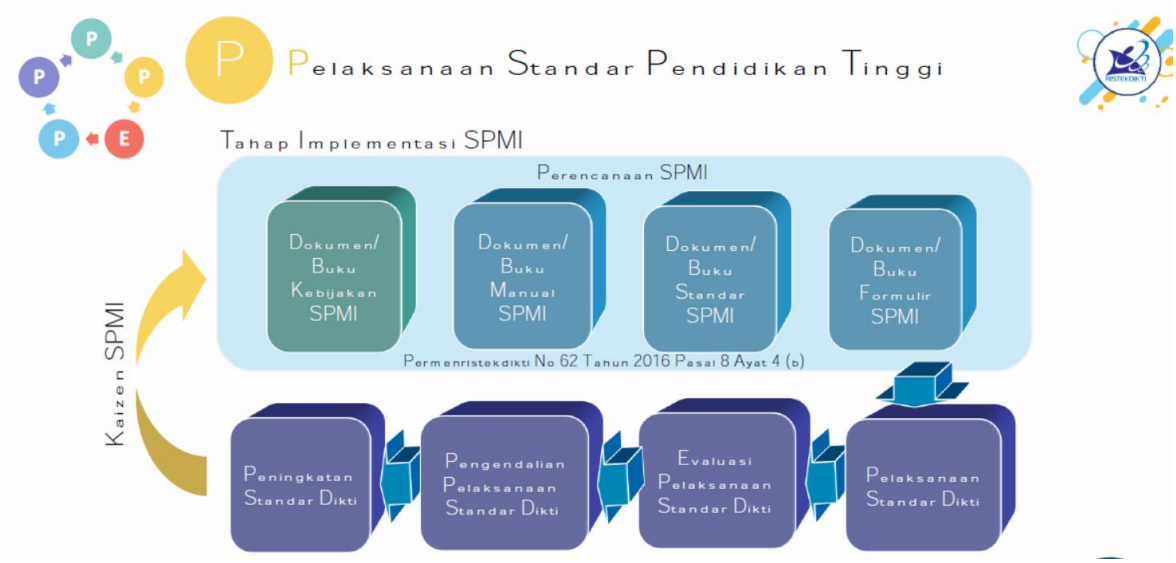
a. Menjamin bahwa setiap layanan pendidikan tinggi kepada Taruna dilakukan sesuai Standar SPMI Akademi Militer yang telah ditetapkan, sehingga apabila diketahui bahwa terjadi penyimpangan Standar SPMI Akademi Militer akan segera dilakukan koreksi;
b. Mewujudkan transparansi dan akuntabilitas publik, khususnya kepada orang tua / wali Taruna tentang penyelenggaraan pendidikan tinggi sesuai dengan Standar SPMI Akademi Militer yang telah ditetapkan; dan
c. Mengajak semua pihak dalam Akademi Militer untuk bekerja mencapai tujuan berdasarkan Standar SPMI Akademi Militer dan secara berkelanjutan berupaya untuk meningkatkan mutu.

Model Manajemen implementasi SPMI Akademi Militer dirancang, dilaksanakan dan ditingkatkan mutunya berkelanjutan dengan berdasarkan pada model PPEPP (Penetapan, Pelaksanaan, Pengendalian, Evaluasi dan Peningkatan) Standar Akademi Militer. Dengan model manajemen ini, maka

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

Akademi Militer akan menetapkan terlebih dahulu tujuan yang ingin dicapai melalui strategi dan serangkaian aktivitas yang tepat, kemudian terhadap pencapaian tujuan melalui strategi dan aktivitas tersebut akan selalu dimonitor secara berkala, dievaluasi dan dikembangkan ke arah yang lebih baik secara berkelanjutan(Peraturan Menteri Riset, Teknologi, Dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2016 Tentang Akreditasi Program Studi Dan Perguruan Tinggi, 2018).

Dengan model manajemen PPEPP, maka setiap unit dalam lingkungan Akademi Militer secara berkala harus melakukan proses evaluasi diri untuk menilai kinerja unitnya sendiri dengan menggunakan Standar dan Manual SPMI Akademi Militer yang telah ditetapkan.



Hasil evaluasi diri akan dilaporkan kepada pimpinan unit, seluruh staf pada unit bersangkutan dan kepada pimpinan Akademi Militer. Terhadap hasil evaluasi diri pimpinan unit dan pimpinan Akademi Militer akan diputuskan langkah atau tindakan yang harus dilakukan untuk memperbaiki dan meningkatkan mutu. Melaksanakan SPMI Akademi Militer dengan model manajemen PPEPP juga mengharuskan setiap unit dalam Akademi Militer bersikap terbuka, kooperatif dan siap untuk diaudit atau diperiksa oleh tim auditor internal yang telah mendapat pelatihan khusus tentang audit SPMI. Audit yang dilakukan setiap

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

akhir tahun akademik akan direkam dan dilaporkan kepada pimpinan unit dan Akademi Militer untuk kemudian diambil tindakan tertentu berdasarkan hasil temuan dan rekomendasi dari tim auditor.

Semua proses di atas dimaksudkan untuk menjamin bahwa setiap kegiatan penyelenggaraan pendidikan tinggi pada Akademi Militer terjamin mutunya, dan bahwa SPMI Akademi Militer selalu dievaluasi untuk menemukan kekuatan dan kelemahannya sehingga dapat dilakukan perubahan ke arah perbaikan secara berkelanjutan (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional, 2003).

Hasil pelaksanaan SPMI Akademi Militer dengan basis model manajemen PPEPP adalah kesiapan semua progam studi dalam Akademi Militer untuk mengikuti proses akreditasi atau penjaminan mutu eksternal baik oleh BAN-PT ataupun lembaga akreditasi asing yang kredibel. Untuk mencapai tujuan SPMI Akademi Militer tersebut di atas dan juga untuk mewujudkan visi, misi dan tujuan Akademi Militer maka civitas akademika dalam melaksanakan SPMI Akademi Militer selalu berpedoman pada prinsip:

a. Berorientasi kepada pemangku kepentingan internal dan eksternal mengutamakan kebenaran;
b. Tanggung jawab sosial;
c. Pengembangan kompetensi personel;
d. Partisipatif dan kolegial;
e. Keseragaman metode; dan
f. Inovasi, belajar dan perbaikan secara berkelanjutan.

Strategi Akademi Militer di dalam melaksanakan SPMI adalah:

a) Melibatkan secara aktif semua civitas akademika sejak tahap perencanaan hingga tahap evaluasi dan tahap pengembangan SPMI Akademi Militer;
b) Melakukan pelatihan secara terstruktur dan terencana bagi para dosen dan staf administrasi tentang SPMI Akademi Militer dan secara khusus pelatihan sebagai auditor internal; dan

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

c) Melakukan sosialisasi tentang fungsi dan tujuan SPMI Akademi Militer kepada para pemangku kepentingan secara periodik.

Pelaksanaan SPMI pada setiap unit dan lembaga Akademi Militer :

Akademi Militer memiliki 5 (lima) prodi, dimana seluruh unit kerja akademik maupun non akademik pada setiap lembaga harus melaksanakan SPMI dalam setiap aktivitasnya. Agar pelaksanaan SPMI Akademi Militer pada semua unit dan lembaga tersebut dapat berjalan lancar dan terkoordinasi secara efektif, maka untuk siklus pertama SPMI Akademi Militer yaitu dari tahun 2021, Akademi Militer membentuk sebuah unit kerja baru yang secarakhusus bertugas untuk menyiapkan, merencanakan, merancang, menetapkan, melaksanakan, mengendalikan, mengevaluasi dan mengembangkan SPMI Akademi Militer (Dokumen SPMI Akademi Militer, 2021).

a. Standar Pendidikan :

1) Standar Kompetensi Lulusan (DIK-SKL/01);
2) Standar Isi Pembelajaran (DIK/SIP/02);
3) Standar Proses Pembelajaran (DIK-SPP/03);
4) Standar Penilaian Pembelajaran (DIK-SPP/04);
5) Standar Dosen dan Tenaga Pendidikan (DIK-SDDTP/05);
6) Standar Sarana dan Prasarana Pendidikan (DIK-SSDPP/06);
7) Standar Pengelolaan Pembelajaran (DIK-SPP/07); dan
8) Standar Pembiayaan Pembelajaran (DIK-SPP/08).

b. Standar Penelitian :

1) Standar Hasil Penelitian (LITSHP/01);
2) Standar Isi Penelitian (LITSIP/02);
3) Standar Proses Penelitian (LITSPP/03);
4) Standar Penilaian Penelitian (LITSPP/04);
5) Standar Pelaksana Penelitian (LIT-SPP/05);
6) Standar Sarana dan Prasarana Penelitian (LIT-SSDPP/06);
7) Standar Pengelolaan Penelitian (LIT-SPP/07); dan
8) Standar Pembiayaan Pembelajaran (LIT-SPP/08).

c. Standar PKM :

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

1) Standar Hasil PKM (PKMSHPKM/01);
2) Standar Isi PKM (PKMSIPKM/02);
3) Standar Proses PKM (PKMSPPKM/03);
4) Standar Penilaian Hasil (PKMSPHPKM/04);
5) Standar Pelaksanaan PKM (PKMSPPKM/05);
6) Standar Sarana dan Prasarana PKM (PKM-SSDPPKM/06);
7) Standar Pendanaan dan Pembiayaan PKM (PKMSPDPKM/07); dan
8) Standar Pengelolaan PKM (PKMSPPKM/08).

KESIMPULAN

Dalam artikel ini dapat disimpulkan beberapa poin penting terkait budaya mutu sebagai refleksi PPEPP dan EPP di akademi militer magelang, antara lain adalah

1. Tujuan dan Fungsi SPM Dikti menjamin pemenuhan Standar Pendidikan Tinggi (Standar Dikti) secara sistemik dan berkelanjutan, sehingga tumbuhdan berkembang budaya mutu dan mengendalikan penyelenggaraan pendidikan tinggi oleh perguruan tinggi untuk mewujudkan pendidikan tinggi yang bermutu.
2. Tujuan Pengembangan SPMI dapat menciptakan sistem pengendalian penyelenggaraan pendidikan tinggi oleh perguruan tinggi secara mandiri, karena perguruan tinggi memiliki otonomi dalam penyelenggaraan pendidikan tinggi.
3. Inti dari SPMI adalah Penetapan Standar Dikti, Pelaksanaan Standar Dikti, Evaluasi (Pelaksanaan) Standar Dikti, Pengendalian (Pelaksanaan) Standar Dikti, dan Peningkatan Standar Dikti.
4. Inti dari SPME adalah evaluasi data dan Informasi, penetapan status akreditasi dan peringkat terakreditasi, pemantauan dan evaluasi status akreditasi dan peringkat terakreditasi.
5. Aras implementasi SPMI di Akademi Militer Magelang unit pengelola adalah program studi.
6. Standar Dikti itu terdiri dari dua hal pertama dari SN. Dikti Permenristek No.3 Tahun 2020 dan kedua standar Dikti yang ditetapkan oleh Akmil.

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

7. SN Dikti dapat dilampaui sesuai dengan visi Akmil dengan pengertian melampaui atau dilampaui dimana melebihi atau dilebihi secara kuantitatif dan atau melebihi atau dilebihi secara kualitatif.
8. Hasil pelaksanaan stnadar dikti terdiri dari mencapai standar dikti, melampaui, belum mencapai dan meyimpang dari standar dikti.
9. PPEPP setiap standar dikti akan menghasilkan kaizen atau continuous quality improvement (CQI) pada semua standar Dikti, sehingga tercipta budaya mutu.
10. Budaya mutu itu sendiri terdiri dari pola pikir, pola sikap dan pola prilaku berdasarkan standar Dikti.
11. Mutu pendidikan di Akmil selain diukur dari pemenuhan setiap Standar Pendidikan Tinggi, tetapi harus pula diukur dari pemenuhan interaksi antar standar yang ada di Akmil, untuk menyujudkan Budaya Mutu

DAFTAR PUSTAKA

Undang-Undang Republik Indonesia No. 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi, Kementrian Hukum dan HAM 18 (2012).

Kothari, C. (2014). *Research Methodology: Methods and Techniuges* (2nd ed.). New Age International.

Dokumen SPMI Akademi Militer, (2021).

Standar Pengabdian Kepada Masyarakat Akademi Militer, (2021).

Peraturan Menteri Pendidikan Dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2020 Tentang Akreditasi Program Studi Dan Perguruan Tinggi, (2020).

Peraturan Menteri Riset, Teknologi, Dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia Nomor 62 Tahun 2016 Tentang Sistem Penjaminan Mutu Pendidikan Tinggi, Kemenristekdikti (2016).

Peraturan Menteri Riset, Teknologi, Dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2016 Tentang Akreditasi Program Studi Dan Perguruan Tinggi, 151 Menteri Riset, Teknologi, Dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia 10 (2018).

Buku Petunjuk Teknis Penyelenggaraan Pendidikan Di Lingkungan TNI, (2012).

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

Peraturan Menteri Pendidikan Dan Kebudayaan Nomor 03 Tahun 2020 Tentang Standar Nasional Perguruan Tinggi, (2020).

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional, (2003).

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

JURNAL MAHATVAVIRYA Vol. 10. No. 1. Maret 2023 P-ISSN: 2355-5262
DOI:xx.xxxxx E-ISSN: 2963-8607

INOVASI MELALUI MANAJEMEN **4A** DALAM PENINGKATAN KUNJUNGAN WISATAWAN DAN **PAD** KOTA BATAM

Frangky Silitonga[1]
Politeknik Pariwisata Batam
frangky@btp.ac.id
Mohamad Nur Afriliandi Nasution[2]
Politeknik Pariwisata Batam
m.nuranasution@btp.ac.id
Asman Abnur[3]
Terapan Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata, Politeknik Pariwisata Batam
batamasman@btp.ac.id

Abstrak

Tujuan penelitian ini memberikan gambara secara jelas bahwa masalah kunjungan wisata yang beberapa tahun sebelumnya sangat rendah bahkan sampai pada titik nol kunjungan. Hal ini membuat turunnya pendapatan asli daerah (PAD) kota Batam secara signifikan apalagi kegiatan pariwisata merupakan lima kategori menyumbang terbesar di Batam. Untuk menjawab peningkatan kunjungan dan bersamaan PAD Kota Batam dari kegiatan Pariwisata maka inovasi dan usaha nyata melalui manajemen 4A adalah kunci yang selama ini digunakan oleh pemerintah Kota Batam. Metode analisis data penilitian ini menggunakan pendekatan deskriptip kuantitatif. Dua hal faktor yang kuat sebagai bagian terobosan inovasi dan usaha nyata, pertama fator pendorong dan faktor penarik. Focus dari penelitian ini pada manajemen 4A atau faktor penarik. Manajemen 4A yang dimaksud adalah attraction, amenities, accessibility, dan ancillary service. Hasil dari penelitian ini menjukkan peningkatan kunjungan pariwisata sangat eart hubungannya terhadap laju peningkatan PAD Kota Batam. Peneliti selanjutnya di harapkan dapat melihat dari factor pendorong seperti pada edukasi, interpersonal dan, fisiologis maka semakin lengkaplah dua sudut pandanga untuk mengukur inovasi dan trobosan yang dilakukan Permerintah di Kota Batam untuk meningkatkan PAD Batam secara signifikan dan berkelanjutan

Kata Kunci: Inovasi, Usaha nyata, 4A, PAD, Manajemen

Abstract

The purpose of this study is to provide a clear picture of the problem of tourist visits, which in the previous few years were very low and even reached the point of zero visits. This resulted in a significant decline in Batam city PAD, especially since tourism activities are the five largest contributing categories in Batam. To answer the increase in visits and simultaneously the Batam City PAD from Tourism activities, innovation and real effort through 4A management is the key that has been used by the Batam City government. This research data analysis method uses a quantitative descriptive approach. There are two strong factors as part of breakthrough innovation and real business, the first is the push factor and the pull factor. The focus of this study is on management 4A or pull factors. The 4A management in question are attraction, amenities, accessibility, and ancillary services. The results of this study show that an increase in tourism visits has a very important relationship with the rate of increase in Batam City's PAD. Future researchers are expected to be able to see from the driving factors such as education, interpersonal and, physiological, two perspectives will be more complete to measure innovation and breakthroughs made by the Government in Batam City to increase Batam's PAD significantly and sustainably.

***Keywords**: Innovation, Real Business, 4A, PAD, Management*

LATAR BELAKANG

Pariwisata merupakan sektor strategis mendukung perekonomian global (Prajawati, 2019). Pariwisata adalah kegiatan bisnis multinasional penting di dunia,

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

karena memberikan kontribusi 30% dari ekspor layanan dunia dan telah menjadi pendapatan utama banyak negara (Khuong & Ha, 2014). Pandemi COVID-19 yang terjadi di awal tahun 2020 seolah menjadi fenomena yang berdampak signifikan bagi seluruh negara di dunia dan berbagai sektor, salah satunya adalah sektor pariwisata yang secara drastis mengalami dampak sosial ekonomi yang luas. Berbagai upaya pemulihan sektor pariwisata diperlukan melalui berbagai pendekatan, termasuk Indonesia (Hermawan, Nurdin, & Hutagalung, 2022).

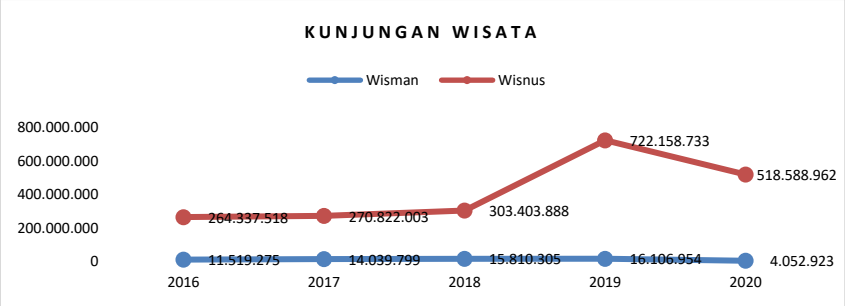
Tabel 1. Wisatawan Mancanegara Ke Kota Batam Menurut Kebangsaan tahun 2021

Kebangsaan	Wisatawan Mancanegara Ke Kota Batam Menurut Kebangsaan (Kunjungan)												
	2021												
	Jan	Feb	Mart	April	Mei	Juni	Juli	Agust	Sept	Okt	Nov	Des	Tahunan
Singapura	0	15	32	59	43	41	22	14	17	-	-	-	243
Malaysia	0	15	16	17	20	23	4	0	8	-	-	-	103
India	0	4	3	6	1	1	0	0	0	-	-	-	15
Tiongkok	0	1	4	6	2	0	3	0	3	-	-	-	19
Filipina	1	1	4	1	3	3	1	0	0	-	-	-	14
Korea Selatan	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-	-	-	0
Jepang	0	0	1	1	0	0	0	0	0	-	-	-	2
Inggris	0	2	2	1	7	2	2	0	1	-	-	-	17
Amerika	0	0	1	1	3	0	0	0	0	-	-	-	5
Australia	0	3	6	4	3	1	3	0	1	-	-	-	21
Lainnya	260	117	278	118	163	180	126	151	114	-	-	-	1507
Wisatawan Mancanegara	261	158	347	214	245	251	261	165	144	-	-	-	2046

Sumber: bps.go.id,2022

Indonesia merupakan salah satu negara dengan potensi pariwisata yang paling besar (Harianto, Tsani, Santoso, Masruri, & Winarno, 2021). Laporan kinerja Kementerian Pariwisata selama 5 (lima) tahun menyebutkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) pada tahun 2016 sebanyak 11,51 juta kunjungan, tahun 2017 sejumlah 14,04 juta kunjungan, tahun 2018 sebanyak 15,81 juta kunjungan, tahun 2019 sebanyak 16,01 juta kunjungan, dan tahun 2020 turun drastis menjadi 4,05 juta kunjungan. Adapun wisatawan nusantara (wisnus) pada tahun 2016 melakukan 264,33 juta perjalanan, tahun 2017 melakukan 270,82 juta perjalanan, tahun 2018 melakukan 303,5 juta perjalanan, tahun 2019 melakukan 722,1 juta perjalanan, dan tahun 2020 melakukan 518,58 juta perjalanan (Badan Pusat Statistik Indonesia, 2022).

Grafik 1. Jumlah Kunjungan Wisman dan Perjalanan Wisnus tahun 2016-2020



Sumber: Badan Pusat Statistik Indonesia (2022)

Wilayah Batam tidak hanya memiliki daya tarik di bidang investasi semata.

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

Beragam potensi dari berbagai sektor dapat dikembangkan dalam rangka meningkatkan kemajuan. Hal inilah yang menjadikan Batam sebagai salah satu destinasi prioritas bagi para investor. Salah satunya adalah terdapat berbagai tempat wisata Batam yang memukau para pengunjung ataupun investor. Atraksi wisata yang dipunyai oleh Batam tentunya selalu menjadi magnet tersendiri bagi pengunjungnya. Tempat wisata alam maupun non-alam menjadi daya tarik wisata yang ditawarkan dalam mendongkrak jumlah kunjungan wisatawan. Dunia pariwisata mampu mendatangkan orang dalam jumlah yang besar dan tentunya juga akan berdampak pada pendapatan Kota Batam. Keadaan ini tidak terlepas dengan keadaan geografis yang dimiliki oleh Batam. Garis pantai pun menghampar luas menyajikan berbagai pemandangan laut yang menakjubkan. Sebagai pengunjung, Anda juga dapat menikmati berbagai wahana ataupun aktivitas yang ditawarkan oleh pengelola di pantai tersebut.

BP Batam juga tidak ketinggalan dalam menggali potensi tersebut dengan mengembangkan tempat wisata Batam. Hal ini sesuai dengan arahan Kepala BP Batam Muhammad Rudi untuk meningkatkan sekaligus mengembangkan potensi wisata yang dimiliki oleh Batam. Salah satu inovasi yang dilakukan adalah dengan pengembangan Taman Rusa Sekupang. Taman yang berada di kompleks perkantoran BP Batam tersebut dipoles dengan sangat indah serta dijadikan sebagai ruang publik bagi masyarakat luas. Terkait dengan pengembangan pariwisata, BP Batam baru-baru ini juga melakukan upaya nyata dalam meningkatkan kunjungan wisatawan. BP Batam membuat program penanaman 10 ribu pohon jati emas yang mencapai 12 ribu pohon di sepanjang 15 kilometer jalan di Batam. Awalnya, BP Batam hanya menargetkan penanaman pohon jati emas sebanyak 7 ribu batang saja. Namun, berkat dukungan berbagai pihak, penanaman pohon jati emas malah melampaui target yang diharapkan.

Penanaman pohon jati emas sepanjang 15 kilometer berada pada jalur yang strategis. Penanaman pohon jati emas berawal dari Jalan Laluan Madani kemudian mengarah ke Simpang Kabil. Selanjutnya, diteruskan menuju Bundaran Punggur yang mengarah ke Bandar Udara Hang Nadim dan berakhir di kawasan Nongsa. Pemilihan rute ini bertujuan untuk menyambut para wisatawan yang mengunjungi Kota Batam. Bahkan tidak menutup kemungkinan "jalur" penanaman pohon jati emas akan menjadi tempat wisata Batam yang baru. Dengan adanya program tersebut, diharapkan sesuai dengan konsep pembangunan Batam yang peduli kepada lingkungan. Selain itu, penanaman pohon jati emas juga sesuai dengan grand design pembangunan infrastruktur yang akan terus dilaksanakan hingga tahun 2024. Program penanaman pohon jati emas menjadi sebuah percontohan bagaimana sebuah program yang dijalankan mampu memiliki multiplier effect bagi kemajuan Batam.

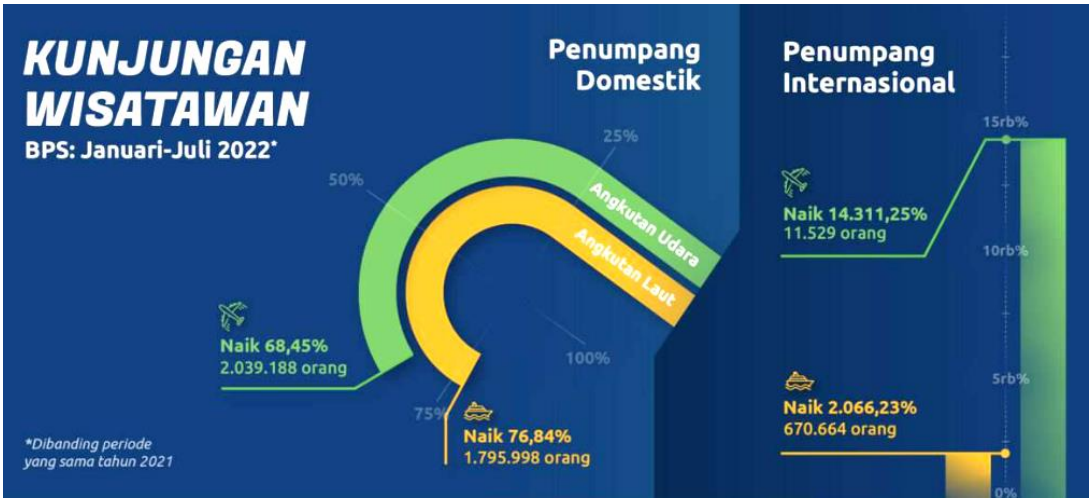
Maskot Dinas pariwisata kota Batam dengan tagline Budaya Dijulang, Pariwisata Gemilang. Bebera inovasi yang dilakukan pemerintah kota dengan membuat sistem informasi berbasih mobile dan web yang fungsinya membuka informasi kepada calon wisatawan untuk dalam melihat Batam secara jelas dan lengkap dengan bantuan system infoemasi. Adapun update link yang disediakan terkait dengan link sebagai berikut untuk destinasi Pariwisata yang ada di Batam dan sekitarnya

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

1)	HOTEL	https://bit.ly/hotelhotelbatam
2)	RESTAURANT	https://bit.ly/39HoVX1
3)	MALL	https://bit.ly/mallbatam
4)	PANTAI	https://bit.ly/pantaibatam
5)	WISATA SEJARAH	https://tinyurl.com/37fsry9k
6)	WISATA BUDAYA	https://tinyurl.com/mw34z8d6
7)	WISATA RELIGI	https://bit.ly/3zPTDYy
8)	RUMAH MAKAN	https://bit.ly/rumahmakanbatam
9)	KEDAI KOPI	https://bit.ly/3zUomE9
10)	SALON & SPA	https://bit.ly/3OwEeQX
11)	WISATA BUATAN	https://tinyurl.com/yck7ztee
12)	FITNESS	https://bit.ly/3N8q2ws
13)	AGRO & ECO WISATA	https://bit.ly/3big1Q0
14)	BIOSKOP	https://tinyurl.com/2x5fy88c
15)	BAR	https://tinyurl.com/5n7ywcaj
16)	DISKOTIK	https://tinyurl.com/2c56ye55
17)	WISATA JEMBATAN	https://tinyurl.com/2p83zdhb
18)	PELABUHAN	https://tinyurl.com/26vxwwhz
19)	PETA DESTINASI PARIWISATA KOTA BATAM	https://arcg.is/naLn8

BP Batam yang terus berinovasi dalam meningkatkan investasi selalu berusaha memberikan yang terbaik bagi para calon investor maupun investor. Kestabilan ekonomi yang sudah menampakkan hasil memuaskan pascapandemi Covid-19 adalah sebuah momentum emas bagi Batam. Dunia pariwisata kembali menggeliat dengan bertambahnya kunjungan wisatawan yang menuju Batam. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kota Batam, selama Januari-Juli 2022, jumlah penumpang angkutan udara domestik yang berangkat dan datang dari dan ke Bandara Hang Nadim mengalami kenaikan yang signifikan. Tercatat, sebanyak 2.039.188 orang berlalu lintas di Bandara Hang Nadim atau naik 68,45 persen.

Gambar 1. Kondisi kunjungan wisata januari-juli 2022



Begitu juga dengan penumpang angkutan udara internasional yang datang dan berangkat dari dan ke Batam melalui Bandara Hang Nadim. Naik sebesar 14.311,25 persen atau sebanyak 11.529 orang, dibanding periode yang sama tahun 2021. Di sisi lain, periode yang sama, jumlah penumpang angkutan laut domestik yang berangkat dan

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

datang dari dan ke Batam melalui pelabuhan sebanyak 1.795.998 orang atau naik 76,84 persen. Sementara jumlah penumpang angkutan laut internasional yang berangkat dan datang melalui pelabuhan di Batam sebanyak 670.664 orang atau naik sebesar 2.066,23 persen dibanding dengan periode yang sama tahun 2021.

Tempat wisata Batam pun semakin bervariasi. Hal tersebut tidaklah terlepas dari peran penting BP Batam dengan para mitra kerjanya. Kerja keras dan sinergi yang dilakukan dengan berbagai pihak adalah upaya untuk menggenjot sektor pariwisata menjadi lebih bertaji dalam menghadapi tantangan global. Tentunya apa yang sudah dibangun ataupun dikembangkan oleh BP Batam hendaknya juga dapat dimanfaatkan sebaik mungkin bagi masyarakat luas. Dan pastinya, semua harus terlibat aktif untuk menjaga dan merawat semua fasilitas yang sudah diberikan oleh BP Batam.

Perkembangan pariwisata tidak lepas dari perkembangan destinasi wisata yang tersedia. Perkembangan jumlah industri pariwisata secara nasional ini diikuti oleh perkembangan wisata di daerah. Setiap daerah diharapkan mampu melakukan pengelolaan dan pembangunan destinasi pariwisata agar dapat berdaya saing di dalam dan di luar negeri (Bahrudin, 2017). Salah satu daerah yang perlu melakukan pengembangan terhadap destinasi wisatanya adalah Pulau Batam.

Batam merupakan salah satu bagian dari Kepulauan Riau. Batam merupakan sebuah pulau di daerah Kepulauan Riau, berlokasi di sebelah barat pulau Bintan dan sebelah selatan Singapura. Sebagai daerah kepulauan, Batam tentunya memiliki berbagai keindahan alam yang dapat dinikmati oleh siapapun yang berkunjung ke Batam. Keindahan resort, laut, pantai, hingga lapangan golf dapat dinikmati saat berada di Batam. Sebagai Kawasan Perdagangan Bebas dan Pelabuhan Bebas, Batam dapat menjadi salah satu tujuan wisata, baik wisatawan domestik maupun mancanegara. Dengan memanfaatkan berbagai kemudahan dan fasilitas yang ada di Batam, wisatawan dapat menikmati berbagai destinasi wisata di Batam dengan mudah (Badan Pengusahaan Batam, 2022).

Jumlah wisatawan mancanegara (wisman) ke Batam terus meningkat sejak beberapa bulan terakhir. Pembukaan gerbang perbatasan dan pelonggaran regulasi oleh pemerintah berdampak pada peningkatan jumlah wisman yang masuk ke Batam. Badan Pusat Statistik (BPS) Batam merilis, pada Mei 2022, terdapat 16.761 kunjungan wisman. Angka ini meningkat signifikan dibanding bulan Maret yakni 995 kunjungan dan April 8.149 kunjungan. Tercatat, 10 negara utama asal wisman ke Kota Batam selama Januari sampai Mei 2022 yakni Singapura 13.189 kunjungan, Malaysia 3.728 kunjungan, India 2.107 kunjungan, China 583 kunjungan, Philipina 365 kunjungan, Australia 338 kunjungan, Amerika Serikat 309 kunjungan, Inggris 288 kunjungan, Jepang 149 kunjungan, dan lainnya 5.418 kunjungan. Secara umum, selama Januari sampai Mei 2022, kunjungan wisman ke Provinsi Kepri 37.704 dan dari jumlah tersebut, sebanyak 26.474 atau 70,21 persennya adalah kunjungan wisman ke Kota Batam. Angka tersebut menunjukkan bahwa Batam masih menjadi penyumbang utama wisman terbesar bagi Kepri (Badan Pusat Statistik Kota Batam, 2022).

Pengembangan pariwisata sesuai dengan apa yang diterimanya selama

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

berkunjung di objek wisata, persaingan yang semakin tajam dalam industri pariwisata menyebabkan prioritas pengelola objek wisata harus fokus pada kepuasan pengunjung. Setelah pengunjung puas, hal tersebut pada akhirnya pengunjung berkunjung berulang ke tempat tersebut secara konsisten (Kim *et al.*, 2017). Minat kunjung ulang menjadi faktor strategis untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan (Prajawati, 2019). Fenomena yang terjadi adalah minat kunjungan ulang Wisman ke Kota Batam masih belum optimal, maka Pemerintah Kota Batam melakukan berbagai upaya untuk menarik Wisman berminat berkunjung kembali ke destinasi wisata, salah satunya memperbanyak destinasi wisata (Kepri.antaranews.com, 2022).

Sejalan pendapat Nolan dan Nolan (1992) yang dikutip dalam Padin, Svensson, & Wood (2016) mengidentifikasi tiga kategori pengunjung situs keagamaan: (1) *traditional pilgrims* (peziarah tradisional), yaitu orang lokal yang biasanya berkunjung ke situs keagamaan untuk melakukan peribadatan; (2) *visitors on religious tours* (pengunjung wisata religi), yaitu pengunjung yang datang untuk kebutuhan ziarah, seperti haji atau umrah; dan (3) *mass tourists "ticking off sites on a list"* (turis massal "mencoret situs dalam daftar"), yaitu pengunjung yang datang ke situs keagamaan untuk mengagumi atau menikmati ikonik tertentu atau sekedar untuk bersenang-senang, mengisi waktu luang, dan bersantai.

Crompton (1979), yang dikutip dalam Khuong & Ha (2014) mengusulkan model motivasi teoritis untuk memahami perilaku dan pengambilan keputusan dalam pariwisata. Itu adalah tonggak yang membedakan faktor pendorong (*push*) dan penarik (*pull*). Faktor pendorong bersifat psikologis terhadap kebutuhan batin individu wisatawan, sedangkan faktor penarik didefinisikan sebagai motivasi yang dibangkitkan oleh destinasi yang bukan berasal dari wisatawan. Definisi ini ditentukan sebagai: a) dorongan: apa yang mendorong perjalanan atau faktor internal yang mengidentifikasi kebutuhan wisatawan; dan b) tarikan adalah kekuatan eksternal atau atribut tujuan. Kerangka ini telah digunakan untuk wisata religi oleh Wang, Chen, & Huang (2015) di Cina untuk mendefinisikan keyakinan agama dan relaksasi mental sebagai pendorong dan kenikmatan budaya dan wisata sebagai faktor penarik. Selanjutnya penelitian Khuong & Ha (2014) meneliti hubungan kausal antara dorongan dan tarikan motivasi perjalanan, kepuasan destinasi dan niat kembali wisatawan rekreasi internasional di Kota Ho Chi Minh, Vietnam menunjukkan bahwa faktor pendorong dan penarik secara langsung berpengaruh positif terhadap niat kembali wisatawan ke Vietnam. Berbeda dengan penelitian Baniya (2017) menunjukkan wisatawan internasional termotivasi untuk mengunjungi Nepal oleh faktor penariknya, sementara faktor pendorongnya tidak signifikan. Sejalan dengan penelitian Muthmainnah & Rubiyanti (2020) menunjukkan faktor pendorong tidak berpengaruh terhadap minat melainkan lebih ditentukan oleh faktor penarik.

Penelitian ini juga mengembangkan motif wisata melalui faktor penarik motivasi perjalanan wisata yang diprediksi mempengaruhi minat kunjung ulang wisatawan. Beberapa ahli merumuskan formula komponen atau atribut dalam menilai destinasi wisata sebagai daya tarik wisata, misalnya Chahal & Devi (2015) dengan 5A (*attraction*, *accommodation*, *accessibility*, *awareness* dan *ancillaries services*), Buhalis (2000)

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

dengan 6A (*attractions, amenities, accessibility, activities, available packages*, dan *ancillary services*). Juga ada Holloway & Humphreys (2016) yaitu 3A (*attractions*, *amenities*, dan *accessibility*).

Pada studi ini atribut pariwisata yang digunakan adalah dari Cooper, Fletcher, Gilbert, Fyall, & Wanhill (2008) mengemukakan bahwa terdapat 4 (empat) (4A) komponen yang harus dimiliki oleh destinasi wisata, yaitu: *attraction* (atraksi), *amenities* (amenitas/fasilitas), *accessibility* (aksesibilitas), dan *ancillary service* (pelayanan tambahan). *Attraction*/atraksi objek wisata harus mampu menarik minat wisatawan berkunjung. Atraksi objek wisata dapat berupa atraksi budaya, alam, ataupun buatan manusia (Judisseno, 2017). *Amenities*/amenitas/fasilitas berkaitan dengan pelayanan yang diberikan suatu objek wisata kepada wisatawan seperti akomodasi, toko/kios, warung makan, dan lainnya. *Accessibility*/aksesibilitas berhubungan dengan jaringan transportasi yang digunakan oleh wisatawan menuju objek wisata. *Ancillary service*/pelayanan tambahan terlihat pada fasilitas umum yang dimanfaatkan wisatawan seperti telekomunikasi, ATM, petugas yang ramah, petugas keamanan, dan sebagainya. Ketersediaan empat komponen utama objek wisata mampu menunjukkan potensi yang dimiliki oleh suatu objek wisata (Abdullah, 2017). Alasan pemilihan 4A karena relevansi dengan objek penelitian, misalnya *accommodation* sama pengertiannya dengan amenitas. Selain itu, *accommodation* tidak digunakan karena destinasi ini tidak membutuhkan penginapan.

Beberapa penelitian menggunakan faktor penarik melalui komponen daya tarik wisata memprediksi minat kunjungan ulang, seperti penelitian Ramadhani *et al.* (2021) menyimpulkan atraksi wisata dan *ancillary service* berpengaruh secara signifikan terhadap minat kunjung ulang, sedangkan amenitas dan aksesibilitas wisata tidak berpengaruh terhadap minat kunjung ulang. Penelitian Alfitriani, Putri, & Ummasyroh (2021) menunjukkan atraksi wisata dan amenitas berpengaruh secara signifikan, sedangkan aksesibilitas dan layanan tambahan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat kunjung ulang wisatawan. Penelitian lain menggunakan aksesibilitas dan fasilitas (Lustono & Permatasari, 2022), atraksi wisata, aksesibilitas dan fasilitas (Miarsih & Anwani, 2018), atraksi, amenitas serta *ancillary* berpengaruh positif terhadap minat kunjungan wisatawan dan aksesibilitas berpengaruh negatif terhadap minat kunjungan (Mahendra & Althalets, 2022).

Hubungan berbagai faktor penarik dengan destinasi wisata secara atraksi tergolong objek wisata yang unik. Potensi wisata adalah suguhan wisata dengan konsep ikonik, unik, bersejarah, dan syarat nilai-nilai wisata yang ditata sedemikian rupa sehingga mampu menonjolkan daya tarik tersendiri bagi wisatawan mancanegara yang berkunjung. Untuk menunjang kenyamanan wisatawan, pengelola destinasi wisata telah menyediakan berbagai fasilitas utama dan tambahan agar wisatawan dapat menikmati kunjungannya dan memberikan pengalaman yang tidak terlupakan. Destinasi pariwisata ini harus didukung dengan akses yang mudah dan fasilitas yang lengkap. Peningkatan infrastruktur seperti jalan merupakan salah satu cara pemerintah Kota Batam membuat turis merasa nyaman ketika berlibur ke Kota Batam. Pemerintah Kota batam juga

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

menyiapkan amenitas, yang baru diresmikan yakni Masjid Tanwirun Naja atau dikenal dengan nama Masjid Tanjak, berlokasi di kawasan Bandar Udara Internasional Hang Nadim.

Berdasarkan *research gap* dan fenomena *gap* maka penelitian ini menguji kembali motivasi dan minat kunjungan ulang wisatawan mancanegara pada destinasi di Kota Batam dalam perspektif faktor pendorong dan penarik. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tolok ukur ataupun gambaran untuk melihat kualitas suatu destinasi wisata di Kota Batam. Oleh karena itu penelitian ini ditujukan untuk mengetahui tanggapan wisatawan mancanegara melalui faktor dorongan dan tarikan motivasi perjalanan dengan berbagai motif seperti edukasi, interpersonal, dan fisiologis dan atribut wisata seperti atraksi, amenitas, aksesibilitas, dan pelayanan tambahan pada destinasi wisata di Kota Batam.

PAD Kota Batam

Capaian Pendapatan Asli Daerah (PAD) Pemerintah Kota (Pemkot) Batam sampai 26 November 2022 menyentuh angka Rp 940 miliar. Dimana pencapaian tersebut melampaui PAD Kota Batam dalam tiga tahun terakhir. Melihat hal tersebut, Badan Pendapatan Daerah (Bapenda) Kota Batam optimistis capaian PAD akan melampaui angka Rp 1 triliun. PAD untuk bulan Desember 2022 akan berada di angka Rp 71 miliar, sehingga capaian PAD Kota Batam pada tahun 2022 diperkirakan akan lebih dari Rp 1 triliun. Pendapatan di Desember dari Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan (BPHTB) sebesar Rp 25 miliar, dari Pajak Penerangan Jalan (PPJ) Rp 21 miliar, dan hotel, restoran, serta hiburan ada di angka 25 miliar. Penerimaan Pajak Capai 45,4 Persen di Semester I-2021, BPHTB menjadi penyumbang utama dengan nilai Rp 304,73 miliar sampai 26 November 2022. Disusul PPJ sebesar Rp 228,21 miliar, Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan (PBB-P2) sebesar Rp 206,14 miliar, pajak restoran Rp 85,53 miliar, hotel Rp 75,08 miliar, hiburan Rp 22 miliar, reklame Rp 9,92 miliar, parkir Rp 8,03 miliar dan Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan (MBLB) sebesar Rp 3,12 miliar. Pada tahun 2021, capaian PAD Kota Batam sebesar Rp 796,57 miliar. Dimana BPHTB menyumbang sebesar Rp 261,67 miliar. Disusul PPJ sebesar Rp 217,39 miliar dan PBB-P2 sebesar Rp 187,78 miliar melengkapi tiga teratas. Selain itu, PAD tahun 2020 mencapai Rp 755,88 miiar di tahun 2020 dan BPHTB menyumbang Rp 235,76 miliar. Disusul oleh PPJ dengan capaian Rp 211.06 miliar dan PBB-P2 sebesar Rp 167,21 miliar. Sedangkan untuk tahun 2019 lalu, capaian PAD Kota Batam sebesar Rp 934,46 miliar. Sejumlah program, utamanya relaksasi pajak untuk mendorong kesadaran masyarakat. Tahun 2022 investasi dalam negeri cukup banyak di Batam. Semakin ramainya jenis usaha yang dibuka, turut memberikan dampak terhadap capaian PAD Kota Batam seperti warung kopi dan restoran. sumatra.bisnis.com,2022

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

Tabel 2. Realisasi Pendapatan Pemerintah Kota Batam Menurut Jenis Pendapatan (Rp Ribu), 2018-2020

Realisasi Pendapatan Pemerintah	Realisasi Pendapatan Pemerintah Kota Batam Menurut Jenis Pendapatan (Rp Ribu)		
	2018	2019	2020
Pendapatan Asli Daerah	1 084 640 559,853	1 147 686 535 048,300	975 558 062 748,320
Pajak Daerah	845 697 306,043	93 445 890 779,970	755 674 707 900,440
Retribusi Daerah	94 581 392,976	90 511 735 244,640	92 487 837 369,000
Hasil Perusahaan Milik Daerah dan Pengelolaan Kekayaan Daerah yang Dipisahkan	13 897 911,908	11 836 597,248	8 601 742 730,000
Lain-lain PAD yang Sah	130 463 948,926	110 879 294 759,690	118 793 774 749,880
Dana Perimbangan	897 475 587,149	955 858 409,492	1 058 103 342 486,000
Bagi Hasil Pajak	104 694 249,054	61 080 669,100	127 988 781 032,000
Bagi Hasil Bukan Pajak/Sumber Daya Alam	117 946 833,795	104 110 002,791	169 087 812 980,000
Dana Alokasi Umum	599 074 016,000	659 164 959,000	629 854 829 000,000
Dana Alokasi Khusus	75 760 488,300	131 502 778,601	131 171 919 474,000
lain-lain Pendapatan yang Sah	377 976 713,078	419 345 897,180	169 226 557 955,000
Pendapatan Hibah	95 830 182,754	97 309 475,047	169 226 557 955,000
Dana Darurat	-	-	-
Dana Bagi Hasil Pajak dari Provinsi dan Pemerintah Daerah Lainnya	195 746 380,098	198 181 457,797	205 376 250 601,000
Dana Penyesuaian dan Otonomi Daerah	86 400 150,226	123 854 964,336	167 515 720 197,000
Bantuan Keuangan dari Provinsi atau Pemerintah Daerah Lainnya	-	-	-
Lainnya	-	-	-

Sumber: BPS,2021

Berdasarkan latar belakang penelitian ini maka penulis merumuskan bahawa masalah dalam penelitian ini adalah manajemen 4A yang dimaksud terdiri dari atraksi, amenitas, aksesibilitas, pelayanan tambahan. Ujud nyata dari manajemen pengelolohan 4A ini menjadi inovasi dan usaha nyata dalam meningkatkan jumlah kungjungan wisata dan peningkatan PAD Kota Batam. ameniti.bpbatam.go.id/en/2022/09/28/berbagai-tempat-wisata-batam-yang-dapat-dikembangkan/

Peningkatan Minat Kunjung (*Intention to Revisit*)

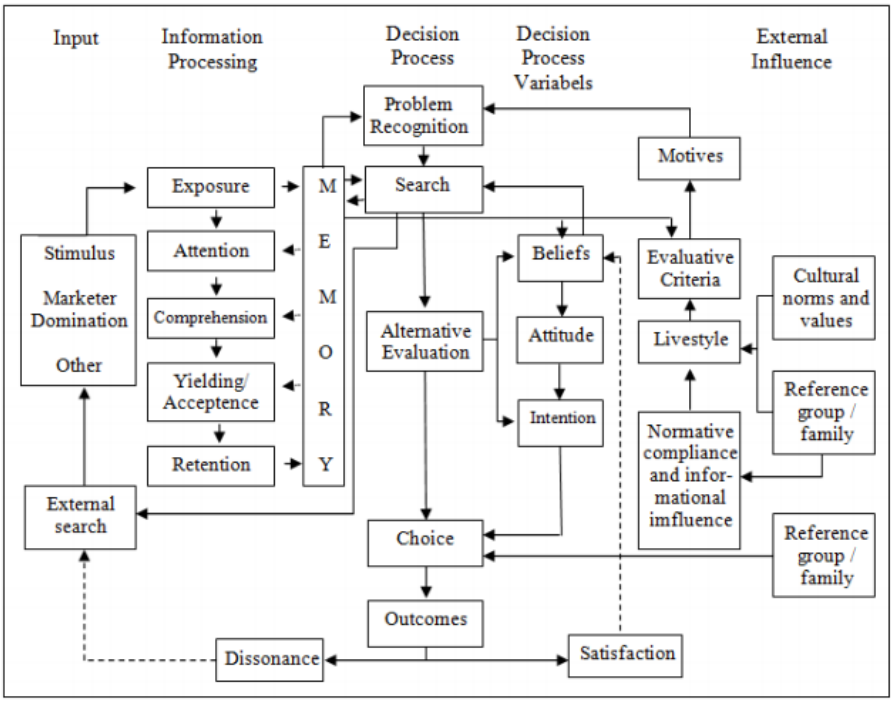
Perilaku konsumen merupakan suatu ilmu yang mempelajari bagaimana perilaku manusia yang sangat kompleks yang disebabkan oleh banyak faktor yang saling mempengaruhi. Menurut Schiffman & Kanuk (2018), perilaku konsumen diartikan sebagai perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa yang diharapkan akan memuaskan kebutuhannya.

Kotler & Keller (2016) mengemukakan bahwa perilaku konsumen merupakan sebuah pembelajaran bagaimana individu-individu, kelompok-kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan membuang barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan apa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen. Terdapat tiga langkah yang menyangkut perilaku pasca pembelian, yaitu:

1. Kepuasan pasca pembelian (*post purchase satisfaction*).
2. Tindakan pasca pembelian (*post purchase actions*).
3. Pemakaian dan pembuangan pasca pembelian (*post purchase use and disposal*).

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

Gambar 2. Model Perilaku Konsumen Engel



Sumber: Engel, Blackwell, & Miniard (2013)

Komponen dasar model Engel *et al.* adalah stimulus, proses informasi, proses pengambilan keputusan dan variabel yang mempengaruhi pengambilan keputusan. Karakteristik pembeli dan proses pengambilan keputusan menimbulkan keputusan pembelian tertentu. Disinilah tugas pemasaran harus benar-benar memahami apa yang terjadi dalam kesadaran pembeli mulai dari datangnya rangsangan dari luar sampai pada keputusan pembelian oleh pembeli (Engel *et al.*, 2013).

Menurut Kim *et al.* (2017) minat kunjung ulang adalah kesediaan individu untuk mengunjungi kembali suatu destinasi wisata di masa depan. Minat mengunjungi kembali dipandang sebagai konsekuensi dari kepuasan. Kotler & Armstrong (2016) mengatakan bahwa pelanggan yang merasa puas akan melakukan kunjungan ulang di masa yang mendatang dan juga pelanggan memberitahukan kepada orang lain atas produk atau jasa yang dirasakan atau yang diperoleh.

Indikator minat kunjung ulang merujuk penelitian Tan (2016), yaitu:

1. Dapat mengunjungi destinasi wisata di masa depan.
2. Berencana untuk mengunjungi destinasi wisata di masa depan.
3. Berharap untuk mengunjungi destinasi wisata di masa depan.

***Push Factor* (Faktor Pendorong)**

Push factor merupakan kebutuhan sosio-psikologis yang mendorong masyarakat untuk melakukan perjalanan ke suatu tempat tujuan wisata. *Push factor* disebut juga sebagai faktor intrinsik yang mendorong orang untuk melakukan perjalanan. Motif sosio-psikologis mencerminkan orang yang ingin melarikan diri dari tempatnya, ingin istirahat, bersantai, dan mencari tujuan yang unik untuk berwisata (Baptista, Saldanha, & Vong,

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

2020). *Push factor* juga disebut motivasi dorong yaitu faktor yang memotivasi atau menciptakan keinginan tak berwujud atau intrinsik dari individu pelancong untuk pergi berlibur. *Push factor* terdiri dari tujuh motif sosio-psikologis (melarikan diri, eksplorasi diri, relaksasi, prestise, regresi, peningkatan kekerabatan, dan interaksi sosial) dan dua motif budaya (kebaruan dan pendidikan). Faktor pendorong ini diakui sebagai langkah pertama dan alat yang berguna dalam menjelaskan keinginan untuk berwisata dan memahami perilaku wisatawan (Khuong & Ha, 2014).

***Pull Factor* (Faktor Penarik)**

Pada studi ini atribut pariwisata yang digunakan adalah dari Cooper *et al.*, (2008) mengemukakan bahwa terdapat 4 (empat) (4A) komponen yang harus dimiliki oleh destinasi wisata, yaitu: *attraction* (atraksi), *amenities* (amenitas/fasilitas), *accessibility* (aksesibilitas), dan *ancillary service* (pelayanan tambahan). Alasan pemilihan 4A karena relevansi dengan objek penelitian, misalnya *accommodation* sama pengertiannya dengan amenitas.

***Attraction* (Atraksi)**

Atraksi merupakan bagian penting dalam menarik wisatawan. Wilayah atau daerah wisata dapat menjadi tujuan wisata jika kondisi mendukung perkembangannya sebagai daya tarik wisata. Daya tarik wisata itulah yang disebut sebagai modal wisata atau sumber wisata. Potensi wisata suatu daerah harus berpedoman pada kebutuhan wisatawan. Ada 3 modal atraksi untuk menarik wisatawan, yaitu 1) sumber daya alam (natural), 2) atraksi wisata budaya, dan 3) atraksi buatan itu sendiri. Modal wisata dapat berkembang menjadi daerah tujuan wisata dimana modal tersebut berada. Ada modal wisata yang bisa dikembangkan yang bisa menampung wisatawan selama beberapa hari, menikmatinya berkali-kali, atau bahkan mengunjungi tempat yang sama pada kesempatan lain.

***Amenity* (Amenitas/Fasilitas)**

Amenitas adalah berbagai sarana dan prasarana yang dibutuhkan wisatawan di suatu daerah tujuan wisata. Sarana dan prasarana yang terlibat meliputi: akomodasi, restoran, transportasi dan agen perjalanan. Membangun fasilitas pariwisata seperti hotel, tempat wisata, marina, teater, dll dengan menggunakan infrastruktur yang sesuai. Prasarana yang diperlukan untuk pembangunan sarana pariwisata antara lain jalan, air bersih, listrik, tempat pembuangan sampah, bandara, pelabuhan, telpon, dan lain-lain. Mengingat hubungan antara sarana dan prasarana, jelaslah bahwa pembangunan infrastruktur secara umum harus mendahului sarana. Ada masanya infrastruktur dibangun bersama dalam rangka pengembangan fasilitas wisata.

***Accessibility* (Aksesibilitas)**

Dalam kegiatan pariwisata, aksesibilitas merupakan hal yang utama. Berbagai layanan lalu lintas atau transportasi telah menjadi saluran penting bagi pariwisata. Di sisi lain, akses tersebut dianggap dapat dipindahtangankan, kemudahan berpindah dari satu daerah ke daerah lain. Jika suatu daerah tidak memiliki aksesibilitas yang baik ke bandara, pelabuhan, jalan, dan lain-lain, maka tidak akan ada wisatawan, yang mempengaruhi perkembangan aksesibilitas daerah tersebut. Jika suatu daerah memiliki potensi wisata,

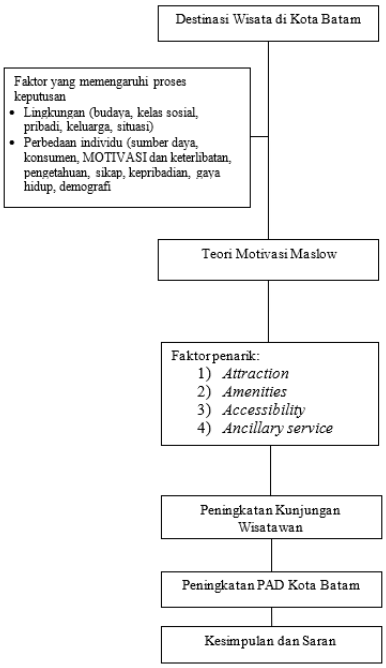
Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

maka harus menyediakan aksesibilitas yang memadai agar daerah tersebut dapat dikunjungi.

***Ancillary Service* (Pelayanan Tambahan)**

Pemerintah daerah tujuan wisata harus memberikan pelayanan tambahan bagi wisatawan dan peserta pariwisata. Pelayanan yang diberikan meliputi pemasaran, pembangunan fisik (jalan, rel kereta api, air minum, listrik, telpon, dll) dan koordinasi kegiatan dan semua peraturan perundang-undangan untuk jalan dan tempat wisata. Afiliasi juga merupakan hal-hal yang mendukung pariwisata, seperti badan pengatur, informasi wisata, biro perjalanan dan pemangku kepentingan yang berperan dalam industri pariwisata.

Gambar 3. Kerangka Berpikir Penelitian



Gambar 2.2 Kerangka Berpikir
Sumber: (Afriesta *et al.*, 2020; Cooper *et al.*, 2008; BPS, 2021; Robbins & Judge, 2015)

Push factor atau faktor pendorong adalah faktor internal yang mempengaruhi minat berkunjung wisatawan. Wisatawan penasaran ingin mengetahui atau menambah pengetahuannya tentang destinasi yang disukai. Selain itu, wisatawan dapat menahan niat positif atau negatifnya terhadap suatu destinasi yang dirujuk, sehingga dapat menjadi pilihannya untuk berwisata ke suatu destinasi di masa yang akan datang. Studi empiris sebelumnya mengidentifikasi bahwa *push factor* mempengaruhi wisatawan untuk melakukan perjalanan dan niat perilakunya (Baptista *et al.*, 2020). Penelitian lain juga mengidentifikasi bahwa *push factor* mempengaruhi wisatawan mengunjungi kembali suatu destinasi (Khuong & Ha, 2014). Dengan demikian, faktor tersebut merupakan faktor determinan yang akan mempengaruhi niat berkunjung ulang wisatawan ke suatu destinasi wisata.

Pull factor atau faktor penarik merupakan faktor eksternal yang dipengaruhi oleh atribut wisatawan dan fasilitas di tempat tujuan. Atribut dan fasilitas wisatawan akan

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

menarik wisatawan untuk melakukan perjalanan ke suatu tujuan dan wisatawan dapat menghabiskan waktu di tempat tujuan dengan menikmati fitur produk dan layanan. Misalnya, wisatawan dapat menghabiskan waktu untuk mengunjungi lingkungan dengan melihat pemandangan alam, mengunjungi peninggalan warisan, bangunan bersejarah, budaya, etnis, dan lain-lain di tempat tujuan yang disukai wisatawan untuk dikunjungi sekarang dan di masa depan (Baptista *et al.*, 2020). Studi empiris sebelumnya mengidentifikasi bahwa *pull factor* mempengaruhi wisatawan untuk melakukan perjalanan dan niat berkunjung ulang (Baniya, 2017; Khuong & Ha, 2014). Dengan demikian, *pull factor* merupakan faktor determinan yang akan mempengaruhi niat berkunjung ulang wisatawan ke suatu destinasi wisata.

Salah satu faktor penarik motivasi wisata adalah daya tarik wisata. Menurut Cooper *et al.* (2008) mengemukakan bahwa terdapat 4 (empat) (4A) komponen yang harus dimiliki oleh destinasi wisata untuk menarik para wisatawan, yaitu: *attraction* (atraksi), *amenities* (amenitas/fasilitas), *accessibility* (aksesibilitas), dan *ancillary service* (pelayanan tambahan). Ketersediaan empat komponen utama objek wisata mampu menunjukkan potensi yang dimiliki oleh suatu objek wisata. Potensi wisata yang menarik akan sangat mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung kembali.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif yaitu pendekatan penelitian menggunakan data hasil jawaban survei yang dianalisis menggunakan teknik analisis statistik (Sugiyono, 2018). Jenis metode penelitian ini adalah eksplanasi. Metode eksplanasi digunakan untuk menggambarkan suatu generalisasi atau menjelaskan hubungan suatu variabel dengan variabel lainnya. Karena itu penelitian eksplanasi menggunakan hipotesis dan untuk menguji hipotesis tersebut digunakan statistik inferensial (Bungin, 2016). Statistik inferensial merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya akan digeneralisasikan (diinferensikan) untuk populasi di mana sampel diambil (Sugiyono, 2018). Populasi adalah jumlah total dari seluruh unit atau elemen yang akan diteliti (Silalahi, 2018). Populasi yang diamati dalam penelitian ini adalah wisatawan mancanegara yang pernah berkunjung ke Kota Batam. Penentuan jumlah populasi didasarkan pada data BPS Kota Batam terbaru, yaitu pada tahun 2021 karena data tahun 2022 belum dirilis. Jumlah wisatawan mancanegara yang pernah berkunjung ke Kota Batam menurut data BPS Kota Batam sebanyak 2046 jiwa. Alasan penentuan jumlah populasi menggunakan data BPS Kota Batam karena belum ada data resmi dari pihak pengelola destinasi wisata ke Kota Batam. Selain itu, untuk mempermudah penentuan perhitungan jumlah sampel yang akan diteliti. Dengan tujuan memberikan kepastian data kuantitatif dan memberikan batasan minimal data yang akan digunakan dalam penelitian. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *Purposive Sampling*, yaitu menentukan sampel dengan beberapa pertimbangan tertentu, serta penyebaran kuesioner menggunakan metode *Accidental Sampling*. Teknik sampling dalam penelitian ini akan memakai teknik *purposive sampling*. Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder,

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

yang diperoleh melalui survei dengan menggunakan kuesioner. Berikut adalah penjelasan secara rinci mengenai data yang dibutuhkan dalam penelitian ini:

Tabel 3. Data Penelitian

Jenis Data	Definisi	Data yang dibutuhkan	Cara perolehan data
Data Primer	Data yang diperoleh secara langsung dari sumber data dengan observasi langsung (Sugiyono, 2018)	Data demografi responden Data persepsi responden terkait variabel penelitian	Survei menggunakan kuesioner
Data Sekunder	Data sekunder ialah data pendukung yang diperoleh dari sumber lain yang atau lewat perantara lain yang berkaitan dengan penelitian (Sugiyono, 2018)	Data kunjungan wisatawan Pengembangan wisata Penelitian terdahulu Profil objek penelitian	Situs resmi Dinas terkait

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi: jenis kelamin, usia, pendapatan, pendidikan, negara, dan waktu kunjungan. Berikut uraian hasil persepsi responden terkait karakteristik responden:

Tabel 4. Distribusi Karakteristik Responden

No.	Karakteristik	Kategori	Persentase (%)
1	Jenis Kelamin	Laki-Laki	43,1
		Perempuan	56,9
2	Usia	< 25 tahun	18,6
		25-34 tahun	54,9
		35-44 tahun	23,5
		45-54 tahun	2,9
3	Pendapatan	< 5 juta	4,9
		5 juta- 10 juta	43,1
		10,5 juta - 20 juta	38,2
		> 10 juta	13,7
4	Pendidikan	Intermediate	4,9
		Bachelors	38,2
		Masters	41,2
		Above Masters	15,7
5	Negara	Singapura	31,4
		Malaysia	20,6
		India	6,9
		China	4,9
		Philipina	9,8
		Australia	8,8
		Amerika Serikat	6,9
		Inggris	3,9
		Jepang	2,0
		Lainnya	4,9
6	Waktu Kunjungan	2 kali	48,0

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

	3 kali	37,3
	> 3 kali	14,7

Sumber: Data Primer, 2022

Tabel 5. Rentang Skala

No	Indeks	Kategori
1.	25 – 50	Rendah atau tidak baik yang menunjukan kondisi variabel penelitian masih rendah atau tidak baik
2.	50,5 – 75	Sedang atau cukup yang menunjukan kondisi variabel penelitian sedang atau cukup.
3.	75,5 – 100	Tinggi atau baik yang menunjukan kondisi variabel penelitian tinggi atau baik

Deskripsi Faktor Penarik (*Pull Factor*)

Faktor penarik (*Pull Factor*) terdiri dari lima variabel dengan masing-masing variabel memiliki empat sampai enam indikator.

Tabel 6. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Faktor Penarik

No.	Pernyataan	Skor	Capaian Skor (%)	Kategori
	Atraksi wisata (X_4)		67,32	Sedang
	Amenitas (X_5)		66,91	Sedang
	Aksesibilitas (X_6)		66,79	Sedang
	Ancillary Service (X_7)		60,10	Sedang

Sumber: Data Primer, 2022

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dengan ketentuan bahwa variabel yang diteliti dinyatakan reliabel apabila nilai *cronbach's alpha* (α) adalah di atas 0,6. Hasil uji reliabilitas masing-masing variabel sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	*Cronbach's Alpha*	Keterangan
Edukasi (X_1)	0,812	Reliabel
Interpersonal (X_2)	0,657	Reliabel
Fisiologis (X_3)	0,692	Reliabel
Atraksi Wisata (X_4)	0,836	Reliabel
Amenitas (X_5)	0,788	Reliabel
Aksesibilitas (X_6)	0,732	Reliabel
Ancillary Service (X_7)	0,616	Reliabel
Minat Kunjung Ulang (Y)	0,862	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah (2022)

Atraksi Wisatawan menunjukkan bahwa atraksi wisata berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung ulang wisatawan mancanegara ke destinasi wisata di Kota Batam, dengan nilai koefisien regresi 0,139 (positif). Amenitas Wisatawan menunjukkan bahwa amenitas berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung ulang wisatawan mancanegara ke destinasi wisata di Kota Batam, dengan nilai koefisien regresi 0,144 (positif). Aksesibilitas Wisatawan menunjukkan bahwa aksesibilitas berpengaruh signifikan

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

terhadap minat kunjung ulang wisatawan mancanegara ke destinasi wisata di Kota Batam, dengan nilai koefisien regresi 0,134 (positif). *Ancillary Service* Wisatawan menunjukkan bahwa *ancillary service* (pelayanan tambahan) berpengaruh signifikan terhadap minat kunjung ulang wisatawan mancanegara ke destinasi wisata di Kota Batam, dengan nilai koefisien regresi 0,081 (positif). meningkatkan minat kunjung ulang wisatawan mancanegara ke destinasi wisata di Kota Batam.

Hasil ini memberikan implikasi bahwa pihak manajemen pengelola wisata atau pemerintah daerah dapat memperkuat faktor tarikan dengan variabel amenitas. Hal yang harus diperkuat adalah peningkatan kelengkapan fasilitas pendukung kegiatan wisata seperti tersedianya fasilitas makan dan minum bagi wisatawan, tersedianya loket bagi wisatawan destinasi wisata, adanya pusat informasi di destinasi wisata, tersedianya fasilitas toilet umum bagi wisatawan, tersedianya area parkir yang luas, dan terdapat adanya penjual cinderamata di sekitar destinasi wisata. Selain itu, fasilitas juga perlu diperhatikan menyangkut ketersediaan akomodasi di sekitar lokasi, pusat informasi, dan fasilitas kenyamanan lainnya. Hasil observasi menunjukkan bahwa Pusat Informasi Wisata (TIC) tidak berjalan dengan baik karena kegiatan yang dilakukan seperti brosur dan kegiatan famtrip (*familiarization trip*) belum efektif meningkatkan kunjungan. Dinas pariwisata seharusnya menggunakan cara lain untuk pusat informasi wisata misalnya membuat film tentang wisata tersebut dan segera dijalankan TIC di daerah pelabuhan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang sudah dilakukan maka dapat disimpulkan hasil temuan ini sebagai berikut:

1. Atraksi berpengaruh terhadap tingginya minat kunjungan wisatawan ke Batam, semakin banyak atraksi wisata maka semakin tinggi PAD Kota Batam yang dihasilkan.
2. Amenitas berpengaruh terhadap tingginya minat kunjungan wisatawan ke Batam, semakin lengkap amenitas maka semakin tinggi PAD Kota Batam yang dihasilkan.
3. Aksesibilitas berpengaruh terhadap tingginya minat kunjungan wisatawan ke Batam, semakin mudah aksesibilitas maka semakin tinggi PAD Kota Batam yang dihasilkan.
4. *Ancillary Service* berpengaruh terhadap tingginya minat kunjungan wisatawan ke Batam, semakin lengkap fasilitas tambahan maka semakin tinggi PAD Kota Batam yang dihasilkan.

Saran

Bagi Dinas Pariwisata/Pemerintah Kota Batam

1. Hendaknya memperhatikan motivasi edukasi dengan indikator ingin merasakan pengalaman berbeda, yaitu dengan memberikan pengalaman otentik memahami warisan budaya dan wisata kekinian.

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

2. Hendaknya memperhatikan motivasi interpersonal dengan indikator memperkuat hubungan dengan pasangan, keluarga, kerabat atau teman karena hal itu belum terakomodir dengan baik.
3. Hendaknya memperhatikan motivasi fisiologis dengan indikator destinasi wisata di Kota Batam karena menjadi ikonik karena hal itu belum dirasakan sepenuhnya oleh Wisman.
4. Hendaknya memperhatikan atraksi wisata dengan indikator bangunan masjid masih utuh, arsitektur unik, dan lokasi/spot foto yang menarik di Kota Batam.
5. Hendaknya memperhatikan amenitas dengan indikator pusat informasi di destinasi wisata untuk memudahkan Wisman berkunjung kembali ke Kota Batam.
6. Hendaknya memperhatikan aksesibilitas dengan indikator akses informasi, seperti petunjuk arah yang membantu memudahkan wisatawan menuju lokasi tujuan wisata.
7. Hendaknya memperhatikan *ancillary service* (fasilitas tambahan) dengan indikator ketersediaan ATM untuk memudahkan mengambil uang atau bertransaksi ketika di lokasi wisata.

DAFTAR PUSTAKA

Alfitriani, Putri, W. A., & Ummasyroh. (2021). Pengaruh Komponen 4A Terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan Pada Destinasi Wisata Bayt Al-Qur'an Al-Akbar Kota Palembang. *JAMB: Jurnal Aplikasi Manajemen & Bisnis*, *1*(2), 66–77.

Badan Pengusahaan Batam. (2022). Batam adalah pulau dengan sejuta peluang pada berbagai sektor. Salah satu yang tidak boleh terlewatkan adalah sektor pariwisata. Diambil 8 September 2022, dari https://bpbatam.go.id/tentang-batam/destinasi-wisata/

Badan Pusat Statistik Indonesia. (2022). Pariwisata. Diambil 8 September 2022, dari https://www.bps.go.id/subject/16/pariwisata.html#subjekViewTab3

Badan Pusat Statistik Kota Batam. (2022). Wisatawan Mancanegara Ke Kota Batam Menurut Kebangsaan. Diambil 8 September 2022, dari https://batamkota.bps.go.id/indicator/16/91/1/wisatawan-mancanegara-ke-kota-batam-menurut-kebangsaan.html

Bahrudin, A. (2017). Inovasi Daerah Sektor Pariwisata (Studi Kasus Inovasi Pembangunan Pariwisata Kab Purworejo Jawa Tengah). *Mimbar Administrasi*, *1*(1), 50–69.

Baniya, R. (2017). Push and Pull Factors and their effects on International Tourists ' Revisit Intention to Nepal. *The GAZE Journal of Tourism and Hospitality*, *8*(July), 20–39. https://doi.org/10.3126/gaze.v8i0.17830

Baptista, E. A., Saldanha, E. D. S., & Vong, M. F. (2020). The Mediating Effect of Tourist Satisfaction among Pull and Push Factors on Tourists' Behavioural Intentions. *Timor-Leste Journal of Business and Management*, *2*(1), 66–70.

Bungin, B. (2016). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Chahal, H., & Devi, A. (2015). Destination Attributes and Destination Image Relationship in Volatile Tourist Destination: Role of Perceived Risk. *Metamorphosis*, *14*(2), 1–19. https://doi.org/10.1177/0972622520150203

Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., Fyall, A., & Wanhill, S. (2008). *Tourism: Principles and Practice* (4 ed.). London: Pearson Education, Inc.

Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (2013). *Perilaku Konsumen*. Tangerang: Binarupa Aksara.

Harianto, S. P., Tsani, M. K., Santoso, T., Masruri, N. W., & Winarno, G. D. (2021). Penilaian Wisatawan Terhadap Komponen Destinasi Wisata: Atraksi, Amenitas, Aksesibilitas dan Pelayanan Tambahan Pada Objek Wisata Kebun Raya Liwa. *Jurnal Ilmu Kehutanan*, *15*(1),

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

13–27. https://doi.org/10.22146/jik.v15i1.1515

Hermawan, D., Nurdin, B. V., & Hutagalung, S. S. (2022). Changes in Tourist Interests During a Pandemic: A Study of Travel Choices and Motivations Post COVID-19 Pandemic. *Proceedings of the Universitas Lampung International Conference on Social Sciences (ULICoSS 2021)*, *628*, 1–5. https://doi.org/10.2991/assehr.k.220102.069

https://ameniti.bpbatam.go.id/en/2022/09/28/berbagai-tempat-wisata-batam-yang-dapat-dikembangkan/

https://sumatra.bisnis.com/read/20221201/534/1604233/bapenda-batam-optimistis-pendapatan-pajak-daerah-2022-tembus-rp1-triliun

Kepri.antaranews.com. (2022). Batam Perbanyak destinasi Wisata Seiring Peningkatan Wisman. Diambil 25 Oktober 2022, dari https://kepri.antaranews.com/berita/122481/batam-perbanyak-destinasi-wisata-seiring-peningkatan-wisman

Khuong, M. N., & Ha, H. T. T. (2014). The Influences of Push and Pull Factors on the International Leisure Tourists' Return Intention to Ho Chi Minh City, Vietnam — A Mediation Analysis of Destination Satisfaction. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, *5*(6), 490–496. https://doi.org/10.7763/ijtef.2014.v5.421

Kim, S., Park, J. H., Lee, D. K., Son, Y., Yoon, H., Kim, S., … Yoon, H. (2017). The impacts of weather on tourist satisfaction and revisit intention: a study of South Korean domestic tourism. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, *0*(0), 1–14. https://doi.org/10.1080/10941665.2017.1357640

Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing management* (15 ed.). England: Pearson Education, Inc.

Lustono, & Permatasari, K. D. (2022). Pengaruh Media Sosial, Aksesibilitas, Fasilitas, Event Pariwisata, dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Kunjung Wisatawan di Desa Wisata Pagak, Banjarnegara. *MEDIKONIS: Jurnal Media Komunikasi dan Bisnis*, *13*(1), 41–52.

Mahendra, D. M., & Althalets, F. (2022). Pengaruh Pengembangan Destinasi Wisata Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Pada Desa Pela Kecamatan Kota Bangun Kabupaten Kutai Kartanegara. *ETNIK: Jurnal Ekonomi - Teknik*, *1*(4), 306–316.

Muthmainnah, S. R., & Rubiyanti, R. N. (2020). Pengaruh Faktor Pendorong Dan Penarik Minat Wisata Halal Ke Luar Negeri Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderator. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen (JPIM)*, *5*(3), 274–285.

Prajawati, M. I. (2019). Competitiveness of Sharia Tourism Destination. *Management and economics journal*, *4*(1), 73–80. https://doi.org/10.18860/mec-j.v4i1.5824

Ramadhani, S. A., Setiawan, H., & Rini. (2021). Analisis Pengaruh Atraksi Wisata, dan Ancillary Service terhadap Minat Kunjung Ulang pada Objek Wisata Bukit Siguntang. *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*, *1*(3), 124–133.

Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2018). *Perilaku Konsumen*. Jakarta Barat: PT INDEKS.

Silalahi, U. (2018). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tan, W. (2016). Repeat visitation : A study from the perspective of leisure constraint, tourist experience, destination images, and experiential familiarity. *Journal of Destination Marketing & Management*, 1–10. https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.04.003

Wang, W., Chen, J. S., & Huang, K. (2015). Religious Tourist Motivation in Buddhist Mountain: The Case from China. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, *21*(1), 57–72. https://doi.org/10.1080/10941665.2015.1016443

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

JURNAL MEKAR Volume 2. No.1. April 2023 E-ISSN 2829-4114
DOI: 10.59193 E-ISSN 2829-4009

PENGARUH PELATIHAN KERJA TERHADAP PENINGKATAN KUALITAS KINERJA ROOM ATTENDANT DI HOTEL BEST WESTERN PREMIER PANBIL BATAM

Syafira Tamara
Alumni Program Studi Manajemen Divisi Kamar. Politeknik Pariwisata Batam
tamarasyafira12@gmail.com
Zahara Fatimah
Dosen Program Studi Manajemen Divisi Kamar. Politeknik Pariwisata Batam
zaravirgo2579@gmail.com
Frangky Silitonga
Dosen Program Studi Manajemen Kuliner. Politeknik Pariwisata Batam
frangky@btp.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pelatihan kerja terhadap kualitas kinerja *room attendant* di Hotel Best Western Premier Panbil Kota Batam. Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan *Room Attendant Housekeeping.* Teknik pengumpulan sampel yang digunakan pada penelitian ini menggunakan teknik sampling jenuh. Metode yang digunakan dalam menguji hiotesis diantaranya menggunakan. Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Normalitas, Uji Linearitas, Uji T (Parsial), dan menggunakan Analisis Regresi Linier Sederhana. Data yang diperoleh adalah data yang merupakan hasil dari jawaban responden atas kuesioner yang disebarkan. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara pelatihan kerja terhadap peningkatan kualitas kinerja room attendant. Hasil R square ditemukan bahwa variabel pelatihan kerja berpengaruh terhadap kinerja karyawan room attendant sebesar 72,8%, sisanya sebesar 28,2% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel yang diamati. Saran untuk Hotel Best Western Premier Panbil penelitian tugas akhir ini dapat diajadikan rujukan atau bahan referensi oleh pihak hotel tempat penelitian penulis lebih memperhatikan kebutuhan dan kinerja *room attendant*

Kata Kunci: Pelatihan, Kinerja, *Room Attendant*

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of job training on the performance quality of room attendants at the Best Western Premier Panbil Hotel, Batam City. This type of research uses quantitative methods. The population and sample in this study were all Room Attendant Housekeeping employees. The sample collection technique used in this study uses a saturated sampling technique. The method used in testing the hypothesis includes using. Validity Test, Reliability Test, Normality Test, Linearity Test, T (Partial) Test, and using Simple Linear Regression Analysis. The data obtained is data that is the result of the respondent's answers to the questionnaires distributed. The results of this study indicate that there is a significant influence between job training on improving the quality of room attendant performance. The results of R square found that job training variables affect the performance of room attendant employees by 72.8%, and the remaining 28.2% is influenced by other factors outside the observed variables. Suggestions for the Best Western Premier Panbil Hotel, this final project research can be used as a reference or reference material by the hotel where the author's research pays more attention to the needs and performance of room attendants

Keywords: Training, Performance, Room Attendant

PENDAHULUAN

Pariwisata yaitu industri jasa yang menangani jasa mulai dari transportasi, jasa keramahan, tempat tinggal, makanan, minuman dan jasa bersangkutan lainnya seperti bank, asuransi, keamanan dan lain-lain. Juga menyediakan tempat istirahat, budaya, pelarian, petualangan pengalaman baru dan berbeda lainnya. Setiap negara memiliki berbagai tempat wisata dengan ciri khasnya masing-masing. Indonesia adalah salah satu negara yang memiliki keunikan mengenai tempat berwisata terutama wisata alamnya. Seperti yang diketahui Indonesia memiliki pulau-pulau yang membentang luas, walaupun Indonesia dipisahkan oleh pulau-pulau keaneka ragaman budaya suku bahasa yang dapat menyatukan Indonesia terkhusus Kepulauan Riau, pulau tersebut memiliki 5 kabupaten dan 2 kota kabupaten yang terdapat di kepulauan riau terdiri dari Kabupaten Anambas, Lingga, Bintan, Karimun, Natuna. Kepulauan Riau memiliki ibukota dengan nama Kota Tanjung Pinang. Kota Batam adalah salah satu pulau yang berada di

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

Kepulauan Riau yang memiliki potensi untuk dikembangkannya destinasi wisata dan dapat menunjang ekonomi pendapatan daerah. Kota Batam memiliki beberapa kawasan yang berpotensi untuk dijadikan tempat wisata. Wisata yang terdapat di Kota Batam terbagi menjadi 5 bagian yaitu wisata bahari, hotel, kuliner, sejarah, argo dan eco dan wisata lainnya.

Beberapa wisata bahari yang dapat dikunjungi adalah:

1. Pulau Abang
2. Pantai Melur
3. Kepri Coral
4. Pulau Ranoh

Beberapa wisata Hotel yang dapat dikunjungi adalah:

1. Harris Hotel Batam
2. Asialink Botel Batam by Prasanthi
3. Best Western Premiere Panbil Batam
4. Harmoni One Convention Hotel and Service Apartments *4 bintang*

Beberapa wisata kuliner yang dapat dikunjungi adalah:

1. Kelong Baba Seafood
2. Nagoya Hill Food Street
3. RM Mie Tarempa
4. Saung Sunda Sawargi

Beberapa wisata sejarah yang dapat dikunjungi:

1. Kampung Vietnam
2. Jembatan Barelang
3. Pulau Penyengat
4. Makam Nong Isa

Beberapa wisata argo dan eco

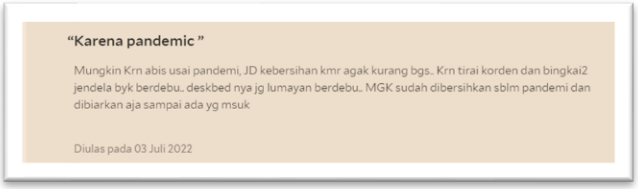
1. Kebun Raya Batam
2. Kebun Jambu Marina

Berdasarkan data resmi yang penulis dapatkan dari Badan Pusat Statisik Kota Batam menyatakan jumlah hunian kamar ditahun 2017 sebanyak 11.489 di tahun 2018 sebanyak 11.562 dan di tahun 2019 sebanyak 11.044. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Batam, Tingkat Penghunian Kamar (TPK) hotel berbintang di Kepulauan Riau di November mencapai rata-rata 31,54% atau naik 0,83% poin. Dibandingkan November 2020, TPK Hotel Bintang di Kepri mengalami kenaikan sebesar 6,9 poin. Meski demikian, TPK Kepulauan Riau lebih rendah 16,29% dibandingkan TPK nasional (BPS Batam, 2022). Hotel merupakan perusahaan yang dikelola oleh pemilik yang menyediakan pelayanan makanan, minuman fasilitas kamar tidur, melakukan perjalanan mampu membayar jumlah wajar sesuai pelayanan diterima tanpa adanya perjanjian khusus (Yusni, 2018). Setiap hotel membutuhkan sumber daya manusia guna dapat melakukan operasional yang dapat memenuhi *Standard Operational Procedure* (SOP) dimasing-masing hotel. Dan mampu memberikan pelayanan yang memuaskan kepada setiap tamu untuk setiap fasilttas yang disediakan oleh pihak hotel. Keberadaan sumber daya manusia yang baik harus ada sebagai pemeran utama dalam menjalankan bisnis dibidang perhotelan. Dengan adanya pernyataan tersebut, Sumber daya manusia adalah ilmu dan seni yang mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar efektif dan efisien membantu terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan, dan masyarakat. (Annishia & Riswanto, 2020). Pelatihan adalah proses mengajarkan karyawan baru ataupun yang sudah ada sekarang, keterampilan dasar yang mereka butuhkan untuk menjalankan pekerjaan mereka. Pelatihan merupakan salah satu usaha dalam meningkatkan mutu sumber daya manusia dalam dunia kerja. Karyawan, baik yang baru ataupun yang sudah bekerja perlu mengikuti pelatihan karena adanya tuntutan pekerjaan yang dapat berubah akibat perubahan lingkungan kerja, strategi, dan lain sebagainya (Pratama, 2018). Kinerja setiap pegawai juga tidak terlepas dari motivasi pegawai itu sendiri dalam menjalankan tugasnya. Banyak hal yang dapat mempengaruhi motivasi, berdasarkan hal yang dapat mempengaruhi motivasi ini, diharapkan para pimpinan lembaga tersebut dapat dijadikan acuan dalam mengambil suatu kebijakan yang berkenaan dengan layanan yang diberikan kepada publik demi tercapainya tujuan dari lembaga tersebut. Tujuan program pelatihan bagi karyawan hotel adalah untuk menemukan perspektif baru dalam bekerja. Membantu karyawan hotel memahami perspektif tamu, rekan tim, dan kolega, serta pekerjaan mereka. Ini juga memberikan citra yang sesuai dengan cita-cita karyawan. Dengan cara ini, persepsi baru tentang pekerjaan yang dia lakukan terbuka, dan sebagai cara untuk meningkatkan produktivitas tenaga kerja. Hotel Best Western Premier Panbil merupakan salah satu dari banyak hotel bintang 4 yang ada di Batam. Best Western merupakan bagian dari Panbil Group, Panbil Group berdiri sejak tahun 1989, dan merupakan salah satu perusahaan terkemuka dan terbesar yang memiliki beberapa lingkup usaha yang berbasis di Batam. Pertama, Panbil mulai terlibat dalam berbagai kegiatan konstruksi dalam pekerjaan proyek untuk

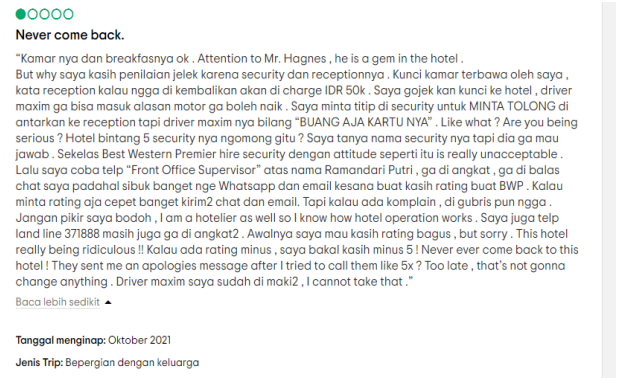
Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

beberapa pabrik industri penyewa Panbil. Proyek ini sedang berlangsung di PT. HJS (Harapan Jaya Sentosa), sebagai salah satu lingkup usaha Panbil yang pertama (Panbil Group, 2020). Dengan perkembangan yang pesat, Panbil melebarkan sayapnya dengan menciptakan kawasan bisnis. Organisasi Hotel Best Western Premier Panbil sendiri memiliki dua divisi, antara lain divisi front office yang terdiri dari beberapa divisi seperti operator, front desk, guest relation officer dan bellmen, dan divisi housekeeping yang terdiri dari beberapa divisi termasuk *room division*, *gardener*, *public area*, *laundry*.. Tugas dan tanggung jawab *housekeeping department* sendiri ialah memberikan pelayanan dalam meningkatkan kenyamanan serta keindahan sebuah hotel, *housekeeping* juga bertugas dalam menyiapkan kamar yang telah dipesan oleh tamu beserta kelengkapan fasilitas yang diperlukan oleh tamu pada saat menginap. Selain itu penyediaan sarana penunjang lainnya dalam menyediakan pelayanan dengan kualitas yang memadai serta menimbulkan rasa kepuasan untuk tamu juga menjadi tanggung jawab *housekeeping*. Organisasi perhotelan dituntut untuk melakukan pengelolaan yang optimal pada sumber daya manusianya sehingga menghasilkan tenaga kerja yang handal, namun dalam pengelolaan tersebut harus dilakukan melalui proses yang telah disiapkan dengan matang dan terstruktur agar mampu memberikan dampak positif. Berdasarkan latar belakang tersebut diatas, penulis tertarik untuk menyusun skripsi dengan permasalahan penelitian yang terjadi di Hotel Best Western Panbil Kota Batam. Dan judul penelitian yang akan dituangkan pada skripsi ini adalah "Pengaruh Pelatihan Kerja Terhadap Peningkatan Kualitas Kinerja Housekeeping Room Attendant Di Hotel Best Western Batam".

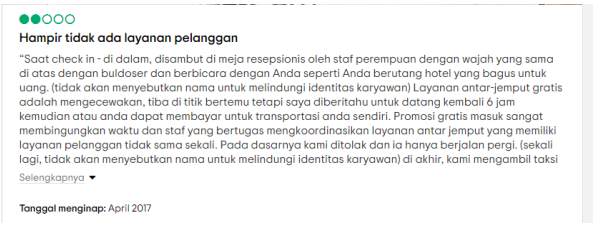
Di bawah ini adalah salah satu review tamu yang menjadi permasalahan penelitian yang penulis ambil



Gambar 1.1 *Guest Reviews, Agoda 3/07/2022.*
Sumber: https://www.agoda.com/id-id/best-western-premier-



Gambar 1.2 *Guest Reeviews, Trip Advisor Oktober 2021*
Sumber: https://www.tripadvisor.co.id/HotelReview



Gambar 1.3 *Guest Reeviews, Trip Advisor April 2017*
Sumber : https://www.tripadvisor.co.id/HotelReview

Pelatihan Kerja

Pelatihan kerja ialah usaha yang dilakukan oleh organisasi untuk memfasilitasi pembelajaran bagi karyawannya, refensi dan mensosialisasikan perilaku karyawan atau kebiasaan yang ada. Tidak terbatas hanya untuk karyawan baru, program pelatihan juga diberlakukan untuk dapat meningkatkan karir serta kinerja dari seorang karyawan (Rayyan, 2019).

Indikator Pelatihan Kerja. Siagian dalam (Indriyani, 2015) berpendapat bahwa pelaksanaan pelatihan kerja dimaksudkan untuk mendapatkan tenaga kerja yang memiliki pengetahuan, keterampilan yang baik, kemampuan dan sikap yang baik untuk mengisi jabatan pekerjaan yang tersedia dengan produktivtta kerja yang tinggi, yang mampu menghasilkan hasil kerja yang baik. Berikut adalah indikator yang mendukung pelatihan kerja diantaranya:

1. Pengetahuan

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

Pengetahuan merupakan output bisnis manusia. Dalam peristiwa ini yang mengetahui (subjek) memiliki yang diketahui (objek) di dalam dirinya sendiria sedemikian aktif sehingga yang mengetahui itu menyusun yang diketahui pada dirinya sendiri dalam kesatuan aktif. Oleh karena itu, dengan pengetahuan yang baik, pekerjaan akan selesai dengan cepat dan dengan hasil yang baik.

2. Kemampuan Berpikir

Kemampuan berpikir merupakan kegiatan penalaran yang reflektif, kritis dan kreatif yang berorientasi pada suatu proses intelektual yang melibatkan pembentukan konsep (*conceptualizing)*, aplikasi, analisis, menilai informai yang terkumpul (*sintesis*) atau dihasilkan melalui pengamatan, pengalaman, refleksi, komunikasi sebagai landasan kepada suatu keyakinan (kepercayaan) dan tindakan

3. Kecakapan

Kecakapan adalah suatu keterampilan yang memungkinkan seseorang untuk mendapatkan suatu pekerjaan atau untuk dapat tetap bekerja, meliputi personal skills interpersonal skills, attitudes, habits dan behaviors. Kecakapan yang dimiliki seorang karyawan dalam melaksanakan tugasnya akan berpengaruh pada hasil yang didapatkannya nanti.

4. Sikap

Sikap (attitude) adalah sebagai pernyataan evaluative, baik yang menyenangkan maupun tidak menyenangkan terhadap objek, individu, atau peristiwa. Ini mencerminkan bagaimana seseorang berpikir tentang sesuatu.

Jenis Pelatihan

Jenis-jenis pelatihan yang dapat diselenggarakan di dalam organisasi/perusahaan diantara lain (Ma'arif, 2018):

Pelatihan keahlian (*skill training*)

Merupakan pelatihan yang diadakan dengan tujuan agar peserta mampu menguasai sebuah *skill* atau keterampilan baru yang berhubungan dengan pekerjaannya. Keahlian yang diajarkan dalam pelatihan biasanya diberikan kepada karyawan yang dianggap belum menguasai atau masih kurang nilainya disebuah keahlian tertentu. Misalnya: pelatihan manajemen, pelatihan kepemimpinan, dan lain-lain

Pelatihan ulang (*retraining*)

Adalah pelatihan sumber daya manusia yang diberikan kepada karyawan untuk menghadapi tuntutan kerja yang semakin berkembang. Teknologi, sains, dan dunia yang terus berkembang memaksa semua orang, termasuk karyawan perusahaan, untuk maju dan beradaptasi. Mereka harus selalu menyesuaikan diri dengan kemajuan jaman dan inovasi terbaru sehingga mereka memiliki kompetensi yang tidak kalah dengan perusahaan lainnya. Contohnya: pelatihan penggunaan computer bagi karyawan yang selama ini menggunakan mesin tik untuk membuat dokumen perusahaan, penggunaan aplikasi kerja perusahaan, dan lain-lain

Pelatihan lintas fungsional (*Cross Functional Training*)

Adalah pelatihan karyawan untuk melakukan aktivitas kerja dalam bidang lainnya selain dari pekerjaan yang ditugaskan. Pelatihan ini sangat bermanfaat bagi semua karyawan sehingga mereka mampu memahami cara kerja organisasi perusahaan secara lebih luas tidak hanya berkutat pada tugas kerjanya saja.

Tujuan Pelatihan

Tujuan diadakannya pelatihan adalah "meningkatkan produktivitas kerja "meningkatkan produktivitas kerja, meingkatkan kualitas kerja, meningkatkan moral dan semangat kerja, menciptakan stimulus agar karyawan mampu berprestasi secara maksimal dan meningkatkan perkembangan pribadi karyawan". Senada dengan pernyataan tersebut, pelatihan juga merupakan tujuan yang ditentukan, khususnya terkait dengan penyusunan rencana aksi dan penetapan sasaran, serta hasil yang diharapkan dari pelatihan yang akan diselenggarakan, selain itu tujuan pelatihan pula harus disosialisasikan sebelumnya pada para peserta dapat memahami pelatihan tersebut (Riyadi, 2016).

Kinerja

Sebuah organisasi bisnis terbentuk karena keinginan dan memiliki tujuan tertentu yang perlu dicapai. Semua organisasi dipengaruhi oleh perilaku organisasi dalam mencapai tujuannya. Salah satu kegiatan yang paling umum dalam organisasi adalah kinerja karyawan. Ini adalah bagaimana Anda melakukan hal-hal yang berkaitan dengan pekerjaan atau peran Anda dalam organisasi Anda (Azlansyah, 2019).

Indikator Kinerja

Prestasi atau kinerja adalah catatan hasil yang dicapai melalui pekerjaan atau aktivitas tertentu selama periode waktu tertentu. Sehingga

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

untuk menilai suatu prestasi atau kinerja dibutuhkan indikator-indikator yang mampu memberikan penilaian yang objektif bagi kinerja tersebut (Gunawan, 2020). Indikator kinerja, yaitu:

1) Kualitas.
2) Kuantitas.
3) Pelaksanaan tugas.
4) Tanggung Jawab.

Manfaat Kinerja

Hasil kerja seseorang tenaga kerja atau karyawan (pekerja dan manajer), dianggap menunjang untuk kerjanya, yang digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk pengambilan keputusan tentang tindakan-tindakan terhadap bidang ketenagakerjaan. Suatu perusahaan melakukan penilaian kinerja didasarkan pertimbangan bahwa perlu adanya suatu system evaluasi yang objektif terhadap operasional. Dari hal tersebut tentunya jelas kinerja mempunyai manfaat dalam memperbaiki kualitas dari karyawan bekerja dalan suatu perusahaan (Putri, 2019). Berikut manfaat dan tujuan kinerja.

Manfaat Kinerja

1) Keputusan penempatan, membantu dalam promosi, perpindahan dan penurunan pangkat pada umumnya.
2) Sebagai peningkatan kinerja pegawai.
3) Sebagai pelatihan dan pengembangan karyawan.
4) Umpan balik dari Sumber Daya Manusia. Kinerja yang baik atau buruk di seluruh organisasi menunjukkan seberapa baik kinerja SDM

Penilaian Kerja

Dalam sebuah organisasi, ada yang disebut dengan *performance appraisal* (penilaian kerja). Penilaian kinerja tersebut dimaksudkan sebagai usaha untuk memperbaiki dan meningkatkan kinerja karyawan. Menurut (Samodra, 2016), ada enam kriteria dalam penilaian kinerja yaitu:

1. Kualitas

Suatu tingkat dimana proses atau hasil dari aktivitas yang mendekati sempurna, dengan ketentuan salah satunya memenuhi cara yang ideal dalam melakukan aktivitas atau memenuhi tujuan yang dimaksud dari aktivitas tersebut.

2. Kuantitas

Merupakan jalan yang dihasilkan dalam konteks uang dan jumlah unit atau jumlah penyelesaian suatu siklus aktivitas

3. Ketepatan Waktu

Tingkat dimana suatu aktivitas atau hasil produksi sudah lengkap pada waktu yang paling cepat yang diinginkan dari standar yang ditetapkan yang dikoordinasikan dengan output lain dan memaksimalkan waktu untuk aktivitas lain

4. Efektivitas

Merupakan tingkat dimana tingkat penggunaan sumber daya perusahaan (manusia, keuangan, teknologi, material) dimaksimalkan untuk mendapatkan pendapatan yang tinggi atau pengurangan kerugian dari setiap unit atau penggunaan singkat dari sumber daya

5. Kemandirian

Tingkat dimana karyawan bisa melakukan fungsi pekerjaan tanpa meminta bantuan atasan atau memerlukan intervensi atasan untuk mencegah hasil yang merugikan

6. Komitmen Kerja

Merupakan tigkat karyawan menunjukkan perasaan harga diri, niat baik dan kerja sama diantara rekan sekerja dan bawahan.

Tujuan Penilaian Kinerja

Menurut (Chusminah SM, 2019) Tujuan dilakukannya penilaian kinerja berdasarkan periode waktunya adalah sebagai berikut:

1. Untuk memberikan dasar bagi rencana dan pelaksanaan pemberian penghargaan bagi karyawan atas kinerja pada periode waktu sebelumnya (*to reward past performance*)
2. Untuk memotivasi agar pada periode waktu yang akan datang kinerja seorang karyawan dapat ditingkatkan (*to motivate future performance improvement*)
3. Untuk mengetahui tingkat prestasi karyawan selama ini

Penelitian Terdahulu

Kajian empiris merupakan kajian yang didapat dari hasil observasi atau percobaan. Dengan kata lain, kajian empiris merupakan pengembangan suatu fenomena atau keadaan dari objek penelitian yang telah dilakukan.

Tabel 2.4 Kajian Empiris

Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Fokus Penelitian

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

Wahyu Irfan Riyadi, 2016	Pelatihan Terhadap Kinerja Housekeeping Supervisor Di Hotel Ibis Bandung Trans Studio	Hasil penelitian ini adalah dengan pelatihan kinerja menggunakan metode kuisioner (daftar pertanyaan) yang dilakukan sendiri oleh penulis	Dalam melakukan penilaian kerja, Hotel Ibis Bandung Trans Studio menggunakan indikator-indikator penilaian kerja yang telah ditetapkan, indikator-indikator penilaian kerja mengacu pada *positive orientation, decision making, guest reviews,* dan indikator-indikator lainnya
Marina Chairunnisa, 2018	Pengaruh Pelatihan Terhadap Kinerja Karyawan Room Attendant Di Hotel Grand Royal Panghegar Bandung	Hasil dari penelitian ini adalah penilaian kinerja *Room Attendant* sesuai hasil yang diinginkan dan metode empat level Kirkpatrick.	Fokus penelitian pada skripsi ini adalah Pelatihan Terhadap Kinerja Karyawan Room Attendant Di Hotel Grand Royal Panghegar Bandung
Indri Andesta Dyastuti, 2018	Pengaruh Pelatihan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam	Hasil dari peneitian ini adalah meningkatkan kualitas kinerja karyawan dan menggunakan metode deskriptif kuantitatif	Fokus penelitian dari skripsi ini adalah pandangan ekonomi Islam tentang pengaruh pelatihan kerja terhadap kinerja karyawan
Intan Andini Putri, 2020	Analisis Pelaksanaan Penilaian Kinerja Karyawan Pada PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Adam Bengkulu	Hasil dari penelitian ini adalah mempersiapkan karyawan yang berkualitas baik dan juga berkompeten dengan menggunakan metode obeservasi, wawancara, dan dokumentasi	Indikator yang digunakan di skripsi ini adalah pertama pencapaian target kedisiplinan adapun juga dilihat dari loyalitas itu yang dijadikan indikator penilaian pada bank adam ini, yang kedua tentang kedisiplinan ataupun SOP yang dibuat oleh atasan sudah dikerjakan atau tidak oleh karyawan yang ada di Bank Adam ini
Indra Hidayat, 2017	Pengaruh Faktor Quality of Work Life Yang Terdiri Dari Partisipasi, Sistem Imbalan, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Hotel Pesona Makassar	Hasil dari penelitian ini adalah dapat dilakukan usaha-usaha untuk meningkatkan taraf (Quality of Work Life) karyawan	Fokus penelitian dari skripsi ini adalah pengaruh faktor quality of work life terhadap kinerja karyawan Di Hotel Pesona Makasar
Sultan Azlansyah,2019	Pengaruh Pelatihan Dan Kompetensi Terhadap Kinerja Karyawan PT.Huki	Hasil dari penelitian ini adalah menunjukkan secara parsial variabel pelatihan mempengaruhi kinerja karyawan PT.Huki Cabang Medan dan dapat meningkatkan mutu Materi Pelatihan	Indikator pada kompetensi terhadap kinerja karyawan PT.Huki adalah pengetahuan,keterampilan,kemampuan
Ibrahim Kharis Perdana, 2016	Pengaruh Pelatihan Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Motivasi Kerja Studi Pada Karyawan PT. Gudang Garam, Tbk. Direktorat	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pelatihan secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi kerja, motivasi kerja secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap	Fokus penelitian dari skripsi ini adalah pengaruh pelatihan terhadap kinerja karyawan melalui motivasi kerja studi pada karyawan PT Gudang Garam

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

	Grafika Kota Sidoarjo	kinerja karyawan, pelatihan mempunyai pengaruh langsung yang signifikan terhadap kinerja karyawan,	
Ni Made Juliastuti, 2021	Pengaruh pelatihan terhadap kinerja karyawan di Holiday Inn Resort Bali Benoa	Hasil dari penelitian Uji t-test menunjukan bahwa nilai thitung 12,520 > ttabel 1,660 yang berada pada penolakan H0,	Fokus penelitian dari skripsi ini ialah apakah adanya pengaruh pelatihan kinerja karyawan di Holiday Inn Resort Bali Benoa
Firsa Hadi Rispati, 2013	Pengaruh Pelatihan Kerja dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus pada Karyawan Hotel Grasia Semarang)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelatihan kerja yang diterapkan sudah baik dan memberikan pengaruh yang cukup baik terhadap kinerja kerja	Fokus penelitian dari skripsi ini adalah pengaruh pelatihan kerja dan motivasi terhadap kinerja karyawan dipengaruhi oleh beberapa factor

Sumber: Data diolah oleh Penulis 2022

METODOLOGI PENELITIAN

Desain Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kuantitatf, dalam pendekatan kuantitatif ini akan bersifat analisis data statistic serta interpretasi data statistik. Penulis yang menggunakan pendekatan kauntitatif akan menguji suatu teori dengan cara merinci suatu hipotesis-hipotesis yang spesifik, lalu mengumpulkan data untuk mendukung atau membantah hipotesis-hipotesis tersebut. Pendekatan yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan analisis kuantitatif berdasarkan informasi statistika (Oktaviani, 2015). Berdasarkan pemaparan diatas, dapat disimpulkan bahwa pendekatan kuantitatif merupakan suatu pendekatan di dalan penelitian untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji data statistic yang akurat. Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah disebutkan, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur pengaruh pelatihan pelatihan kerja terhadap kualitas kinerja Room Attendant di Hotel Best Western Premier Panbil Batam. Desain penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif ini merupakan penelitian yang mencari hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain. Penelitian ini terdiri dari variabel independen dan variabel dependen (Syahputra, 2020).

Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh penulis untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan defenisi tersebut, maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan Hotel Best Western Panbil Kota Batam yang berjumlah 66 orang. Dalam suatu penelitian, walaupun tersedia populasi yang terbatas dan homogen, adakalanya peneliti tidak melakukan pengumpulan data secara populasi (*representive*). Hal ini berdasarkan pertimbangan yang logis, seperti keterbatasan biaya, waktu dan tenaga. Dengan meneliti secara sampel diharapkan hasil yang telah diperoleh akan memberikan kesimpulan dan gambaran yang sesuai dengan karakteristik populasi (Triyanto, 2014). Penentuan jumlah sampel data dilakukan dengan cara perhitungan statustik yaitu dengan menggunakan Rumus Slovin. Rumus tersebut digunakan untuk menentukan ukuran sampel dari populasi yang telah diketahui jumlahnya yaitu sebanyak 80 karyawan

Operasional Variabel

Operasional variabel adalah petunjuk untuk melaksanakan mengenai cara mengukur variabel. Operasional variabel merupakan informasi yang sangat

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

membantu penelitian yang akan menggunakan variabel yang sama. Dibawah ini operasional variabel dari penelitian yang akan dilakukan (Pusparani, 2017): Variabel independen dalam penelitian ini adalah, pelatihan atau training (X). Pelatihan kerja merupakan segala kegiatan untuk meningkatkan kinerja individu/pegawai sesuai dengan pekerjaan atau jabatan yang dipegangnya saat ini. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kinerja karyawan (Y). Kinerja karyawan adalah keberhasilan karyawan Hotel Best Western Panbil Kota Batam upaya yang dapat dilakukan karyawan demi mencapai sebuah keberhasilan.

Tabel 3.3.2. Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Indikator	Skala Ukur	No Item
1	Pelatihan/training (X)	1) Tujuan dan sasaran yang tercapai 2) Pelatih (*trainers)* 3) Materi latihan 4) Metode pelatihan Peserta pelatihan (*trainee*)	Likert	P 01-02
2	Kinerja (Y)	1) Kualitas kerja 2) Ketepatan Waktu 3) Inisiatif 4) Kemampuan Komunikasi	Likert	P 03-04

PEMBAHASAN

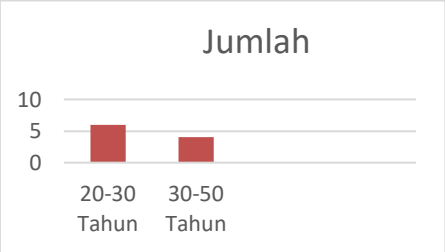
Hasil Penelitian

Pada penelitian ini penulis mengambil teknik *sampling* jenuh Penulis memilih sampel menggunakan teknik *sampling* jenuh karena jumlah populasi yang relatif kecil. Sehingga sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 10 orang

Gambaran Karaktarestik Responden

Dalam penelitian ini, karakteristik responden dilihat dari usia dan jenis kelamin.

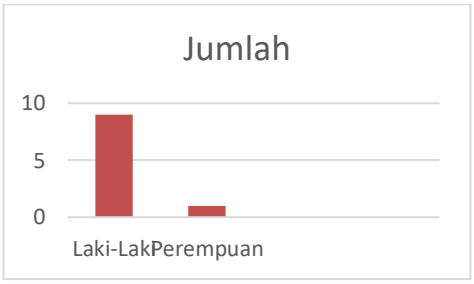
a. Usia



4.2.1 Grafik Usia

Berdasarkan grafik diatas, dapat diketahui bahwa responden berdasarkan usia di dominasi oleh responden yang berusia 20-30 tahun sebanyak 6 orang, yang berusia 30-50 sebanyak 4 orang

b.Jenis Kelamin



4.2.1 Grafik Jenis Kelamin

Berdasarkan grafik diatas, dapat diketahui bahwa berdasarkan jenis kelamin di dominasi oleh responden Laki-Laki, yaitu sebanyak 9, dan jenis kelamin Perempuan sebanyak 1 orang.

Gambaran Deskripsi Jawaban Responden

Distribusi hasil jawaban responden yang diperoleh dari penyebaran kuesioner adalah sebagai berikut.

a. Variabel Pelatihan kerja (X)

Tanggapan responden tentang variabel pelatihan kerja dapat dilihat pada table dibawah ini.

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

Deskripsi Jawaban Responden Karyawan Best Western Premier Panbil Hotel Batam Tentang Pelatihan Kerja (X)

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS		S		N		TS		STS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	X.1	15	36%	19	45%	6	14%	1	2%	1	2%
2	X.2	14	33%	21	50%	5	12%	2	5%	0	0%
3	X.3	12	29%	24	57%	5	12%	1	2%	0	0%
4	X.4	17	40%	19	45%	4	9%	1	2%	1	2%
5	X.5	17	40%	20	48%	3	7%	2	5%	0	0%
6	X.6	16	38%	20	48%	3	7%	2	5%	1	2%

Variabel Kinerja Karyawan (Y)
Tanggapan responden tentang variabel kinerja karyawan dapat dilihat pada tabel dibawah ini.
Deskripsi Jawaban Responden Karyawan Best Western Premier Panbil Hotel Batam Tentang Kinerja (Y)

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS		S		N		TS		STS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Y.7	14	33%	17	40%	8	19%	3	7%	0	0%
2	Y.8	16	38%	17	40%	7	17%	2	5%	0	0%
3	Y.9	10	24%	25	59%	5	12%	2	5%	0	0%
4	Y.10	18	43%	19	45%	3	7%	1	2%	1	2%

Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono, validitas menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada obyek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti. Uji validitas diambil berdasarkan data yang didapat dari hasil kuesioner, dengan menggunakan korelasi *Pearson Product Moment* yaitu korelasi antar item dengan skor total dalam satu variabel. Penentuan valid atau tidaknya item yang digunakan adalah dengan membandingkan r_{hitung} dan r_{tabel} dimana taraf signifikansi yang digunakan adalah 0,05 (5%) dengan N=66. Sehingga r table dalam penelitian ini adalah 0,361. Untuk mengetahui tingkat validitas, maka penulis menggunakan program

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

Microsoft Excel dan SPSS *Statistics (Statistical Program Of Social Science) 25 version for windows.*

Tabel 4.2.3 Hasil Uji Valiitas

Variabel	Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Signifikasi	Hasil
Pelatihan (X)	1	0,791	0,361	.000	**Valid**
	2	0,892	0,361	.000	**Valid**
	3	0,648	0,361	.000	**Valid**
	4	0,882	0,361	.000	**Valid**
	5	0,712	0,361	.000	**Valid**
	6	0,749	0,361	.000	**Valid**
Kinerja (Y)	7	0,723	0,361	.000	**Valid**
	8	0,817	0,361	.000	**Valid**
	9	0,869	0,361	.000	**Valid**
	10	0,867	0,361	.000	**Valid**

2. Uji Reliabilitas

Menurut Muri Yusuf, reliabilitas adalah konsistensi atau kestabilan skor suatu instrumen penelitian terhadap individu yang sama dan diberikan dalam waktu yang berbeda, Menurut Sugiyono, instrument/angka dinyatakan reliable. Untuk mempermudah perhitungan uji reabilitas, Uji reabilitas penelitian ini menggunakan *Cronbarch's Alpha* untuk mengukur reliabel atau tidak. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki *Cronbarch's Alpha* lebih dari 60%. Adapun perhitungan uji reliabilitas dapat dilihat dalam table berikut:

Indikator	***Reliability coefficients***	***Cronarch's Alpha***	**Kesimpulan**
Pelatihan Kerja	6 item	0,870	**Reliabel**
Kinerja Karyawan	4 item	0,831	**Reliabel**

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas adalah mengetahui apakah kedua variabel dalam suatu model regresi berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dapat dilakukan menggunakan uji kolmograv smirnov dengan tingkat probabalitas (sig) 0,05. Kriteria uji kolmograv-smirnov jika nilai probabilitas (sig) > 0,05 maka data tersebut berdistribusi normal, jika nilai probabilitas (sig) < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal.

Tabel Hasil Uji Normalitas

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Standardized Residual
N			66
Normal Parameters[a,b]	Mean		.0000000
	Std. Deviation		.99227788
Most Extreme Differences	Absolute		.115
	Positive		.115
	Negative		-.091
Test Statistic			.115
Asymp. Sig. (2-tailed)			.030[c]
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.324[d]
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.312
		Upper Bound	.336

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Berdasarkan data yang telah diolah oleh penulis diatas dapat diperoleh perhitungan one-sample Kolmograv-Smirnov Test dengan hasil 0,324 dimana variabel ini memiliki nilai signifikasi > 0,05 angka ini bisa dinyatakan berdistribusi normal.

2. Uji Linearitas

Uji Linearitas dapat dipakai untuk mengetahui apakah variabel terikat dengan variabel bebas memiliki hubungan linear atau tidak secara signifikan. Dasar pengambilan keputusannya yaitu apabila nilai signifikasi pada deviation from linearity > 0,05 maka dapat diartikan bahwa terdapat hubungan linear antara variabel bebas dan variabel terikat. Hasil Uji Linearitas dibawah ini sebagai berikut:

Tabel Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KINERJA * PELATIHAN KERJA	Between Groups	(Combined)	412.065	12	34.339	16.241	.000
		Linearity	381.572	1	381.572	180.474	.000
		Deviation from Linearity	30.493	11	2.772	1.311	.244
	Within Groups		112.056	53	2.114		
	Total		524.121	65			

Berdasarkan tabel diatas, mendapatkan nilai signifikasi *deviation from linearity* sebesar 0,244 yang di mana nilai signifikasinya > 0,05. Kesimpulannya, pelatihan kerja dan kinerja terdapat hubungan linear secara signifikan.

Pengujian Regresi Linier Sederhana

Hubungan pengaruh pelatihan kerja *housekeeping department* terhadap kinerja *room attendant* dapat dilihat dalam tabel berikut.

Hasil Uji Reliabilitas

1. Pada indikator pelatihan kerja (X) didapatkan nilai a sebesar 0,870. Hasil tersebut dinyatakan reliable karena a > 0,6.
2. Pada indikator kinerja karyawan (Y) didapatkan nilai a sebesar 0,831. Hasil tersebut dinyatakan reliable karena a > 0,6.
3. Pada tabel *reliability statistics* variabel x dan variabel y, terdapat keterangan *N of items* yang berjumlah 6 dan 4. Itu menunjukkan bahwa terdapat 6 pertanyaan dalam kuesioner mengenai variabel X dan 4 pertanyaan dalam kuesioner mengenai variabel Y.

Pengujian Regresi Linier Sederhana

1. Berdasarkan dari hasil tabel *model summary* dalam tabel Uji Regresi Linier sederhana, diperoleh koefisien

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

determinasi (R^2) sebesar 0,728, artinya variabel pelatihan kerja berpengaruh terhadap kinerja karyawan room attendant sebesar 72,8%. Sisanya sebesar 28,2% berpengaruh di faktor lain di luar variabel yang diamati.

2. Berdasarkan dari hasil tabel anova dalam tabel Hasil uji Regresi Linier Sederhana, diketahui bahwa nilai F_{hitung} = 171,314 dengan tingkat signifikasi sebesar 0,000 < 0,05, maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel pelatihan kerja (X) terhadap variabel kinerja karyawan (Y).
3. Berdasarkan nilai signifikasi dari tabel *coefficients* dalam tabel Hasil Uji Regresi Linier Sederhana, diperoleh nilai signifikasi sebesar 0,000 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pelatihan kerja (X) berpengaruh terhadap variabel kinerja karyawan (Y).

Dari output koefisien diatas, diketahui nilai constant (a) sebesar 1,922, sedangkan nilai pelatihan kerja (b/koefisien regresi) sebesar 0,583, sehingga persamaan regresinya dapat ditulis:

Y = a + bX
Y = 1,922 + 0,583X

Persamaan tersebut dapat diterjemahkan:

1. Angka konstan dari *unstandardized coefficients* sebesar 1,922, mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel kinerja karyawan sebesar 1,922
2. Koefisien regresi X sebesar 0,583 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 nilai pelatihan kerja, maka nilai kinerja karyawan bertambah sebesar 0,583. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif.

Uji Parsial (Uji-t)

Uji signifikasi parsial (uji-t) digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Cara melakukan uji t adalah dengan membandingkan nilai T_{hitung} dengan T_{tabel}, maka hipotesis pada penelitian ini dapat diterima. Hasil pengujian pada penelitian adalah sebagai berikut. Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa T_{hitung} adalah sebesar 13,089 sedangkan T_{tabel} dapat dicari dengan menggunakan rumus:

Berdasrkan nilai t, diketahui nilai T_{hitung} sebesar 13,089 dan T_{tabel} 1,997.

Tolak $H_0 = t_{hitung} > t_{tabel}$

dapat disimpulkan bahwa sebesar 13,089 > 1,997 yang berarti T_{tabel} lebih kecil dari T_{hitung} dan dapat diartikan bahwa hipotesis Ho ditolak dan hipotesis H1 dalam penelitian ini diterima.

Uji Koefisien Determinan

Koefisien Determinan digunakan untuk mengetahui perubahan antara dua variabel (X) dan (Y), variabel terikat (Y) yang disebabkan oleh variabel (X). Dibawah ini merupakan hasil koefisien determinan ditunjukkan pada tabel berikut ini. Berdasarkan gambar diatas dapat diketahui bahwa koefisien determinan atau R2 yaitu sebesar 0,728 atau 72,8%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh 72,8% terhadap Kinerja karyawan. Sedangkan 28,2% yang mempengaruhi pelatihan kerja adalah berasal dari variabel-variabel independen di luar variabel penelitian ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dapat disimpulkan hasil dan pembahasan pengolahan data, dalam penelitian "Pengaruh Pelatihan Kerja Terhadap Peningkatan Kualitas Kinerja *Room Attendant* Di Hotel Best Western Premier Panbil Batam" yaitu sudah dilakukan dengan baik. Adapun rencana kedepan Hotel Best Western Premier Panbil Batam dalam melakukan pelaksanaan pelatihan kerja dalam meningkatkan kualitas kinerja room attendant yaitu lebih mempersiapkan karyawan-karyawan yang berkualitas baik dan juga berkompeten. Dampak pelaksanaan pelatihan kerja room attendant Hotel Best Western Premier Panbil Batam ada positif dan negative. Dampak positifnya adalah munculnya motivasi kerja karyawan yang lebih baik, ad timbal balik juga terhadap kinerja karyawan yang baik seperti *reward*, kenaikan jabatan. Sedangkan dampak negatifnya adalah ditegur oleh

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

atasan, tidak mendapatkan *reward* serta bisa saja diberhentikan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan oleh penulis adalah sebagai berikut:

Hotel Best Western Premier Panbil Batam harus terus meningkatkan efektibilitas pelaksanaan kinerja karyawan melalui penentuan standar seperti adanya kejelasan penentuan standar kerja yang ditetapkan perusahaan dan standar kerja yang dibuat dapat dicapai oleh perusahaan. Pengukuran kinerja karyawan yang jelas seperti metode pelatihan dapat dipahami dan adanya keterbukaan dalam penilaian. Dan pemberian umpan balik yang jelas seperti penyampaian hasil pelatihan mudah dipahami dan kejelasan penyampaian kelemahan yang dapat dipahami. Dengan penerapan pelatihan kinerja karyawan yang efektif dan tepat sebagai alat untuk mengevaluasi dan mengetahui kelemahan karyawan diharapkan karyawan dapat meningkatkan prestasi kerjanya dimasa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

Alifa, I. (2020). *Pengaruh Sharia Compliance, Good Corporate Governance Dan Kompetensi Amil Zakat Terhadap Pengelolaan Dana Zakat (Studi Kasus Pada Baznas (Bazis) Dki Jakarta)*.

Annishia, F. B., & Riswanto, R. (2020). Evaluasi Penerapan Standar Operasional Prosedur Housekeeping Department Dalam Penyediaan Bath Towel di The Acacia Hotel Jakarta. *Journal FAME: Journal Food and Beverage, Product and Services, Accomodation Industry, Entertainment Services*, *3*(1). https://doi.org/10.30813/fame.v3i1.2164

Azlansyah, S. (2019). *Pengaruh Pelatihan Dan Kompetensi Terhadap Kinerja Karyawan Pt.Huki*.

Chusminah SM, R. A. H. (2019). *Sumber Daya Manusia*.

Gautama, W. A. (2017). *Faktor-Faktor Penyebab Anak Putus Sekolah Dari Mi Mathla'ul Anwar Kota Jawa Kecamatan Way Khilau Kabupaten Pesawaran*.

Group, P. (2020). *Profil Panbil Group*.

Gunawan, A. (2020). *Pengaruh Pelatihan Dan Pengembangan Serta Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Bagian Rawat Inap Rumah Sakit Umum Daerah Kabupaten Kuantan Singingi*.

Indriyani, S. (2015). *Pengaruh Pelatihan Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada Pt. Paradise Island Furniture*.

Isnanda, ade putra. (2020). *Analisis Penerapan Standar Grooming Room Attendant Di Best Western Premier Panbil Batam*.

Ma'arif, M. S. (2018). *Pengaruh Pelatihan Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Motivasi Sebagai Variabel Intervening Di Perusahaan Daerah Air Minum (Pdam) Kota Malang*.

Marzuqi, L. (2014). *Pengaruh Tingkat Kecerdasan Emosional dan Motivasi Terhadap Hasil Belajar Matematika Siswa Kelas VII Materi Keliling dan Luas Bangun Segi Empat Di MTs Negeri Tunggangri*.

Oktaviani, Y. (2015). *Pengaruh Pola Asuh Single Parent Terhadap Perilaku Seks Pranikah Remaja*.

Pratama, M. C. A. (2018). *Pengaruh Pelatihan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Motivasi Kerja (Studi Pada Karyawan Pg. Kebon Agung Malang)*.

Pusparani, N. (2017). *Pengaruh Asimetri Informasi Terhadap Budgetary Slack (Studi Pada Satuan Kerja Perangkat Daerah Kota Bandung Tahun anggaran 2017)*.

Putri, I. andini. (2019). *Analisis Pelaksanaan Penilaian Kinerja Karyawan Pada Pt. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (Bprs) Adam Bengkulu*.

Putriana, N. (2013). *Pengaruh Lingkungan Keluarga dan Lingkungan Sekolah Terhadap Prestasi Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Akutansi Di Kelas XI IPS SMA 8 Pasundan Bandung*.

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

Rayyan, M. A. (2019). *Pengaruh Pelatihan, Kepemimpinan Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Pada Pt. Bank Aceh Syariah Kantor Pusat Banda Aceh)*.

Riyadi, W. I. (2016). *Pengaruh Pelatihan Terhadap Kinerja Housekeeping Supervisor Di Hotel Ibis Bandung Trans Studio*.

Samodra, mohamad rifki. (2016). *Pengaruh Penilaian Kinerja Karyawan Terhadap Motivasi Kerja Dan Kinerja Karyawan di PT. Telkomsel Branch Malang*.

Sesana, M. (2020). *Pengaruh lingkungan kerja, pengembangan karir, dan K3 (Keselamatan dan Kesehatan Kerja) terhadap kepuasan kerja*.

Silitonga, F., Wibowo, A. E., Maldin, S. A., Sianipar, B., & Nasution, M. N. A. (2023). Pengembangan Objek Wisata Sebagai Investasi Masyarakat Di Pulau Lance Batam. Jurnal Keker Wisata, 1(1), 1-11.

Syahputra, B. D. (2020). *Pengaruh Motivasi, Lingkungan Kerja, dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai di Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Medan* .

Triyanto, H. (2014). *Pengaruh Komunikasi Vertikal Terhadap Kinerja Karyawan Di Pt. Charoen Pokphand Jaya Farm Unit 7 Jombang*.

Yohana, I. (2019). *Pengaruh Lingkungan Sosial, Tingkat Pendidikan Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Dalam Membayar Pajak Bumi Dan Bangunan (PBB) (Studi Kasus Pada Wajib Pajak Orang Pribadi Di Desa Tegalangus)*.

Yusni, L. (2018). *Strategi Komunikasi Pemasaran Di The Arista Hotel Palembang*.

Wijaya, I. M. S., & Silitonga, F. (2023). The Role Of Leadership, Organizational Culture, Competence And Motivation Toward Employee Commitment And Its Implications On Employee Performance In Pt Telkom Head Office. Jurnal Cafetaria, 4(1), 185-199.

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

PEMANFAATAN SISTEM INFORMASI GEOGRAFIS DALAM PENGEMBANGAN SMART TOURISM BATAM

I Made Sondra Wijaya
Prodi Manajemen Rekayasa, Institut Teknologi Batam
desondra@iteba.ac.id

Frangky Silitonga
Prodi Manajemen Kuliner, Politeknik Pariwisata Batam
frangky@btp.ac.id

ABSTRAK

Pariwisata telah menjadi sektor penting dalam pengembangan ekonomi dan pembangunan wilayah di Batam, Kepulauan Riau. Dalam rangka memanfaatkan potensi pariwisata bahari yang dimiliki oleh Kota Batam ini, pemanfaatan Sistem Informasi Geografi (SIG) menjadi krusial untuk memfasilitasi pengembangan dan pengelolaan destinasi pariwisata. Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pemanfaatan SIG dalam pengembangan pariwisata di Batam. Metode penelitian ini melibatkan studi literatur dan analisis data sekunder yang dikumpulkan dari berbagai sumber terpercaya. Data yang terkumpul dianalisis secara deskriptif untuk mengidentifikasi potensi wisata yang ada di Batam dan mengevaluasi penggunaan SIG dalam pengembangan pariwisata. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan SIG telah memberikan kontribusi yang signifikan dalam pengembangan pariwisata bahari di Batam. SIG memungkinkan pengumpulan, integrasi, dan visualisasi data geografis yang memadai, yang memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih baik dalam pengembangan infrastruktur, penentuan lokasi wisata, dan pemetaan sumber daya alam. Selain itu, SIG juga meningkatkan efisiensi pengelolaan pariwisata, termasuk pengelolaan informasi wisata, pemantauan lingkungan, dan pengawasan keamanan. Namun, penelitian ini juga mengidentifikasi beberapa tantangan yang dihadapi dalam pemanfaatan SIG dalam pengembangan pariwisata di Batam. Tantangan tersebut meliputi kurangnya kesadaran dan pemahaman akan manfaat SIG, keterbatasan sumber daya manusia yang terampil dalam penggunaan teknologi SIG, serta masalah infrastruktur dan konektivitas. Untuk mengoptimalkan pemanfaatan SIG dalam pengembangan pariwisata di Batam, penelitian ini merekomendasikan upaya peningkatan kesadaran dan pelatihan bagi para pemangku kepentingan terkait implementasi SIG. Kolaborasi yang erat antara pemerintah, pengelola pariwisata, dan masyarakat setempat juga penting untuk menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pengembangan pariwisata bahari yang berkelanjutan.
Kata Kunci: Pariwisata, SIG, Pengembangan, Android, Batam.

ABSTRACT

Tourism has become an important sector in economic development and regional development in Batam, Riau Archipelago. In order to take advantage of the maritime tourism potential of the City of Batam, the use of Geographic Information Systems (GIS) is crucial to facilitate the development and management of tourism destinations. This study aims to investigate the use of GIS in developing tourism in Batam. This research method involves literature study and analysis of secondary data collected from various reliable sources. The collected data were analyzed descriptively to identify tourism potential in Batam and evaluate the use of GIS in tourism development. The results of this study indicate that the use of GIS has made a significant contribution to the development of marine tourism in Batam. GIS enables the collection, integration and visualization of adequate geographic data, which enables better decision-making in infrastructure development, determination of tourist locations and mapping of natural resources. In addition, GIS also increases the efficiency of tourism management, including management of tourist information, environmental monitoring and security oversight. However, this study also identified several challenges faced in using GIS in developing tourism in Batam. These challenges

include a lack of awareness and understanding of the benefits of GIS, limited human resources skilled in using GIS technology, as well as infrastructure and connectivity issues. To optimize the use of GIS in developing tourism in Batam, this study recommends efforts to increase awareness and training for stakeholders regarding the implementation of GIS. Close collaboration between the government, tourism managers and the local community is also important to create a conducive environment for the development of sustainable marine tourism.

***Keywords**: Tourism, GIS, Development, Android, Batam.*

1. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sektor yang sangat potensial bagi perekonomian dan pengembangan wilayah di Batam, Kepulauan Riau. Dengan pantai, pulau yang indah dan terumbu karang yang menakjubkan, Batam menarik wisatawan baik domestik maupun mancanegara. Untuk memanfaatkan potensi tersebut, pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi dalam pengembangan wisata bahari menjadi sangat penting. Salah satu teknologi yang dapat digunakan adalah Sistem Informasi Geografis (SIG) (Silitonga, 2021). Kota Batam terletak strategis tepat di sebelah Singapura dan Malaysia, negara kepulauan dengan kurang lebih 400 pulau. Memiliki luas 3.990 km2, terdiri dari 1.380,85 km2 daratan dan 2.950 km2 lautan. Secara geografis, Kota Batam berbatasan dengan Selat Singapura di sebelah utara, Distrik Senayan dan Kabupaten Lingali di sebelah selatan, serta Kabupaten Morori di sebelah barat. Status Batam sebagai salah satu tujuan wisata top dunia bersama Singapura dan Malaysia dapat semakin diperkuat sebagai pintu gerbang perjalanan Indonesia. Batam dan beberapa pulau sekitarnya telah dikembangkan sebagai kawasan industri, perdagangan, jasa, maritim dan pariwisata oleh Pemerintah Republik Indonesia. Sejak Kota Batam berdiri pada 24 Desember 1983, Pulau Batam terus berkembang. (Silitonga, 2023).

Menurut hasil sensus, rata-rata laju pertumbuhan penduduk Batam dari tahun 2000 hingga 2012 adalah sebesar 7,68%. Data penduduk kota Batam per 31 Desember 2014 adalah 1.030.528 termasuk kota dengan pertumbuhan tercepat di Indonesia. Pertumbuhan ekonomi Batam berada di atas rata-rata pertumbuhan ekonomi nasional sebesar 7%. Penduduk pertama Batam adalah orang Melayu (BPS, 2021). Dalam masyarakat saat ini, kami membawa ponsel cerdas ke mana pun kami pergi. Smartphone adalah ponsel dengan fungsi yang sangat kaya, dan semakin besar dari tahun ke tahun. Smartphone menggunakan beberapa platform, salah satunya Android. Android merupakan platform open source yang menawarkan banyak fitur canggih seperti Googlemap-nya untuk aplikasi pemetaan digital dan Global Positioning System "GPS". Menentukan posisi suatu objek atau objek. Keduanya secara digital mendukung pembuatan peta dan lokasi lokasi wisata, khususnya di Batam. Maka lahirlah ide untuk mengatasi masalah ini. Perlu adanya aplikasi untuk memetakan tempat wisata di Batam menggunakan layanan lokasi berbasis Android yang diterapkan pada handphone dengan sistem operasi Android untuk menentukan lokasinya (Suhatsyah et al., 2022). Pengenalan tempat wisata dan rute perjalanan, waktu tempuh, jarak tempuh, foto tempat wisata, nama tempat wisata, alamat, sejarah, dll. Diharapkan dengan aplikasi ini pengguna dapat mencapai tujuan wisata tepat waktu dan tanpa tersesat. Berdasarkan permasalahan di atas, penulis mengidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Penurunan jumlah wisatawan domestik dan mancanegara akibat pandemi COVID-19 yang melanda Pulau Batam dan seluruh dunia.
2. Penurunan wisatawan dari luar Batam dikarenakan kurangnya data dan informasi tempat wisata di Batam.
3. Hilangnya pengelolaan data khusus objek wisata di Batam.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut.

Bagaimana merancang dan membangun aplikasi yang memberikan informasi tentang tempat wisata di Batam dan bagaimana mengimplementasikan aplikasi pemetaan berbasis mobile Android untuk tempat wisata dengan layanan berbasis lokasi di Batam.

2. LANDASAN TEORI

2.1 Pesebaran Objek Wisata di Batam

Menurut (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan, 2009) Objek wisata adalah suatu tempat yang memiliki keunikan atau daya tarik yang berada pada suatu daerah agar masyarakat tertarik untuk datang berkunjung ke tempat wisata tersebut. Objek wisata juga dapat diartikan sebagai tempat atau keadaan alam yang dibangun dan dikembangkan sehingga mempunyai daya tarik dan keunikan dan dapat dijadikan sebagai tempat yang dikunjungi oleh wisatawan. Ada beberapa jenis objek wisata antara lain adalah sebagai berikut:

a. Wisata Alam

Wisata alam adalah suatu tempat wisata yang memanfaatkan potensi sumber daya alam sebagai tempat tujuan wisata. Objek wisata alam ini bisa menyajikan keindahan alam yang alami yang bisa dinikmati oleh para wisatawan yang berkunjung.

b. Wisata Budaya

Wisata Budaya adalah suatu tempat wisata yang menyajikan tempat untuk meningkatkan pengetahuan terkait budaya pada suatu daerah yang akan dikunjungi oleh wisatawan. Tidak hanya meningkatkan pengetahuan, wisata budaya juga menyajikan keunikan yang berbeda-beda disetiap daerah.

c. Wisata Buatan

Wisata buatan adalah objek wisata yang dikelola atau dibuat secara sengaja untuk meningkatkan perekonomian pada daerah tersebut yang di pengaruhi oleh aktivitas manusia.

2.2 Android

Menurut (Erik Kurniadi, 2018), Android adalah sistem operasi seluler berbasis Linux untuk telepon seluler seperti telepon pintar, komputer, tablet, dan perangkat sejenis. Android adalah platform terbuka bagi para pengembang untuk membuat aplikasi. Pertama, Google mengakuisisi Android, perusahaan rintisan yang membuat perangkat lunak untuk ponsel dan telepon pintar. Open Handset Alliance kemudian dibentuk untuk mengembangkan Android dengan pendanaan dari 34 perusahaan hardware, software dan telekomunikasi termasuk Google, HTC, Intel, Motorola, Qualcomm, T-Mobile dan Nvidia . Layanan Berbasis Lokasi (LBS)

Menurut (Agustina et al., 2016), Location Based Service (LBS) adalah layanan berbasis lokasi yang menemukan lokasi atau titik geografis perangkat seluler dan menyediakan layanan lokasi turunan. LBS juga merupakan bagian dari implementasi mobile GIS dan dapat digunakan untuk membantu pengguna perangkat mobile mengatur, memilih dan mencari sesuai dengan kebutuhan mereka, serta menyediakan informasi seperti navigasi tampilan.

2.3 API Google Maps

Menurut (Agustina et al., 2016), Google Maps merupakan layanan gratis yang disediakan oleh Google yang sangat banyak digunakan oleh pengguna smartphone di seluruh dunia. Google Maps adalah peta dunia yang dapat digunakan untuk melihat wilayah melalui browser Anda. Gunakan Google Maps API untuk menambahkan fungsionalitas Google Maps ke web yang Anda buat. Google Maps API adalah dokumen yang terdiri dari antarmuka, fungsi, kelas, dan struktur untuk membangun aplikasi menggunakan bahasa pemrograman JavaScript.

2.4 Sistem Informasi Geografis (SIG)

Menurut Rais Aini (2005) (tidak bertanggal), Sistem Informasi Geografis (SIG) pertama kali diperkenalkan di Indonesia pada tahun 1972 sebagai basis data untuk pengembangan. Istilah

Geographic Information System (GIS) seperti yang kita kenal sekarang ini dicetuskan oleh General Assembly of the International Geographical Union di Ottawa, Kanada pada tahun 1967 dan dikembangkan oleh Roger Tomlinson yang kemudian dikenal dengan nama CGIS (Canadian GIS atau Canadian GIS). CGIS ini akan digunakan untuk menyimpan, menganalisis, dan memproses data yang dikumpulkan untuk CLI Canadian Land Inventory. Ini adalah upaya untuk menentukan kemampuan lahan pedesaan Kanada dengan memetakan berbagai informasi tanah, pertanian, pariwisata, satwa liar, unggas, dan penggunaan lahan dalam skala besar. Sejak itu, Sistem Informasi Geografis (SIG) berkembang di beberapa benua, terutama Amerika, Eropa, Australia, dan Asia.

SIG adalah sistem terkomputerisasi yang mampu mengolah data bereferensi geografis: pemasukan data, pengelolaan data (penyimpanan dan pengambilan), manipulasi dan analisis data, dan keluaran hasil akhir (output). Hasil akhir (output) dapat dijadikan acuan untuk pengambilan keputusan dalam hal-hal geografis (Aronoff, 1989). Menurut Chrisman (1997), SIG adalah suatu sistem perangkat keras, perangkat lunak, data, manusia (brainware), organisasi dan lembaga yang mengumpulkan, menyimpan, menganalisis, dan menyebarkan informasi tentang wilayah di permukaan bumi.

Dalam Budianto (2010), sebaliknya, mendefinisikan SIG sebagai sistem komputer yang mampu mengambil, menyimpan, menganalisis dan menampilkan informasi, termasuk informasi yang bereferensi geografis. Menurut sumber ESRI (1990), SIG adalah kumpulan terorganisir dari perangkat keras komputer, perangkat lunak, data geografis, dan personel yang menerima, menyimpan, memperbaharui, dan memanipulasi informasi dalam bentuk apa pun yang bereferensi geografis, yang dirancang secara efektif untuk analisis dan tampilan (Prahasta, 2006)). Berdasarkan beberapa definisi SIG, SIG adalah gabungan perangkat keras, perangkat lunak dan data manusia (brainware) yang bekerja sama untuk menghasilkan keluaran atau versi final dalam pengolahan data, mulai dari pengelolaan data hingga manipulasi hingga analisis data. adalah integrasi. Suatu hasil yang dapat dijadikan acuan untuk pengambilan keputusan terhadap masalah yang akan dipecahkan.

2.5 Pengertian Pariwisata

Pariwisata berasal dari bahasa Sanskerta dan terdiri dari dua suku kata: bet dan tour. Kata bet berarti berkali-kali, beberapa kali, bulat atau penuh. Di sisi lain, pariwisata memiliki arti perjalanan dan perjalanan. Berdasarkan arti dari kedua suku kata tersebut, pariwisata dapat diartikan sebagai suatu gerakan berulang atau bersiklus dari satu tempat ke tempat lain. Indonesia telah mengubah pariwisata menjadi industri penting. Oleh karena itu, industri pariwisata mendapat banyak perhatian dari pemerintah (Fatimah & Silitonga, 2022). Salah satu yang menjadi perhatian adalah diundangkannya Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan yang menjadi dasar penyelenggaraan kegiatan kepariwisataan.

Undang-undang Kepariwisataan No. 10 Tahun 2009 mendefinisikan pariwisata sebagai berbagai jenis kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas dan layanan yang disediakan oleh pemerintah kota, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Pariwisata, di sisi lain, mencakup semua kegiatan terkait pariwisata yang bersifat multifaset dan interdisipliner, dan tidak hanya interaksi antara wisatawan dan komunitas lokal, wisatawan lain, pemerintah dan otoritas lokal, tetapi juga kebutuhan individu dan kebutuhan masing-masing. negara diungkapkan. dan kontraktor.

Menurut Fandeli (1995), kepariwisataan mencakup segala sesuatu yang berhubungan dengan kepariwisataan, seperti pengoperasian objek dan daya tarik wisata, serta usaha-

usaha yang terkait. Ia juga menjelaskan bahwa pariwisata adalah kegiatan pergi ke tempat-tempat di luar tempat tinggal seseorang, bukan untuk mencari nafkah, tetapi untuk meremajakan jiwa dan raga serta meningkatkan kesuksesan seseorang. Dari dua pengertian di atas, kegiatan wisata dapat diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan oleh individu atau kelompok orang dengan maksud yang berbeda-beda terhadap suatu tempat tertentu. Kegiatan pariwisata mempunyai tujuan atau daya tarik yang menarik individu atau kelompok orang ke tempat atau tempat wisata tersebut. Menurut Suwantoro (2001), istilah pariwisata erat kaitannya dengan konsep perjalanan. Perjalanan adalah perpindahan sementara tempat tinggal, meninggalkan tempat tinggal karena alasan tertentu dan bukan untuk dibayar.

Dari pengamatan di atas, pariwisata dapat diartikan sebagai perjalanan sementara dari suatu tempat ke tempat lain dengan tujuan untuk bersenang-senang dan berwisata, bukan untuk tujuan bekerja atau bisnis, melainkan untuk tujuan memperoleh ilmu, pengalaman dan pengetahuan. menyimpulkan bahwa itu adalah perjalanan yang terjadi (BPS Batam, 2022).

Kegiatan wisata membutuhkan ruang untuk kegiatan pengunjung. Pengunjung sering disebut sebagai tour operator atau turis. Marpaung (2002) mendefinisikan wisatawan sebagai seseorang yang melakukan perjalanan untuk tujuan tertentu selain mencari pekerjaan dan untuk sementara menetap di suatu tempat yang tidak ditempatinya. Menurut letaknya, wisatawan terbagi menjadi wisatawan mancanegara (wisman), yaitu mereka yang berwisata ke luar negeri, dan wisatawan domestik (Wisnas), yaitu mereka yang berwisata ke dalam negeri sendiri. UU Kepariwisataan No. 10 Tahun 2009 menyebutkan 11 prinsip yang harus dipatuhi dalam melakukan kegiatan kepariwisataan: 1) keunggulan, 2) kekeluargaan, 3) keadilan dan pemerataan, 4) keseimbangan, 5) kemandirian, 6) menyatakan harus) keberlanjutan, 7) partisipatif, 8) berkelanjutan, 9) demokratis, 10) kesetaraan, 11) persatuan. Selain itu, pariwisata diselenggarakan untuk

2.6 Studio Android

Android Studio adalah lingkungan pengembangan terintegrasi (IDE) resminya untuk pengembangan aplikasi Android, open source atau gratis. Android Studio secara resmi diumumkan oleh Google pada 2013 Google I/O Conference pada 16 Mei 2013. Android Studio memiliki fitur yang tersedia, fitur yang dimaksud adalah sistem versi Gradle yang fleksibel dan lingkungan dukungan pengembangan aplikasi Android miliknya untuk pengguna Android. Semua perangkat Android seperti smartphone, tablet, SmartTV, dan Smartwakth mendukung C++ dan NDK.

2.7 PHP

Menurut (Kesuma & Kholifah, 2019), PHP atau hypertext preprocessor adalah bahasa pemrograman yang dipasang di atas dokumen HTML. Pengertian lain dari PHP adalah saat ini PHP merupakan bahasa pemrograman interpretatif yang paling banyak digunakan karena bersifat open source dan paling banyak didukung oleh banyak web server. PHP tersedia di banyak sistem operasi Windows dan Linux. PHP umumnya terintegrasi dengan aplikasi database open source seperti MySQL dan PostgreSQL, tetapi juga dapat diintegrasikan dengan Microsoft SQL, Access, dan Oracle.

2.8 HTML

Menurut (Constantianus & Suteja, 2005), HTML atau Hypertext Markup Language adalah kode program yang menggambarkan tampilan pada halaman web. Ini berisi kumpulan informasi yang disimpan dalam kode tertentu dan menggunakan kode itu untuk memformat informasi yang diperlukan.

3. METODE PENELITIAN

Rancangan penelitian adalah serangkaian proses yang dilakukan sebagai bagian dari perencanaan dan pelaksanaan penelitian untuk memecahkan masalah dan mencari solusi. Oleh karena itu, desain penelitian yang baik mengarah pada penelitian yang efektif dan efisien. Pada tahap perancangan aplikasi "Pemetaan Objek Wisata" di Batam dengan menggunakan Location Based Services (LBS), digunakan elemen pendukung peta seperti koordinat objek wisata, data objek wisata berupa teks, foto dan video. Penunjang pembuatan aplikasi ini adalah MySQL-nya sebagai penyimpanan data, JavaScript, tata letak dan desain antarmuka yang disediakan oleh Android Studio. Metode analisis data dalam aplikasi penelitian pemetaan objek wisata di Batam menggunakan layanan berbasis lokasi ini adalah dengan menggunakan metode analisis kualitatif (Silitonga, 2023). Metode analisis kualitatif adalah metode melihat secara langsung dengan menjawab pertanyaan menggunakan observasi dan wawancara. Data yang dianalisis dengan metode kualitatif ini berbentuk teks atau naratif. Kemudian kelompokkan data yang diambil sesuai dengan data yang dibutuhkan. Data yang diambil dimasukkan berdasarkan kategori, tetapi juga dapat dimasukkan secara otomatis oleh administrator. Data yang diperoleh diposting berdasarkan kategori untuk setiap tempat wisata. Yang terpenting adalah data peta API yang dapat membaca layanan berbasis lokasi menggunakan koordinat yang dimasukkan, yang semuanya akan ditampilkan di aplikasi Pemetaan Objek Wisata Batam.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Sistem



Gambar 4.1 Blok diagram sistem
Sumber: Peneliti, 2021

Informasi pada gambar 4.1:
Angka 1. Permintaan pengguna lokasi tempat wisata, daftar objek wisata, informasi wisata, jarak dan waktu tempuh, rute perjalanan, peta tempat wisata.
Angka 2. Permintaan lokasi tempat wisata, daftar tempat wisata, informasi tempat wisata, jarak dan waktu tempuh, rute perjalanan, peta tempat wisata.
Angka 3. Meminta jarak dan waktu tempuh, peta, lokasi pengguna, dan rencana perjalanan.
Angka 4. Mengirimkan jarak dan waktu tempuh, peta, lokasi pengguna dan rute perjalanan.
Angka 5. Melihat daftar objek wisata, lokasi objek wisata, informasi wisata, jarak dan waktu objek wisata, itinerary, dan peta objek wisata. 6. Pengguna mendapatkan daftar tempat wisata, tempat wisata, informasi tempat wisata, jarak tempat wisata dan waktu tempuh, rute perjalanan dan peta tempat wisata.

4.2 Spesifikasi sistem

Aplikasi pemetaan objek wisata Batam ini hanya bisa digunakan di smartphone Android dengan syarat minimal sebagai berikut:
a.Sistem operasi Android 5.0 Lollipop.
b.Instalasi aplikasi Google Maps wajib dilakukan.
c. Harus terhubung ke Internet.

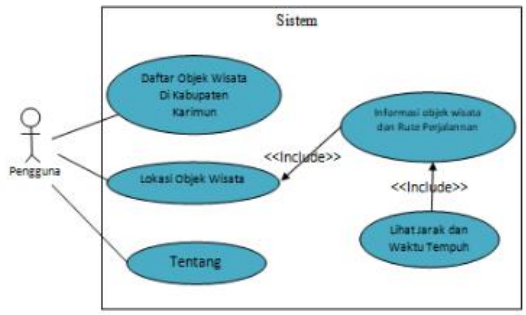
Persyaratan fungsional
a. Aplikasi dapat menampilkan daftar objek wisata di Batam.
b. Aplikasi dapat menampilkan lokasi pengguna dan lokasi tempat wisata.

c. Anda dapat menampilkan informasi seperti tempat wisata, rute perjalanan, foto dan alamat tempat wisata.
d. Aplikasi dapat menampilkan jarak dan waktu tempuh menuju lokasi objek wisata yang dipilih.

4.3 Kebutuhan Non Fungsional

a. Aplikasi ini mudah di mengerti oleh pengguna.
b. Tampilan awal adalah daftar objek wisata dari Aplikasi pemetaan objek wisata di Batam.
c. Aplikasi ini berbahasa Indonesia.

4.4 Diagram Use Case



Gambar 4.2 Diagram *Use Case*
Sumber: Peneliti, 2021

Pada Gambar 4.2 dapat dijelaskan bahwa *User* dapat langsung masuk ke tampilan awal aplikasi dan pengguna dapat memilih *button* daftar objek wisata di Batam, memilih *button* Lokasi pengguna dan Lokasi Objek Wisata dan *button* Tentang, tanpa adanya proses login terlebih dahulu. Pada tampilan daftar Objek Wisata pengguna dapat melihat daftar-daftar objek wisata yang ada di Batam, kemudian pada tampilan objek wisata yang di pilih pengguna akan mendapatkan informasi berupa foto objek wisata, alamat objek wisata, jarak dan waktu tempuh. Selanjutnya pada tampilan tentang berisi informasi tentang pembuat aplikasi. Interface pada perancangan awal
Antarmuka atau *Interface* halaman utama berfungsi untuk menampilkan daftar wilayah Objek Wisata di Batam. Halaman ini terdiri dari beberapa komponen yaitu nama Aplikasi, *image view* atau gambar wilayah, dan tombol *button.*
Interface pada lokasi yang di sorot
Antarmuka perancangan tampilan objek wisata di Batam terdiri dari beberapa komponen nama halaman, *image view* menampilkan gambar objek wisata, dan tombol *button.*
Interface menunjukkan alur jalan
Antarmuka perancangan tampilan Informasi Objek Wisata menampilkan rute perjalanan, dan Peta terdiri dari beberapa komponen yaitu, tampilan peta dan rute, *button* pembuatan rute, deskripsi objek wisata dan alamat objek wisata.
Interface tampilan mengenali sistem



Gambar 4.3 Perancangan Antarmuka
Sumber: Peneliti 2021

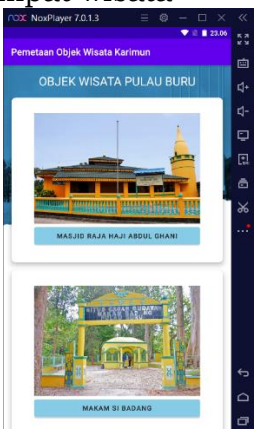
Antarmuka perancangan tampilan tentang menggunakan komponen *text* untuk nama halaman, *imageview* untuk menampilkan gambar, *button* untuk kembali.
Interface utama



Gambar 4.4 Antarmuka Tentang
Sumber: Peneliti 2021

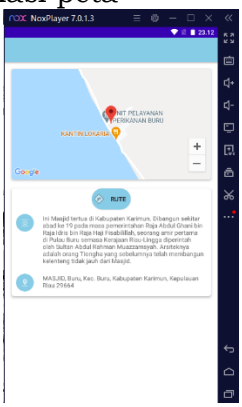
Tampilan antarmuka halama utama, terdapat 3 bagian yaitu, judul aplikasi, gambar wilayah objek wisata, dan tombol nama wilayah. Tombol pada nama wilayah memiliki fungsi untuk

menampilkan daftar objek wisata yang ada pada wilayah tersebut.
Interface tempat wisata



Gambar 4.5 Antarmuka Daftar Objek Wisata
Sumber: Peneliti 2021

Tampilan antarmuka daftar objek wisata tedapat 3 komponen yaitu, nama halaman, tampilan gambar objek wisata, *button* nama wisata. *Button* atau tombol nama wisata berfungsi untuk menampilakan peta wisata tersebut, dan menampilakn informasi, rute mengenai objek wisata yang akan di kunjungi.
Interface lokasi peta



Gambar 4.6 Antarmuka Lokasi Objek Wisata
Sumber: Peneliti 2021

Tampilan antarmuka Lokasi objek wisata memiliki 4 komponen yaitu, menampilkan peta, menampilkan *button* rute perjalanan, menampilkan deskripsi mengenai lokasi objek wisata, dan menampilkan alamat objek wisata. *Button* rute bisa digunakan pengguna untuk menmpilkan rute perjalanan, dan waktu perjalanan yang terhubung lagsung dengan Google Maps.

5. PENUTUP

Berikut kesimpulan dari aplikasi pemetaan objek wisata Batam yang menggunakan layanan lokasi berbasis Android:

a. Aplikasi pemetaan objek wisata Batam yang dirancang dan dibuat dapat mencari daftar objek wisata di Batam, lokasi objek wisata, dan menampilkan rute perjalanan, waktu tempuh, jarak tempuh, alamat tempat wisata, dll bisa. Foto dan informasi objek wisata Batam Batam.

b. Aplikasi pemetaan objek wisata Batam telah diimplementasikan pada smart phone Android.

DAFTAR PUSTAKA

Agustina, N., Risnanto, S., & Supriadi, I. (2016). Pengembangan Aplikasi Location Based Service Untuk Informasi Dan Pencarian Lokasi Pariwisata Di Kota Cimahi Berbasis Android. Jurnal Ilmiah Teknologi Infomasi Terapan, 3(1). https://doi.org/10.33197/jitter.vol3.iss1.2016.121

BPS Batam. (2022). Perkembangan Pariwisata Kota Batam Mei 2020. In *Badan Pusat Statistik Kota Batam*. BPS Batam. batamkota.bps.go.id/pressrelease/2020/07/02/248/perkembangan-pariwisata-kota-batam-mei-2020-.html

Fatimah, Z., & Silitonga, F. (2022). Pemberlakuan Ftz Di Kawasan Ekonomi Khusus (Kek) Batam Dalam Peningkatan Pariwisata. *Jurnal Mekar*, *1*(1), 7–13.

Silitonga, F. (2021). *Pengenalan Sistem Informasi Geografi/ SIG* (A. Susanto (ed.); Buku Ajar). Batam Publisher. https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results

Silitonga, F. (2023). Pengembangan Objek Wisata Sebagai Investasi Masyarakat di Pulau lance Batam. *Jurnal Keker Wisata*, *1*(1), 1–11.

Undang-Undang Republik Indonesia

Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia (2009).

Suhatsyah, M., Silitonga, F., & Daud, D. D. (2022). Aplikasi Pemetaan Objek Wisata Di Kabupaten Karimun Dengan Layanan Location Based Service Berbasis Android. *Tikar*, *33*(1), 1–12.

Jurnal Teknik Sipil Pertahanan Vol. 10. No. 1. Jan 2023 P-ISSN 2355-1062
DOI:x.x.xxxx E-ISSN xxxx-xxxx

ANALISA ZAT KIMIA PADA AIR SIAP MINUM DI AKADEMI MILITER MAGELANG

Ahmad Yani [1*], Frangky Silitonga[2], Aditiawan Wisnu[3]

[1,3] Prodi Teknik Sipil Pertahanan Kordos Akmil, Jl. Gatot Subroto no 1 Kodya Magelang

[2] Politeknik Pariwisata Batam, Jl. Gajah Mada, Tiban Lama, Kec. Sekupang, Kota Batam, Kepulauan Riau 29425

* Yanieyan69@gmail.com

ABSTRAK

Pada tahun 2017 sudah dioperasionalkan Sistem Pengolahan Air Minum di Akademi Militer (SPAM AKMIL) yang bertujuan untuk effisiensi waktu dan effektifitas pemanfaatan air bersih dan air siap minum di Akademi Militer Magelang. Pentingnya faktor kesehatan bagi personil Akmil terutama bagi Taruna Akmil untuk jangka panjang. SPAM Akmil sudah bekerja selama 5 tahun sehingga perlu diadakan uji kelayakan sebagi air minum yang sehat. Metode penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan eksprimen secara analisis laboratorium terhadap kualitas air pada bebrapa titik sebagai sample penelitian. Dari data hasil penelitian, kualitas air siap minum di Akademi Militer pada asrama Taruna dan kelas Taruna berdasarkan Parameter fisika yang meliputi bau, rasa, warna, suhu dan kekeruhan menyatakan bahwa keseluruhannya memenuhi syarat sesuai dengan Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No. 492/ MENKES/ PER /IV /2010 tentang Persyaratan Kualitas Air Minum. Berdasarkan Parameter kimia yang meliputi pemeriksaan kadar Parameter Kimia Pada pemeriksaan Sampel Air Siap Minum AKMIL meliputi pemeriksaan kadar fluoride, Clorida, Besi, Tembaga, Kesadahan, Arsen, Nitrat, Nitrit, Sianida dan Aluminium pada air siap minum dari asrama dan kelas Taruna, dinyatakan memenuhi syarat sesuai dengan Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No.492/ MENKES/ PER/ IV/ 2010 tentang Persyaratan Kualitas Air Minum.

Kata kunci : Air Minum; Parameter Fisika; Parameter Kimia.

ABSTRACT

In 2017 the Drinking Water Treatment System at the Military Academy (SPAM AKMIL) operationalizes which aims to time efficiency and effectiveness of the use of clean water and ready-to-drink water at the Magelang Military Academy. The importance of health factors for Akmil personnel, especially for Taruna Akmil for the long term. SPAM Akmil has been working for 5 years so it is necessary to carry out a feasibility test as healthy drinking water. The research method uses quantitative methods with an experimental approach in laboratory analysis of water quality at several points as research samples. From the research data, the quality of ready-to-drink water at the Military Academy in the cadet dormitories and cadet classes based on physical parameters which include smell, taste, color, temperature and turbidity states that all of them meet the requirements in accordance with the Regulation of the Minister of Health of the Republic of Indonesia No.492/MENKES/ PER/IV/2010 concerning Drinking Water Quality Requirements. Based on chemical parameters which include checking the levels of Chemical Parameters. In examining ready-to-drink water samples, AKMIL includes checking levels of fluoride, chloride, iron, copper, hardness, arsenic, nitrate, nitrite, cyanide and aluminum in ready-to-drink water from dormitories and cadet classes. requirements in accordance with the Regulation of the Minister of Health of the Republic of Indonesia No.492/MENKES/PER/IV/2010 concerning Drinking Water Quality Requirements.

Keywords: Drinking Water; Physical Parameters; Chemical Parameters

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

PENDAHULUAN

Air mempunyai fungsi yang sangat amat penting untuk manusia karena merupakan kebutuhan utama dan menentukan kelangsungan hidup manusia. Hak atas air adalah hak asasi yang paling penting setelah hidup. Oleh karena itu setiap manusia berhak mendapatkan air yang memadai baik kualitas dan kuantitasnya. Pemenuhan air bersih yang aman merupakan faktor yang penting untuk meningkatkan derajat kesehatan masyarakat.

Air merupakan cairan yang tidak mempunyai rasa, warna maupun bau dan tidak mengandung zat berbahaya serta pada suhu kamar air masih berbentuk cair . Di kota-kota besar pasokan air bersih berkurang sampai 40% yang disebabkan oleh pencemaran dan kurang baiknya fasilitas air yang ada. Pencemaran air oleh logam-logam berbahaya dapat memberikan dampak yang kurang menguntungkan untuk kesehatan. Adanya bermacam-macam kasus pencemaran pernah dilaporkan di negara maju maupun negara berkembang. Logam yang terkandung dalam air seperti di sungai biasanya berasal dari buangan air limbah, erosi, dan dari udara.

Penyakit melalui air minum dapat berasal dari berbagai sumber yaitu organisme pathogen termasuk bakteri, kapang, parasit dan virus, dari bahan kimia seperti racun alami, logam berat, pestisida, hormon, antibiotik, bahan tambahan berbahaya dan bahan-bahan pertanian lainnya (Fardiaz,1996). Pencemaran logam berat terhadap lingkungan merupakan suatu proses yang erat hubungannya dengan penggunaan logam tersebut oleh manusia. Pada awal digunakannya, belum diketahui pengaruh pencemaran pada lingkungan. Proses oksidasi pada logam yang menyebabkan perkaratan sebetulnya merupakan tanda-tanda adanya pencemaran. Akhir-akhir ini kasus keracunan logam berat yang berasal dari bahan pangan dan minuman semakin meningkat jumlahnya. Pencemaran lingkungan oleh logam berat dapat terjadi jika industri yang menggunakan logam tersebut tidak memperhatikan keselamatan lingkungan, terutama saat membuang limbahnya. Logam-logam tertentu dalam konsentrasi tinggi akan sangat berbahaya bila ditemukan didalam lingkungan (air, tanah dan udara). Logam berat masuk kedalam tubuh manusia melalui mulut, yaitu air minum yang terkontaminasi oleh alat masak, wadah (minum/makanan kaleng) , proses industri dan buangan limbah (Darmono,1995)

Logam berat menjadi bahaya disebabkan system bioakomulasi. . Bioakumulasi adalah peningkatan konsentrasi zat kimia dalam tubuh mahluk hidup dalam waktu ke waktu, dibandingkan dengan konsentrasi zat kimia yang terdapat di lingkungan. Masuknya logam berat dalam tubuh akan memberikan dampak yang sangat negatif dalam bagi tubuh karena tubuh akan mengalami gangguan (Darmono,1995)

Pada tahun 2017 sudah dioperasionalkan Sistem Pengolahan Air Minum di Akademi Militer (SPAM AKMIL). Adapun dibangunnya sarana air bersih antara lain adalah untuk meningkatkan kesehatan Taruna / Taruni dan Organik Akmil,

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

kesehatan lingkungan, meningkatkan effisiensi waktu dan effektifitas pemanfaatan air bersih. Begitu juga dalam penyediaan air bersih dan air siap minum , guna memenuhi kebutuhan air siap minum sesuai standar kesehatan bagi personil dan Taruna Akmil. Pentingnya faktor kesehatan bagi personil Akmil terutama bagi Taruna Akmil untuk jangka panjang, maka penulis tertarik untuk meneliti apakah air siap minum yang didistribusikan SPAM AKMIL secara kontinyu masih memenuhi air siap minum sesuai standar Permenkes 492/MENKES/IV/2010, terutama kandungan zat kimianya.

.

METODE

Penelitian dilakukan dengan metode kuantitatif dengan pendekatan eksperimen secara analisis laboratorium, pengambilan data "Analisis Status Mutu Air Siap Minum Pada Sistem Penyediaan Air Minum Akmil " Distribusi Air siap minum di Komplek Akademi Militer. Pengambilan sampel air siap minum pada sistem distribusi dilakukan di tempat berbeda secara acak yaitu di kelas belajar Taruna dan asrama Taruna.

Pengambilan sampel dilakukan pada tanggal 23 September 2020, selanjutnya dianalisis sejak tanggal 24 September 2020 – 24 Oktober 2020 . Pengambilan sampel dibuat dalam 2 kelompok secara acak yaitu air siap minum di lokasi Asrama Taruna dan air siap minum di Kelas Taruna sebanyak masing-masing 2,5 liter. Variabel penelitian terdiri dari variabel bebas berupa sarana air siap minum yang digunakan Taruna dari SPAM Akmil. Sedangkan variabel terikat berupa kualitas air yang meliputi parameter sifat fisika dan kimia. Alat yang digunakan dalam penelitian ini disajikan pada tabel berikut ini.

NO	PARAMETER	METODA ANALISIS
A	**Lab. Fisika**	
1	Bau	Organoleptik
2	Tds	Potensiometri
3	Kekeruhan	SNI 06-6989.24.2005
4	Rasa	Organoleptik
5	Suhu	Termometer
6	Warna	SNI 06-6989.24.2005
B	**Lab.Kimia**	
1	Arsen	Kolorimetri
2	Besi	SNI 6989.16.2009
3	Flourida	Alizarin Merah
4	Kadmium	SNI 6989.16.2009
5	Kesadahan	SNI 06-6989.12.2004
6	Klorida	SNI 6989.19.2009
7	Kromium Total	SNI 6989.65.2009
8	Mangan	SNI 6989.5.2009
9	N. Sebagai Nitrat	Spektrofotometer
10	N. Sebagai Nitrit	SNI.-6989.9.2004
11	Ph	PH Meter
12	Seng	SNI 6989.7.2009
13	Sianida	Kolorimetri
14	Sulfat	SNI 06-6989.24.2005
15	Aluminium	SNI 06-6989.35.2005
16	Amonia	Nessler
17	Tembaga	SNI 6989.6.2009

Sumber : Olah Data, 2022

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini telah dilakukan dengan pengambilan sampel pada tanggal 29 Februari 2016 dengan tujuan untuk mengetahui kualitas air siap minum di Akademi Militer Magelang, berdasarkan parameter fisik (bau, rasa, warna, suhu dan kekeruhan), kimia (fluorida), biologi (total coliform).

Berdasarkan hasil pemeriksaan Laboratorium UPD Laboratorium Kesehatan Kota Magelang, sampel Air

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

Siap Minum di Asrama Taruna dan Kelas Taruna untuk menentukan kualitas air minum berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No 492/MENKES/PER/IV/2010 Tentang Persyaratan Kualitas Air Minum adalah sebagai berikut :

Tabel 2. Data hasil parameter fisika

SAMPEL AIR MINUM	BAU	RASA	WARNA	KEKERUHAN	TDS	SUHU
ASRAMA TARUNA	Tidak berbau	Tidak berasa	3	1,4	84	24,4
KELAS TARUNA	Tidak berbau	Tidak berasa	3	1,6	93	24,3
NILAI STANDARBAKU MUTU	Tidak berbau	Tidak berasa	<15	<5	<500	±3 suhu udara
SATUAN	-	-	Skala Ptco	NTU	Mg/liter	^{o}C

Sumber: Data Primer, 2022.

Tabel 3. Data hasil penelitian parameter kimia

SAMPEL AIR MINUM	FLORIDA	CLORIDA	BESI	TEMBAGA	MANGAN	KESADAHAN
ASRAMA TARUNA	0,076	5,25	0,021	0,02	0,014	120
KELAS TARUNA	0,109	5,25	0,033	0,03	0,026	131
STANDAR BAKU MUTU	1,5	250	0,3	2,0	0,4	500
SATUAN	Mg/liter	Mg/liter	Mg/liter	Mg/liter	Mg/liter	Mg/liter

SAMPEL AIR MINUM	ARSEN	NITRAT (NO3)	NITRIT (NO2)	SIANIDA	ALUMINIUM	PH
ASRAMA TARUNA	<0,005	15,8	0,06	<0,010	0,03	7,13
KELAS TARUNA	<0,005	16,0	0,07	<0,010	0,01	7,31
STANDAR BAKU MUTU	0,01	50,0	3,0	0,07	0,2	6,5 – 8,5
SATUAN	Mg/liter	Mg/liter	Mg/liter	Mg/liter	Mg/liter	-

Sumber: Data Primer, 2022.

Pembahasan Air sangat erat hubungannya dengan manusia karena menjadi sumber daya alam yang diperlukan untuk hajat hidup orang banyak bahkan menjadi suatu sarana utama untuk dapat meningkatkan derajat kesehatan masyarakat. Akan tetapi dapat juga merupakan suatu substansi yang membawa malapetaka dengan membawa zat-zat kimia yang terkandung melebihi standar zat kimia yang diperbolehkan, jika berlebih akan bersifat racun. Pada dasarnya Air Siap Minum sudah diproses melalui 3 tahap, yaitu

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

penyaringan, filtrasi zat kimia bahaya, disinfeksi, pengisian dan penyaluran. Penyaringan dan filtrasi dimaksudkan untuk menghilangkan partikel padat unsure zat kimia dan gas-gas yang terkandung dalam air. Disinfeksi bertujuan untuk membunuh bakteri patogen dalam air. Pengisian dan penyaluran merupakan tahap akhir proses produksi dimana air disalurkan ke dispencer air siap minum. Berdasarkan hasil penelitian dari kualitas Air Minum yang ada di Asrama Taruna dan Kelas Taruna, yang diambil secara acak dari air siap minum pada Asrama Taruna dan Kelas Taruna. Berdasarkan pemeriksaan sampel di laboratorium UPD Laboratorium Kesehatan Kota Magelang. Hasil pemeriksaan yang sama sesuai dengan penelitian M. Deril (2013) menunjukkan bahwa hasil uji pemeriksaan parameter fisik pada merek air minum dalam kemasan sudah memenuhi syarat yang ditentukan oleh Permenkes tahun 2010. Air yang memenuhi persyaratan fisik adalah air yang tidak berbau, tidak berasa, tidak berwarna, tidak keruh dan suhu sebaiknya dibawah suhu udara. Menurut Slamet (2005), bau dalam air dihasilkan oleh adanya organisme dalam air seperti alga serta oleh adanya gas seperti H2S yang terbentuk dalam kondisi anaerobik, dan oleh adanya senyawa-senyawa organik tertentu. Pemeriksaan bau air siap minum di Asrama Taruna dan Kelas Taruna menunjukkan bahwa tidak terdapat bau pada semua sampel. Hal tersebut membuktikan bahwa air tersebut sesuai dengan kadar maksimum yang diperbolehkan dalam Peraturan Menteri Kesehatan RI No. 492/ MENKES/ PER/ IV/ 2010 tentang persyaratan kualitas air minum. Syarat-syarat dan pengawasan kualitas air minum yaitu tidak berbau dan tidak mengandung berbagai organisme tertentu serta gas seperti H2S yang terbentuk dalam kondisi anaerobik yang dapat menimbulkan bau. Untuk pemeriksaan kualitas fisik warna pada sampel air siap minum Taruna menunjukkan semua air siap minum sampel dari Asrama Taruna dan kelas Taruna tersebut tidak berwarna dengan nilai ukur 3 skala Ptco, jauh masih dibawah standar Kesehatan yang diperbolehkan yaitu <15 skalaPtco. Semua sampel air minum yang diteliti tidak menunjukkan adanya kehadiran organisme, bahan-bahan yang tersuspensi dan oleh ekstrak-ekstrak senyawa organik serta tumbuhtumbuhan yang dapat menimbulkan warna dalam air minum. Warna dalam air juga dapat ditimbulkan oleh kehadiran organisme, bahan-bahan tersuspensi yang berwarna dan oleh ekstrak senyawasenyawa organik serta tumbuh-tumbuhan. Warna yang berasal dari bahan-bahan buangan industri kemungkinan dapat membahayakan kesehatan (Unus, 1996: 91). Berdasarkan hasil pemeriksaan tersebut dapat diketahui bahwa air siap minum yang ada di Asrama Taruna dan Kelas Taruna termasuk dalam kategori memenuhi syarat kesehatan berdasarkan parameter fisik warna karena sesuai dengan kadar maksimum yang diperbolehkan dalam Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No.492/ MENKES/ PER/ IV/ 2010 tentang persyaratan kualitas air minum yaitu tidak berwarna dengan angka 3 jauh

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

dibawah angka <15 skalaPtco.

Rasa dalam air dapat menunjukkan kemungkinan adanya senyawa-senyawa asing yang mengganggu kesehatan. Selain itu dapat pula menunjukkan kemungkinan kemungkinan timbulnya kondisi anaerobik sebagai hasil kegiatan penguraian kelompok mikroorganisme terhadap senyawa-senyawa organik (Unus,1996: 91). Berdasarkan hasil pemeriksaan parameter rasa pada sampel air minum dapat diketahui keseluruhan sampel tidak menunjukkan adanya senyawa-senyawa asing maupun senyawa organik yang dapat mengganggu kesehatan manusia sehingga dapat memberikan rasa pada air minum. Temperatur air merupakan hal yang penting dalam kaitannya dengan tujuan penggunaan, pengolahan untuk menghilangkan bahan-bahan pencemar serta pengangkutannya. Temperatur air tergantung pada sumbernya. Temperatur normal air di alam (tropis) sekitar 20°C sampai 30°C (Suripin, 2001: 149). Setelah dilakukan pemeriksaan mengenai kualitas fisik air siap minum berdasarkan parameter fisik suhu, semua sampel air minum dalam memenuhi syarat kesehatan, karena sesuai dengan temperatur normal air minum. Suhu dapat memengaruhi sejumlah parameter lain mutu air. Laju reaksi kimia dan biokimia meningkat dengan meningkatnya suhu. Kelarutan gas menurun dan kelarutan mineral meningkat seiring meningkatnya suhu. Laju pertumbuhan organisme akuatik meningkat dan laju respirasi mereka menurun dengan meningkatnya suhu, kebanyakan organisme mempunyai kisaran suhu yang berbeda dalam reproduksi dan kompetisi. Kebanyakan air mengandung bahan terlarut, tersuspensi, atau koloid. Suhu tidak berpengaruh langsung pada kesehatan, tetapi berpengaruh pada aktivitas mikroorganisme, keseimbangan kimia, dan meningkatnya kelarutan berbagai bahan kimia pada air minum. Air dapat dikatakan keruh, apabila air tersebut mengandung begitu banyak partikel bahan yang tersuspensi sehingga memberikan warna/rupa yang berlumpur dan kotor. Bahan-bahan yang menyebabkan kekeruhan ini meliputi: tanah liat, lumpur, bahan-bahan organik yang tersebar secara baik dan partikel-partikel kecil yang tersuspensi lainnya (Sutrisno dan Eni, 2006: 31). Kekeruhan air disebabkan oleh zat padat yang tersuspensi, baik yang bersifat anorganik ataupun yang organik. Zat anorganik, biasanya berasal dari

lapukan batu dan logam, sedangkan yang organik dapat berasal dari lapukan tanaman dan/atau hewan. Berbagai limbah seperti buangan domestik, pertanian, dan industri merupakan sumber kekeruhan. Longsor, banjir juga dapat menambah kekeruhan yang banyak. Hasil pemeriksaan untuk semua sampel air siap minum menunjukkan tidak adanya zat padat yang tersuspensi, tanah liat, lumpur dan zat-zat yang bersifat anorganik ataupun organik yang tinggi yang dapat menyebabkan bertambahnya nilai kekeruhan dalam air minum. Sehingga keseluruhan sampel dinyatakan memenuhi standard yang ditetapkan.

Dari data pengukuran pH menunjukkan hasil pemeriksaan parameter pH terhadap sampel air

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

siap minum Asrama dan Kelas Taruna memenuhi standar yang ditetapkan berdasarkan KEP. MEN. KES RI No. 492/ MENKES/ PER/ IV/ 2010. pH air minum untuk Air Asrama Taruna sebesar 7,13 dan air minum di kelas Taruna sebesar 731, menunjukkan pH berada diantara yang ditetapkan yaitu diantara 6,5 – 8,5. Artinya air minum pada kedua sampel tersebut bersifat Netral dan sangat sesuai batas standar yang ditetapkan oleh KEP. MEN. KES RI No. 492/ MENKES/ PER/ IV/ 2010 tentang air minum.

Parameter Kimia Pada pemeriksaan Sampel Air Siap Minum AKMIL meliputi pemeriksaan kadar fluoride, Clorida, Besi, Tembaga, Kesadahan, Arsen, Nitrat, Nitrit, Sianida dan Aluminium pada air siap minum dari asrama dan kelas Taruna, didapat data hasil olahan:

ZAT KIMIA	FLUO-RIDA	KLORIDA	BESI TERLARUT	TEMBAGA	MANGAN TERLARUT	KESADAH-AN TOTAL	ARSEN	NITRAT	NITRIT	SIANI-DA	ALU MI-NIUM
ASRAMA TARUNA	5,1%	2,1%	7%	1%	3,5 %	24%	50%	31,6%	2%	14,3%	15%
KELAS TARUNA	7,3%	2,1%	11%	1,5%	6,5 %	26,2%	50%	32%	2,3%	14,3%	5%

Telah dilakukan analisis dari kandungan zat-zat kimia, Fluorida,Clorida, Besi,Tembaga, Mangan, Kesadahan total, Arsen, Nitrat, Nitrit Sianida dan Aluminium dalam air siap minum di Asrama dan Kelas Taruna Akademi Militer Magelang. Dari hasil data yang didapat menunjukan untuk kandungan zat-zat kimia yang dihasilkan masih lebih rendah dan jauh bila dibandingkan dengan Peraturan Mentri Kesehatan Republik Indonesia Nomor: 492/MENKES/PER/IV/2010.

Dari data hasil penelitian didapat Kandungan Zat kimia Arsen yang sudah mencapai 50% dari batas kandungan yang diperbolehkan oleh peraturan mentri kesehatan untuk air minum, betul masih dibawah batas yang diperbolehkan tetapi perlu diwaspadai bahwa zat kimia Arsen merupakan salah satu zat racun toksid yang berbahaya bagi kesehatan bila dikonsumsi sdh melebihi batas ambang yang diperbolehkan oleh Praturan Menkes no. 492 maksimum sebanyak 0,01mg/liter (0,01ppm).

Arsen (As) adalah metal yang mudah patah, berwarna keperakan dan sangat toxik (Istarani & Pandebesie, 2014). As elemental didapat di alam dalam jumlah sangat terbatas; terdapat bersamasama Cu, sehingga didapatkan produk sampingan pabrik peleburan Cu. As sudah sejak lama sering digunakan untuk racun tikus dan keracunan arsen pada manusia. Arsen ditemukan dalam jumlah yang relatif sedikit namun tingkat toksisitas yang sangat tinggi karena masuk dalam logam berat. Seluruh logam berat muncul secara alami di lingkungan yang dihasilkan dari buangan industri dengan jumlah yang makin hari makin meningkat.

Arsen dalam air tanah terbagi dalam dua bentuk, yaitu bentuk tereduksi terbentuk dalam kondisi

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

anaerobik, sering disebut arsenit. Bentuk lainnya adalah bentuk teroksidasi, terjadi pada kondisi aerobik, umum disebut sebagai arsenat (Istarani & Pandebesie, 2014). Arsen merupakan unsur dari komponen obat sejak dahulu kala. Senyawa arsen trioksida misalnya pernah digunakan sebagai tonikum, yaitu dengan dosis 3 x 1-2 mg. Dalam jangka panjang, penggunaan tonikum ini ternyata telah menyebabkan timbulnya gejala intoksikasi arsen kronis. Arsen juga pernah digunakan sebagai obat untuk infeksi parasit, seperti protozoa, cacing, amoeba, sprirocheta, dan tripanisoma, tetapi kemudian tidak lagi digunakan sebagai obat pada resep homeopathi (Istarani & Pandebesie, 2014).

Tabel 5. Kandungan Arsen Alami di alam

TIPE BATU	KONSENTRASI ARSEN (MG/KG)
BATUAN BEKU	
ULTRASONIC	0,3 - 1,6
BASALT	0,06 - 113
ANDESIT	0,5 - 5,8
GRANIT	0,2 - 13,8
BATUAN	
SENDIMEN	1,3 - 490
TANAH	0,4 - 188
LEMPUNG	0,6 - 120
POSPORIT	0,1 - 20
BATUAN PASIR	9,0 ± 0,8
BATUAN KAPUR	7,4 ± 1,4
BITUMINOUS	16 - 340
LIGNIT	
PEAT	

Terdapat lebih dari 25 mineral mengandung As berupa arsenida atau sulfida dengan mineral-mineral yang dikenal seperti: arsenopirit, smaltit, nikolit, enargit, dan orpimen. As digunakan untuk campuran logam lain (Pb) dalam pembuatan shot (partikel bundar berukuran pasir) dan insektisida berentuk arsenat-Ca dan Pb. Arsen putih biasanya digunakan untuk membasmi rumput liar, sementara senyawa arsenik tertentu dimanfaatkan dalam peleburan gelas, pengawet kayu dan kulit, bahan pencelup, pigmen, obat-obatan, petasan/ kembang api, dan bahan kimia.

Kandungan arsen yang terdapat pada air siap minum di Akademi Militer Magelang mencapai 50% dari standar yang diperbolehkan dalam aturan Permenkes, dimungkinkan didaerah Kabupaten Magelang merupakan daerah perpohonan yang banyak dan juga merupakan daerah perkebunan dan pertanian.Para penggarap perkebunan dan pertanian biasanya menggunakan Insektisida yang berbentuk arsenat-ca dan Pb. Para pekebun/petani juga biasa memanfaatkan pembasmi rumput liar, dan untuk industri kayu dan kulit juga menggunakan Arsen putih untuk pengawet kayu dan kulit.

Didalam air baku, PDAM Magelang yang merupakan sumber dalam pengolahan SPAM- AKMIL yang disalurkan ke Dispenser Air Siap Minum Taruna masih mengandung zat kimia Arsen < 0,005 mg/liter (0,005ppm) walaupun masih dibawah 0,01ppm (Peraturan Mentri Kesehatan RI Nomor: 492/ MENKES/ PER/ IV/ 2010). Secara syarat untuk air siap minum di Akademi Militer masih memenuhi standar syarat yang diperbolehkan utk kesehatan.

KESIMPULAN

Kualitas air siap minum di Akademi Militer Magelang di lingkungan air siap minum pada asrama Taruna dan kelas Taruna

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

berdasarkan Parameter fisika yang meliputi bau, rasa, warna, suhu dan kekeruhan menyatakan bahwa keseluruhannya memenuhi syarat sesuai dengan Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No.492/MENKES/PER/IV/2010 tentang Persyaratan Kualitas Air Minum.

Berdasarkan Parameter kimia yang meliputi pemeriksaan kadar Parameter Kimia Pada pemeriksaan Sampel Air Siap Minum AKMIL meliputi pemeriksaan kadar fluoride, Clorida, Besi, Tembaga, Kesadahan, Arsen, Nitrat, Nitrit, Sianida dan Aluminium pada air siap minum dari asrama dan kelas Taruna, dinyatakan memenuhi syarat sesuai dengan Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor; No.492/MENKES/PER/IV/2010 tentang Persyaratan Kualitas Air Minum.

Perlu dilakukan lebih lanjut untuk penelitian kadar kimia zat: Seng, Plumbun, Sulfat, Kadmium, dan Parameter biologi yang meliputi pemeriksaan total coliform pada Air Siap Minum di Akademi Militer Magelang dengan Peraturan Menteri Kesehatan RI No.492/MENKES/ PER/IV/2010 tentang Persyaratan Kualitas Air Minum.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini kami ucapkan terima kasih kepada :

- Gubernur Akmil yang memberikan izin untuk peneltian
- Kakordos dan Kaprodi Teknik Sipil Pertahanan
- Staf Laboratorium UPD Laboratorium Kesehatan Kota Magelang

atas bantuan dan dukungannya dengan lancarnya pelaksanaan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Arsyad S. 2000. Konservasi Tanah dan Air. Bogor (ID): IPB Pr.[1]Atmojo T, Yuni BT, Radjasa OK, Sabdono

[BSN] Badan Standardisasi Nasional. 2005. Cara Uji Fluorida Secara Spektofotometri dengan SPADNS. SNI 06-6989-2005. Jakarta (ID): BSN

[BSN] Badan Standardisasi Nasional. 2009. Cara Uji Klorida dengan Metode Argenometri. SNI 6989.19- 2009. Jakarta (ID): BSN

[BSN] Badan Standardisasi Nasional. 2009. Cara Uji Sulfat Secara Turbidimetri. SNI 6989.20-2009. Jakarta (ID): BSN

[BSN] Badan Standardisasi Nasional. 2012. Kualitas Air-Pengambilan Contoh-Bagian 5; Pengambilan contoh air minum dari instalasi pengolahan air dan sistem jaringan distribusi perpipaan. SNI 7828- 2012. Jakarta (ID): BSN.

Fardiaz S. 1992. Polusi Air dan Udara. Yogayakarta (ID): Kansius. [KemenKesRI] Kementerian

Mutu Kesehatan Lingkungan dan Persyaratan Kesehatan Air minum Untuk Kesehatan Republik 2010. Standar Baku Indonesia.

Mutschler, E.1991. Dinamika Obat. Buku ajar farmakologi dan toksikologi, Edisi Kelima, Penerbit ITB , Bandung.

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

Kurniawan AP. 2014. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kadar Besi (Fe) padaAir Sumur Gali (Studi Penelitian di Desa Beringin Jaya Kecamatan Bolano,Kabupaten Parigi Montong, Provinsi Sulawesi Tengah) [skripsi]. Gorontalo (ID) : Universitas Negeri Gorontalo.

Casarett & Doull's. (2001). Toxicology the Basic Science of Poissons. New York: McGraww-Hill Medical Publishing Division.

Eddie, W.S. (2005). Limbah B3 dan Kesehatan. http: //www.dinkesjatim.go.id/images/datainfo/200504121503 - LIMBAH%20B-3.pdf. 18 Desember 2005.

Made Astawa,2009. Bahaya Logam Berat Pada Makanan.http://www.bmf.litbangde pkes.go.id. 30 oktober 2009

Nissan Reishi,2008. Bahaya Kontaminasi Logam.

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

Jurnal Teknik Sipil Pertahanan Vol. 10. No. 1. Jan 2023 P-ISSN 2355-1062
DOI:x.x.xxxx E-ISSN xxxx-xxxx

PENGARUH SIKAP DISIPLIN TERHADAP HASIL BELAJAR MATA KULIAH MATEMATIKA DI AKADEMI MILITER

Nur Asnah[1*], Budi Mawardi Syam[2], Frangky Silitonga[3]
[1,2] Prodi Teknik Sipil Pertahanan Kordos Akmil, Jl. Gatot Subroto no 1 Kodya Magelang
[3] Politeknik Pariwisata Batam, Jl. Gajah Mada, Tiban Lama, Kec. Sekupang, Kota Batam, Kepulauan Riau 29425
* nurasnah@niksipilhan.akmil.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh sikap disiplin terhadap hasil belajar mata kuliah matematika taruna Tk. II Akademi militer di Magelang Jawa Tengah. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Taruna Tk. II Akademi Militer. Jumlah Sampel sebanyak 82 taruna yang diambil secara acak. Variabel dalam penelitian ini adalah sikap disiplin variabel bebas dan hasil belajar mata kuliah sebagai variabel terikat. Data sikap disiplin dilakukan melalui pengamatan, sedangkan data hasil belajar diperoleh dari nilai ujian Akhir Semester. Sumber data menggunakan data sekunder analisis yang digunakan adalah uji linearitas, analisis regresi linear, uji hipotesis dan uji koefisien determinasi. Hasil analisis regresi linear menghasilkan persamaan regresi linear sederhana yaitu Y = – 85,726 + 1, 82 X. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap disiplin berpengaruh secara signifikan terhadap hasil belajar mata kuliah matematika. Sebagai implikasi dari hasil penelitian ini bahwa dengan adanya sikap disiplin yang baik dalam proses belajar mengajar pada mata kuliah mamatika dapat membuat hasil belajar dari mata kuliah matematika menghasilkan nilai yang baik pula. Dengan adanya sikap disiplin taruna baik, selain dapat menghasilkan nilai yang baik, dapat pula membuat taruna berfikir logis dalam mengambil suatu keputusan.

Kata Kunci: Sikap Disiplin, Hasil belajar, Matematika

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of discipline on the learning outcomes of Kindergarten cadets mathematics courses. II Military academy in Magelang, Central Java. This type of research is quantitative research. The population in this study were all Kindergarten Cadets. II Military Academy. The number of samples is 82 cadets taken randomly. The variables in this study are the independent variable disciplinary attitude and course learning outcomes as the dependent variable. Discipline attitude data is carried out through observation, while learning outcome data is obtained from the End of Semester exam scores. Data sources using secondary data analysis used are linearity test, linear regression analysis, hypothesis testing and coefficient of determination test. The results of the linear regression analysis yielded a simple linear regression equation, namely Y = – 85.726 + 1.82 X. The results showed that discipline had a significant effect on learning outcomes in mathematics courses. As an implication of the results of this study that with a good discipline attitude in the teaching and learning process in mathematics courses can make learning outcomes from mathematics courses produce good grades as well. With the discipline attitude of good cadets, besides being able to produce good grades, it can also make cadets think logically in making a decision.

Keywords: Discipline Attitude, Learning Outcomes, Mathematics

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

PENDAHULUAN

Pendidikan mempunyai peran yang sangat penting dalam upaya meningkatkan dan mewujudkan sumber daya manusia yang berkualitas. Keberhasilan pendidikan salah satunya ditujukan dengan semakin meningkatnya hasil belajar (Ahmadiyanto, 2016). Hasil belajar merupakan kemampuan yang diperoleh individu setelah proses belajar berlangsung, yang dapat memberikan perubahan tingkah laku baik pengetahuan, pemahaman, sikap dan keterampilan siswa sehingga menjadi lebih baik dari sebelumnya (Purwanto 2002 : 82).

Mata pelajaran matematika merupakan mata pelajaran yang harus diajarkan dalam sekolah, pada sekolah tingkat dasar, menengah, atas sampai Perguruan Tinggi. Mata pelajaran ini memberikan bekal kepada siswa tentang pemahaman dan penggunaan matematika dalam kehidupan sehari-hari. Penguasaan materi mata pelajaran ini harus dapat dipahami dengan baik sehingga siswa tidak mengalami kesulitan saat mempelajari mata pelajaran yang lainnya dan mata pelajaran ini pula yang merupakan mata pelajaran yang mendukung mata pelajaran lainnya, terutama untuk materi eksak. Matematika juga yang menjadi salah satu pelajaran yang tidak disukai bagi kebanyakan siswa karena dianggap pelajaran yang sulit dan membosankan. Dengan anggapan seperti itu membuat siswa kurang bersemangat ketika mengikuti pelajaran matematika yang akan berakibat pada hasil belajar matematika siswa kurang memuaskan atau tergolong masih rendah.

Seorang tenaga pendidik yang akan mengajar di kelas memerlukan suatu teori untuk digunakan dalam membuat suatu keputusan. Sedangkan teori belajar matematika juga diperlukan sebagai dasar untuk mengobservasi tingkah laku peserta didik dalam belajar. Kemampuan seorang tenaga pendidik dalam mengobservasi peserta didik dalam belajar merupakan sebagian factor yang akan mempengaruhi keberhasilan tenaga pendidik dalam menentukan pendekatan pembelajaran matematika yang tepat sehingga pembelajaran menjadi lebih efektif, menyenangkan dan bermakna.

Disiplin belajar merupakan unsur yang sangat penting bagi keberhasilan prestasi akademik siswa, hal ini dikarenakan disiplin belajar itu sendiri yakni serangkaian perilaku seseorang yang menunjukkan ketaatan dan kepatuhan terhadap peraturan, tata tertib norma kehidupan yang berlaku karena didorong adanya kesadaran dari dalam dirinya untuk melaksanakan tujuan belajar yang diinginkan. Disiplin belajar merupakan salah satu sikap atau perilaku yang harus dimiliki oleh siswa. Tu'u (2004:93) menyatakan pencapaian hasil belajar yang baik selain karena adanya tingkat kecerdasan yang cukup, baik, dan sangat baik, juga didukung oleh adanya disiplin sekolah yang ketat dan konsisten, disiplin individu dalam belajar, dan juga karena perilaku yang baik.

Dalam proser belajar dan mengajar sikap disiplin sangat penting dalam membentuk prilaku, sehingga prilaku tersebut sesuai dengan aturan - aturan yang telah

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

ditetapkan. Sikap disiplin dapat juga membantu peserta didik pengendalian diri, dan mengikuti dan mematuhi aturan – aturan yang berlaku di sekolah. Dengan mengikuti aturan yang berlaku erat hubungannya dengan kedisiplinan. Disiplin belajar adalah kemampuan peserta didik dan kepatuhan serdik untuk mengendalikan diri secara sadar maupun suka rela untuk menghormati, mentaati dan melaksanakan peraturan yang telah ditetapkan oleh diri sendiri ataupun orang lain, peraturan tertulis maupun tidak tertulis dalam suatu proses pembelajaran baik disiplin waktu mautun disiplin perbuatan.

Hasil belajar adalah perubahan tingkah laku pada diri seseorang yang dapat diukur dan diamati bentuk pengetahuan, sikap dan ketrampilan. Perubahan diartikan sebagai peningkatan dan pengembangan yang lebih baik dari sebelumnya (Hamalik 2007 :30). Hasil belajar dapat pula diartikan sebagai yang maksimum yang dicapai oleh siswa setelah mengaami proses belajar mengajar dalam mempelajari materi pelajaran tertentu. Hasil belajar tidak mutlak berupa nilai saja, dapat pula berupa perubahan penalaran, sikap disiplin dan ketrampilan serta sesuatu hal yang menuju pada perubahan yang positif. Hasil belajar merupakan suatu keberhasilan yang dicapai dan kemampuan yang dimiliki oleh peserta didik setelah proses belajar, baik yang kognitif, afektif, psikomoorik yang diwujudkan dalam bentuk angka yang diperoleh melalui tes yang diberikan kepada siswa setelah melalui proses pembelajaran. Hasil belajar merupakan salah satu indikator dari proses belajar.Faktor yang memengaruhi tinggi rendahnya hasil belajar siswa secara garis besar ada dua yaitu faktor dari dalam individu dan faktor dari luar individu (Siagian dalam Lestari, 2013). Adapun faktor dari dalam individu antara lain faktor kematangan atau pertumbuhan, kecerdasan, latihan, motivasi, aktivitas belajar, kemampuan dasar, sikap dan faktor pribadi. Sedangkan yang termasuk faktor dari luar individu antara lain faktor keluarga atau keadaan rumah tangga, guru dan cara mengajarnya, media yang digunakan dalam proses pembelajaran, lingkungan dan kesempatan yang tersedia serta motivasi sosial. Kedua faktor tersebut saling berinteraksi secara langsung maupun tidak langsung dalam proses belajar.

Akademi Militer (Akmil) adalah salah satu institusi pendidikan yang mencetak anak bangsa menjadi prajurit yang dipersiapkan untuk menempati posisi sebagai Perwira Angkatan Darat. Akmil sebagai tempat pembentukan perwira yang mendidik calon perwira, menyiapkan fisik, mental dan intelektual. Hasil dari peserta didik menjadi Perwira yang memiliki sifat Trisakti Wiratama yaitu kepribadian yang dapat diandalkan (tanggon), nalar yang berkembang (tanggap) dan terampil serta tangkas dalam bertindak (trengginas).

Dalam bidang pengetahuan (tanggap) Taruna harus memiliki kemampuan untuk memahami perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi serta dapat menerapkan sesuai dengan tuntutan bidang penugasannya. Salah satu mata kuliah yang mencakup bidang ilmu pengetahuan adalah mata kuliah matematika, mata kuliah ini

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

merupakan mata kuliah yang dapat mendukung mata kuliah lain. Mata kuliah Matematika yang diberikan kepada Taruna Akmil, khususnya Taruna Tingkat II. Mata kuliah matematika merupakan merupakan salah satu kecakapan yang harus dimiliki oleh Taruna karena matematika bermanfaat dalam mengembangkan berbagai ilmu baik eksakta maupun ilmu sosial, khusus logika berfikir dalam pengambilan keputusan. Taruna dituntut untuk mempelajari matematika dengan penuh kesungguhan sehingga memperoleh hasil belajar yang baik. Selain itu matematika merupakan ilmu dasar yang dapat membuat taruna berfikir nalar dan tanggap dalam mengambil suatu keputusan apabila telah menjadi seorang perwira.

METODE

Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2017:7) adalah penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, sebagai penelitian yang memenuhi kaidah ilmiah secara konkrit, obyektif, rasional, sistematis dan terukur. Metode ini bertujuan untuk menguji suatu hipotesis yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data dengan menggunakan instrument penelitian, serta analisis serta analisis data yang bersifat kuantitatif dengan menggunakan statistika. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang berupa angka-angka dengan perhitungan statistik yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah dibuat.

Menurut Indrawati (2015 : 124), operasional variabel merupakan bagian – bagian terkecil yang dapat diketahui klasifikasi ukurannya, melalui proses menurunkan variabel yang terkandung di dalam masalah penelitian, sehingga dapat mempermudah dalam mendapatkan data yang diperlukan dalam suatu penelitian. Variabel – variabel pada penelitian ini adalah adalah:

a. Variabel Independen atau variabel bebas (X). Variabel independen menurut Sugiyono (2017 : 39) adalah variable yang menjadi sebab perubahannya atau variabel yang mempengaruhi, yang akan mengakibatkan timbulnya variabel terikat. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Sikap Disiplin.

b. Variabel Dependen atau variabel terikat (Y). Variabel terikat menurut Sugiyono (2017 ;39) adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi sebab akibat dari variabel bebas. Variabel bebas sering disebut sebagai variabel output. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah hasil belajar mata kuliah matematika.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari penelitian ini adalah :

a. Uji linearitas. Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel atau lebih yang diuji mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linier.

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

Dasar pengambilan uji linearitas adalah:

Dari hasil penelitian maka dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut: Y = – 85,726 + 1, 82 X

Keterangan:

Y = Nilai Matematika

X = Sikap disiplin

Tabel 1 Hasil Uji Linearitas Variabel Sikap Displin dengan Variabel Hasil Nilai Matematika

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Nilai * sikap	Between Groups	(Combined)	25359.431	23	1102.584	3.192	.000
		Linearity	19643.924	1	19643.924	56.863	.000
		Deviation from Linearity	5715.507	22	259.796	.752	.767
	Within Groups		20036.679	58	345.460		
	Total		45396.110	81			

Berdasarkan tabel di atas hasil uji linearitas diketahui bahwa nilai siqnifikansi (P *value Sig*.) pada baris *Deviation from Linearitas* sebesar 0, 767. Karena nilai siqnifikansi lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel sikap disiplin (X) dan Hasil belajar pelajaran matematika (Y) terdapat hubungan yang linier.

b. Pengujian Hipotesis

1) Analisa Regresi Linier

Regresi linier bertujuan untuk mengetahui koefisien regresi terhadap dua variabel atau lebih. Hasil dari pengolahan data penelitian ini adalah:

Tabel 2 Hasil Perhitungan Regresi linier

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-85.726	4.209		-20.367	.000
	Sikap	1.820	.053	.968	34.323	.000

Dependent Variable: Nilai Matematika

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa:

a) Konstanta sebesar – 85,726 menyatakan bahwa jika variabel bebas X sama dengan nol maka nilai Y adalah – 85,726. Artinya nilai Matematika tanpa sikap disiplin bernilai negatif.

b) X : Koefisien regresi variabel sikap disiplin sebesar 1,82. Artinya jika variabel sikap disiplin bertambah satu maka keputusan hasil nilai matematika sebesar (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,719.

2) Uji Hipotesa

Sikap Disiplin berpengaruh secara positif dan siqnifikan terhadap nilai matematika. Variabel sikap disiplin memiliki nilai t hitung sebesar 34,323 dengan nilai siqnifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05) maka

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

keputusannya adalah menolak H_0 dan menerima H_1, yang berari variabel sikap disiplin berpengaruh siqnifikan terhadap hasil nilai matematika. Berdasarkan hasil dari uji F diperoleh nilai sebesar 3,16 dengan taraf siqnifikansi 0,000 < 0,05. Maka keputusannya H0 ditolak, H1 diterima, yang artinya variabel Sikap disiplin berpengaruh terhadap hasil nilai matematika.

3) Koefisien Determinasi

Tabel 3. Hasil Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.968[a]	.936	.936	5.46776

a. Predictors: (Constant), Sikap
b. Dependent Variable: Nilai

Angka koefisien korelasi (R) sebesar 0,968 terletak pada rentang 0,75 < R ≤ 0,99 (korelasi sangat kuat). Dari hasil uji koefisien determinasi *(R Square*) sebesar 0,936 (93,6 %). Nilai tersebut menunjukkan bahwa konstribusi Sikap Disiplin terhadap hasil belajar matematika sebesar (93,6 %) sedangkan sisanya sebesar 6,4 % dihasilkan oleh faktor lain yang mempengaruhi hasil belajar matematika yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Sikap disiplin taruna terhadap mata kuliah matematika dapat dilihat dari cara taruna bereaksi dengan mata kuliah matematika, sehingga akan muncul taruna yang bersikap positif maupun negatif terhadap mata kuliah matematika. Implikasinya adalah taruna yang bersikap positif terhadap mata kuliah matematika akan antusias mempelajari matematika karena beranggapan bahwa matematika adalah pelajaran yang bermanfaat, dan merupakan materi pendukung untuk mata kuliah lain, baik mata kuliah militer maupun mata kuliah eksak. Selain itu dengan adanya sikap disiplin yang tinggi, akan membantu taruna tidak melakukan pelanggaran, atau mengurangi tingkat pelanggaran yang dilakukan oleh taruna, pemahaman di dalam mata kuliah matematika adalah taruna harus disiplin dalam menyelesaikan permasalahan pada mata kuliah matematika agar mendapatkan hasil baik, sedangkan taruna yang bersikap negatif terhadap pelajaran matematika akan menganggap matematika pelajaran yang tidak menarik, membosankan dan tidak bermanfaat, taruna tidak akan bersikap disiplin dalam menyelesaikan permasalahan pada mata kuliah matematika.

KESIMPULAN

Terdapat pengaruh yang siqnifikan sikap disiplin Taruna Tk. II Akademi militer terhadap hasil belajar mata kuliah matematika dan mempunyai hubungan yang sangat kuat dari sikap disiplin dengan hasil belajar mata kuliah matematika.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmadiyanto, 2016. Meningkatkan Aktivitas Dan Hasil Belajar Siswa Menggunakan Media Pembelajaran Ko-Ruf-Si (Kotak Huruf Edukasi) Berbasis Word Square Pada Materi Kedaulatan Rakyat Dan Sistem Pemerintahan Di Indonesia Kelas

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

VIIIc SMP Negeri 1 Lampihong Tahun Pelajaran 2014/2015. Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan: Volume 6, Nomor 2, Nopember 2016.

Indrawati, 2015. Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis, Bandung : PT Refika Aditama.

M. Ngalim Purwanto, 2002. Psikologi Pendidikan. Bandung, Remaja Rosda Karya.

Omear Hamalik, 2007. Proses Belajar Mengajar, Jakarta: Bumi Aksara.

Santhy Rahmawati Putri, Sri Wahyuni, Pudjo Suharso, 2017. Penggunaan Media Pembelajaran Edmodo Untuk Meningkatkan Aktivitas Dan Hasil Belajar Siswa Kelas X Pemasaran Di SMK Negeri 1 Jember Tahun Ajaran 2016/2017 Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosial Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jember

Siagian, Sondang, P., 2013. Manajemen Sumber daya Manusia, Jakarta: Bumi Aksara.

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

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

Jurnal Teknik Sipil Pertahanan Vol. 10. No. 2. Juli 2023 P-ISSN 2355-1062
DOI:x.x.xxxx E-ISSN 2985-5020

PENGARUH PENAMBAHAN LIMBAH SERBUK KAYU DAN ZAT ADITIF $NANO_3$ TERHADAP KUAT TEKAN DAN TARIK BELAH BETON

Achmad Munir Ritonga[1], Khairul Muslim[2], Frangky Silitonga[3]
[1,2] Prodi Teknik Sipil Pertahanan, Akademi Militer, Jl. Jend. Gatot Soebroto No.1, Banyurojo, Kec. Mertoyudan, Kabupaten Magelang, Jawa Tengah 56172
[3]Politeknik Pariwisata Batam, Jl. Gajah Mada, Tiban Lama, Kec. Sekupang, Kota Batam, Kepulauan Riau 29425
[1]amritonga@gmail.com, [2]serdaduintelek@gmail.com, [3]frangky@btp.ac.id

ABSTRAK

Limbah serbuk kayu didalam penanganannya masih dibutuhkan banyak perhatian khusus, agar limbah ini tidak mencemari lingkungan. Salah satu usaha untuk memanfaatkan limbah serbuk kayu tersebut, penulis akan mencampurkan serbuk kayu ke dalam campuran beton. Zat aditif $NaNO_3$ bersifat accelerator ditambahkan pada campuran ini untuk membantu proses pengerasan pada beton. Dalam pembuatan benda-benda uji menggunakan bahan-bahan antara lain semen gresik, pasir dari merapi, kerikil, air, serbuk kayu, dan zat aditif $NaNO_3$. Alat yang digunakan untuk pengujian beton yaitu *compression machine,* alat ini digunakan didalam pengujian uji kuat tekan beton dan uji tarik belah beton. Dari hasil pengujian dihasilkan nilai untuk kuat tekan rata-rata beton umur 3 hari dengan 0%, 3%, 5% serbuk kayu berturut-turut adalah 9.71 MPa, 3.68 MPa,1.60 MPa. Untuk kuat tekan rata-rata beton umur 7 hari dengan 0%, 3%, 5% serbuk kayu berturut-turut adalah 12.92 MPa, 6.12 MPa, 3.67 MPa sedangkan untuk kuat tekan rata-rata beton umur 28 hari berturut-turut adalah 24.90 MPa, 15.37 MPa, 9.52 MPa. Untuk nilai rata-rata uji Tarik belah beton kubus umur 28 hari dengan kadar serbuk kayu 0%, 3%, 5% adalah 2.79 MPa, 0.72 MPa, 0.10 Mpa. Maka dari data tersebut diperoleh kesimpulan bahwa beton dengan campuran 3% serbuk kayu dapat dikategorikan sebagai beton ringan karena memiliki berat jenis kurang dari atau sama dengan 2200 kg/cm3 dan bisa dijadikan sebagai beton non structural karena memiliki f'c > 15 MPa.

Kata kunci: Uji tekan, tarik belah, beton, limbah serbuk kayu, $NaNO_3$.

ABSTRACT

Waste wood dust in handling still takes a lot of special attention, so that the waste does not pollute the environment. One attempt to utilize the waste sawdust, wood shavings author will mix into the concrete mix. NaNO3 accelerator additives are added to this mixture to help the process of hardening of the concrete. In making specimens using materials include gresik cement, sand from Merapi, gravel, water, sawdust, and additives NaNO3. The tools used for testing concrete is compression machine, the tool is used in the testing of concrete compressive strength test and tensile test concrete sides. From the test results generated value for the average compressive strength of concrete at 3 days with 0%, 3%, 5% respectively sawdust is 9.71 MPa, 3.68 MPa, 1.60 MPa. For the average compressive strength of the concrete life of 7 days with 0%, 3%, 5% respectively sawdust is 12.92 MPa, 6:12 MPa, 3.67 MPa while the average compressive strength of concrete age of 28 consecutive days was 24.90 MPa , 15:37 MPa, 9:52 MPa. For the average value Pull apart the concrete test cube 28 days with sawdust levels of 0%, 3%, 5% is 2.79 MPa, 0.72 MPa, 0:10 MPa. So from these data it is concluded that concrete with a mixture of 3% sawdust can be categorized as a lightweight concrete because it has a specific gravity of less than or equal to 2200 kg / cm 3 and can be used as a non-structural concrete as it has f'c> 15 MPa.

Keywords: Test press, pull apart, concrete, waste sawdust, NaNO3

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

PENDAHULUAN

Beton merupakan bahan yang banyak digunakan dan menjadi unsur utama pada bangunan. Kelebihan beton antara lain memiliki kuat tekan yang tinggi dibanding kuat tariknya, mudah dibentuk, tidak memerlukan perawatan khusus, bahan susun mudah didapat dari alam sekitar, dan lebih awet dibandingkan bahan bangunan lain. Semakin banyak beton digunakan sebagai bahan penyusun struktur beton, maka mendorong para peneliti untuk mengembangkan material maupun cara pembuatan beton. Meskipun demikian, karena sifatnya yang getas (*brittle*) dan praktis tidak mampu menahan tegangan tarik karena tegangan tariknya relatif kecil, bahan tersebut punya keterbatasan dalam penggunaannya. Dalam praktek, kedua sifat kurang baik dari beton tersebut memang dapat dihindari pengaruhnya dengan pemakaian tulangan baja dengan baik dan benar. Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, banyak penelitian yang telah dilakukan untuk memperbaiki sifat-sifat beton terutama dari segi kekuatannya menahan beban, daya tahan, keawetan, dan kemudahan pengerjaannya. Usaha untuk melakukan peningkatan mutu dan kekuatan beton diantaranya dengan menambahkan zat aditif atau dengan menambahkan serbuk kayu (limbah gergaji) kedalam campuran beton.

Dalam pembuatan beton untuk mengurangi rongga – rongga udara pada beton, dan mengusahakan agar beton lebih kedap air. Maka perlu menguji pemakaian serbuk gergaji sebagai filler atau pengisi pori – pori beton agar lebih kedap air dan ditambah dengan tambahan zat aditif $NaNO_3$ agar mempercepat proses pengeringan beton.

Dari permasalahan tersebut perlu diteliti. Pengaruh Penambahan Limbah Gergaji dan Zat Aditif $NaNO_3$ terhadap Kuat Tekan dan Tarik Belah Beton.

METODE

Penelitian ini dilakukan di Laboratorium Bahan Banguna Diploma Teknik Sipil Sekolah Vokasi Universitas Gajah Mada, dengan benda uji Beton Silinder 150 mm x 300 mm dan Beton Kubus 150 mm x 150 mm, dengan tambahan 1% zat aditif $NaNO_3$ dan serbuk gergaji dengan variatif campuran antara lain: 0%, 3% , dan 5%. Penelitian yang dilakukan di Laboratorium adah pengujian kuat tekan dan pengujian Tarik belah.

Tahap Penelitian

1. Tahapan persiapan pada penelitian ini meliputi : penyiapan bahan dan pemeriksaan bahan dan pereaktif-an serbuk kayu.
2. Tahap Pembuatan Benda Uji: Membuat benda uji dengan bentuk beton yang dicampur serbuk gergaji dengan variasi 0%, 3%, dan 5% dan campuran zat aditif $NaNO_3$ sebanyak 1% di tiap-tiap variasinya Bentuk cetakan Beton silinder dan kubus:
   a) Beton silinder (150 x 300mm)
   b) Beton kubus (150x50x150mm)
3. Melakukan pengujian kuat tekan beton dan kuat Tarik belah beton
4. Perawatan benda uji beton dan mortar selama 28 hari.
5. Melakukan analisis data sesuai dengan hasil pengujian kuat tekan beton dan kuat Tarik belah beton.

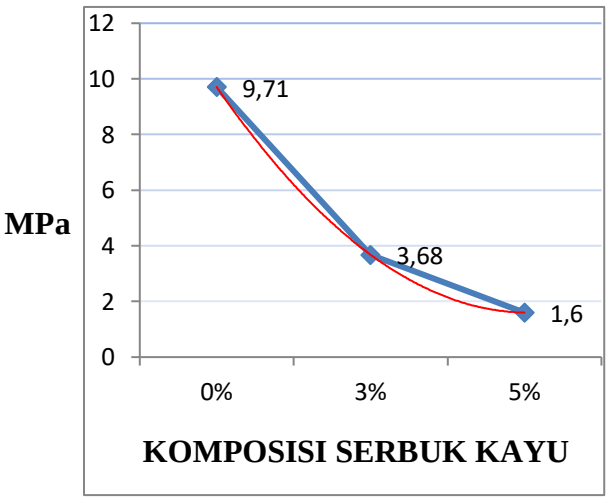
Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pengujian Kuat Tekan Silinder Beton

Untuk nilai kuat tekan benda uji, menggunakan silinder beton berukuran 150 mm x 300 mm sebagai sampel pengambilan data sebanyak 27 benda uji disesuaikan dengan jenisnya masing - masing. Dimana datanya diambil setelah sampel benda uji berumur 3 hari, 7 hari dan 28 hari. Pengujian dilakukan dengan kapasitas maksimum 2000 kN. Sebelum ditekan benda uji diukur panjang awal (P) dan luas tekan (A). Pembebanan dilakukan hingga benda uji pecah dan dicatat beban yang memecahkannya (beban maksimum). Hasil pengujian dengan umur beton 3 hari disajikan pada gambar (1) sebagai berikut:

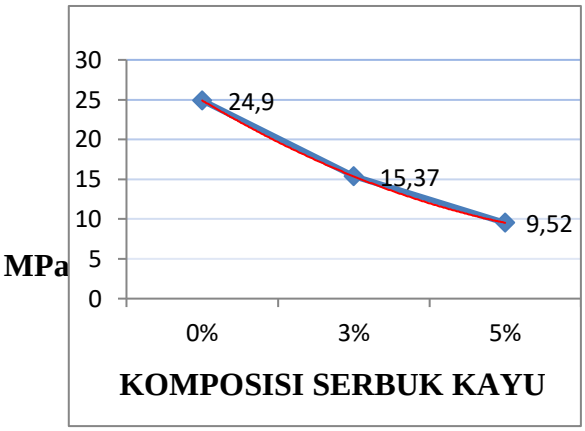
Hasil Uji Kuat Tekan Beton Silinder Umur 3 Hari.



Gambar (1). Gambar Grafik Hasil Uji Kuat Tekan Beton Silinder Umur 3 Hari.
Sumber : Data Primer 2015

Hasil uji kuat tekan beton silinder umur 7 hari pada gambar (2). dibawah ini:

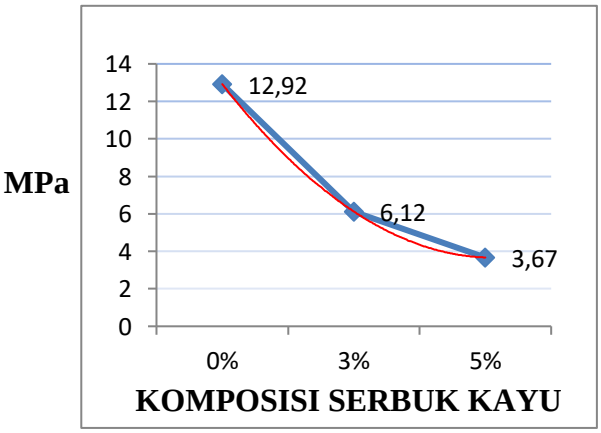
Hasil Uji Kuat Tekan Beton Silinder Umur 7 Hari.



Gambar (2). Gambar Grafik Hasil Uji Kuat Tekan Beton Silinder Umur 7 Hari.
Sumber : Data Primer 2015

Hasil uji kuat tekan beton silinder umur 28 hari pada gambar (3). dibawah ini:

Hasil Uji Kuat Tekan Beton Silinder Umur 28 Hari.



Gambar (3). Gambar Grafik Hasil Uji Kuat Tekan Beton Silinder Umur 28 Hari.
Sumber : Data Primer 2015

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

HASIL PENGUJIAN TARIK BELAH BETON

Pengujian Tarik Belah dilakukan dengan memasukkan adukan kedalam cetakan yang sudah dilumasi 1/3demi 1/3 tinggi cetakan, tiap 1/3 tinggi dijatuhi stick 10 kali dengan tinggi jatuh 500 mm, ratakan permukaannya dan beri tanda serta tanggal pembuatannya, setelah 24 jam cetakan dilepas, rendam silinder box di dalam curing box selama 28 hari, letakkan silinder dalam rangka blade, tekan dengan menggunakan *compression machine*, catat beban max saat silinder terbelah, hitung kuat tarik beban beton dengan persamaan (1) :

$$Fs = \frac{P}{LxL} MPa \text{ .....(1)}$$

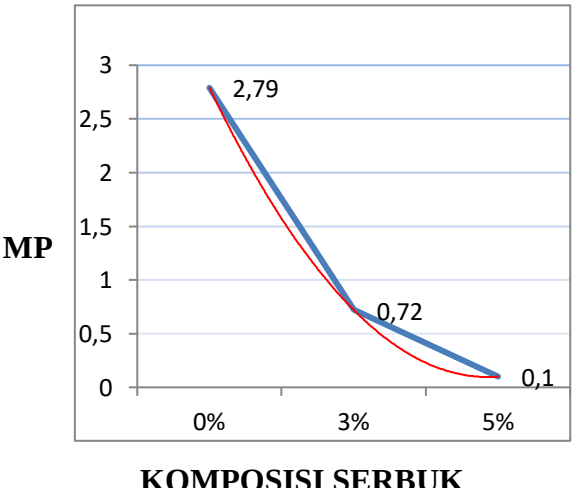
Keterangan :

P = Beban max (N)

L = Panjang silinder (mm)

Hasil Uji Tarik Belah Beton Kubus Umur 28 hari pada gambar (4). dibawah ini:

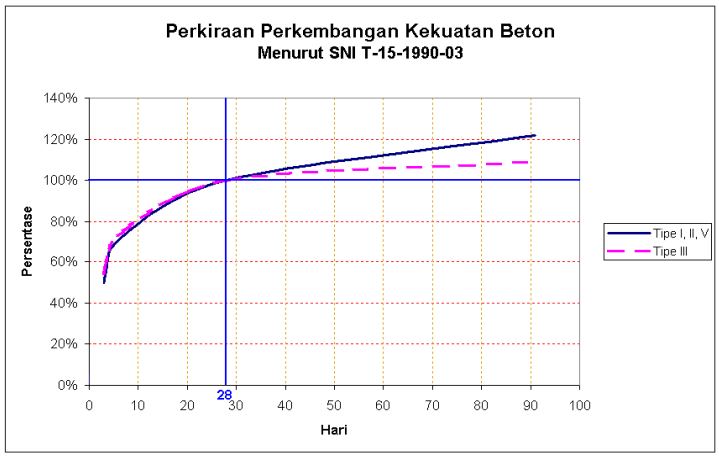
Hasil Hasil Uji Tarik Belah Beton Kubus Umur 28 hari



Gambar (4). Grafik Hasil Uji Tarik Belah Beton Kubus Umur 28 hari.
Sumber : Data Primer 2015

PEMBAHASAN

Perkiraan perkembangan Kekuatan beton normal Menurut SNI T-15-1990-03 adalah pada Gambar (5)



Gambar (5). Grafik perkiraan perkembangan kekuatan beton
Sumber : SNI T-15-1990-03

Terlihat dari Gambar Grafik diatas bahwa kekuatan beton normal tanpa campuran dan tambahan zat aditif apapun saat beton berumur 3 hari adalah sebesar 46 %, saat beton berumur 7 hari adalah sebesar 70 % dan saat beton berumur 28 hari adalah sebesar 100%.Dibawah ini merupakan Tabel (1) Nilai Perbandingan Kuat Tekan Beton Normal pada Berbagai Umur untuk Benda Uji Silinder

Tabel (1). Nilai Perbandingan Kuat Tekan Beton Silinder Normal

no	Umur beton	3	7	14	21	28
1	Semen Portland type 1	0.46	0.70	0.88	0.96	1.00

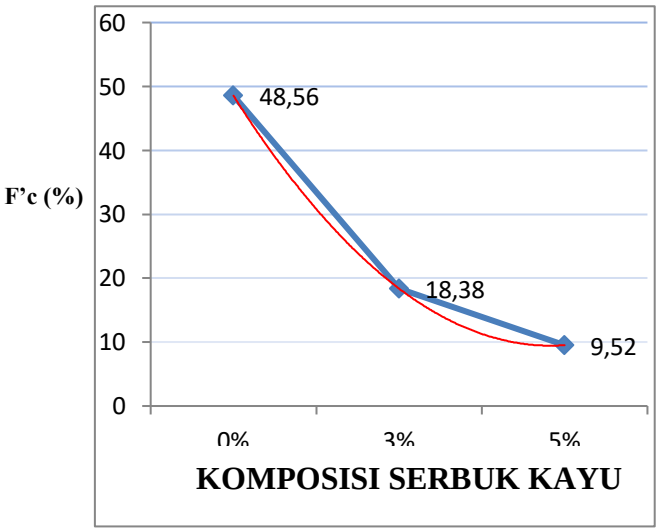
Sumber: SNI T-15-1990-03

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

Beton tidak menggunakan bahan tambahan ataupun agregat ringan Kuat tekan beton normal umur 28 hari yang disyaratkan pada penelitian ini adalah f'c=20 Mpa

Dari hasil uji tekan beton sebanyak 27 buah beton silinder Dan uji tarik belah dengan 9 buah beton kubus dengan tambahan 1% zat aditif $NaNO_3$ di tiap campuran dengan tambahan serbuk gergaji dengan variasi 0%, 3%, 5%. Berikut Perbandingan kuat tekan beton umur 3 hari pada gambar (6) dibawah ini:

Perbandingan Kuat Tekan Beton umur 3 Hari



Gambar (6) Grafik Perbandingan Kuat Tekan Beton Umur 3 Hari
Sumber : Data Primer 2015

Berikut nilai Perbandingan Kuat tekan yang tertulis di dalam Tabel (2), sebagai berikut:

Tabel (2) Perbandingan kuat tekan beton umur 3 hari

No	Serbuk gergaji	beton	MPa	Kuat tekan (%)	Kuat tekan rata-rata(%)
1	0%	1	9.05	45.25	48.56
		2	10.19	50.95	
		3	9.90	49.5	
2	3%	1	3.39	16.95	18.38
		2	3.96	19.8	
		3	3.68	18.4	
3	5%	1	1.41	7.05	7.98
		2	1.69	8.45	
		3	1.69	8.45	

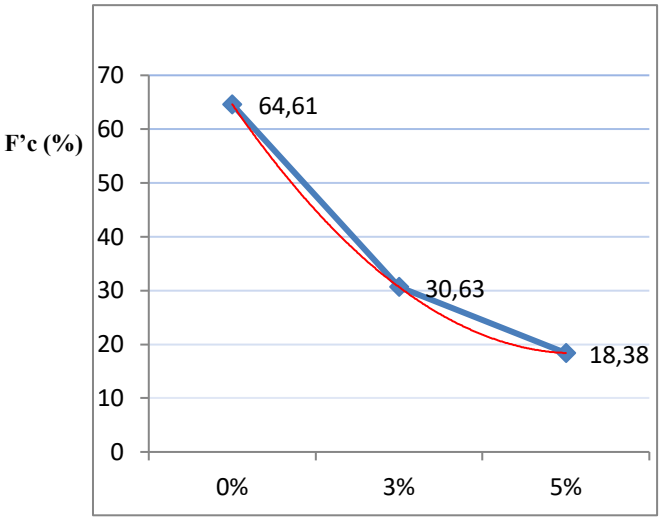
Sumber: Data Primer, 2015

Dari Tabel (2) diketahui bahwa kuat tekan beton umur 3 hari yang telah dicampur zat aditif $NaNO_3$ sebesar 1% pada kadar serbuk gergaji 0% telah mencapai 48%., dan pada kadar 3% serbuk gergaji mencapai 18% sedangkan 5% serbuk gergaji baru mencapai 7.98% . Pada saat ini beton yang baru berumur 3 hari dan telah dicampur 1% zat aditif namun dengan 0% campuran serbuk gergaji ternyata memiliki kuat tekan 48%, berarti beton tersebut 2% lebih besar kuat tekannya dibandingkan beton normal umur 3 hari.yang kuat tekannya sebesar 46%. Hal tersebut menunjukkan bahwa dengan diberikannya zat aditif $NaNO_3$ sebesar 1% dapat meningkatkan kekuatan tekan di awal (pada umur 3 hari).

Berikut Perbandingan kuat tekan beton umur 7 hari pada gambar (7) dibawah ini:

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

Perbandingan Kuat Tekan Beton umur 7 Hari

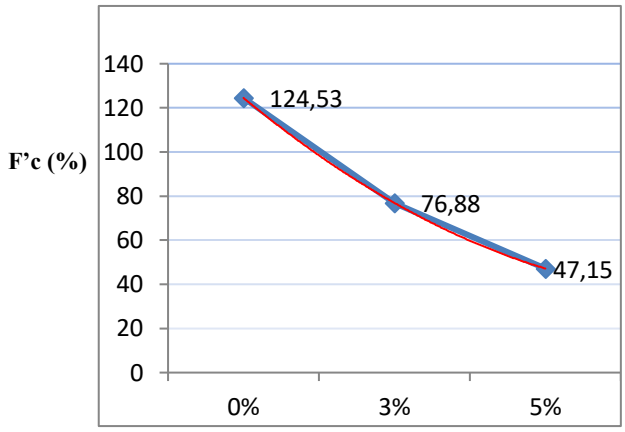


Gambar (7) Grafik Perbandingan Kuat Tekan Beton Umur 7 Hari
Sumber : Data Primer 2015

Dari gambar (7). diketahui bahwa kuat tekan beton umur 7 hari yang telah dicampur zat aditif $NaNO_3$ sebesar 1% pada kadar serbuk gergaji 0% telah mencapai 64 %., dan pada kadar 3% serbuk gergaji mencapai 30.63 % sedangkan 5% serbuk gergaji baru mencapai 18.38%. Pada saat ini beton yang baru berumur 7 hari dan telah dicampur 1% zat aditif namun dengan 0% campuran serbuk gergaji ternyata memiliki kuat tekan 64%, berarti beton tersebut 6% lebih kecil kuat tekannya dibandingkan beton normal umur 7 hari.yang kuat tekannya sebesar 70%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa penambahan zat aditif $NaNO_3$ sebesar 1% sudah tidak berpengaruh terhadap peningkatan kuat tekan pada umur 7 hari.

Berikut Perbandingan kuat tekan beton umur 28 hari pada gambar (8) dibawah ini:

Perbandingan Kuat Tekan Beton umur 28 Hari



Gambar (8). Grafik Perbandingan Kuat Tekan Beton Umur 28 Hari
Sumber : Data Primer 2015

Dari Gambar (8) diketahui bahwa kuat tekan beton umur 28 hari yang telah dicampur zat aditif $NaNO_3$ sebesar 1% pada kadar serbuk gergaji 0% telah mencapai 124%., dan pada kadar 3% serbuk gergaji mencapai 76 % sedangkan 5% serbuk gergaji baru mencapai 47% . Pada saat ini beton yang baru berumur 28 hari dan telah dicampur 1% zat aditif namun dengan 0% campuran serbuk gergaji ternyata memiliki kuat tekan 124 %, berarti beton tersebut 24% lebih besar kuat tekannya dibandingkan beton normal umur 28 hari.yang kuat tekannya sebesar 100%.

Dari data kuat tekan pada umur 3 hari, 7 hari dan 28 hari tampak bahwa penambahan serbuk gergaji tidak meningkatkan kuat tekan betonnya, bahkan kuat tekan beton mengalami penurunan seiring bertambahnya persentase serbuk gergaji. Pada uji tarik belah didapatkan data sebagai berikut:

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

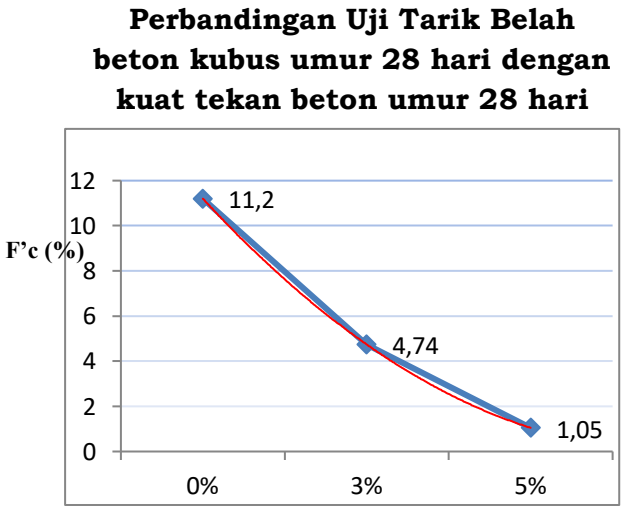
Tabel (3). Perbandingan Uji Tarik Belah beton kubus umur 28 hari dengan kuat tekan beton umur 28 hari

NO	Benda Uji	campuran	Fct rata-rata(MPa)	Fct (%)
1	Beton Kubus	0%	2.79	11.20
2	Beton Kubus	3%	0.72	4.74
3	Beton Kubus	5%	0.10	1.05

Sumber: Data Primer, 2015

Dari data tersebut didapatkan uji Tarik belah beton kubus umur 28 hari dengan campuran 0% serbuk kayu adalah 2.79 MPa, 3% adalah 0.72 MPa dan 5% adalah 0.10 MPa.

Berikut Uji Tarik Belah beton kubus umur 28 hari dengan kuat tekan beton umur 28 hari pada gambar (8) dibawah ini:



Gambar (8). Gambar Grafik Perbandingan Uji Tarik Belah beton kubus umur 28 hari dengan kuat tekan beton umur 28 hari
Sumber : Data Primer 2015

Dari data diatas tampak bahwa penambahan serbuk gergaji tidak meningkatkan kuat tarik belah betonnya, bahkan kuat tarik belah beton mengalami penurunan seiring bertambahnya persentase serbuk gergaji.

KESIMPULAN

Dari hasil uji tekan beton sebanyak 27 buah beton silinder dan uji tarik belah dengan 9 buah beton kubus dengan tambahan 1% zat aditif $NaNO_3$ di tiap campuran dengan tambahan serbuk gergaji dengan variasi 0%, 3%, 5%, maka diperoleh kesimpulan yaitu:

a. Penggunaan serbuk gergaji berpengaruh dalam kerapatan rongga udara pada beton sehingga apabila ditambahkan serbuk gergaji beton akan mengalami penurunan kuat tekan atau mutu betonnya.
b. Penggunaan zat additive $NaNO_3$ berpengaruh dalam peningkatan kuat tekan beton hanya pada saat beton berumur 3 hari, yaitu mengalami peningkatan 2% lebih besar kuat tekannya dibandingkan oleh beton normal umur 3 hari, sedangkan pada saat beton berumur 7 hari beton sudah tidak mengalami peningkatan kuat tekannya.
c. Beton yang berumur 28 hari dan telah dicampur 1% zat aditif dengan 0% campuran serbuk gergaji ternyata memiliki kuat tekan 124 %, ini berarti beton tersebut memiliki kuat tekan yang sama dengan beton normal yang berumur 90 hari.
d. Dari hasil penelitian didapatkan hasil bahwa beton dengan campuran 3% serbuk kayu dapat dikategorikan sebagai beton ringan karena memiliki berat jenis kurang dari atau sama dengan 2200 kg/cm^3 dan bisa dijadikan sebagai

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

beton non structural karena memiliki f'c > 15 MPa.

e. Dari hasil penelitian didapatkan perbandingan Tarik belah beton kubus dengan kuat tekan beton silinder umur 28 hari dengan campuran 0% serbuk kayu adalah 11.20%, 3% serbuk kayu adalah 4.74% dan 5% serbuk kayu adalah 1.05%, seluruhnya memiliki nilai dibawah 15 % dari kuat tekan betonnya.

f.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang memberikan bantuan dan pendanaan dalam pelaksanaan penelitian ini. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada Akmil, dosen pembimbing, dan pengasuh atas pemublikasian artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

Arif, 2006, Pengaruh Penambahan Fiber Serabut Kelapa Terhadap Kuat Geser Balok Beton Bertulang, Tugas Akhir, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Yogyakarta.

Danusaputro, 1978, Hukum Lingkungan, Buku I, Bina Cipta, Bandung.

Febriyatno, Hendry, Pemanfaatan Limbah Bahan Padat Sebagai Agregat Kasar Pada Pembuatan Beton Normal, Jurusan Teknik Sipil, Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan, Universitas Gunadarma, Jakarta.

Felix Yap, K.H., 1964, Konstruksi Kayu, Penerbit Bina cipta, Bandung.

Gargulak, J.D, Bushar, L.L. & Sengupta, A.K. 2001.Ammoxidized lignosulfonate cement dispersant, US-Patent: US 6,238,475 B1.

Khairat, Yelmida, Amun Amri, 2009, Studi Pemanfaatan Serbuk Gergaji Sebagai Bahan Baku Pembuatan Sodium Lignosulfonat dan Aplikasinya Untuk Meningkatkan Kekuatan Beton Mortar, Jurusan Teknik Kimia, Fakultas Teknik, Universitas Riau, Pekanbaru.

Krisnamurti, Pengaruh Ukuran Maksimum Agregat Tempurung Kelapa Terhadap Kua t TekanCampuran Beton, Jurnal-Ilmu Teknik-Sistem, Fakultas Teknik Universitas Jember.

Mulyono Tri, 2003 : Teknologi Beton, Penerbit Andi Yogyakarta

Murdock, L.J, 1979, Bahan dan Praktek Beton, Erlangga, Jakarta

Paul Nugraha & Antoni, Teknologi Beton dari Material, Pembuatan, ke Beton Kinerja Tinggi, Andi Offset, Yogyakarta. 2007

Peraturan Beton Indonesia N.I-2, 1971, Departemen Pekerjaan Umum dan Tenaga Listrik Direktorat Jendral Cipta Karya, Bandung.

Sagel, R.Ing, DKK, 1993, Pedoman Pengerjaan Beton (Berdasarkan SKSNI T-15-1991-03),Erlangga, Jakarta

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

Siswadi, Alfeatra Rapa, Dhian Puspitasari, Pengaruh Penambahan Serbuk Kayu Sisa Penggergajian Terhadap Kuat Desak Beton, Jurnal Teknik Sipil, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

SNI 03-2847-2002, Tata Cara Perhitungan Struktur Beton Untuk Bangunan Gedung, Bandung. 2002.

Standar Nasional Indonesia SK . SNI S 04-1989 F, 14, tentang jenis air yang baik digunakan untuk pembuatan beton

Standar Nasional Indonesia SK . SNI no: 1737-1989 F, tentang agregat

Susanto, H. 1998. ”Pengembangan proses pemisahan furfural dari black liquor pemasakan tandan kosong sawit dalam pelarut organik”. Prosiding Fundamental dan Aplikasi Teknik Kimia 1998, ITS Surabaya.

Tjokrodimulyo, Kardiyono, DKK, Pemanfaatan Kulit Ale-Ale Sebagai Agregat Kasar Dalam Pembuatan Beton, Jurusan Teknik Sipil dan

Lingkungan, Fakultas Teknik, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.

Yarman, Edy, 2010, Analisis Kuat Tekan Beton Menggunakan Agragat Kasar Cangkang Sawit, Tugas Akhir, Jurusan Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Pasir Pengaraian.

http://www.academia.edu/5541241/_admixture_bahan_tambah_untukcampuran_beton, di akses pada tanggal 01 Oktober 2014, pukul 09.17 wib

http://tukangbata.blogspot.com/2013/02/pengertian-agregat-dan-klasifikasinya.html, di akses pada tanggal 15 September 2014, pukul 08.50 wib.

http://www.ilmusipil.com/air-yang-baik-sebagai-bahan-bangunan,di akses pada tanggal 13 September 2014, pukul 09.19 wib.

http://www.ilmusipil.com/cara-menghitung-kebutuhan-pasir-dan-semen, di akses pada tanggal 15 September 2014, pukul 09.14 wib.

http://www.ilmusipil.com/klasifikasi-agregat, di akses pada tanggal 15 September 2014,pukul 09.00 wib.

http://www.ilmusipil.com/pengertian-beton-adalah, di akses pada tanggal 15 September 2014,pukul 09.13 wib.

http://www.kajianpustaka.com/2013/03/limbah-kayu.html,diakses pada tanggal 3 november 2014, pukul 21.43 wib

http://www.panintisar.indonetwork.co.id, diakses pada tanggal 02 januari 2015, pukul 20.00 wib.

http://www.tukangbata.blogspot.com, diakses pada tanggal 02 januari 2015,pukul 20.00 wib.

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

DIMENSI, Volume 12 Nomor 1 : 212-229
MARET 2023
ISSN: 2085-9996
https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/jurnaldms

STRATEGI BRANDING 'TERPIKAT PULAU PENYENGAT' SEBAGAI DESTINASI WISATA SEJARAH, BUDAYA & RELIGI DI KEPULAUAN RIAU

BRANDING STRATEGY 'CREASED IN PENTINGAT ISLAND' AS A HISTORICAL, CULTURAL & RELIGIOUS TOURISM DESTINATION IN THE RIAU ISLANDS

Eva Amalia[1], Supardi[2], Arina Luthfini Lubis[3]
[1](*Manajemen Kuliner, Politeknik Pariwisata Batam, Indonesia)*
[2,3](*Manajemen Divisi Kamar, Politeknik Pariwisata Batam, Indonesia)*
[1]*eva@btp.ac.id* ,[2]*supardi@btp.ac.id*,[3]*arina@btp.ac.id*

Abstrak

Pulau Penyengat adalah destinasi wisata budaya, sejarah sekaligus wisata religi unggulan dengan warisan sejarah Kerajaan Melayu Riau – Lingga – Johor- Pahang yang belum optimal pengelolaannya. Tingkat kunjungan ke Pulau Penyengat sendiri belum optimal dibandingkan dengan tingkat kunjungan ke Tanjungpinang sebagai ibukota Provinsi Kepulauan Riau yang berada pada satu wilayah administratif. Belum optimalnya kunjungan ke destinasi Pulau Penyengat tersebut harus dicarikan solusi mengingat potensi tourism heritage yang cukup besar seharusnya menjadi nilai jual. Tagline 'Terpikat Pulau Penyengat' dapat menciptakan suatu re-branding yang lebih efektif dan memiliki daya jangkau pemasaran yang lebih luas serta memberikan nilai tambah terhadap Pulau Penyengat sebagai suatu destinasi wisata. Peningkatan fasilitas dan sarana-prasarana pendukung destinasi akan meningkatkan minat untuk berkunjung yang juga meningkatkan visit to destination. Re-branding tersebut seyogyanya harus dipersiapkan terlebih dahulu dengan peningkatan percepatan perencanaan dan pengembangan Pulau Penyengat melalui sinergi dan kolaborasi antar pemangku kepentingan di bidang Pariwisata dengan pendekatan partisipatif dan kolaboratif. Perencanaan yang matang, terintegrasi dan berkesinambungan dan tetap mengedepankan nilai-nilai agama, budaya dan sosial yang sudah berkembang pada masyarakat Pulau Penyengat serta kerjasama semua pihak dalam menanggulangi dampak negatif secara langsung maupun tidak langsung adalah kunci untuk memajukan destinasi wisata tersebut.

Kata Kunci: *Rebranding; Tagline; Pulau Penyengat; Destinasi Wisata*

Abstract

Penyengat Island is a leading cultural, historical and religious tourism destination with a historical heritage from the Malay Kingdom of Riau – Lingga – Johor-Pahang which has not been optimally managed. The level of visits to Penyengat Island itself is not optimal compared to the level of visits to Tanjungpinang as the capital of the Riau Archipelago Province which is in one administrative area. The not yet optimal visit to the Penyengat Island destination must find a solution considering the considerable potential for heritage tourism should be a selling point. The tagline 'To be captivated by Penyengat Island' can create a re-branding that is more effective and has a wider marketing reach and provides added value to Penyengat Island as a tourist destination. Improving the facilities and infrastructure supporting the destination will increase the interest in visiting which also increases the visit to the destination. This re-branding should have been prepared beforehand by increasing the acceleration of planning and development of Penyengat Island through synergy and collaboration between stakeholders in the tourism sector using a participatory and collaborative approach. Careful, integrated and sustainable planning while still prioritizing religious, cultural and social values that have developed in the people of Penyengat Island and the cooperation of all parties in overcoming negative impacts directly or indirectly is the key to advancing this tourist destination.

Keywords: *Rebranding; Tagline; Penyengat Island; Tourist Destinations*

DIMENSI, Volume 12 Nomor 1 : 212-229
MARET 2023
ISSN: 2085-9996
https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/jurnaldms

Detail Artikel:
Diterima: 01 Januari 2023
Direvisi: 28 Februari 2023
Diterima: 10 Maret 2023

PENDAHULUAN

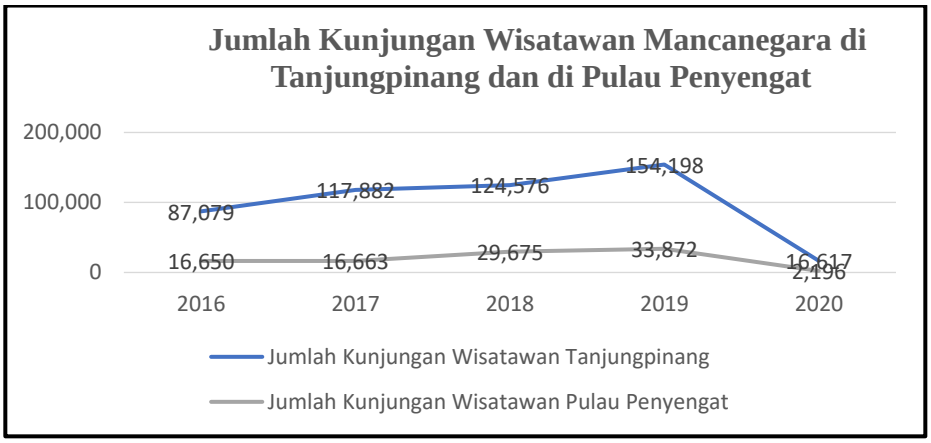
Pulau Penyengat adalah destinasi wisata budaya, sejarah sekaligus wisata religi unggulan dengan warisan sejarah Kerajaan Melayu Riau – Lingga – Johor- Pahang pada abad ke 17 hingga ke 20 yang berperan sebagai pusat pertahanan, pusat pemerintahan dan pusat literatur kesusastraan. Pulau Penyengat merupakan wilayah pengembangan wisata yang berbasis wisata budaya dan religi yang telah ditetapkan dengan Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 112/M/2018 tentang Kawasan Cagar Budaya Pulau Penyengat Sebagai Kawasan Cagar Budaya Peringkat Nasional diperkuat oleh Peraturan Daerah Kota Tanjungpinang Nomor 8 Tahun 2018 tentang Pengelolaan Wisata Budaya. Keberadaan Pulau Penyengat sebagai destinasi wisata dengan potensi yang berbeda dari destinasi wisata lainnya menjadi satu dari sekian destinasi wisata andalan Kepulauan Riau.

Tingkat kunjungan ke Pulau Penyengat sendiri belum optimal dibandingkan dengan tingkat kunjungan ke Tanjungpinang sebagai ibukota Provinsi Kepulauan Riau yang berada pada satu wilayah administratif yaitu hanya sekitar 10-20% dari angka kunjungan wisata ke kota Tanjungpinang walaupun memang terdapat peningkatan tiap tahunnya. Data menunjukkan bahwa total wisatawan yang mengunjungi Kota Tanjungpinang tahun 2016 hanya sebanyak 87.079 wisatawan dari jumlah pengunjung yang mengunjungi Pulau penyengat sekitar 16.650 Wisatawan. Pada tahun 2017 jumlah yang wisatawan yang mengunjungi Kota Tanjungpinang hanya berjumlah 117.882 wisatawan dari jumlah pengunjung yang mengunjungi pulau penyengat sekitar 16.663 wisatawan. Pada tahun 2018 jumlah wisatawan yang mengunjungi Kota Tanjungpinang hanya sebanyak 124.576 wisatawan dari jumlah pengunjung yang datang ke pulau penyengat sekitar 29.675 wisatawan. Pada tahun 2019 wisatawan yang mengunjungi Kota Tanjungpinang hanya sebanyak 154.198 wisatawan dari jumlah pengunjung yang datang ke pulau penyengat sekitar 33.872 wisatawan. Pada tahun 2020 (Januari-Februari) wisatawan yang mengunjungi Kota Tanjungpinang hanya berjumlah 16.167 wisatawan dari jumlah pengunjung yang mengunjungi

DIMENSI, Volume 12 Nomor 1 : 212-229
MARET 2023
ISSN: 2085-9996
https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/jurnaldms

pulau penyengat sekitar 2.196 wisatawan. Dapat dilihat bahwa jumlah kunjungan wisatawan yang mengunjungi pulau penyengat hanya sekitar 3-22% dari jumlah kunjungan wisatawan ke Tanjungpinang. Fluktuasi jumlah kunjungan wisatawan di Tanjungpinang dan di Pulau Penyengat bisa dilihat dalam bentuk grafik seperti di bawah ini.

Grafik 1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara di Tanjungpinang dan di Pulau Penyengat



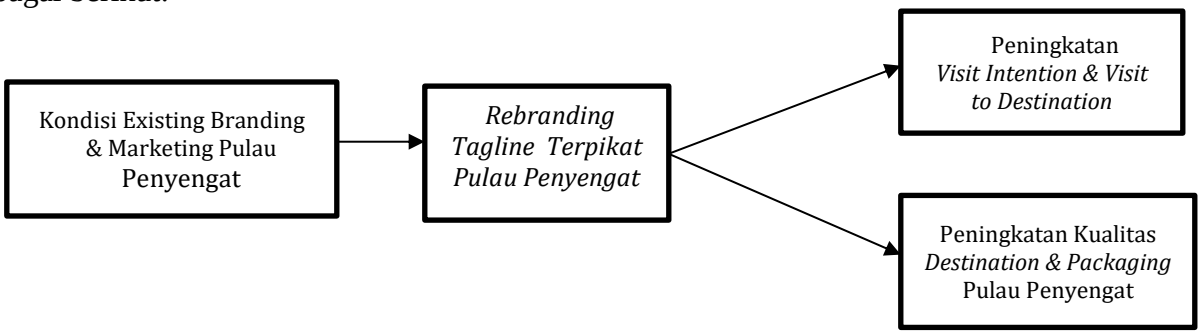
Sumber: BPS dan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Tanjungpinang, 2022

Belum optimalnya kunjungan ke destinasi Pulau Penyengat tersebut harus dicarikan solusi mengingat potensi tourism heritage yang cukup besar seharusnya menjadi nilai jual. Membranding kembali Pulau Penyengat menjadi suatu kebutuhan tersendiri dimana selain dapat dijadikan sarana untuk menumbuhkan minat kunjung bagi para wisatawan ke destinasi wisata setelah pandemi ini mereda untuk kembali berwisata namun juga untuk merumuskan strategic place branding citra Pulau Penyengat sebagai suatu destinasi yang unggul.

Pemerintah Kota Tanjungpinang sudah melakukan berbagai promosi pariwisata melalui media cetak (baliho dan brosur) dan media elektronik (channel dan radio lokal) terkait event-event yang akan berlangsung. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Tanjungpinang juga melakukan promosi di luar negeri dan mengikuti event pameran pariwisata akan tetapi belum adanya sistem desain yang terintegrasi pada desain yang ada. Terlihat promosi yang telah dilakukan belum maksimal, karena cakupan area yang masih banyak dalam lingkup lokal sedangkan promosi yang dilakukan untuk menarik wisatawan mancanegara masih menggunakan media konvensional hal ini membuat sulitnya menemukan informasi serta promosi yang dilakukan oleh pemerintah (Wijaya, 2021).

DIMENSI, Volume 12 Nomor 1 : 212-229
MARET 2023
ISSN: 2085-9996
https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/jurnaldms

Branding merupakan proses dimana upaya yang dibuat untuk mempengaruhi bagaimana masyarakat menafsirkan dan membangun perasaan mereka sendiri tentang sebuah merek (Chandler & Owen, 2002; Kavaratzis & Ashworth, 2007). *City branding* menurut Padison (dalam Hidayat, 2014) sebagai sarana kompetitif untuk mencapai keunggulan dalam rangka meningkatkan investasi dan pariwisata, pengembangan masyarakat, memperkuat identitas lokal dan identifikasi masyarakat dengan kota serta menggerakkan semua aktivitas sosial untuk menghindari perpecahan. Terdapat empat langkah proses strategi *city branding* menurut Andrea Insch (dalam Lestari, 2016) yakni identitas, proses mengidentifikasi asset, atribut dan identitas suatu kota. *Objective* (menentukan tujuan), mendefinisikan secara jelas alasan utama branding, *communication*, proses komunikasi baik secara *online* maupun *offline* dengan semua pihak yang berkepentingan dengan sebuah kota dan *Coherence*, proses implementasi yang memastikan segala bentuk program komunikasi dari suatu kota terintegrasi, konsisten dan menyampaikan pesan yang sama. Proses strategi (city) *branding* Terpikat Pulau Penyengat harus menjadi sebuah identitas yang mendefinisikan tujuan (*objective*) serta memiliki proses komunikasi yang baik untuk keseluruhan stakeholder agar implementasi branding dapat memastikan secara *coherence*, terintegrasi dan konsisten dalam mencapai peningkatan tujuan kunjungan atau *visit intention* dan kunjungan ke Pulau Penyengat Pola pemetaan rebranding Pulau Penyengat dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1 Pemetaan Branding Pulau Penyengat

Pada umumnya *strategic place branding* difokuskan pada pengelolaan citra (*image),* apa dan bagaimana citra itu dibentuk serta aspek komunikasi yang dilakukan dalam proses pengelolaannya Salah satu perwujudan *place branding* biasanya berupa slogan atau *tagline* untuk menonjolkan identitasnya. (Prasetyo & Febriani, 2020). *Brand* pada destinasi wisata melalui slogan atau *tagline* menjadi sangat penting karena memberikan efek yang yang kuat, unik dan positif

DIMENSI, Volume 12 Nomor 1 : 212-229
MARET 2023
ISSN: 2085-9996
https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/jurnaldms

terhadap pengembangan dan keberlanjutan destinasi wisata (Maulida, 2019). *Tagline* Terpikat Pulau Penyengat yang diperkenalkan diharapkan dapat memenuhi tujuan dari sebuah proses strategi *city branding*. Perlu adanya suatu branding tersendiri yang mencerminkan sebagai identitas visual (Ratih et al., 2019)



Gambar 2 Visualiasi slogan tagline Terpikat Pulau Penyengat

Sumber: https://www.kepriprov.go.id/ , 2021

Branding diperuntukkan agar menonjolkan potensi suatu tempat yang layak dijadikan objek wisata dan kemudian menciptakan *brand* melalui serangkaian aktivitas yang kompleks dan pertimbangan yang matang agar potensi wisata tersebut dapat menarik wisatawan (Judisseno, 2019). Sebuah *tagline a*tau slogan yang tidak kuat akan mudah dilupakan dan ditinggalkan oleh masyarakat. *Brand* juga tidak dapat dibangun dalam waktu singkat dan proses yang mulus. Menanamkan *brand* di benak masyarakat adalah hal yang sangat sulit. *Brand* juga memiliki korelasi dengan produk dan layanan yang ditawarkan. Makin baik produknya, *brand* destinasi wisata tentu akan makin kuat (Alpiannoor, 2017). Identifikasi serta diinventarisasi dari Pulau Penyengat sebagai sebuah destinasi wisata melalui metode *gap analysis* yang memuat unsur dasar dari persoalan, akar permasalahan *(root cause*) dan tahapan solusi (*gap resolution*) disimpulkan pada tabel di bawah ini.

Tabel 1 Perumusan Permasalahan Riset (*Metode Gap Analysis*)

Unsur Dasar *Gap Analysis*	**Akar Permasalahan *(Root Cause)***	**Tahapan *Gap Analysis* *Gap Resolution*(Solusi)**
Karakteristik Kondisi Terkini Belum maksimalnya tingkat	1. Ketidakmerataan Infrastruktur penunjang pariwisata atau fasilitas umum (jalan/akses, pos kesehatan, kamar mandi,	*Ranking Requirement* (Proses dan Area Penting) - Identifikasi potensi untuk inovasi konten melalui konsep, format *tagline T*erpikat Pulau Penyengat

Unsur Dasar ***Gap Analysis***	**Akar Permasalahan** ***(Root Cause)***	**Tahapan *Gap Analysis*** ***Gap Resolution*****(Solusi)**
kunjungan wisatawan ke Pulau Penyengat	pengelolaan sampah termasuk belum optimalnya aksesibilitas dan transportasi 2. Belum ada terobosan inovasi kreatif pada strategi branding Pulau Penyengat serta Strategi Marketing yang tidak serta terintegrasi antar leading sektor terkait (Provinsi / Kota 3. Pengelolaan dan kelembagaan destinasi wisata yang masih belum optimal, 4. SDM yang perlu sertifikasi guna peningkatan pelayanan berwisata dan Kelembagaan dan personil POKDARWIS & HPI yang belum optimal 5. Belum optimalnya kegiatan yang bersifat pelestarian nilai budaya dan Sejarah Melayu	- Identifikasi potensi SDM dan kelembagaan sebagai motor penggerak kegiatan rebranding - *Blueprint atau Master Plan Perencanaan dan Pengembangan* wisata sejarah, budaya dan religi Pulau Penyengat yang dapat dijadikan model pengembangan produk wisata sejarah, budaya dan religi lainnya dengan metode re-branding Tagline destinasi wisata .
Kebutuhan /Keperluan Masa Yang Akan Datang & Inovasi Digital	1. Inovasi & Strategi Branding dan Pemasaran melalui pemanfaatan teknologi informasi komunikasi 2. Inovasi & Strategi Marketing , publikasi pemasaran terintegrasi nasional dan internasional 3. Rekomendasi Kebijakan strategi perencanaan dan pengembangan pemasaran dan pariwisata berkelanjutan di Pulau Penyengat	*Degree of fit* (Kapasitas) POKDARWIS Pulau Penyengat - Belum memiliki pengetahuan dan pemahaman ICT - Belum optimalnya *capacity building* personil dan kelembagaan sebagai ujung tombak pemasaran - Partisipasi masyarakat di Pulau Penyengat juga masih rendah sehingga perlu dilakukan pendekatan secara berkesinambungan & pemasaran produk lokal guna Pemberdayaan masyarakat yang kalah menarik dengan produk swasta.
Penyebab Kesenjangan	Aspek peran dan kerjasama para pihak terkait yang selama ini kurang koordinasi dan sinergitas, sehingga tujuan pengelolaan dan pemasaran Pulau Penyengat belum bisa berjalan searah dan mendapatkan hasil yang maksimal dalam peningkatan	Sinergi, konsolidasi dan koordinasi *stakeholder* untuk peningkatan kunjungan wisatawan

Unsur Dasar *Gap Analysis*	**Akar Permasalahan *(Root Cause)***	**Tahapan *Gap Analysis* *Gap Resolution*(Solusi)**
	citra serta angka kunjungan wisatawan.	

Sumber : Pengolahan Data, 2023

Analisis *gap* digunakan untuk menentukan langkah-langkah apa yang perlu diambil untuk berpindah dari kondisi saat ini ke kondisi yang diinginkan atau keadaan masa depan yang diinginkan. Analisis *gap* dapat diartikan sebagai perbandingan kinerja aktual dengan kinerja potensial atau yang diharapkan yang mengidentifikasi tindakan-tindakan apa saja yang diperlukan untuk mengurangi kesenjangan atau mencapai kinerja yang diharapkan pada masa datang.

Perencanaan untuk pengembangan Pulau Penyengat sebagai destinasi unggulan semakin diakselerasi pada tahun 2021 oleh Gubernur Kepulauan Riau melalui rencana revitalisasi Pulau Penyengat sebagai cagar budaya nasional sekaligus destinasi wisata secara terpadu. Sebuah *tagline "Terpikat Pulau Penyengat"* dirancang dan diperkenalkan untuk beresonansi ke publik melalui berbagai media. *Re-branding* Pulau Penyengat dengan kata-kata Terpikat diharapkan dapat menjadi semacam daya pikat serta sebagai suatu sarana untuk menumbuhkan minat kunjung bagi para wisatawan setelah pandemi ini mereda untuk kembali berkunjung. Selain itu kegiatan kegiatan atau program yang berhubungan dengan *branding dan marketing* belum seyogyanya berperan strategis dalam perencanaan dan pengembangan Pulau Penyengat sebagai obyek wisata. Pemerintah baik Pusat, Provinsi maupun Kota melalui Dinas atau Organisasi Perangkat Daerah belum melakukan kegiatan di semua tujuan *branding dan marketing.* Strategi sebuah perencanaan dan pengembangan destinasi wisata terdapat proses, cara atau kegiatan mengembangkan sesuatu menjadi lebih baik, sempurna dan berguna melalui *branding, advertising, selling* sehingga diharapkan dapat mendongkrak *visit intention* atau keinginan berkunjung.

Tabel 2 Langkah-Langkah Rebranding Terpikat Pulau Penyengat

Langkah *Re-branding*	**Kegiatan yang dilakukan**
Marketing Investigation	Kegiatan pemetaan potensi pasar, menganalisis untuk mengetahui hal-hal yang perlu dikembangkan selanjutnya menyusun strategi. Pangsa pasar wisatawan dan pengunjung Pulau Penyengat telah diidentifikasikan untuk menentukan perencanaan promosi dan pemasaran
Brand identity development	Tahap untuk menentukan identitas tempat untuk menggambarkan suatu tempat kepada publik telah dilakukan

Langkah *Re-branding*	Kegiatan yang dilakukan
	yakni secara khusus membangun sebuah brand dan image baru dari destinasi wisata Pulau Penyengat.
Brand launch and introduction, communicating the vision	Tahapan ini merupakan cara untuk memperkenalkan suatu tempat atau produk melalui iklan, *website, direct marketing*, brosur dan lain sebagainya. Tagline Terpikat Pulau Penyengat akan disebarluaskan secara massive dan menjadi komunikasi tentang visi dan misi sebagai destinasi wisata sejarah, wisata religi yang terkemuka di Indonesia
Brand implementation	Usaha untuk mengintegrasikan semua pihak dalam pembentukan merek, sehingga destination branding dengan *tagline T*erpikat Pulau Penyengat dapat berhasil menjadi sebuah *icon*
Monitoring, evaluation and review:	Untuk memonitor apakah terjadi kekurangan, penyimpangan atau hal lain yang kemudian dievaluasi dan di *review* untuk perbaikan

Sumber: Pengolahan Data, 2023

METODOLOGI

Dasar penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian ini menyusun desain yang secara terus menerus disesuaikan dengan kenyataan di lapangan. (Moelong, 2014) dan tidak bertujuan untuk mengkaji atau membuktikan kebenaran suatu teori tetapi teori yang sudah ada dikembangkan dengan menggunakan data yang dikumpulkan. Peneliti berusaha untuk mengungkapkan fakta sesuai dengan kenyataan yang ada tanpa melakukan intervensi terhadap kondisi yang terjadi. Selain itu penelitian deskriptif adalah suatu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan antara variabel satu dengan variabel yang lainnya, (Sugiyono, 2014).

Jenis dan Sumber Data

Sumber data dalam penelitian sangat penting karena data tidak mungkin akan diperoleh tanpa adanya suatu sumber asal data. Menurut Lofland dan Lofland dalam bukunya Moleong (2014) mengatakan bahwa sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata, dan tindakan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lainnya. Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono: 2016). Sumber data primer didapatkan melalui kegiatan wawancara dengan subjek penelitian dan dengan observasi atau pengamatan langsung di lapangan. Pada penelitian ini data primer yang diperoleh antara lain:

a. Data sejarah Pulau Penyengat melalui teknik perpustakaan (studi literatur) pada penelitian dan studi terdahulu yang berkaitan dengan wisata religi, wisata sejarah dan referensi tentang cagar budaya dan data objek wisata serta fasilitas pendukung objek wisata sejarah melalui observasi langsung ke Pulau Penyengat serta komunikasi kepada Balai Pelestarian Nilai Budaya Provinsi Kepulauan Riau dan Dinas Pariwisata & Kebudayaan Kota Tanjungpinang.
b. Data peran dinas atau instansi terkait, terhadap pengembangan objek wisata sejarah yang terdapat di Pulau Penyengat dilakukan dengan teknik wawancara, dalam hal ini peneliti mewawancarai asosiasi pariwisata dan pelaku pariwisata dan data persepsi dan partisipasi masyarakat terhadap Pulau Penyengat sebagai daerah tujuan wisata yakni dilakukan dengan cara mewawancarai tokoh masyarakat dan pelaku pariwisata di Pulau Penyengat sementara itu data untuk memperoleh persepsi *visit intention* dan *branding* dilakukan dengan teknik wawancara kepada beberapa pengunjung.

Teknik Pengumpulan Data

Wawancara mendalam (*depth interview*) dengan 7 (tujuh) informan/responden yakni : Kepala Bidang Destinasi Pemasaran Dinas Pariwisata Provinsi Kepulauan Riau, Kepala Bidang Perencanaan dan Pengembangan Pembangunan (BARENLITBANG) Provinsi Kepulauan Riau, Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Tanjungpinang, Ketua HPI (Himpunan Pramuwisata) DPC Tanjungpinang, Ketua dan Sekretaris POKDARWIS Pulau Penyengat, Komisioner Badan Promosi Pariwisata Daerah Provinsi Kepulauan Riau dan tokoh masyarakat budaya Kepulauan Riau Raja Malik Hamzah dilakukan secara simultan dan dilengkapi dengan observasi ke lapangan untuk melengkapi data-data yang diperlukan

Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain melalui pengumpulan data, reduksi data dan penyajian data (Sugiyono,2016).

PEMBAHASAN

Pada hakikatnya Pulau Penyengat adalah Pulau yang sangat terkenal sebagai objek wisata yang wajib dikunjungi dengan objek wisata yang memiliki nilai sejarah yang tinggi sebagai *heritage tourism.* Wisata Warisan atau *cultural heritage tourism: the spirit of our places, our identity As a*

global agent of communication, cultural tourism must position itself as an agent of sustainable development, applying itself to the core values of public education, respect for our differences, authenticity of our projects, and protection of our heritage (Whyte, et. al, 2012) . Melalui definisi tersebut dijelaskan bahwa wisata warisan budaya dapat merangkul ekowisata dan wisata budaya pada saat bersamaan dan menitikberatkan kepada konservasi dan warisan budaya itu sendiri. Selain itu pengertian dari wisata budaya memiliki potensi untuk menghasilkan baik positif dan dampak negatif Ini termasuk manfaat ekonomi seperti kesempatan kerja langsung dan manfaat tidak langsung dari pengeluaran pengunjung. Manfaat ekonomi yang dicari seringkali dilengkapi dengan manfaat sosial, seperti pembangunan komunitas dan peningkatan identitas masyarakat, kebanggaan dan stabilitas, serta lingkungan manfaat, seperti sumber daya dan keharusan untuk melestarikan dan memelihara situs budaya dan sejarah (Kaminski & Benson, 2014).

Sejak berabad-abad yang lalu Pulau Penyengat sudah terkenal, karena menjadi tempat persinggahan para pelaut mengambil air tawar. Konon, nama "Penyengat" berasal dari peristiwa banyaknya pelaut tersengat sejenis lebah yang disebut "Penyengat" ketika sedang mengambil air disana. Tahun 1805 Sultan Mahmud menghadiahkan Pulau Penyengat kepada istrinya Engku Puteri Raja Hamidah sebagai mas kawin, sehingga Pulau ini mendapat perhatian yang jauh lebih besar dibandingkan sebelumnya (Suyito & Prastiyo, 2019). Pulau Penyengat memiliki potensi alam serta letaknya yang sangat strategis dengan pemandangan laut serta pantai yang indah. Tidak kurang dari 46 objek cagar budaya berupa struktur dan bangunan dengan kategori tingkat keaslian dan tingkat keutuhan yang beragam menjadi salah satu daya tarik antara lain Masjid Raya Sultan Riau Penyengat, Situs Istana Kedaton , Istana Ali Marhum Kantor , Istana Engku Bilik Komplek Makam Kompleks Makam Embung Fatimah Kompleks Makam Raja Abdurrahman Kompleks Makam Raja Haji Fisabilillah (YDMR IV) dan lain sebagainya (Widiawati, 2017). Keseluruhan 46 objek cagar budaya tersebut memiliki makna dan arti spesifikasi kategori dalam objek cagar budaya yaitu 10 situs, 31 struktur dan 5 bangunan.

Pelestarian kawasan cagar budaya dengan adanya partisipasi masyarakat dan *stakeholder* lebih efektif sesuai Undang Undang Nomor 11 Tahun 2010 tentang Cagar Budaya yang mengatur tentang pelestarian cagar budaya sebagai upaya mempertahankan keberadaan cagar budaya dan nilainya dengan cara melindungi, mengembangkan, dan memanfaatkannya dimana salah satu pemanfaatannya adalah sebagai suatu obyek daya tarik wisata. Pengaturan ini juga diperkuat

dengan Perda Kota Tanjungpinang No. 10 Tahun 2014 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Tanjungpinang Tahun 2014-2034, Pemerintah Daerah telah menetapkan Pulau Penyengat dalam berbagai status, yaitu penataan: Pulau Penyengat sebagai pusat budaya; pusat belanja budaya; sebagai pelabuhan pengumpan;. Pulau Penyengat dalam jaringan sumber daya air dan kawasan lindung budaya; kawasan pariwisata dan kawasan strategis Kota Tanjungpinang (Ramelan et al., 2017).

Perlu adanya fokus dari pemerintah dalam pengembangan dan pelestarian serta perawatan situs-situs bersejarah di pulau Penyengat termasuk penguatan regulasi yang masih kurang memadai mengenai dukungan pariwisata halal juga perlu diadakan untuk memperkuat keberadaan wisata halal di Indonesia khususnya di Kepulauan Riau (Kurnia Sari, 2020) Selain itu potensi lainnya yang cukup baik dapat dilihat dari kehidupan bermasyarakat, saling tolong menolong, sopan ramah dan *welcome* terhadap pengunjung yang datang. Sedangkan untuk budaya yang ada di Pulau Penyengat dikarenakan masyarakat yang berdomisili di Pulau Penyengat mayoritas suku Melayu, maka budaya yang dimiliki tentu saja budaya Melayu mulai dari berpakaian, tutur bahasa, tingkah laku dan adat istiadatnya. Menurut Kepala Dinas Pariwisata Kota Tanjungpinang dalam wawancaranya dengan peneliti bahwa Pulau Penyengat yang menjadi salah satu potensi wisata bersejarah kini mulai dioptimalkan kembali untuk menyamakan persepsi dalam meningkatkan wisata sejarah di Pulau Penyengat.

Kondisi *Branding* dan *Marketing* Pulau Penyengat Saat ini

Potensi Pulau Penyengat ini sebelumnya telah dipromosikan dan dipasarkan ke luar negeri khususnya Singapura dan Malaysia yang merupakan negara serumpun Selain itu motivasi kunjungan wisatawan mancanegara ke Kota Tanjungpinang, khususnya Singapura dan Malaysia erat kaitannya dengan keberadaan objek-objek wisata sejarah dan sosial budaya termasuk potensi budaya serumpun salah satunya adalah potensi kuliner Melayu yang diincar wisatawan dari negara tetangga karena karakteristik yang hampir sama. Motif kunjungan termasuk ke dalam kategori menikmati dan mengagumi kekayaan sejarah, seni budaya Tanjungpinang dan banyaknya wisatawan yang datang karena hubungan kekerabatan (etnis Melayu) dengan sanak saudara yang ada di Tanjungpinang.

Penelitian ini juga merangkum persepsi tentang *image* atau *brand* Pulau Penyengat Dalam wawancara dengan beberapa narasumber terkait dengan apa yang paling diingat ketika menyebut

Pulau Penyengat lebih kurang dari 80% narasumber menyebut Masjid Sultan Riau sebagai obyek atau destinasi wisata sejarah sementara 20% nya lagi menjawab tidak tahu, hal ini menunjukkan *image* atau *brand* yang kurang kuat menjadi kelemahan untuk *membranding* Pulau Penyengat. Adapun persepsi dari beberapa wisatawan yang datang ke Pulau Penyengat yang pernah melakukan kunjungan ke situs-situs tersebut antara lain bahwa situs-situs untuk objek sejarahnya sangat menarik hanya saja kurang terurus dan tidak dikelola secara baik selayaknya pada sebuah pengelolaan manajemen destinasi. Sama halnya dengan persoalan pemasaran, sinergi *stakeholder* dan partisipasi masyarakat merupakan komponen yang sangat berpengaruh untuk menentukan apakah strategi pemasaran tersebut dapat dilakukan secara optimal. Berikut adalah kondisi *branding* dan pemasaran Pulau Penyengat saat ini yang dirangkum dari hasil penelitian.

1. Pemasaran Pulau Penyengat saat ini saat ini masih sebatas lewat promosi melalui *media online*, dan *media offline* melalui Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Tanjungpinang dan Dinas Pariwisata Provinsi Kepulauan Riau dan beberapa kali secara khusus dilakukan oleh Kemenparekraf. Sejauh ini dari hasil observasi bahwa wisatawan atau pengunjung yang berkunjung pada umumnya memiliki rasa loyalitas terhadap wisata religi ini dibuktikan dengan banyaknya wisatawan yang ingin berkunjung kembali setelah memperoleh informasi promosi tentang Pulau Penyengat. Postingan kebiasaan untuk menunaikan sholat Jumat di Mesjid Penyengat menjadi postingan yang paling kerap muncul selain postingan Makam Engku Putri dan potensi wisata kuliner tradisional seperti kue deram-deram, kue antu saoma dan lainnya adalah salah satu postingan yang cukup populer pada media sosial
2. Promosi melalui kegiatan Festival Penyengat serta kegiatan tertentu sebagai pengenalan terhadap obyek wisata Pulau Penyengat dimana kegiatan ini bertujuan untuk melestarikan budaya Melayu dan diharapkan dapat memberikan implikasi terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat dan peningkatan industri pariwisata Kepulauan Riau sehingga dipandang perlu melakukan pengembangan pelaksanaan Festival Penyengat tersebut dengan menciptakan ruang-ruang yang dapat diberdayakan untuk pengembangan kegiatan sehingga dapat mendongkrak citra positif pariwisata Walaupun dalam kegiatan pada suatu *event* di daerah belum diketahui secara jelas dan terukur mengenai dampak ekonomi dari penyelenggaraan suatu *event* namun setidaknya dapat memberikan nilai tambah kepada

image destinasi wisata Pulau Penyengat. Festival atau *event* yang menunjukkan budaya dipromosikan melalui *banner/spanduk* dan lainnya termasuk promosi melalui media sosial internet, bahkan festival atau *even*t tersebut bisa dijadikan *icon* dari wisata Pulau Penyengat

3. Berdasarkan data profil wisatawan, dan observasi terhadap wisatawan yang berkunjung ke destinasi wisata Pulau Penyengat kebanyakan didominasi golongan dewasa dan tua, hal ini dikarenakan kunjungan wisata atau disebut ziarah merupakan rutinitas beberapa kelompok, organisasi, majelis ataupun instansi tidak saja berasal dari Provinsi Kepulauan Riau namun juga pengunjung dari luar daerah dan wisatawan yang berasal dari negara tetangga Malaysia dan Singapura. Keberadaan Masjid Sultan Riau Pulau Penyengat sebagai objek wisatayang menjadi ikon Pulau Penyengat dimana maksud dan tujuan berkunjung tersebut pada umumnya adalah untuk berkunjung ke Masjid Sultan
4. Elemen *branding* tidak cukup pada sebuah merek, logo atau slogan untuk wisata religi, tetapi *branding* harus ditunjang oleh pengembangan destinasi dan produk wisata. Pulau Penyengat dan strategi pendukung untuk mengembangkan wisata tersebut Pengalaman negatif bagi wisatawan atau konsumen tentunya akan mempengaruhi *brand personality* destinasi wisata yang bersangkutan. *Brand personality* adalah suatu cara untuk menambah daya tarik brand melalui pengalaman dari konsumen. Sehingga jika pengalaman wisatawan positif, maka akan memberikan kontribusi positif terhadap *brand personality* wisata Pulau Penyengat begitu sebaliknya, jika pengalaman negatif, maka *brand personality* yang diingat wisatawan bersifat negatif.

Dari hasil wawancara dari *stakeholder*, ada beberapa pandangan yang berbeda mengenai keunikan dan karakteristik Pulau Penyengat yang harus terjaga sehingga apapun perencanaan dan pengembangan kawasan ini harus sangat hati-hati. Potensi historis dan budaya dan peradaban untuk mengangkat budaya Melayu. Pengembangan destinasi wisata yang dilakukan memerlukan pengkajian yang cukup mendalam karena wisata tersebut bernilai ibadah bagi pengunjung/wisatawan/peziarah, juga termasuk wisata budaya yang artinya dalam mengembangkanya tentunya dibatasi dengan unsur-unsur religius dan juga budaya sehingga perlu pembentukan karakter dan *icon* untuk strategi perencanaan yang tepat. Hal ini senada dengan penelitian sebelumnya, (Priatmoko, 2019) dimana menyatakan bahwa untuk mengembangkan suatu kawasan wisata perlu melihat hasil analisis dari kondisi semula tempat wisata tersebut

DIMENSI, Volume 12 Nomor 1 : 212-229
MARET 2023
ISSN: 2085-9996
https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/jurnaldms

kemudian dilakukan pengukuran dan evaluasi.

***Re-branding Tagline* dan *Repackaging Product & Package* Destinasi Pulau Penyengat**

R*ebranding tagline* "Terpikat Pulau Penyengat" dirancang agar beresonansi ke publik melalui kebaruan dan kemutakhiran inovasi sehingga selain dapat meningkatan *visit intention* selanjutnya dapat meningkatkan kunjungan ke destinasi tersebut. *Rebranding* melalui *tagline* "Terpikat Pulau Penyengat" dengan mendorong keterlibatan *stakeholder* untuk berperan dalam kegiatan promosi dunia internasional mendorong produk dan paket wisata melalui teknologi informasi dan kemutakhiran digitalisasi pemasaran, salah satunya adalah terobosan yang dilakukan oleh Kelompok anak muda Milenial Digital di Pulau Penyengat yang membantu mempromosikan Pulau Penyengat melalui jejaring sosial, internet dan *mouth by mouth.* Sebagai suatu destinasi wisata sejarah *tagline* 'Terpikat Pulau Penyengat' dipilih dengan makna filosofis bahwa daya pikat destinasi ini tidak hanya terletak pada potensi cagar budaya sebagai wisata religi dan wisata sejarah namun juga terletak pada potensi sumber daya alam dengan lingkungan yang asri serta tersedianya SDM yang mumpuni dan memiliki *sense of belonging* terhadap objek dan destinasi wisata Pulau Penyengat. *Tagline* Pulau Penyengat ini akan diluncurkan setelah program revitalisasi yang direncanakan selesai sehingga ketika dipromosikan ke dunia internasional nantinya secara fasilitas dan infrastruktur telah memiliki standar destinasi yang cukup baik. Salah satu filosofis dari *tagline* Terpikat Pulau Penyengat tersebut adalah agar Pulau Penyengat dengan wajah baru akan menjadi kemilau di malam hari dengan fasilitas lampu penerangan yang dapat dilihat dari kejauhan .

Dari hasil wawancara peneliti dengan Raja Malik, tokoh masyarakat Pulau Penyengat yang juga merupakan anak dari Budayawan Raja Hamzah Yunus disampaikan bahwa pada prinsipnya masyarakat sangat menyambut baik rencana revitalisasi Pulau Penyengat oleh Pemerintah Provinsi Kepri karena selain penataan dan rehabilitasi serta perbaikan fasilitas dan obyek wisata juga dilakukan pelestarian cagar budaya sehingga promosi dan pemasaran tetap menjadikan nilai-nilai sejarah sebagai sebuah potensi yang menjadi andalan.

1. Perencanaan integratif untuk pengembangan dan pembangunan sarana prasarana dan fasilitas fisik di Pulau Penyengat antara lain sarana transportasi, sanitasi, air bersih dan fasilitas infrastruktur penunjang logistik kepariwisataan. Secara khusus penganggaran ini diusulkan melalui Sekjen Kementerian PUPR dan Kepala Badan Pengembangan

Infrastruktur Wilayah (BPIW). Pagu indikatif sebesar Rp.200 Miliar yang dialokasikan dari Kementerian PUPR dan secara terpadu berkoordinasi dengan Pemerintah Pusat melalui PPN / Bappenas ,

2. Konsep *green island* melalui penataan kawasan permukiman setempat berikut manajemen persampahannya. pengelolaan sistem persampahan, kendaraan yang ramah lingkungan dan penataan permukiman warga serta jalan lingkar. Kelengkapan fasilitas dan sarana prasarana kekinian *standing photo*, bunga aneka warna di sisi kiri kanan jalan, lampu hias yang ikonik serta kebun buah mini yang terdiri dari tanaman buah langka.

Perlu inventarisasi dan pemetaan yang menyeluruh terhadap cagar budaya nasional yang terdapat di Pulau Penyengat sehingga dalam melakukan revitalisasi pengembangan dan pembangunan kawasan tersebut, area cagar budaya tetap terjaga dimana hal ini telah dikomunikasikan untuk mendapatkan advokasi dan pendampingan dari Balai Pelestarian Cagar Budaya. Daya pikat akan bertumpu pada khazanah budaya yang kaya akan sejarah Kesultanan Melayu Riau Lingga. Stakeholder dalam melakukan *re-branding* Terpikat Pulau Penyengat perlu memperhatikan bahwa yang diperlukan oleh Pulau Penyengat adalah sebuah strategi *branding dan marketing* yang inovatif sehingga *branding* dan *tagline* yang yang diciptakan dan dibangun menjadi *tools marketing* atau alat pemasaran yang diharapkan dapat menghasilkan *output* atau luaran yang optimal. Kegiatan *destination branding* bertujuan membentuk citra suatu daerah yang berpotensi menjadi destinasi wisata, maka dari itu perancang *destination branding* perlu melakukan observasi dengan teliti dan factual agar ide yang diangkat dapat tepat sasaran sehingga tidak merugikan pihak pengelola wisata karena citra brand yang salah. Citra brand yang diangkat pun harus unik agar mampu menciptakan persepsi tersendiri. (Ratih et al., 2019).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Bahwa *Tagline Terpikat Pulau Penyengat* dapat menciptakan suatu *re-branding* yang lebih efektif dan memiliki daya jangkau pemasaran yang lebih luas serta memberikan nilai tambah terhadap Pulau Penyengat sebagai suatu destinasi wisata . *Tagline "Terpikat Pulau Penyengat"* dirancang dan diperkenalkan untuk beresonansi ke publik melalui berbagai media. *Re-branding* Pulau Penyengat dengan kata-kata Terpikat diharapkan dapat menjadi semacam magnet dan daya tarik sebagai sarana untuk menumbuhkan minat kunjung

2. Kebaruan dan kemutakhiran inovasi melalui *rebranding* tagline serta paket-paket wisata dari Pulau Penyengat ini dengan persyaratan mendasar yaitu peningkatan fasilitas dan sarana-prasarana pendukung destinasi sehingga akan terjadi peningkatan minat untuk berkunjung yang pada akhirnya akan meningkatkan *visit to destination.* *Re-branding* tersebut seyogyanya harus dipersiapkan terlebih dahulu dengan peningkatan percepatan perencanaan dan pengembangan Pulau Penyengat melalui sinergi dan kolaborasi antar pemangku kepentingan di bidang Pariwisata dengan pendekatan partisipatif, dan kolaboratif
3. Perlu dilakukan perencanaan yang matang, terintegrasi dan berkesinambungan dan tetap mengedepankan nilai-nilai agama, budaya dan sosial yang telah lama berkembang pada masyarakat Pulau Penyengat tersebut. Selain itu diperlukan kerjasama semua pihak untuk tanggap terhadap masalah kepariwisataan (objek wisata sejarah) yang ada , baik dalam mutu objek wisata sejarah dan wisata religi maupun dalam menanggulangi dampak negatif secara langsung maupun tidak langsung.

Saran

1. *Stakeholder* Pemerintah baik itu Pemerintah Pusat melalui Kemenparekraf maupun Pemerintah Provinsi Kepulauan Riau melalui Barenlitbang dan Dinas Pariwisata serta Dinas Kebudayaan Provinsi Kepulauan Riau serta Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Tanjungpinang sebaiknya memiliki Rencana Induk Pemasaran Pulau Penyengat dengan memakai media *advertising, interactive marketing dan public relation* agar promosi yang disampaikan dapat mencapai sasaran target calon wisatawan maupun pengunjung secara tepat sehingga mampu memotivasi wisatawan untuk berkunjung dan merokemendasikan Pulau Penyengat sebagai destinasi wisata sejarah dan wisata terkemuka.
2. Sosialisasi dan publikasi *Tagline* Terpikat Pulau Penyengat hendaknya terus dilakukan secara masif dan berkesinambungan tidak saja kepada masyarakat di provinsi Kepulauan Riau namun juga kepada masyarakat Indonesia dan dunia internasional agar makna dari *brand* tersebut dapat dipahami serta menjadi semacam *teaser u*ntuk berkunjung. Peningkatan citra image Pulau Penyengat harus terus dilakukan sehingga dapat menampilkan citra yang baik di benak wisatawan.
3. Penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya dengan memperluas objek penelitian terhadap perencanaan dan pengembangan Pulau Penyengat sehingga dapat

pula memberikan gambaran yang lebih spesifik terhadap *brand image* suatu destinasi wisata.

REFERENSI

Alpiannoor, Mauladi. 2017. Pengaruh City Branding serta tagline "Kediri Lagi" Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Domestik Kabupaten Kediri. Universitas Brawijaya. Malang.

Kaminski, J. & Benson, A. 2014. Contemporary Issues in Cultural Heritage Tourism. Routledge Taylor & Francis Group.

Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 112/M/2018 tentang Kawasan Cagar Budaya Pulau Penyengat Sebagai Kawasan Cagar Budaya Peringkat Nasional.

Kurnia Sari, S. 2020. Penyengat, Magnet Wisata Religi Kepulauan Riau (I). STAIN SAR Press.

Maulida, D. 2019. Tourism Destination Branding, Analisis Strategi Branding Wisata Halal " The Light of Aceh ". *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Teuku Umar*, FISIP Prodi Ilmu Komunikasi, 5(1), 1–16.

Moelong, L. J. 2014. Metodologi Penelitian Kualitatif. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.

Peraturan Daerah Kota Tanjungpinang Nomor 8 Tahun 2018 tentang Pengelolaan Wisata Budaya

Prasetyo D, Bambang; Febriani S, N. 2020. Strategi Branding Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis - Bambang D. UB Press.

Priatmoko, S. 2019. Perencanaan Pengembangan Destinasi Wisata Menggunakan Analisis MSP+DM. *Jurnal Khasanah Ilmu*, 10(01), 33-41.

Ramelan, W. D. S., Oesman, O., Ghautama, G., & Rahardjo, S. 2017. Konsep Zonasi Pulau Penyengat: Sebuah Alternatif. Amerta. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Arkeologi*, 61–74.

Ratih, K., Lanita, A., Natadjaja, L., & Febriani, R. 2019. Perancangan Destination Branding Desa Wisata Pujon Kidul Malang Jawa Timur. *Jurnal DKV Adiwarna*, Universitas Kristen Petra, 1(14), 1–11.

Rimsky K Judisseno. 2019. Branding Destinasi & Promosi Pariwisata. Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. PT Remaja Rosdakarya.

Suyito , Prastiyo, E. B. 2019. Penelitian Sejarah dan Pengembangan Pulau Penyengat Sebagai Destinasi Unggulan Kota Tanjungpinang.

Undang Undang Nomor 11 Tahun 2010 tentang Cagar Budaya

Whyte, Bruce;Hood,Terry; Brian, White, P. 2012. Cultural and HeritageTourism-A Handbook for Community Champions. Link BC , The Tourism and Hospitality Education Network TTRA Canada Chapter.

Widiawati,Nini;Erita, Yeni , Ulni Zella Putra, A. 2015. Objek Wisata Pulau Penyengat di Kota Tanjungpinang Provinsi Kepulauan Riau. JIM, STIKP Sumatera Barat.

Wijaya, Beni, Prabawa, B. 2021. Perancangan Media Visual Promosi Wisata Pulau Penyengat Kota Tanjungpinang. *E-Proceeding of Art & Design Pusat Nasional*., Perpustakaan Universitas Telkom, 8(2), 263–286.

https://www.kepriprov.go.id/

JIME (Journal of Industrial and Manufacture Engineering), 7 (1) Mei 2023
ISSN 2549-6328 (Print) ISSN2549-6336 (Online) DOI : 10.31289/jime.v7i1.9511

JIME
(Journal of Industrial and Manufacture Engineering)
Available online http://ojs.uma.ac.id/index.php/jime



Penerapan Quality Function Deployment (QFD) Pada Perancangan Alat Bantu Ganti Oli Transmisi Otomatis

Application of Quality Function Deployment (QFD) in the Design of Automatic Transmission Oil Change Tools

*M. Ansyar Bora[1)], Joko Prasetyo[2)], Arina Luthfini Lubis[3)]
[1)]Program Studi Manajemen Rekayasa, Fakultas Teknologi Industri, Institut Teknologi Batam
[2)]Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Ibnu Sina
[3)]Program Studi Manajemen Divisi Kamar, Politeknik Pariwisata Batam

Diterima: Mei 2023; Disetujui: Mei 2023; Dipublikasi: Mei 2023
**Corresponding author*: ansyarbora@gmail.com

Abstrak

Salah satu aktivitas dalam proses servis mobil matic adalah penggantian oli transmisi otomatis, saat ini alat yang digunakan untuk proses tersebut masih manual dan belum memberikan hasil yang optimal. Penelitian ini bertujuan untuk merancang alat pengisian oli transmisi otomatis untuk mempercepat proses kerja dan sesuai kebutuhan teknisi. penelitian ini menggunakan metode Quality Function Deployment (QFD yang terdiri dari beberapa tahap yaitu penentuan VOC, penentuan karakteristik teknis, pembuatan HOQ dan perancangan produk. Hasil Penelitian ini berupa alat bantu ganti oli transmisi otomatis yang memiliki 7 atribut sesuai keinginan pengguna: mudah digunakan, kuat dan ringan, mempercepat waktu penggantian oli, bentuk tabung, tahan dari kebocoran oli, dapat digunakan di caddy (meja kerja teknisi) dan menggunakan tutup yang lebih besar.

Kata Kunci: Perancangan Produk, QFD, Ganti Oli Transmisi Otomatis

Abstract

One of the activities in the automatic car service process is changing the automatic transmission oil, currently, the tools used for this process are still manual and have not provided optimal results. This study aims to design an automatic transmission oil-filling tool to speed up the work process according to the needs of technicians. This study uses the Quality Function Deployment (QFD) method which consists of several stages, namely determining VOC, determining technical characteristics, making HOQ, and product design. The results of this research are in the form of an automatic transmission oil change tool which has 7 attributes according to user wishes: Easy to use, Robust and Lightweight, Speeds up oil change time, Tube Shape, Resistant to oil leaks, Can be used on a caddy (technician's desk) and Uses a larger lid.

Keywords: *Product Design, QFD, Automatic Transmission Oil Change*

How to Cite: Bora, M. Ansyar., Prasetyo, Joko., Lubis, A. Luthfini., (2023), Penerapan Quality Function Deployment (QFD) Pada Perancangan Alat Bantu Ganti Oli Transmisi Otomatis. *JIME (Journal of Industrial and Manufacture Engineering).* 7 (1): 134-146

PENDAHULUAN

Dalam persaingan industri otomotif yang semakin ketat, perusahaan-perusahaan otomotif dihadapkan pada tuntutan untuk menyediakan layanan servis yang cepat dan berkualitas guna mencapai target dan memuaskan pengguna (Pabuntang et al., 2020). Salah satu strategi yang dapat diterapkan untuk mempercepat proses servis adalah menggantikan alat-alat manual dengan peralatan elektronik. Selain itu, penggunaan sistem kerja elektronik ini juga dapat meningkatkan efektivitas kerja dan mengurangi beban kerja dalam proses servis mobil (Dewanti et al., 2020).

PT. XYZ merupakan perusahaan swasta yang bergerak dalam penjualan kendaraan Toyota di Batam, suku cadang Toyota, dan layanan servis mobil Toyota. Proses servis kendaraan Toyota dilakukan oleh teknisi Toyota yang profesional, mampu memberikan servis dengan cepat dan berkualitas guna memberikan kepuasan kepada pengguna. Salah satu proses servis yang penting dilakukan adalah penggantian oli transmisi. Oli Transmisi otomatis memiliki peranan penting sebagai pelumas khusus dalam mobil bertransmisi otomatis. Fungsinya adalah untuk melumasi gear-gear yang saling berinteraksi di dalam transmisi otomatis (Mahmuddah & Sutantra, 2019). Melakukan penggantian Oli Transmisi otomatis secara teratur merupakan langkah penting dalam merawat transmisi otomatis agar mobil dapat memberikan performa yang optimal (Sodikin & Satria Jati, 2022).

PT. XYZ melakukan penggantian oli transmisi otomatis pada kendaraan matic menggunakan alat pengisian oli manual. Alat ini terdiri dari jirigen yang memiliki lubang di bagian bawahnya yang dihubungkan dengan kran kecil dan selang untuk mengalirkan oli ke dalam transmisi. Proses pengisian oli transmisi otomatis tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Proses Pengisian Oli Transmisi Otomatis

Proses penggantian oli transmisi otomatis tersebut membutuhkan waktu 15-20 menit yang menyebabkan waktu proses servis secara keseluruhan menjadi lebih lama atau tidak sesuai dengan waktu yang telah ditetapakan PT XYZ, untuk itu diperlukan alat

yang dapat mengurangi waktu proses pengisian oli transmisi otomatis. Waktu proses service, standar waktu yang telah ditetapkan perusahaan dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Waktu Service Mobil

Siklus Kerja	Waktu Standar (Menit)	Waktu Aktual (Menit)
Penerimaan	05,00	04,04
Proses Servis	30,00	39,32
Inspection	10,00	09,21
Cuci	10,00	10,34
Penyerahan	05,00	04,32
Total	60,00	67,04

Sumber : PT. XYZ

Tabel 2 Lama Waktu Pengisian Oli Transmisi Otomatis

Jenis Mobil	Lama Waktu (Menit)
Agya	0:15:23
Avansa	0:16:31
Rush	0:15:35
Yaris	0:16:32
Innova	0:17:24

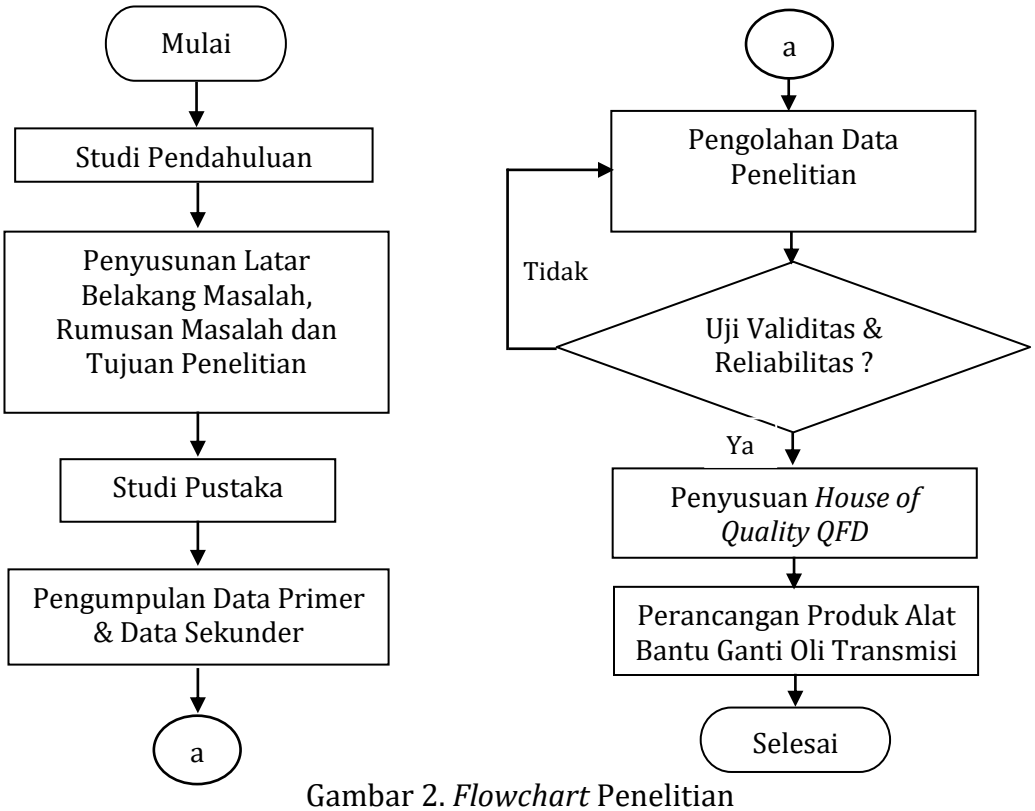
Sumber : PT. XYZ

Berdasarkan permasalahan tersebut perlu dilakukan pengembangan produk terhadap alat yang sedang digunakan dengan memanfaatkan pompa dan motor listrik sebagai komponen inti, serta mempertimbangkan kebutuhan pengguna produk. Dengan menggunakan alat ini, diharapkan dapat mencapai kinerja optimal dan memperbaiki efisiensi proses kerja, sehingga menghasilkan waktu yang lebih singkat dibandingkan dengan alat yang sudah ada. Proses perancangan alat ini juga memanfaatkan komponen-komponen yang tersedia secara mudah dan mudah dioperasikan.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di PT. XYZ, Jalan Yos. Sudarso Bengkong Bengkel Batu Ampar Batam. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, studi pustaka dan wawancara kepada teknisi serta melakukan penyebaran kuesioner kepada 12 teknisi sebagai sampel.

Dalam penelitian ini, terdapat ilustrasi yang menggambarkan alur penelitian seperti yang terdapat pada Gambar 2. Berikut adalah penjelasan detailnya:



Gambar 2. *Flowchart* Penelitian

Untuk penjelasan diagram *flowchart* diatas dapat dilihat sebagai berikut:

1. Studi Pendahuluan, dilakukan dengan mengamati langsung kondisi dan situasi yang terjadi dilapangan. Dalam kasus ini studi pendahuluan dilakukan di PT. XYZ, Jalan Yos. Sudarso Bengkong Bengkel Batu Ampar Batam.
2. Penyusunan Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah dan Tujuan Penelitian, dilakukan dengan identifikasi permasalahan yang sudah diamati. Tim peneliti melakukan studi selama satu bulan di PT. XYZ tersebut
3. Studi Literatur, dilakukan untuk pencarian dan analisis terhadap sumber-sumber yang relevan dengan topik penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif tentang konsep, teori, dan aplikasi Quality Function Deployment (QFD) serta perancangan alat bantu ganti oli transmisi otomatis di PT XYZ.
4. Pengumpulan Data, dilakukan untuk mendapatkan suatu informasi yang dibutuhkan dalam mencapai tujuan penelitian, data yang digunakan adalah data hasil wawancara dan penyebaran kuesioner kepada teknisi PT XYZ.
5. Pengolahan Data, dilakukan untuk mengorganisir, menganalisis, dan menginterpretasi data yang telah dikumpulkan.
6. Uji Validitas dan Reliabilitas Data, dilakukan untuk menguji apakah data hasil kuesioner valid atau benar dan reliabilitas atau handal. Jika masih ada data yang belum valid dan reliabilitas, maka dilakukan pengolahan data ulang sampai data-data tersebut dapat diterima (Riduansyah et al., 2020).
7. Penyusuan *House of Quality QFD*, merupakan salah satu langkah kunci dalam penerapan Quality Function Deployment (QFD) (Muttaqi'in & Katias, 2021). HOQ

adalah sebuah matriks yang digunakan untuk menghubungkan kebutuhan pengguna dalam hal ini teknisi PT XYZ dengan karakteristik produk alat bantu ganti oli transmisi otomatis yang akan dirancang.

8. Perancangan Produk Alat Bantu Ganti Oli Transmisi Otomatis, pada tahap ini hasil dilakukan perancangan produk alat bantu ganti oli tranmisi otomatis sesuai dengan kebutuhan teknisi yang telah disusun berdasarkan *House of Quality* QFD.

HASIL DAN PEMBAHASAN

QFD merupakan singkatan dari *Quality Function Deployment*, yang secara harfiah berarti "penyebaran fungsi kualitas". QFD adalah sebuah pendekatan sistematis yang digunakan dalam pengembangan produk untuk memastikan bahwa kebutuhan pengguna terpenuhi secara efektif (Bora et al., 2021), (Ginting et al., 2020) & (Luthfini Lubis & Vivi Putri, 2020) sedangkan HOQ (House of Quality) adalah salah satu matriks yang digunakan dalam Quality Function Deployment (QFD) untuk menggambarkan hubungan antara kebutuhan pengguna dengan karakteristik desain produk atau layanan yang akan dikembangkan (Yusuf Jr et al., 2022), (Saeful Nurochim et al., 2021). Langkah-langkah penyusunan *House of Quality* yaitu:

Langkah pertama menyusun Kebutuhan Konsumen "*Voice Of Customer*" pada bagian ini mengandung hal–hal yang dibutuhkan oleh pengguna terhadap produk yang akan dirancang. Berikut ini data kebutuhan teknisi terhadap produk alat bantu ganti oli transmisi otomatis.

Tabel 3. *Voice Of Customer*

No.	Kebutuhan "What"
1	Mudah di gunakan
2	Kuat dan Ringan
3	Kecepatan pengisian oli *transmission*
4	Bentuk tabung
5	Tahan kebocoran oli
6	Dapat digunakan di *caddy* (meja kerja)
7	Menggunakan tutup yang lebih besar

Sumber: Data Penelitian

Langkah kedua menyusun *Customer Importance Ratting* seperti yang dapat dilihat pada tabel 4. Data diperoleh melalui distribusi kuesioner yang berisi pertanyaan mengenai tingkat pentingnya setiap atribut, berdasarkan tanggapan responden menggunakan skala Likert yang terdiri dari lima pilihan (1-5).

Tabel 4. Nilai *Customer Importance Ratting*

No	Atribut	Nilai *Importance Ratting*
1	Mudah di gunakan	4,25
2	Kuat dan Ringan	4,42
3	Kecepatan pengisian oli *transmission*	4,83
4	Bentuk tabung	3,75

No	Atribut	Nilai *Importance Ratting*
5	Tahan kebocoran oli	4,25
6	Dapat digunakan di *caddy* (meja kerja)	4,25
7	Menggunakan tutup yang lebih besar	4,08

Sumber: Data Penelitian

Langkah ketiga dalam proses ini adalah merumuskan Respon Teknis yang bertujuan untuk mengartikan kebutuhan pengguna ke dalam bentuk teknis yang dapat langsung digunakan dalam pengembangan produk alat bantu ganti oli transmisi otomatis. Pada bagian ini, ditetapkan target spesifik yang didasarkan pada kemampuan perusahaan yang telah ditentukan berdasarkan kebutuhan pengguna. Detail dari Respon Teknis untuk setiap kebutuhan pengguna dapat ditemukan dalam Tabel 5.

Tabel 5. *Technical Response*

No.	Atribut
1	Bahan Acrylic 3mm
2	Pompa *Electric* DC 12V
3	Diameter 20cm, Tinggi 30cm
4	*Acrylic* di Lem
5	Tapak Alat persegi 22cm
6	Diameter Tutup 6cm

Sumber: Data Penelitian

Langkah keempat dalam proses ini adalah menentukan arah perbaikan atau Direction Of Improvement, yang melibatkan perbandingan antara target yang ingin dicapai dengan tingkat kepuasan pengguna terhadap produk yang telah diluncurkan. Tujuan dari langkah ini adalah untuk menetapkan strategi bagaimana item "HOW" dapat diimplementasikan secara optimal dalam pengembangan selanjutnya. Apakah dengan meningkatkan kualitasnya, menurunkan sedikit harga produksi yang rendah atau sesuai target standar produksi pada umumnya yaitu dengan memilih simbol *Max, Min, Or Target. Direction Of Improvement* dapat dilihat pada tabel 6.

Selanjutnya langkah kelima, terdapat pengukuran indikator kekuatan hubungan antara setiap unsur rencana kualitas atau program kegiatan dengan karakteristik yang diinginkan oleh pengguna. Informasi lebih lanjut mengenai indikator ini dapat ditemukan dalam Tabel 6.

Tabel 6. *Relationship Matrix*

Arah Perbaikan (DOI) Max▲Min▼Target X		▲	X	▲	▲	▲	▲
Teknis *"How"* / **Kebutuhan "*What*"**	*Customer Importance*	Bahan *Acrylic* 3mm	Pompa *Electric* DC 12V	Diameter 20cm, Tinggi	*Acrylic* di Lem	Tapak Alat persegi 22cm	Diameter Tutup 6cm
Mudah di gunakan	4,25	●		●	●		○
Kuat dan Ringan	4,42	○	●	●		●	○
Tahan kebocoran oli	4,83		●		●	●	●
Bentuk tabung	3,75	●	●			○	
Kecepatan pengisian oli *transmission matic*	4,25	○	△	●	●	●	
Dapat digunakan di *caddy* (meja kerja)	4,25	●		●	●	○	●
Menggunakan tutup yang lebih besar	4,08	●		○	●	○	●

Sumber: Data Penelitian

Keterangan:

1. ● Kuat : Nilai 9
2. ○ Sedang : Nilai 3
3. △ Lemah : Nilai 1

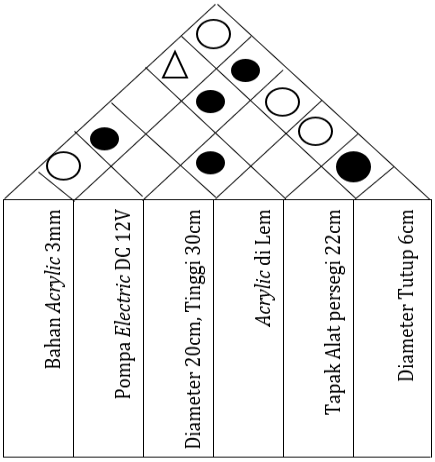
langkah keenam dalam proses menyusun House of Quality QFD ini dilakukan penentuan Bobot Kolom, dimana hal ini dimaksudkan untuk mendapatkan informasi yang sesuai kebutuhan pengguna sehingga tujuan perancangan produk dapat dicapai. Bobot Kolom diperoleh melalui perkalian antara importance rating dengan karakteristik teknis. Untuk menghitung nilai Bobot Kolom, dapat menggunakan rumus (Herman et al., 2022): Bobot kolom= ∑ (*Importance ratting* x karakteristik teknis).

Tabel 7. Bobot Kolom

Arah Perbaikan (DOI) Max▲Min▼Target X		▲	X	▲	▲	▲	▲
Teknis *"How"* / **Kebutuhan "*What*"**	*Customer Importance*	Bahan *Acrylic* 3mm	Pompa *Electric* DC 12V	Diameter 20cm, Tinggi 30cm	*Acrylic* di Lem	Tapak Alat persegi 22cm	Diameter Tutup 6cm
Mudah di gunakan	4,25	38,25		38,25	38,25		12,75
Kuat dan Ringan	4,42	13,26	39,78	39,78		39,78	13,26
Tahan kebocoran oli	4,83		43,47		43,47	43,47	43,47
Bentuk tabung	3,75	33,75	33,75			11,25	
Mempercepat pengisian oli *transmission matic*	4,25	12,75	12,75	38,25	38,25	38,25	
Dapat digunakan di *caddy* (meja kerja)	4,25	38,25		38,25	38,25	12,75	38,25
Menggunakan tutup yang lebih besar	4,08	36,72		12,24	36,72	12,24	36,72
Total Bobot Kolom		172,98	129,75	166,77	194,94	157,74	144,45

Sumber: Data Penelitian

Langkah ketujuh menentukan Matrik Korelasi *"Correlation Matrix",* pada bagian matrik ini adalah tempat istilah *House Of Quality* berasal, karena itu terlihat seperti rumah dengan atap. Pengisian kolom *correlations matrix* dilakukan dengan cara mencari hubungan dan ketergantungan antar *technical response*. Adapun hasil yang telah diperoleh dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Menentukan *Correlation Matrix*

Langkah kedelapan merupakan proses penentuan nilai posisi produk dimana nilai ditentukan berdasarkan hasil perhitungan dari kuesioner yang menggambarkan persepsi teknisi terhadap produk alat bantu ganti oli transmisi otomatis. Tabel 8 memuat Informasi mengenai nilai posisi produk yang akan dikembangkan dan produk pesaing.

Tabel 8. Nilai Posisi Produk

Atribut	*Our Product*	Produk A
Mudah digunakan	4,08	2,25
Kuat dan Ringan	4	2,83
Tahan kebocoran oli	4,5	2,33
Bentuk tabung	3,58	3
Kecepatan pengisian oli *transmission matic*	4,5	2,53
Dapat digunakan di *caddy* (meja kerja)	4,08	2,42
Menggunakan tutup yang lebih besar	4,17	2,75

Sumber: Data Penelitian

Pada langkah kesembilan, dilakukan perhitungan Identifikasi Prioritas yang melibatkan beberapa metode untuk membantu penentuan prioritas. Berikut adalah beberapa metode yang digunakan:

a) Target: Merupakan tingkat kinerja yang ingin dicapai untuk memenuhi kebutuhan pengguna. Penentuan nilai target didasarkan pada perbandingan posisi produk yang akan dikembangkan dengan produk pesaing (Hanafie et al., 2020). Dalam penelitian ini, nilai target berkisar antara 1 hingga 5 (skala Likert). Nilai target ini telah ditentukan setelah melakukan diskusi dengan manajemen PT. XYZ.
b) Poin Penjualan: Merupakan informasi mengenai kemampuan produk dalam memenuhi kebutuhan teknisi dan berpengaruh terhadap daya saing dalam pemasaran. Nilai poin penjualan yang kuat adalah 1.2, sedangkan nilai 1 menunjukkan bahwa posisi penjualan tidak kuat.
c) Rasio Perbaikan: Merupakan perbandingan antara nilai target dengan nilai evaluasi kompetitif dari pengguna. Nilai rasio perbaikan untuk kebutuhan pengguna dapat ditemukan dalam Tabel 9.

Tabel 9. Perhitungan *Improvement Ratio*

No	Kebutuhan Konsumen	Nilai Posisi Produk	*Goals*	*Improvement Ratio*
1	Mudah digunakan	4,08	5	1,22
2	Kuat dan Ringan	4	4,5	1,13
3	Tahan Kebocoran oli	4,5	5	1,12
4	Bentuk Tabung	3,58	4	1,12
5	Kecepatan Pengisian Oli *Transmission*	4,5	5	1,11
6	Dapat digunakan di *caddy* (meja kerja)	4,08	5	1,22
7	Menggunakan tutup yang lebih besar	4,17	5	1,20

Sumber : Data Penelitian

d) Perhitungan Bobot Baris (*Raw Weight)* didapatkan melalui operasi perkalian antara importance rating, improvement ratio, dan sales point. Hasil perhitungan Bobot Baris tersebut digunakan untuk menentukan tindakan yang akan diambil oleh peneliti, yang terbagi menjadi tiga kategori: kategori A untuk meningkatkan kualitas produk, kategori B untuk mempertahankan kualitas produk dan melanjutkan inovasi produk secara berkelanjutan, serta kategori C untuk mempertahankan kualitas produk. Sebagai contoh, dalam menghitung bobot untuk atribut "mudah digunakan", digunakan perkalian antara importance rating (4,25), improvement ratio (1,22), dan sales point (1,2), yang menghasilkan bobot sebesar 6,22. Perhitungan bobot baris yang lebih rinci dapat ditemukan dalam Tabel 10.

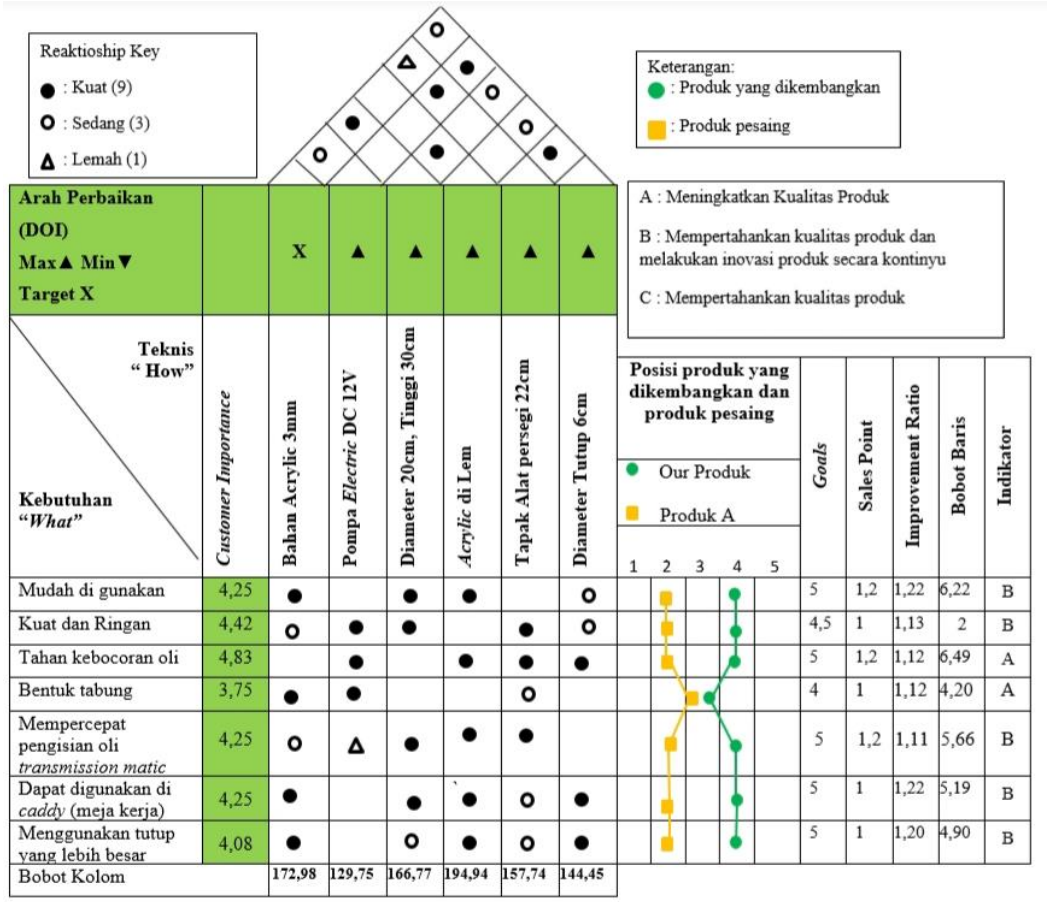
Tabel 10. Perhitungan Bobot Baris

No	Kebutuhan Konsumen	Nilai Posisi Produk	*Sales Point*	*Improvement Ratio*	Bobot Baris	Tindakan
1	Mudah digunakan	4,25	1,2	1,22	6,22	B
2	Kuat dan Ringan	4,42	1	1,13	5	B
3	Tahan Kebocoran oli	4,83	1,2	1,12	6,49	A
4	Bentuk Tabung	3,75	1	1,12	4,20	A
5	Kecepatan Pengisian Oli *Transmission*	4,25	1,2	1,11	5,66	B
6	Dapat digunakan di *caddy* (meja kerja)	4,25	1	1,22	5,19	B
7	Menggunakan tutup yang lebih besar	4,08	1	1,20	4,90	B

Sumber: Data Penelitian

Berdasarkan hasil perhitungan bobot baris sebelumnya, dapat diidentifikasi atribut kebutuhan teknisi dengan nilai tertinggi dijadikan prioritas utama dalam usulan perancangan alat bantu ganti oli transmisi otomatis. Urutan bobot baris disusun mulai dari nilai tertinggi hingga nilai terendah yaitu 1. Tahan Kebocoran oli (6,49), 2. Mudah digunakan (6,22), 3. Kecepatan pengisian oli (5,66), 4. Dapat digunakan di caddy atau meja kerja (5,19), 5. Kuat dan Ringan (5,00), 6. Menggunakan tutup yang lebih besar (4,90) dan 7. Bentuk Tabung (4,20).

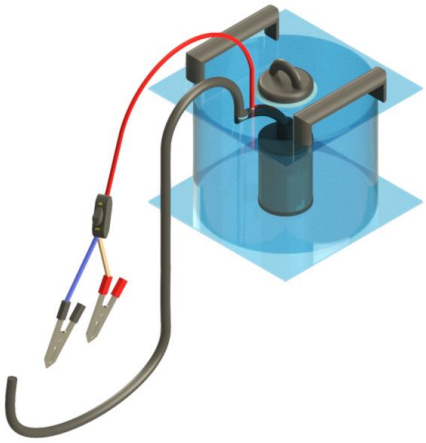
Langkah kesepuluh menyusun *House Of Quality* pada Gambar 4 merupakan langkah terakhir dalam analisis QFD dan merupakan kombinasi dari semua karakteristik teknis, atribut yang diinginkan oleh pengguna, *sales point*, dan posisi produk & pesaing terhadap atribut yang sama dihasilkan melalui proses QFD.



Arah Perbaikan (DOI) Max▲ Min▼ Target X		X	▲	▲	▲	▲	▲	Posisi produk yang dikembangkan dan produk pesaing								
Teknis "How" / Kebutuhan "What"	*Customer Importance*	Bahan Acrylic 3mm	Pompa *Electric* DC 12V	Diameter 20cm, Tinggi 30cm	*Acrylic* di Lem	Tapak Alat persegi 22cm	Diameter Tutup 6cm	● Our Produk ■ Produk A					*Goals*	Sales Point	Improvement Ratio	Bobot Baris	Indikator
								1	2	3	4	5					
Mudah di gunakan	4,25	●		●	●		O						5	1,2	1,22	6,22	B
Kuat dan Ringan	4,42	O	●	●		●	O						4,5	1	1,13	2	B
Tahan kebocoran oli	4,83		●		●	●	●						5	1,2	1,12	6,49	A
Bentuk tabung	3,75	●	●			O							4	1	1,12	4,20	A
Mempercepat pengisian oli *transmission matic*	4,25	O	Δ	●	●	●							5	1,2	1,11	5,66	B
Dapat digunakan di *caddy* (meja kerja)	4,25	●		●	●	O	●						5	1	1,22	5,19	B
Menggunakan tutup yang lebih besar	4,08	●		O	●	O	●						5	1	1,20	4,90	B
Bobot Kolom		172,98	129,75	166,77	194,94	157,74	144,45										

Gambar 4. *House Of Quality*
Sumber: Data Penelitian

Berdasarkan analisis *House Of Quality* QFD kemudian dilakukan perancangan produk yang sesuai dengan kebutuhan teknisi, gambar produk alat bantu ganti oli transmisi otomatis dapat dilihat pada gambar 5.



Gambar 5. Alat Bantu Ganti Oli Transmisi Otomatis

Gambar 5 menunjukkan rancangan alat bantu ganti oli transmisi otomatis berbentuk tabung dengan voume tabung 9.420 ml / 9,42 L alat pengisian oli transmission ini memiliki tapak alas persegi dengan ukuran setiap sisinya 22cm, alat

pengisian oli *transmission* ini menggunakan tutup dengan diameter 6cm dan memiliki selang 1,5m untuk menyalurkan oli dari wadah ke lubang pengisian oli *transmission*. Alat bantu ganti oli transmisi otomatis ini didesain menggunakan wadah berbentuk tabung agar mempermudah teknisi dalam menentukan volume oli yang akan diisikan ke dalam *transmission*, standar volume oli *transmission* setiap mobil berbeda-beda sehingga dibutuhkan wadah yang dapat mempermudah teknisi dalam menentukan volume tersebut dengan melihat tanda jumlah volume yang ada di *body* dari alat tersebut. Adapun proses pengisian yang dapat dilakukan oleh alat ini yaitu untuk kendaraan 1.500cc dengan volume 2L waktu pengisian 2 menit, kendaraan di atas 2.000cc dengan volume 4L waktu pengisian 4 menit.

SIMPULAN

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan bahwa perancangan alat bantu ganti oli transmisi otomatis dilakukan dengan mempertimbangkan keinginan konsumen (Voice of Customer) dan menerjemahkannya ke dalam bahasa teknis (karakteristik teknik). Setelah proses pengolahan data dan pembahasan dalam penelitian, terdapat beberapa kesimpulan yang dapat diambil, antara lain:

a. Spesifikasi alat bantu ganti oli transmisi otomatis yang dibutuhkan oleh teknisi berdasarkan metode QFD didapatkan 7 atribut keinginan teknisi yaitu: 1) Mudah digunakan, 2) Kuat dan Ringan, 3) Kecepatan pengisian oli *transmission matic*, 4) Bentuk Tabung, 5) Tahan dari kebocoran oli, 6) Dapat digunakan di *caddy*, 7) Menggunakan tutup yang lebih besar.
b. Karakteristik teknik dari alat bantu ganti oli transmisi otomatis yaitu: 1) Bahan *acrylic* 3mm, 2) Pompa *Electric* DC 12V, 3) Diameter 20cm Tinggi 30cm, 4) *Acrylic* di lem, 5) Tapak alat persegi 22cm, 6) Diameter tutup 6cm.

DAFTAR PUSTAKA

Bora, M. A., Amrina, E., & Herman, H. (2021). Usulan Peningkatan Kualitas Layanan Perguruan Tinggi Menggunakan Metode Service Quality (Servqual) Dan Quality Function Deployment (Qfd) Studi Kasus Di Stt Ibnu Sina Batam. *PROFISIENSI: Jurnal Program Studi Teknik Industri*, *9*(1), 47–59. https://doi.org/10.33373/profis.v9i1.3308

Dewanti, G. K., Surya, P., & Tiara. (2020). Analisis postur kerja pada karyawan bengkel warlok barbeku multi servis dengan menggunakan REBA. *Jurnal IKRA-ITH Teknologi*, *4*(3), 57–64.

Ginting, R., Ishak, A., Fauzi Malik, A., & Satrio, M. R. (2020). Product Development with Quality Function Deployment (QFD) : A Literature Review. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, *1003*(1), 012022. https://doi.org/10.1088/1757-899x/1003/1/012022

Hanafie, A., Idrus, I., S, R., & Effendy, R. A. (2020). Analisis Tingkat Kepuasan Operator Mesin Roll Forming Pada Bagian Perawatan Mesin Dengan Pendekatan Quality Function Deployment (Qfd). *Journal Industrial Engineering and Management (JUST-ME)*, *1*(02), 37–43. https://doi.org/10.47398/justme.v1i02.8

Herman, H., Amrina, E., & Bora, M. A. (2022). Penerapan Quality Function Deployment

Dalam Peningkatan Kualitas Layanan Perpustakaan Perguruan Tinggi. *Sigma Teknika*, *5*(1), 001–011. https://doi.org/10.33373/sigmateknika.v5i1.4090

Luthfini Lubis, A., & Vivi Putri, M. (2020). Designing Ergonomic Study Chair Using Quality Function Deployment Method with Anthropometry Approach. *KnE Life Sciences*, *2020*(2018), 14–34. https://doi.org/10.18502/kls.v5i3.6557

Mahmuddah, R. D., & Sutantra, I. N. (2019). Analisis Perbandingan dan Studi Eksperimen Karakteristik Traksi Transmisi Manual dengan Transmisi Otomatis pada Mobil Suzuki All New Ertiga 2018. *Jurnal Teknik ITS*, *8*(1). https://doi.org/10.12962/j23373539.v8i1.42495

Muttaqi'in, N., & Katias, P. (2021). Strategies to Improve Service Quality With House of Quality at Hotel X Surabaya. *Business and Finance Journal*, *6*(1), 65–70. https://doi.org/10.33086/bfj.v6i1.1979

Pabuntang, B., Neyland, J., & Arungpadang, T. (2020). Evaluasi Kualitas Layanan Jasa Pada Bengkel Otomotif Roda Empat. *Jurnal Online Poros Teknik Mesin*, *9*(2), 184–192.

Riduansyah, Profita, A., & Tambunan, W. (2020). Analisis Kualitas Pelayanan pada Layanan Tes Kesehatan di Klinik Mulawarman Health Center Universitas Mulawarman dengan Menggunakan Metode Service Quality (Servqual). *Journal of Industrial and Manufacture Engineering*, *4*(1), 28–36. https://doi.org/10.31289/jime.v4i1.3011

Saeful Nurochim, As'ad, N. R., & Rukmana, A. N. (2021). Perancangan Produk Waistbag dengan Menggunakan Metode Quality Function Deployment (QFD). *Jurnal Riset Teknik Industri*, *1*(1), 1–13. https://doi.org/10.29313/jrti.v1i1.91

Sodikin, J., & Satria Jati, U. (2022). Analisa Kerusakan Transmisi Otomatis dengan Metode Failures Mode and Effects Analysis (FMEA) dan Logic Tree Anaysis (LTA). *Accurate: Journal of Mechanical Engineering and Science*, *3*(1), 13–21. https://doi.org/10.35970/accurate.v3i1.1510

Yusuf Jr, R., Bora, M. A., & Setyabudi, A. L. (2022). Pengembangan Alat Anti Offline Di Pt. Pln Batam Dengan Menggunakan Metode Brainstorming Dan Qfd. *ILTEK : Jurnal Teknologi*, *17*(02), 79–87. https://doi.org/10.47398/iltek.v17i02.17

JURNAL MEKAR Volume 2. No.1. April 2023 E-ISSN 2829-4114
DOI: 10.59193 E-ISSN 2829-4009

PERANAN ROOM ATTENDANT DALAM UPAYA MENINGKATKAN PELAYANAN TERHADAP TAMU DI HOTEL GOLDEN VIEW

Jefri
Prodi Manajemen Divisi Kamar, Politeknik Pariwisata Batam
jefri@btp.ac.id
Supardi
Prodi Manajemen Divisi Kamar, Politeknik Pariwisata Batam
supardi@btp.ac.id
Arina Luthfini Lubis
Prodi Manajemen Divisi Kamar, Politeknik Pariwisata Batam
arina@btp.ac.id

ABSTRACT

As an effort to develop special tourist attractions in the hotel industry to increase tourist attractiveness in Batam City, in producing goods and services for the needs of tourists according to these tourism destinations. The hotel industry has broad categories within the field of tourism specifically in the field of tourism which include lodging, food and beverage services, event planning, amusement parks and travel. A guest room (Room) is an important thing in hospitality and is the thing most sought after by local and foreign tourists, therefore the role of a Room Attendant is so important in maintaining cleanliness and quality so as to improve service to guests at the Golden View Hotel. This research was conducted at the Golden View Hotel Batam using qualitative research methods. Data collection techniques were carried out by interviewing 5 informants who were housekeeping employees. The data analysis technique used is data reduction, data display and data verification.
Keywords: Hotel Service, Role, Room Attendant, Guest.

ABSTRAK

Sebagai upaya mengembangkan daya tarik wisata khusus diindustri perhotelan untuk meningkatkan daya tarik wisata di Kota Batam, dalam menghasilkan barang dan jasa bagi kebutuhan para wisatawan sesuai dalam tujuan pariwisata tersebut. Industri perhotelan mempunyai kategori luas dalam bidang pariwisata khusus di bidang pariwisata yang tergolong seperti penginapan, layanan makanan dan minuman, perencanaan acara, taman hiburan dan perjalanan wisata. Kamar tamu (Room) adalah suatu hal yang penting dalam perhotelan dan hal paling dicari oleh wisatawan lokal maupun wisatawan asing, oleh sebab itu begitu pentingnya peran seorang Room attandant dalam menjaga kebersihan dan kualitas sehingga meningkatkan pelayanan kepada tamu di Hotel Golden View. Penelitian ini dilakukan di Hotel Golden View Batam dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara dengan 5 orang narasumber yang merupakan karyawan housekeeping. Teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, display data dan verifikasi data.
Keywords: Pelayanan Hotel, Peranan, Room Attendant, Tamu**.**

PENDAHULUAN

Pengertian hotel menurut (Baud-Bovy and Lawson, 1977) adalah sarana yang digunakan untuk tempat tinggal umum bagi parawisatawan. Hotel akan memberikan pelayanan berupa jasa kamar, makanan dan minuman, serta jasa akomodasi. Dari observasi yang telah dilakukan terhadap ulasan ditemukan beberapa contoh masalah berkaitan dengan kurangnya pelayanan room attendant yang ada di Hotel Golden View seperti pelayanan staf room attendant mulai dari keramahan yang kurang terhadap tamu, kurangnya kebersihan kamar disaat tamu check in di hotel serta room attendant, hal ini diperkuat dengan adanya ulasan tamu yang menginap dan memberikan komentar keluhan di guest comment dan sosial media.

Menurut (Sulastiyono, 1999) ada beberapa indikator room attendant yang dapat dikategorikan baik, yaitu menjaga kebersihan, memberikan pelayanan terbaik, sesuai dengan standar, dan memiliki pengetahuan dan kemampuan dalam menjalankan tugasnya. Menurut (Mutiara and Fajar, 2020)

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

Housekeeping berasal darikata " house" yang berarti rumah dan "keeping" (to keep) yang berarti memelihara merawat, menjaga. Jadi housekeeping adalah departemen yang bertanggung jawab menata peralatan, menjaga kebersihan, dan memberi dekorasi dengan tujuan agar hotel tampak rapi, bersih, menarik dan menyenangkan penghuninya. Peran housekeeping sangat penting, oleh karenanya harus di tangani orang-orang yang professional, cekatan dan terampil. Menurut (Mutiara and Fajar, 2020) dalam "Housekeeping atau tata graha adalah sebagian yang menangani kebersihan, kerapihan kamar, dan juga bagian luar hotel".

Menurut (Priantara, 2019), room attendant secara spesifik merupakan petugas floor section yang menjaga kebersihan, kerapian, kenyamanan, dan kelengkapan kamar-kamar tamu. Menurut (Priantara, 2019) pelaksanaan kebersihan kamar tamu itu juga harus ditunjang dengan penampilan petugas kamar itu sendiri, dimana room attendant harus berpenampilan baik dan rapi, meliputi tingkah laku, kejujuran, sopan santun pada tamu, atasan maupun teman sejawat. Sebagai petugas room attendant haruslah pernampilan baik dan rapi, tanggung jawab dan ruang lingkup room attendant adalah mempersiapkan kamar-kamar tamu yang siap dijual (ready of sale), dengan itu seseorang room attendant harus melaksanakan tugasnya dengan baik dan mengetahui ketentuan-ketentuan yang berlaku di room section sehingg room attendant dapat melakukan kegiatannya dengan baik yang nantinya akan membuat tamu puas dengan pelayanan yang diberikan dari pihak hotel.

Pelayanan sendiri ada beberapa indikator yang perlu dipenuhi menurut (Tjiptono and Chandra, 2016) yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, dan jaminan. Bukti Fisik, meliputi penampilan fisik seperti kebersihan, kerapian, dan kenyamanan kamar, dan kelengkapan. Keandalan, yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan. Daya tanggap, yaitu respon atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap dan penanganan keluhan pelanggan. Jaminan yaitu meliputi kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramaha tamahan dan kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan didalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan, dan menanamkan kepercayaan tamu terhadap hotel.

METODE

Desain Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian deskriftif kualitatif. Menurut (Sugiyono, 2016) penelitian deskriftif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel ataupun lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain.

Menurut (Sugiyono, 2016) penelitian kualitatif, metode yang digunakan meneliti kondisi objek yang alamiah, dimana penelitian merupakan instrumen kunci dan tekhnik pengumpulan dilakukan dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Alasan digunakannya pendekatan kualitatif deskriptif dengan maksud untuk menjelaskan dan mengungkapkan fakta yang terjadi di hotel sesuai dengan judul penelitian.

Sumber Data Penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan 2 jenis sumber data, yaitu sebagai berikut: (1) Data primer dan (2) Data Sekunder. Menurut (Sugiyono, 2016) data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data dikumpukan sendiri oleh penenliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Peneliti menggunakan hasil wawancara yang didapatkan dari informan mengenai topik penelitian sebagai data primer. Menurut (Sugiyono, 2016) data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah Undang-Undang ketenagakerjaan, buku, jurnal, artikel dan sosial media.

Teknik Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan metode dengan observasi, survey, adalah teknik untuk mengumpulkan informasi dan data dengan cara datang ke hotel dan mengamati secara langsung

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

aktivitas objek yang berlangsung baik didalam hotel mau diluar hotel. Dalam observasi ini dilakukan untuk memahami cara pandang seseorang yang terlibat dalam tujuan agar memperoleh informasi yang sangat jelas, baik, dan benar mengenai room attendant pada housekeeping department di Hotel Golden View.

Metode wawancara tidak terstruktur digunakan dalam penelitian ini wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan cara berdialog dengan narasumber secara lisan, baik langsung maunpun tidak langsung, wawancara ini bertujuan untuk menggali informasi dalam penelitian yang berkaitan dengan peran room attendant dalam meningkatkan pelayanan di Hotel Golden View.

Peneliti menggunakan metode dokumentasi, dalam penelitian ini dibutuhkan beberapa dokumen sebagai sumber atau pusat yang mendukung pembuatan penelitian. Oleh sebab itu, metode dokumetasi sangat perlu dilakukan. Dokumen merupakan data dan fakta yang tersimpan dalam berbagai bentuk yang menyerupai dokumentasi. Teknik dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data tertulis yang berupa ulasan tamu di guest comment dan sosial media yang sudah ada sebelumnya. Alat dokumentasi penelitian ini adalah kamera, alat perekam, dan handphone.

PEMBAHASAN

Hotel Golden View memiliki jumlah kamar sebanyak 215 kamar yang terdiri dari beberapa tipe superior room, delux room, grand suite room,suite-living room dan family room. Dalam pelaksanaan operasional maupun manajemennya terdiri dari beberapa departemen yaitu, Housekeeping Department, Front Office Departement, Food and Beverage Departement, Culinary Departement, Human Resources Departement, Finance dan Accounting Departement.



Gambar 1. *Hotel Golden View Batam* (https://www.tripadvisor.co.id/).

Hasil Temuan Data

SOP room attendant sudah sesuai dengan peranan room attendant dalam bekerja namun ada kemungkinan kecil room attendant tidak menjalankan SOP, padahal hotel berbintang mengacu kepada standar operasional prosedur. Hotel Golden View karena sudah memiliki job decription masing-masing. Di mulai dari pagi melakukan morning briefing selanjutnya melaksanakan pekerjaan room attendant ada yang mengerjakan kamar yang check out dan ada yang mengerjakan kamar yang extend serta ada 2 Supervisor yang mengawasi pekerjaan room attendant.

Beberapa hambatan room attendant dalam memberikan pelayanan terhadap tamu di hotel Golden View diantaranya adalah penyesuaian dengan tamu dalam bekerja. Misalnya tamu grup memesan 50 kamar kemudian mereka meeting selama 2 hari jadwal menginapnyanya 1 atau 2 malam check out nya sudah dijanjikan jam 12, tetapi ada beberapa tamu yang masih ada keperluan dalam rapatnya menunggu check out sampai jam 2 sehingga room attendant terkendala dalam mengerjakan kamar. Kendala dari room attendant sendiri misalnya tidak bisa hadir karena sakit, kecelakaan atau keluarganya sakit.

Solusi dari hambatan tersebut adalah Hotel Golden View sudah bekerja sama dengan sekolah perhotelan sehingga sering memakai jasa part time dan PKL dari sekolah perhotelan tersebut, tidak ada hambatan yang besar tetapi hambatan itu kecil biasa sering terjadi. Kebijakan lainnya adalah room attendant memberikan dan membagikan selembar kertas aturan waktu untuk

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

check out di setiap kamar tepat saat room attendant membersihkan kamar tamu diharapkan tamu untuk membaca aturan check out tersebut.

Sikap room attendant sudah sesuai dalam melayani tamu seperti senyum,greeting saat bertemu tamu dan peduli terhadap tamu jika ada tamu yang membutuhkan bantuan jika disebutkan sikap baik atau tidaknya sejauh ini mereka sudah menjalankannya dengan baik sesuai job description. Untuk perbaikan dan penikatan pelayanan terhadap tamu maka diperlukan training untuk menambah ilmu pengetahuan atau penyegaran, dalam menjalankan tugas room attendant setiap hari.

Kekurangan room attendant di Hotel Golden View hanya sedikit yaitu salah satunya adalah berkomunikasi berbahasa inggris dan ada beberapa room attendant tidak begitu detail dalam membersihkan kamar. Kelebihannya kami mengadakan training untuk room attendant sehingga ada peningkatan dalam kinerja baik dalam operasional dan knowledge.

Hal-hal yang menjadi tugas dan tanggung jawab seorang room attendant dalam memberikan pelayanan terhadap tamu antara lain: kebersihan dalam melaksanakan pekerjaan di kamar seperti stripping, dusting furtinure yang ada dikamar, sweeping dan mooping lantai, kerapian dalam melaksanakan dalam menata aminities, towel folding dan kebersihan di dalam bathroom, melaporkan setiap kerusakan yang ditemukan serta menangani setiap keluhan dan permintaan tamu. Perilaku room attendant juga perlu dijaga, di mulai dari sikap, perbuatan, selalu berprilaku positif kepada tamu dan atasan, memberikan pelayanan terbaik semaksimal mungkin, contohnya dari pelayanan meminimalisir keluhan dari tamu baik dari kebersihan kamar, request, dan pelayanan lainnya.

Analisis Data

Berdasarkan hasil temuan data yang diperoleh dari kegiatan wawancara, dokumentasi, dan observasi mengenai peranan room attendant dalam meningkatkan pelayanan terhadap di Hotel Golden View ditemukan hasil sebagai berikut:

Tabel 1. Elemen Peranan Room Attendant dalam meningkat pelayanan terhadap tamu

No	Sumber	*Knowledge Of Work*	*Communucation Of Work*	*Skill of work*
1.	Johan Effendi	√	√	√
2.	Chaca Irawan	√	√	√
3.	Irwan Kantari	√	–	–
4.	Lanedy Arta	√	–	–
5.	Jafar Siddik	√	–	–

Sumber: data diolah, 2023

Berdasarkan Tabel di atas, terlihat bahwa dari ketiga elemen peranan yang paling banyak ditemukan yakni knowledge of skill Sedangkan elemen peranan yang jarang ditemukan yakni communication of work dan skill of work yang di dukung keterangan dari semua narasumber. Adapun masing-masing elemen peranan memiliki berbagai instrument akan dijabarkan pada tabel berikut ini.

Tabel 1. Instrumen Peranan Room Attendant dalam Upaya Meningkatkan Pelayanan Terhadap Tamu di Hotel Golden View

No	Elemen Peranan	Instrumen yang digunakan
1.	*Knowledge of Work*	a. Memahami produk-produk dan fasilitas b. Memahami prodedur *Cleaning Room/Make Up Room* c. Memahami prosedur *guest room* d. Memahami prosedur *guest complaint* e. Mempunyai pengetahuan atau informasi diluar lingkungan hotel.
2.	*Communication of Work*	a. Meningkatkan hubungan kerja sama tim yang baik b. Meningkat kelancaran kerja di operasional *housekeeping*
3.	*Skill of Work*	a. Komunikasi b. Kerja tim c. Penyelesaian Masalah d. Inisiatif dan usaha

Kendala room attendant dalam upaya

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

meningkat pelayanan terhadap tamu di Hotel Golden View antara lain: commucation of work dan skill of work atau komunikasi dan kemampuan yang dimiliki oleh room attendant serta kendala operasional. Kendala operasional yaitu ketidaksiapan kamar tamu di waktu check in di karenakan tamu yang lama sering telat check out sehingga menghambat dalam pembersihan kamar. Kendala selanjutnya yaitu room attendant yang ingin melakukan pekerjaannya sering kekurangan linen dalam bekerja sehingga Room Attendant terhambat dalam bekerja dikarena keterlambatan pihak laundry yang mengantar linen ke hotel Golden View, Kurangnya kerja sama tim berpengaruh bagi room attendant contohnya room qttendant yang sudah telah menyelesaikan pembersihan kamar yang ditugaskannya masing-masing tetapi tidak membantu room attendant yang lainnya yang belum menyelesaikan pembersihan kamar. room attendant di Hotel Golden View juga terkendala dalam berkomunikasi dalam berbahasa inggris sehingga apabila tamu meminta sesuatu dengan berbahasa inggris yang belum dikuasai room attendant bisa menghambat pekerjaan room attendant dan roomt attndan juga kurang detail dalam operasional pembersihan kamar.

KESIMPULAN

Peranan room attendant dalam upaya meningkat pelayanan terhadap tamu di hotel ini sangatlah penting dan dari semua departemen yang ada dihotel ini telah melaksanakan peranannya dengan baik dan sesuai tugas dan tanggung jawabnya sebagai salah satu bagian dalam meningkat pelayanan terhadap tamu di hotel Golden View.

Kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan tugas room attendant dalam upaya meningkat pelayanan terhadap tamu di hotel Golden View, terdapat macam kendala yang sering terjadi yaitu kendala operasional seperti tamu yang terlambat untuk check out sehingga menghambat pembersihan kamar untuk tamu yang akan check in saat itu juga dan bisa mendapatkan keluhan dari tamu karena sudah cukup lama menunggu sehingga membuat kesan negatif, kerja sama room attendant yang tidak baik seperti room attendant yang sudah menyelesaikan pekerjaan tetapi tidak membantu Room Attendant yang lainnya yang belum selesai mengerjakan kamar, kendala linen yang kurang dan sering terlambat datang dari pihak laundry dan room attendant yang tidak menguasai bahasa inggris begitu baik sehingga menghambat pekerjaan saat tamu meminta sesuatu.

DAFTAR PUSTAKA

Baud-Bovy, M. and Lawson, F. (1977) *Tourism and Recreation Development: A Handbook of Physical Planning*. Boston: CBI Publishing Company.

Mutiara and Fajar, A. (2020) 'Peran Housekeeping Dalam Usaha Meningkatkan Kepuasan Tamu Di Hotel', *OSF Preprints*. doi: 10.31219/osf.io/c4z6x.

Priantara, E. R. (2019) *Peranan Room Attendant Dalam Meningkatkan Kepuasan Tamu Di Royal Hotel N ' Lounge Jember Hotel N ' Lounge Jember*.

Sugiyono (2016) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.

Sulastiyono, A. (1999) *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, F. and Chandra, G. (2016) *Service, Quality and Satisfaction*. 4th edn. Yogyakarta: ANDI.

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

JURNAL MEKAR Volume 2. No.1. April 2023 E-ISSN 2829-4114
DOI: 10.59193 E-ISSN 2829-4009

KINERJA KARYAWAN DEPARTEMEN HOUSEKEEPING DI SWISS-BELHOTEL HARBOR BAY BATAM HASIL PELATIHAN KERJA

Febri Ana Parhusip
Alumni Prodi Manajemen Divisi Kamar, Politeknik Pariwisata Batam
febri@btp.ac.id
Andri Wibowo
Prodi Manajemen Divisi Kamar, Politeknik Pariwisata Batam
andri@btp.ac.id
Arina Luthfini Lubis
Prodi Manajemen Divisi Kamar, Politeknik Pariwisata Batam
arina@btp.ac.id

ABSTRACT

Tourism is the 3rd largest foreign exchange earner in Indonesia. Tourism in Batam City is well known at the international and national levels. Batam City itself has an increase in tourist rates of 44.35 in 2020 and 49.15 in 2021 according to (BPS, 2021). This is also very influential on the hospitality industry in Indonesia, the opportunity to build a business, especially in the hospitality industry, will greatly assist tourism travel activities in Indonesia. Housekeeping or hotel housekeeping is one of the departments that has a very important role in providing services to guests, especially in providing cleaning services, tidiness and completeness of items in guest rooms (Polii and Towoliu, 2018). In general, there is a decrease in performance which is suspected to be due to the inconsistent work training conducted at Swiss-belhotel Harbor Bay Batam and the decrease in employee motivation is influenced by several factors ranging from the level of work difficulty, skill objects, promotion opportunities, employee salaries and also appreciation of employee performance. impact on employee performance. The design of this research uses a quantitative research approach. In this study, the entire population of Swiss-belhotel Harbor Bay Batam housekeeping employees was used, totaling 18 employees. Data collection was carried out by distributing questionnaires and interviews to employees. Based on the results of data analysis, discussion, and data processing in this study, it can be concluded that the training carried out at Swiss-belhotel Harbourbay Batam has a positive and significant effect on the performance of housekeeping employees.

Keywords: Tourism, Hospitality, Housekeeping, Training, Employee Performance

ABTRAK

Pariwisata merupakan penyumbang devisa terbesar ke-3 di Indonesia. Pariwisata di Kota Batam sudah dikenal di kancah internasional maupun tingkat nasional. Kota Batam sendiri memiliki laju peningkatatan wisatawan sebesar 44,35 pada tahun 2020 dan 49,15 pada tahun 2021 menurut (BPS, 2021). Hal ini juga sangat berpengaruh pada industri perhotelan yang ada di Indonesia, peluang untuk membangun bisnis khususnya di industri perhotelan akan sangat membantu kegiatan perjalanan wisata di Indonesia. Housekeeping atau tata graha hotel merupakan salah satu departemen yang memiliki peran yang sangat penting dalam memberikan pelayanan kepada tamu, terutama dalam memberikan pelayanan kebersihan, kerapian dan kelengkapan barang dikamar tamu (Polii and Towoliu, 2018). Secara umum terjadi penurunan kinerja yang diduga karena tidak konsitennya pelatihan kerja yang dilakukan di Swiss-belhotel Harbour Bay Batam serta menurunnya motivasi kerja karyawan dipengaruhi oleh beberapa faktor mulai dari tingkat kesulitan kerja, kesenjangan Skill, peluamg promosi, gaji karyawan dan juga apresiasi kinerja karyawan yang berdampak pada kinerja karyawan. Desain pada peneltian ini mengunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Pada penelitian ini menggunakan seluruh populasi karyawan housekeeping Swiss-belhotel Harbour Bay Batam yang berjumlah 18 orang karyawan. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dan wawancara kepada para karyawan. Berdasarkan hasil analisis data, pembahasan, dan pengolahan data pada penelitian ini dapat diambil kesimpulan bahwa Pelatihan kerja yang dilaksanakan di Swiss-belhotel Harbourbay Batam berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan housekeeping.

Kata Kunci: Pariwisata, Perhotelan, Housekeeping, Pelatihan, Kinerja Karyawan

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

PENDAHULUAN

Pada era milenial pariwisata merupakan salah satu alternatif yang dapat digunakan untuk menambah devisa negara yang dapat mendukung kemajuan perekonomian di Indonesia. Menurut (RI and Indonesia, 2009) bahwa pariwisata merupakan penyumbang devisa terbesar ke-3 di Indonesia. Melalui BPS (Badan Pusat Statistik) ditemukan dapa bahwa terjadi peningkatan jumlah wisatawan yang ada di Indonesia pada tahun 2020-2021, jumlah peningkatan sebanyak 524 juta pada tahun 2020 dan 603 juta pada tahun 2021.

Hal ini membuktikan bahwa laju perkembangan industry pariwisata dapat mendukung sektor perekonomian di Indonesia, Pariwisata di Kota Batam sudah dikenal di kancah internasional maupun tingkat nasional. Kota Batam sendiri memiliki laju peningkatatan wisatawan sebesar 44,35 pada tahun 2020 dan 49,15 pada tahun 2021 menurut (BPS, 2021) yang diambil pada tahun 2020-2021. Terjadinya peningkatan jumlah pariwisata yang masuk ke Kota Batam dikarnakan Kota Batam merupakan akses pintu masuk wisatawan manca negara yang masuk ke Indonesia dan tertulis bahwa Kota Batam merupakan pintu masuk terbesar nomor tiga di Indonesia. Mengingat lokasi dari Kota Batam yang berbatasan langsung dengan Negara tetangga yaitu Malaysia dan Singapura. Hal ini juga sangat berpengaruh pada industry perhotelan yang ada di Indonesia, peluang untuk membangun bisinis khususnya di industri perhotelan akan sangat membantu kegiatan perjalanan wisata diindonesia karna tidak dapat di pungkiri bahwa orang-orang yang melakukan perjalanan wisata pasti membutuhkan tempat penginapan untuk beristirahat.

Industri Perhotelan merupakan jenis akomodasi yang menggunakan seluruh atau Sebagian bangunannya untuk dijadikan jasa penginapan, penyedia penyedaiaan makan dan minuman serta penunjang lainnya bagi umum yang dikelola secara komersial. Secara umum hotel memiliki beberapa department yang meliputi, Human Resource Department, Accounting dan Sales marketing, Housekeeping Department, Food and Beverage Department, dan departemen lainnya.

Housekeeping atau tata graha hotel merupakan salah satu departemen yang memiliki peran yang sangat penting dalam memberikan pelayanan kepada tamu, terutama dalam memberikan pelayanan kebersihan, kerapian dan kelengkapan barang dikamar tamu (Polii and Towoliu, 2018). Secara umum Housekeeping bertanggung jawab untuk menjaga kebersihan di area hotel baik lobby, taman, area bar, dan tempat-tempat untuk karyawan kecuali kitchen.

Mengingat Housekeeping memiliki peran besar dalam memberikan pelayanan kepada tamu dan menjaga kualitas yang konsisten kepada seluruh tamu. Apabila karyawan Housekeeping tidak memiliki konsistensi pada saat bekerja maka kinerja yang dihasilkan akan mempengaruhi pada ketidaknyamanan tamu. Hal ini akan berakibat pada keengganan tamu untuk menginap kembali karena merasa tidak nyaman dan pelayanan yang diterima kurang baik dan memilih menginap ditempat yang lebih baik dengan pelayanan yang lebih baik yang akan berdampak pada pendapatan hotel.

Beberapa upaya dapat dilakukan untuk meningkatan kinerja karyawan Housekeeping yaitu dengan melakukan program pelatihan kerja yang bertujuan untuk meningkatkan mutu, profesionalitas, dan daya saing karyawan, pelatihan itu sendiri dapat diutarakan sebagai proses meningkatkan kemampuan, pengetahuan, dan keterampilan. Dengan diberlakukannya program pemberian pelatihan kerja sangat diharapkan mampu meningkatkan pengelolaan SDM, hal tersebut dapat di artikan sumber utama dari kualitas SDM berkembang karena adanya program pelatihan kerja yang berkualitas (Rugian, Saerang and Lengkong, 2017).

Ada banyak sekali manfaat yang bisa didapatkan dengan melakukan pelatihan kerja. Menurut (Sinambela, Suryani and Damayanti, 2016) diantaranya adalah (1) Membantu pegawai mengambil keputusan dan pemecahan kasus dengan tepat dan cepat, (2) variable identifikasi, pencapaian performa, responsibility dan kemajuan dapat dilaksanakan, (3) Membantu pengembangan kayawan yang kurang dari pekerjaannya, (4) Membantu karyawan menanggulangi stress, tekanan kerja, kefrustasian dan konflik di dalam pekerjaan, (5) Memberikan informasi tentang peningkatan ilmu kepemimpinan, kecekatan, komunikasi dan sikap, (6) Menambah pemerataan SDM, (7) Membantu organisasi mendekatkan tujuan pribadi, (8) Pemenuhan kebutuhan pribadi karyawan dan pelatih, (9) Memberikan peningkatan flesibilitas angkatan kerja, dan (10) Membangun rasa kemajuan dalam pelatihan

Secara umum terdapat penurunan kinerja yang diduga karena pelatihan kerja yang tidak konsisten di Swiss-belhotel Harbour Bay Batam, dan penurunan motivasi kerja karyawan dipengaruhi oleh beberapa faktor mulai dari tingkat kesulitan kerja, skill gap, promosi kesempatan kerja, gaji karyawan, dan apresiasi kinerja karyawan. Kinerja karyawan terpengaruh. Setelah mengetahui pentingnya pemberian pelatihan kerja dan motivasi kerja baik dari segi operasional maupun karyawan, maka dilakukan penelitian dengan judul "Kinerja Karyawan

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

Departemen Housekeeping di Swiss-Belhotel Harbor Bay Batam Hasil Pelatihan Kerja" .

METODE

Desain Penelitian

Desain pada peneltian ini mengunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2016) metode kuantitatif berupa angka dan perhitungan, yang bertujuan untuk menguji teori menunjukkan hubungan antar variable dan membangun fakta serta memberikan deskripsi statistics, memberi taksiran dan meramalkan hasilnya. Desain pada penelitian ini bersifat terstruktur, baku, formal dan dirancang sematang mungkin sehingga mendapatkan hasil penelitian yang spesifik dan detail karena makna desain sendiri merupakan rancangan pada penelitian yang akan dilaksanakan.

Populasi dan Sampel

Pada penelitian ini menggunakan seluruh populasi karyawan housekeeping Swiss-belhotel Harbour Bay Batam yang berjumlah 18 orang karyawan dan akan dijadikan obyek penelitian. Menurut (Arikunto, 1993) jumlah populasi yang kurang dari 100, maka seluruh populasi dijadikan sampel sehingga disebut sebagai penelitian populasi. Pada penelitian ini populasi karyawan relative kecil karyawan housekeeping di Swiss-belhotel Harbour Bay Batam kurang dari 100 orang yaitu 18 karyawan jadi dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini seluruh populasi merupakan sampel atau yang disebut sebagai penelitian populasi.

Jenis Data Penelitian

Data yang dikumpulkan melaui pencatatan dan dikumpulkan sebagai penelitian di sebut dengan data primer (Sanusi, 2011). Data primer didapat melalui kuesioner yang disebarkan dan diisi melalui jawaban responden serta disusun berdasar pada variable yang ditentukan dengan jawaban alternative. Sumber data pada penelitian ini di ambil dari Swiss- belhotel Harbour Bay Batam yang mempunyai identitas responden dan memiliki jawaban dari responden terhadap kuesioner yang telah di bagikan.

Menurut (Sanusi, 2011) data sekunder merupakan data yang telah di sediakan di sebelumnnya dan dan dikumpul oleh pihak lain. Data sekunder yang dipergunakan pada penelitian ini adalah Program pelatihan kerja yang di beri oleh Swiss-belhotel Harbour Bay Batam Harbour Bay Harbour Bay Harbourbay Hotel Batam.

PEMBAHASAN

Swiss-Belhotel Harbour Bay Batam merupakan salah satu hotel yang dikelola oleh Swiss-bel hotel, Swiss-Belhotel Harbour Bay Batam yang dibuka pada tanggal 19 Januari 2013. Swiss-Belhotel Harbour Bay Batam berlokasi di Jalan Duyung, Sei Mate, Batu Ampar, Batam. Hotel ini merupakan hotel bintang 4 dengan pelayanan dan fasilitas yang sangat baik. Swiss-Belhotel Harbour Bay memiliki 179 kamar, termasuk Deluxe Room, Deluxe Pool View Room, Grand Deluxe Room, Suites, dan satu President Suite. Semua kamar hotel kami memiliki fasilitas hotel terbaik, termasuk TV LCD dengan saluran satelit, telepon SLI, akses internet berkecepatan tinggi, brankas pribadi, AC yang dapat dikontrol sendiri, mini bar, fasilitas pembuat kopi dan teh, dan bathtub atau shower. Akses internet WiFi juga tersedia diseluruh area hotel.



Gambar 1. Swiss-Belhotel Harbour Bay Batam
Sumber: (Tripadvisor, 2021)

Hotel ini berada di jantung pusat bisnis dan komersial, sekitar 30 menit dari Bandara Internasional Nadim dan di sebelah stasiun Feri Harbour Bay. Swiss-Belhotel Harbour Bay, sebagai perpaduan ideal antara hotel, mal, dan pusat perdagangan, menyediakan akses mudah ke berbagai pilihan hiburan dan aktivitas rekreasi, serta beberapa alternatif tempat makan. Inilah sebabnya mengapa Swiss-Belhotel Harbour Bay Batam adalah pilihan yang sangat baik baik untuk bisnis maupun liburan wisatawan ke Batam.

Swiss-belhotel Harbour Bay Batam memililiki program pelatihan kerja atau traning setidaknya satu bulan satu kali namun terdapat beberapa penurunan kinerja karyawan dan diduga karena pelatihan kerja tidak berjalan optimal dan kurangnya pengawasan pimpinan penyelenggara program pelatihan kerja dari waktu ke waktu dan menyebabkan karyawan enggan bekerja dengan giat untuk mencapai tujuan utama perusahaan. Sebagai pendukung pernyataan di atas berikut data-data pelatihan kerja yang ada di Swiss-belhotel Harbour Bay Batam tahun 2021:

Tabel 1. Data Program Pelatihan Kerja Karyawan Swiss-belhotel Harbour Bay Batam.

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

No	Jenis Pelatihan	Peserta	Jadwal	Keterangan
1.	*Hospitality*	Pimpinan dan Karyawan	1 – 3 Januari	Terlaksana
2.	Pelayanan prima	Pimpinan dan Karyawan	1 – 2 Februari	Terlaksana
3.	*Daily cleaning*	Pimpinan dan Karyawan	1 – 6 April	Terlaksana
4.	*New machine*	Pimpinan dan Karyawan	12 – 18 Mei	Tidak Terlaksana
5.	*New sop chemical*	Pimpinan dan Karyawan	1 – 6 Juli	Tidak Terlaksana
6.	*Handleing complaint*	Pimpinan dan Karyawan	12 – 18 Agustus	Terlaksana
7.	*Training towel art*	Pimpinan dan Karyawan	1 – 6 September	Terlaksana
8.	*Retraining towel art*	Pimpinan dan Karyawan	20 – 26 Oktober	Tidak Terlaksana
9.	*Management knowledge*	Pimpinan dan Karyawan	20–26 November	Tidak Terlaksana

Sumber : (Swiss-belhotel Harbour Bay Batam , 2021)

Variabel Pelatihan Kerja

Tanggapan Responden tentang pelatihan kerja yang diberikan kepada karyawan Housekeeping pada table sebagai berikut :

NO	Pernyataan	Jawaban									
		SS		S		RG		TS		STS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	X.1	4	22%	14	78%	0	0%	0	0%	0	0%
2.	X.2	4	22%	14	78%	0	0%	0	0%	0	0%
3.	X.3	7	39%	10	56%	1	5%	0	0%	0	0%
4.	X.4	9	50%	9	50%	0	0%	0	0%	0	0%

Sumber : (Pengolahan Data , 2021)
Keterangan: F (Frekuensi), SS (Sangat Setuju), S (Setuju), RG (Ragu-ragu), TS (Tidak Setuju) STS (Sangat Tidak Setuju).

1) Pernyataan pertama (X1): Pelatihan membuat saya mengerti dan memahami tugas dan tanggung jawab sebagai seorang karyawaan housekeeping, sebanyak 4 karyawan yang menjawab Sangat Setuju (SS) dengan nilai presentase 22 % dan 14 karyawan memilih Setuju (S) dengan nilai presentase 78%.
2) Pernyataan kedua (X2): Kemampuan berfikir saya untuk melaksanakan tugas sebagai karyawaan menjadi meningkat setelah mendapatkan pelatihan. sebanyak 4 karyawan yang menjawab Sangat Setuju (SS) dengan nilai presentase 22 % dan 14 karyawan memilih Setuju (S) dengan nilai presentase 78%.
3) Pernyataan ketiga (X3): Pelatihan mengajarkan cara bersikap yang baik terhadap karyawan lain dan customer sebanyak 7 karyawan yang menjawab Sangat Setuju (SS) dengan nilai presentase 39 % dan 10 karyawan memilih Setuju (S) dengan nilai presentase 56% dan 1 karyawan memih Ragu-ragu (RG) dengan niali presentase 5%.
4) Pernyataan keempat (X4): Saya dapat meningkatkan kemampuan kerja saya sebagai hasil dari prosedur pelatihan yang saya ikuti dengan cermat. Sebanyak 9 orang menjawab sangat setuju (SS) dengan persentase 50%, dan sebanyak 9 orang menjawab setuju (S) dengan persentase 50%.

Variable Kinerja Karyawan (Y)

Tanggapan responden tentang kinerja karyawan dapat dilihat pada table berikut ini :

NO	Pernyataan	Jawaban									
		SS		S		RG		TS		STS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	Y.1	4	22%	10	56%	0	0%	4	22%	0	0%
2.	Y.2	3	17%	14	78%	0	0%	1	5%	0	0%
3.	Y.3	8	44%	9	50%	1	5%	1	5%	0	0%
4.	Y .4	9	50%	9	50%	0	0%	0	0%	0	0%

Sumber : (Pengolahan Data , 2021)
Keterangan: F (Frekuensi), SS (Sangat Setuju), S (Setuju), RG (Ragu-ragu), TS (Tidak Setuju) STS (Sangat Tidak Setuju)

1) Pernyataan pertama (Y1): Pelatihan membuat saya mengerti dan memahami tugas dan tanggung jawab sebagai seorang karyawaan housekeeping, sebanyak 4 karyawan yang menjawab Sangat Setuju (SS) dengan nilai presentase 22 % dan 10 karyawan memilih Setuju (S) dengan nilai presentase 78% dan 4 karyawan memilih Tidak Setuju (TS) dengan nilai presentase 22%.
2) Pernyataan kedua (Y2): Kualitas hasil kerja yang saya lakukan sesuai dengan S.O.P yang diberlakukan. Sebanyak 3 karyawan yang menjawab Sangat Setuju (SS) dengan nilai presentase 17 % dan 14 karyawan memilih Setuju (S) dengan nilai presentase 78% dan 1 karyawan memilih Tidak Setuju (TS) dengan nilai presentase 5%.
3) Pernyataan ketiga (Y3): Saya mampu malaksanakan tugas pekerjaan yang diberikan sesuai waktu yang ditentukan.Pelatihan mengajarkan cara bersikap yang baik terhadap karyawan lain dan customer, sebanyak 8 karyawan yang menjawab Sangat Setuju (SS) dengan nilai presentase 44% dan 9 karyawan memilih Setuju (S) dengan nilai presentase 50% dan 1 karyawan memih Ragu- ragu (RG) dengan niali presentase 6%.
4) Pernyataan keempat (Y4): Saya mampu menyelesaikan tugas yang diberikan Bersama-sama dengan team kerja Sebanyak 9 orang menjawab sangat setuju (SS) dengan nilai presentase 50%, sebanyak 9orang menjawab setuju (S) dengan nilai persentase 50%.

SIMPULAN

Berdasarkan temuan analisis data, pembahasan, dan pengolahan data penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa pelatihan kerja yang diberikan oleh Swiss-belhotel Harbourbay Batam memiliki dampak yang menguntungkan dan substansial terhadap kinerja

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

petugas housekeeping. Pihak hotel sebaiknya lebih konsisten dalam pelatihan kerjanya agar staf operasional housekeeping dapat bekerja sesuai S.O.P dan berpengaruh terhadap peningkatan profitabilitas bisnis dan kepuasan manajemen pimpinan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, S. (1993) *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

BPS, B. P. S. (2021) *Kunjungan Wisatawan Mancanegara, BPS - Statistics Indonesia*. Available at: https://www.bps.go.id/indicator/16/1470/1/kunjungan-wisatawan-mancanegara-per-bulan-menurut-kebangsaan.html (Accessed: 5 May 2021).

Polii, B. D. and Towoliu, B. I. (2018) *Manajemen Tata Graha dan Binatu 1 (Housekeeping 1) Tehnik dan Prosedural Pembersihan di Publik Area*. Pertama, *Manajemen Tata Graja dan Binatu*. Pertama. Manado: Polimdo Press. Available at: www.polimdo.ac.id.

RI, D. and Indonesia, P. R. (2009) 'UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 10.TAHUN 2009 TENTANG KEPARIWISATAAN', *Undang-Undang*. Indonesia. Available at: https://www.dpr.go.id/dokjdih/document/uu/UU_2009_10.pdf.

Rugian, M. S., Saerang, I. and Lengkong, V. (2017) 'Pengaruh Disiplin Kerja, Pelatihan, Kualitas Kehidupan Kerja Dan Konflik Pekerjaan-Keluarga Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus Pada PT Bank Btpn Tbk Cabang Utama Manado)', *Jurnal EMBA*, Vol. 5(No. 2), p. Hal. 487-498. Available at: https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/15713.

Sanusi, A. (2011) *Metodologi Penelitian Bisnis : Disertai Contoh Proposal Penelitian Bidang Ilmu Ekonomi Dan Manajemen*. Salemba Empat.

Sinambela, L. P., Suryani and Damayanti, R. (2016) *Manajemen Sumber Daya Manusia : Membangun Tim Kerja yang Solid untuk Meningkatkan Kinerja*. Pertama. Jakarta: Bumi Aksara.

Sugiyono (2016) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.

Tripadvisor (2021) *Swiss-Belhotel Harbour Bay*. Available at: https://www.tripadvisor.co.id/Hotel_Review-g297717-d3750312-Reviews-Swiss_Belhotel_Harbour_Bay-Batam_Riau_Archipelago_Riau_Islands_Province.html (Accessed: 5 May 2021).

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

JURNAL MEKAR Volume 2. No.1. April 2023 E-ISSN 2829-4114
DOI: 10.59193 E-ISSN 2829-4009

ANALISIS KETERAMPILAN PRIBADI ROOM ATTENDANT UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN PENGUNJUNG THE GOLDEN BAY HOTEL BATAM

Ridho As Shiddiqi
Prodi Manajemen Divisi Kamar, Politeknik Pariwisata Batam
ridho@btp.ac.id
Supardi
Prodi Manajemen Divisi Kamar, Politeknik Pariwisata Batam
supardi@btp.ac.id
Arina Luthfini Lubis
Prodi Manajemen Divisi Kamar, Politeknik Pariwisata Batam
arina@btp.ac.id

ABSTRACT

The Golden Bay Hotel Batam is a four-star quality hotel, with world standards, located on Bengkong Laut Gold City in Batam. The hotel provides well-designed and comfortable rooms with wooden floors and city views, as well as a variety of additional facilities and activities to make visitors' stay more enjoyable. The cleaners are always impressed with the cleanliness of The Golden Bay Batam Hotel. This section is responsible for keeping the entire hotel environment clean, nice and tidy both inside and outside. Service presence, followed by friendliness and seamlessly provided facilities, drives a sense of satisfaction among guests, so that they come back for more. Soft skills, play an important role in the workplace as they are internal qualities that people have. Several concerns have been raised by visitors in tripadvisor comments, including displeasure with the performance of the room attendants. Some of the visitors' complaints on TripAdvisor are about unpleasant workers, sluggish service, and problems with accommodation. Based on the conclusions from the data obtained from interviews with three respondents about the soft skills of room attendants at The Golden Bay Hotel Batam, communication soft skills are the most important requirement. Meanwhile, compared to communication soft skills, emotional soft skills and critical thinking are the least needed. Because not all room attendants pay attention to visitors while carrying out their duties, guests complain. Room attendants should pay more attention to how important client preferences are at The Golden Bay Hotel Batam to increase visitor satisfaction. Room staff must also be aware of work support equipment that is no longer suitable for its purpose and must be updated so that it does not damage itself. To communicate with foreign tourists, flight attendants must master many languages. Communication indicators have developed into soft skills that play an important role in increasing visitor satisfaction.

Keywords: Softskill, Room Attendant, Guest Satisfaction

ABSTRAK

Golden Bay Hotel Batam adalah hotel dengan kualitas bintang empat, dengan standar dunia yang berlokasi di Jl. Kota Emas Bengkong Laut di Batam. Hotel ini menyediakan kamar-kamar yang dirancang dengan baik dan nyaman dengan lantai kayu dan pemandangan kota, serta berbagai fasilitas dan aktivitas tambahan untuk membuat masa tinggal pengunjung lebih menyenangkan. Para petugas kebersihan selalu terkesan dengan kebersihan The Golden Bay Batam Hotel. Bagian ini bertanggung jawab untuk menjaga seluruh lingkungan hotel bersih, bagus dan rapi baik di dalam maupun di luar. Kehadiran layanan, diikuti oleh keramahan dan fasilitas yang disediakan secara mulus, mendorong rasa kepuasan di antara para tamu, sehingga mereka kembali lagi.Soft skill, memainkan peran penting di tempat kerja karena merupakan kualitas internal yang dimiliki orang. Beberapa kekhawatiran telah dibuat oleh pengunjung dalam komentar tripadvisor, termasuk ketidaksenangan dengan kinerja petugas kamar. Beberapa keluhan pengunjung di TripAdvisor adalah tentang pekerja yang tidak menyenangkan, layanan yang lamban, dan masalah dengan akomodasi. Berdasarkan kesimpulan dari data yang diperoleh dari wawancara dengan tiga responden tentang soft skill room attendant di The Golden Bay Hotel Batam, soft skill komunikasi merupakan kebutuhan yang paling utama. Sementara itu, dibandingkan dengan soft skill komunikasi, soft skill emosional dan berpikir kritis adalah yang paling sedikit dibutuhkan. Karena tidak semua petugas kamar memperhatikan pengunjung saat menjalankan tugasnya, para tamu mengeluh. Petugas kamar harus lebih memperhatikan betapa pentingnya preferensi klien di The Golden Bay Hotel Batam untuk meningkatkan kepuasan pengunjung. Petugas ruangan juga harus mewaspadai peralatan penunjang kerja yang sudah tidak sesuai peruntukannya dan harus diperbarui agar tidak merusak dirinya sendiri. Untuk berkomunikasi dengan turis asing, pramugari harus menguasai banyak bahasa. Indikator komunikasi telah berkembang menjadi soft skill yang memainkan peran penting dalam meningkatkan kepuasan pengunjung.

Keywords: Softskill, Room Attendant, Kepuasan Tamu

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi suatu negara ditandai dengan peralihan struktur ekonominya yang dulunya primer (pertanian dan pertambangan) dan mendominasi, kini bergeser ke tersier (jasa) seperti pariwisata (Mufidah, 2021). Hotel menyediakan penginapan untuk bermalam atau kunjungan sementara di industri pariwisata. Dan, dalam hal hospitality, ada dua pilar utama yang harus diberikan kepada pelanggan agar hotel memiliki citra positif: pelayanan dan fasilitas. Namun, aspek layanan lebih menarik untuk dianalisis, karena meskipun hotel memiliki fasilitas terbatas untuk ditawarkan kepada pelanggan, kekurangan ini dapat dikompensasi dengan layanan yang luar biasa.

Hotel harus memiliki citra publik yang positif sehingga klien yang ingin memanfaatkan pelayanan hotel dapat memiliki kepercayaan terhadap kualitas hotel tersebut. Untuk memenuhi semua permintaan pelanggan selama mereka tinggal, maka bagian housekeeping/housekeeping, maka penelitian ini akan mengkaji petugas kamar dari departemen housekeeping/housekeeping karena dikaitkan dengan fungsi para pekerja tersebut dalam menjaga pelayanan hotel sehingga selalu baik.

The Golden Bay Hotel Batam adalah hotel mewah bintang 4 dengan standar dunia yang terletak di kota Batam di Jl. Kota Emas Bengkong Laut. Hotel ini menawarkan desain yang bagus, kamar-kamar yang menyenangkan dengan lantai kayu ek dan pemandangan kota, serta berbagai layanan dan hiburan tambahan yang meningkatkan kenikmatan masa inap pengunjung.

Golden Bay Hotel Batam memiliki beberapa tipe kamar yang berbeda serta kenyamanan yang lengkap dan modern. Setiap kamar memiliki fasilitasnya sendiri, tetapi semuanya menyenangkan dan bersih, dengan perabotan yang lengkap dan modern. The Golden Bay Hotel Batam adalah pilihan yang baik untuk bisnis atau wisata di Batam karena pelayanannya yang menyenangkan dan memuaskan, lokasi hotel yang strategis, dan dekat dengan bandara.

Para petugas kebersihan selalu terkesan dengan kebersihan The Golden Bay Batam Hotel. Departemen housekeeping bertanggung jawab untuk menjaga seluruh lingkungan hotel, baik di dalam maupun di luar, bersih, bagus, dan rapi (Rumah.com, 2022). Hotel akan semakin kehilangan klien jika tamu tidak puas. Kehadiran layanan, dilengkapi dengan keramahan dan fasilitas yang ditawarkan dengan sempurna, meningkatkan rasa kepuasan di antara para tamu. Barang-barang ini harus dijaga oleh bagian Housekeeping, begitu juga dengan bagian lainnya, agar pengunjung yang berkunjung ke hotel terkesan, merasa nyaman, dan ingin tinggal lebih lama (Lesmana, 2017).

Seorang pramugari harus mampu bekerja dengan cepat dan sesuai dengan protokol operasional reguler hotel, terutama saat musim liburan (Prakoso and Cahayani, 2021). Mobilitas hotel akan sangat cepat dan banyak, oleh karena itu para pramugari harus memiliki soft skill yang terlatih untuk berhubungan dengan klien sebagai pemasok produk dan layanan, serta untuk menghindari masalah komunikasi dalam tim saat bekerja.

Soft skill adalah kemampuan, bakat, atau keterampilan yang dimiliki oleh setiap manusia. Kapasitas ini juga terkait dengan perilaku pribadi, sosial, komunikasi, dan manajemen diri, yang mencakup rentang yang luas: kesadaran diri, kepercayaan, kesadaran, kemampuan beradaptasi, pemikiran kritis, kesadaran organisasi, sikap, inisiatif, empati, kepercayaan diri, integritas, kontrol harga diri, kepemimpinan, pemecahan masalah, pengambilan risiko, dan manajemen waktu semuanya penting (Klaus, 2008). Personel kantor, serta soft skill, memainkan peran penting karena merupakan kualitas intrinsik yang diperoleh individu di tempat kerja. Dengan berjalannya waktu, akan terjadi persaingan dalam dunia kerja, atau yang sering kita sebut persaingan.

Petugas kamar harus bertemu individu baru dengan karakteristik yang berbeda-beda sambil menyempurnakan soft skill mereka. Akibatnya, seorang pramugari yang menggunakan soft skillnya untuk menjalin hubungan dengan pengunjung dapat membuka lebih banyak peluang dalam kualitasnya. Mengasah soft skill juga akan mendorong seseorang menjadi pribadi yang bermanfaat dalam situasi sosial dan perlu dikembangkan di dunia kerja (Adieb, 2023).

Mengontrol dan memperkuat soft skill adalah kapasitas petugas ruang yang lebih besar untuk memahami kinerja diri. Beberapa kekhawatiran telah dibuat oleh pengunjung dalam komentar tripadvisor, termasuk ketidaksenangan dengan kinerja petugas kamar. Sementara Analisis Softskill juga didasarkan pada berbagai keluhan pengunjung yang ditemukan di TripAdvisor, seperti pekerja yang tidak menyenangkan, layanan yang lamban, dan masalah terkait kamar.

Karena tamu adalah raja, pihak hotel harus memberikan perhatian penuh dan pelayanan yang memuaskan. Untuk memenuhi kamar yang baik, petugas kamar harus berdedikasi, ramah, sopan, santun, disiplin, terampil, gesit, jujur, bertanggung jawab, dan memiliki rasa memiliki. Menjaga dan

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

memelihara kebersihan merupakan citra bagi pengunjung dan tolak ukur persaingan hotel dalam menjual item kamar dengan hotel lain. Jumlah tamu yang menginap di hotel akan menentukan tingkat hunian kamar; semakin banyak tamu yang menginap maka tingkat hunian kamar hotel semakin besar, begitu pula sebaliknya. (Lestari and Hadi, 2013).

Berdasarkan uraian di atas, kinerja pramugari sangat terkait langsung dengan soft skill, yang dapat berdampak pada hasil kerja, waktu penyelesaian pekerjaan, efektifitas kerja, dan kemajuan kerja. Barang-barang ini berupaya meningkatkan fungsi hotel, yang pada gilirannya dapat membantu hotel mencapai tujuannya. Berdasarkan hasil yang dicapai, penulis ingin mendapatkan pemahaman yang lebih baik **"Analisis Keterampilan Pribadi Room Attendant Untuk Meningkatkan Kepuasan Pengunjung The Golden Bay Hotel Batam"**.

METODE

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif atau metode penelitian deskriptif dengan tujuan untuk memahami dan menjelaskan kejadian dan fenomena di lapangan, serta menyajikan data secara sistematis, faktual, dan benar dalam menyikapi fakta atau fenomena yang sebenarnya terjadi di lapangan (Somantri, 2005). Studi ini mengumpulkan data deskriptif dari berbagai informan yang ditunjuk dan dianggap kompeten untuk membantu penyelesaian kesulitan-kesulitan yang dipaparkan dalam investigasi ini. Dengan memperoleh informasi tentang subjek penelitian, penelitian ini menekankan pada kualitas data yang diperoleh di lapangan dari informan kunci dan banyak informan.

Sumber Data Penelitian

Wawancara dengan subjek penelitian memberikan sumber data primer, yang juga dapat dikumpulkan di lapangan atau latar penelitian dengan observasi atau observasi langsung. Data utama dalam penelitian ini dapat berupa catatan hasil wawancara dan observasi, atau dapat juga dikumpulkan langsung dari informan melalui wawancara langsung (Abdussamad, 2021).

Menurut (Sugiyono, 2016) Data sekunder adalah sumber data yang tidak menyampaikan data secara langsung kepada pengumpul data (melalui individu atau dokumen lain). Untuk melengkapi informasi yang diperoleh dari sumber data primer digunakan sumber data sekunder seperti bahan pustaka, literatur, buku, artikel, jurnal, penelitian terdahulu, dan situs internet. Sumber data sekunder akan memudahkan peneliti untuk memperoleh dan mengevaluasi data penelitian sehingga menghasilkan kesimpulan yang lebih kuat dan penelitian yang lebih berkualitas.

Teknik Pengumpulan Data

Menurut Esterberg dalam (Sugiyono, 2016), pertemuan antara dua orang untuk berbagi informasi dan ide melalui tanya jawab untuk mengembangkan makna dalam isu tertentu dikenal sebagai wawancara. Peneliti dapat belajar lebih banyak tentang individu melalui wawancara sambil memahami peristiwa dan kejadian yang tidak dapat diungkap dengan observasi. Peneliti akan melakukan wawancara dengan Executive Housekeeper dan Room Attendant untuk mengumpulkan informasi yang diperlukan.

Dalam (Sugiyono, 2016) mendefinisikan membantu perolehan data dan informasi berupa buku, arsip, catatan, tulisan, angka, dan gambar dalam bentuk laporan dan informasi yang dapat digunakan untuk membantu studi. Dokumentasi merupakan alat bantu penelitian yang memberikan gambaran tentang keadaan atau posisi hotel. Studi dokumen digunakan dalam penelitian kualitatif selain pendekatan



observasi dan wawancara. Kajian ini mengacu pada strategi dokumentasi seperti struktur organisasi hotel, profil hotel, dan laporan penelitian, serta tindakan peneliti saat melakukan observasi dan wawancara (Abdussamad, 2021).

Menurut (Sugiyono, 2016), landasan dari semua informasi yang diterima siswa melalui mengamati dan belajar tentang subjek adalah observasi. Strategi ini digunakan untuk menyelidiki kejadian atau fenomena yang menarik. Observasi juga mencari data dengan pengamatan langsung dan mempelajari topik-topik yang relevan dengan penelitian langsung. Peneliti melakukan observasi dengan melakukan beberapa survey ke hotel, kemudian memilih tempat penelitian berdasarkan beberapa faktor setelah menyelesaikan rangkaian kuesioner. Dalam situasi ini, pengamatan dihasilkan dengan memeriksa masalah penelitian secara bertahap.

Teknik Analisis Data

Dalam (Abdussamad, 2021) analisis data adalah proses mencari dan menyusun data secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengkategorikan data, mendeskripsikannya menjadi

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

satuan-satuan, mensintesiskannya, menyusunnya menjadi pola-pola, memutuskan mana yang penting dan apa yang akan dipelajari, dan menarik kesimpulan yang mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain.

Analisis data dalam penelitian kualitatif dimulai dengan pengumpulan data dan berlanjut hingga pengumpulan data selesai dalam jangka waktu tertentu. Jika peneliti tidak menerima data yang dibutuhkan selama prosedur pengumpulan data, peneliti akan terus mengajukan pertanyaan sampai temuan data yang tepat terkumpul. Dalam (Sugiyono, 2016) operasi analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berkelanjutan. Sampai datanya jenuh, yaitu. Kegiatan analisis data meliputi pengumpulan data terkait masalah, mempelajari dan menganalisis struktur organisasi yang telah dilaksanakan, mempelajari dan menganalisis jurnal dan dokumen lain yang terkait dengan masalah, memberikan alternatif pemecahan masalah, dan menarik kesimpulan berdasarkan hasil analisis data.

PEMBAHASAN

Hotel Golden Bay Batam Di kota Batam terdapat hotel kelas bintang 3 dengan standar dunia. The Golden Hotel Batam menawarkan desain yang menakjubkan, akomodasi yang menyenangkan, dan berbagai layanan tambahan dan hiburan yang meningkatkan kenyamanan pengunjung selama menginap. Golden Bay Hotel Batam menyediakan paket Queen Superior, Superior Twin, dan kamar dengan tempat tidur tambahan, dengan masing-masing kamar didukung oleh fasilitas lengkap dan kontemporer. Setiap kamar memiliki berbagai fasilitas, tetapi semuanya nyaman dan bersih, dengan perabotan lengkap dan modern.

Gambar 1. *The Golden Bay Hotel Batam* (Agoda, no date)

Golden Batam Hotel Batam terletak di distrik Bengkong Laut Batam. Menawarkan pengalaman menginap yang menyenangkan dan nyaman dengan fasilitas kontemporer dan pelayanan yang baik. Hotel ini menawarkan berbagai fasilitas dengan biaya yang masuk akal. Setiap apartemen berukuran luas dan berperabotan modern, dengan fasilitas seperti rak pakaian, pembuat kopi atau teh, brankas pribadi, area tempat duduk dan meja kerja, pengering rambut, dan kulkas kecil. Fasilitas lainnya meliputi spa dan pijat tubuh, laundry, dan fasilitas laundry. pertemuan dan perjamuan, layanan antar-jemput, persewaan mobil, area piknik untuk layanan wisuda, dan penyimpanan bagasi.

Kebutuhan Utama Softskill Room Attendant

Berdasarkan kesimpulan dari data yang diperoleh dari wawancara dengan tiga responden tentang soft skill room attendant di The Golden Bay Hotel Batam, soft skill komunikasi merupakan kebutuhan yang paling utama. Sementara itu, dibandingkan dengan soft skill komunikasi, soft skill emosional dan berpikir kritis adalah yang paling sedikit dibutuhkan.

Kemampuan Softskill Room Attendant

Soft skill room attendant harus dikembangkan agar mereka bisa maju. Ia juga menyatakan bahwa soft skill sangat penting untuk meningkatkan pengembangan pekerjaan agar pengunjung merasa nyaman dan terlindungi tergantung dari kinerja room attendant dalam hal komunikasi, kepribadian, dan kedisiplinan. Ada petugas kamar yang kurang memperhatikan aspek-aspek tertentu. Karena kurangnya pemahaman mereka dalam menguasai bahasa Inggris, petugas kamar kesulitan berbicara dengan pengunjung asing dalam keadaan ini.

Hambatan yang Dialami Room Attendant

Komunikasi semakin terhambat oleh kurangnya kemampuan pramugari, khususnya dalam bidang bahasa asing. Petugas kamar mungkin tahu apa artinya, tapi sulit untuk menjawabnya. Petugas hotel menjadi gelisah saat bertemu orang luar. Akibatnya, pengunjung dibiarkan sendiri; tidak ada interaksi antara tamu dan petugas kamar.

Kewalahan dalam mengejar pembersihan kamar selama musim puncak hotel, dan berurusan dengan permintaan tamu tak terduga yang tidak masuk akal dalam harapan mereka untuk menyelesaikan pekerjaan. Kurang percaya diri dalam menghadapi kesulitan yang berkembang akibat miskomunikasi dengan pengunjung. Selain itu, peralatan yang digunakan selama operasi, seperti perlengkapan dan peralatan, harus disertakan untuk memastikan kegiatan berjalan dengan lancar.

Langkah Untuk Meningkatkan Kemampuan Softskill Room Attendant

Kesiapan petugas kamar untuk mengikuti pengajaran bahasa asing, khususnya bahasa Inggris. Soft skill berbahasa Inggris adalah salah satu yang sering absen di antara petugas kamar. Ketika seseorang berbicara bahasa Inggris, kebanyakan orang mengerti, tetapi menanggapi dalam bahasa Inggris itu sulit. Sehingga kegiatan berjalan lebih lancar dan wisatawan mancanegara yang menginap memiliki pengalaman yang positif.

Jika Room Attendant mengikuti SOP dan memenuhi semua area kebersihan dan kelengkapan di area room Attendant, maka dapat meningkatkan kemampuan Room Attendant. Pentingnya memberikan program dan dorongan kepada room

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

attendant untuk selalu bersikap sopan dan membantu pengunjung yang mengalami masalah di hotel. Selain itu, jika petugas kamar mengalami kendala, sebaiknya diberitahukan kepada pengawas agar dapat ditanggulangi dan dicarikan jalan keluarnya bersama-sama. Motivasi yang diberikan tentunya akan membantu pihak Housekeeping Department dalam meningkatkan kepuasan pengunjung dan mendorong para room attendant untuk membangun semangat dan bekerja tanpa lelah.

Kepuasan Tamu Sejalan dengan Performansi Room Attendant

Sebelum pengunjung mengungkapkan permintaan mereka, setiap petugas kamar harus mengambil inisiatif yang lebih besar. Hal ini penting agar tamu merasa diperhatikan dan tidak mudah mengeluh. Hotel ini sangat menghargai preferensi tamu. Oleh karena itu, setiap pengunjung harus memiliki preferensi sebanyak mungkin agar pramugari lebih berinisiatif saat tamu menginap di The Golden Bay Hotel Batam.

Petugas kamar harus menyelesaikan tugasnya dengan sebaik mungkin agar tamu yang menginap merasa nyaman dan puas dengan hasil yang dicapai oleh petugas kamar, dengan tujuan pengunjung ingin kembali ke hotel ini untuk menginap. Untuk operasi yang efektif, petugas kamar harus memiliki rasa memiliki; jika peralatan dalam kondisi baik, petugas ruangan akan beroperasi dengan baik juga. Item-item yang tercantum di atas akan menjadi perebutan peringkat hotel yang dapat dinilai secara pro dari berbagai e-commerce, dengan kepuasan tamu dan kinerja petugas kamar menjadi salah satu variabel yang ditentukan.

KESIMPULAN

Analisis Softskill Room Attendant Golden Bay Hotel Batam telah ditelaah dan dievaluasi, dimulai dari kemampuan verbal, emosional, dan berpikir kritis yang digunakan oleh room attendant saat menjalankan operasional. Para tamu mengeluh karena tidak semua petugas kamar memperhatikan pengunjung saat melakukan pekerjaannya.

Petugas kamar harus lebih memperhatikan betapa pentingnya preferensi klien di The Golden Bay Hotel Batam untuk meningkatkan kepuasan pengunjung. Petugas ruangan juga harus mewaspadai peralatan penunjang kerja yang sudah tidak sesuai peruntukannya dan harus diperbarui agar tidak merusak dirinya sendiri. Untuk berkomunikasi dengan tamu luar negeri, pengunjung kamar harus belajar bahasa baru. Indikator komunikasi telah berkembang menjadi soft skill yang berkontribusi signifikan terhadap peningkatan kepuasan pengunjung. Jika tidak ada dari mereka yang memahami bahasa vokal satu sama lain, mereka dapat berkomunikasi melalui gerak tubuh, mengangkat bahu, ekspresi wajah marah atau senang, dan sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

Abdussamad, Z. (2021) *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: Syakir Media Press.

Adieb, M. (2023) *Soft Skill: Pengertian, Contoh Skill, dan Cara Meningkatkannya*. Available at: https://glints.com/id/lowongan/soft-skill/ (Accessed: 10 March 2023).

Agoda (no date) *The Golden Bay Hotel Batam*. Available at: https://www.agoda.com/the-golden-bay-hotel-batam/hotel/batam-island-id.html?cid=1844104 (Accessed: 10 June 2022).

Klaus, P. (2008) *The Hard Truth About Soft Skills: Workplace Lessons Smart People Wish They'd Learned Sooner*. 1st edn. New York: Collins.

Lesmana, M. S. A. (2017) *Peran Housekeeping Departement dalam Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar di Bintang Mulia Hotel & Resto Jember*. Jember.

Lestari, B. and Hadi, W. (2013) 'KINERJA KARYAWAN HOTEL DALAM MENINGKATKAN OCCUPANCY TAMU DI HOTEL LILIK DAGEN YOGYAKARTA', *Jurnal Khasanah Ilmu*, IV(1), pp. 53–66.

Mufidah, A. Z. (2021) *Strategi Pemasaran Hotel Harris Barelang dan Golden View Batam Hotel Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan guna Memperoleh Gelar Sarjana Universitas Islam Indonesia Disusun Oleh :* Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Prakoso, I. P. W. and Cahayani, A. (2021) 'ANALISIS HARD SKILL DAN SOFT SKILL ROOM ATTENDANT HOTEL', *Jurnal Transaksi*, 13(1), pp. 49–63.

Rumah.com, T. E. (2022) *Housekeeping Pengertian, Lingkup Kerja dan Strukturnya, Rumah.com*. Available at: https://www.rumah.com/panduan-properti/housekeeping-47760 (Accessed: 10 June 2022).

Somantri, G. R. (2005) 'Memahami Metode Kualitatif', *Makara Human Behavior Studies in Asia*, 9(2), pp. 57–65. doi: https://doi.org/10.7454/mssh.v9i2.122.

Sugiyono (2016) *Metode Penelitian Kuantitatif*

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

Kualitatif dan R & D. Alfabeta.

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

JURNAL MATA PARIWISATA Volume 2. No.1. Maret 2023 E-ISSN 2828-8157
dx.doi.org/10.59193/terapan_pariwisata P-ISSN 2828-8769

ANALISIS PENGARUH KINERJA PENGAWAS KAMAR TERHADAP KEPUASAN TAMU DI HOTEL PACIFIC PALACE BATAM

Silvia Pratama Aneke Putri
Prodi Manajemen Divisi Kamar, Politeknik Pariwisata Batam
silvia@btp.ac.id
Andri Wibowo
Prodi Manajemen Divisi Kamar, Politeknik Pariwisata Batam
andri@btp.ac.id
Arina Luthfini Lubis
Prodi Manajemen Divisi Kamar, Politeknik Pariwisata Batam
arina@btp.ac.id

ABSTRACT

Tourism is described as an economic activity that attracts people and encourages them to stay in certain places, either permanently or temporarily. Batam City, one of the main cities in the Riau Archipelago Province, has the potential to become a tourist attraction. Pacific Palace Hotel Batam is the most distinctive hotel in Batam City, with a ship-shaped building inspired by Greek mythology, the sea god Neptune, and a spectacular interior design. Guest happiness is also an indicator of the company's future success. Guests are happy when their expectations are met, and they are even happier when their expectations are exceeded. However, if the visitor is not satisfied it can hurt the business and make the customer unhappy. Monte Carlo Sig. Calculations (2-tailed) produce a value of 0.255 for the normality test using the one-sample Kolmograv-Smirnov Test calculation. This variable has a significant value greater than 0.05 which indicates that the data in this study are regularly distributed. The linearity test produces a significant value that deviates from the linearity of 0.891 when the significance value is greater than 0.05. It can be stated that there is a fairly large linear relationship between service quality and guest satisfaction measures. The Validity Test findings were collected based on the data obtained from the questionnaire results, and using the Pearson Product Moment correlation, it was claimed that all data was valid. According to the reliability test, the data is credible because the Cronbach alpha value is more than 0.60. A significant value of 0.000 0.05 was achieved using the simple linear regression test, indicating that the variable quality of room attendant service (X) had an influence on visitor satisfaction (Y). According to the determinant coefficient or R2 test findings, which is equivalent to 0.490 or 49%. It is possible to establish that service quality has a 49% impact on guest satisfaction.
Keywords: Customer Satisfaction, Service Quality, Room Attendant, Statistical Test

ABSTRAK

Pariwisata digambarkan sebagai kegiatan ekonomi yang menarik orang dan mendorong mereka untuk tinggal di tempat tertentu, baik secara permanen maupun sementara. Kota Batam, salah satu kota utama di Provinsi Kepulauan Riau, berpotensi menjadi daya tarik wisata. Pacific Palace Hotel Batam adalah hotel paling khas di Kota Batam, dengan bangunan berbentuk kapal yang terinspirasi dari mitologi Yunani, dewa laut Neptunus, dan desain interior yang spektakuler. Kebahagiaan tamu juga merupakan indikator kesuksesan perusahaan di masa depan. Para tamu senang ketika harapan mereka terpenuhi, dan mereka bahkan lebih bahagia ketika harapan mereka terlampaui. Namun, jika pengunjung tidak puas, hal itu dapat merugikan bisnis dan membuat pelanggan tidak senang. Monte Carlo Sig. Perhitungan (2-tailed) menghasilkan nilai 0,255 untuk uji normalitas menggunakan perhitungan one-sample Kolmograv-Smirnov Test. Variabel ini memiliki nilai signifikan lebih besar dari 0,05 yang menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi secara teratur. Uji linearitas menghasilkan nilai signifikan yang menyimpang dari linearitas sebesar 0,891 ketika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Dapat dinyatakan bahwa ada hubungan linier yang cukup besar antara kualitas layanan dan ukuran kepuasan tamu. The Validity Test findings were collected based on the data acquired from the questionnaire results, and using the Pearson Product Moment correlation, it was claimed that all data was valid. According to the reliability test, the data is credible because the Cronbach alpha value is more than 0.60. A significant value of 0.000 0.05 was achieved using the simple linear regression test, indicating that the variable quality of room attendant service (X) had an influence on visitor satisfaction (Y). According to the determinant coefficient or R2 test findings, which is equivalent to 0.490 or 49%. It is possible to establish that service quality has a 49% impact on guest satisfaction..
Keywords: Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Room Attendant, Uji Statistik

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan komponen penting dari keberadaan manusia, terutama dalam hal kegiatan sosial dan ekonomi. Pariwisata digambarkan sebagai usaha bisnis yang memotivasi dan menarik orang untuk memperpanjang tinggal atau sekedar berkunjung. Pariwisata tidak hanya menjadi sumber devisa negara, tetapi juga menjadi faktor penentu lokasi industri dalam pengembangan daerah yang sumber daya alamnya terbatas, sehingga pengembangan pariwisata merupakan salah satu cara untuk memajukan perekonomian di daerah yang kurang berkembang tersebut karena adanya kurangnya sumber daya alam (Yoeti, 2008). Kota Batam merupakan salah satu kota besar di Provinsi Kepulauan Riau. Sebuah kota dengan basis ekonomi bervariasi yang meliputi perdagangan, pariwisata, industri dan pembuatan kapal. Prospek Batam sebagai tujuan wisata semakin populer. Hal ini ditunjukkan dengan berkembangnya infrastruktur dan pelayanan yang ada di Kota Batam untuk mewadahi tempat-tempat wisata. Hal ini juga sejalan dengan angka yang menunjukkan peningkatan jumlah pengunjung yang berkunjung ke Kota Batam pada tahun 2021, seperti dilansir dari (Disbudpar, 2022).

Berkembangnya bisnis pariwisata berdampak pada berkembangnya industri perhotelan yang berperan dalam menyediakan amenitas yang lengkap, transportasi, dan sebagainya bagi tamu lokal maupun mancanegara. Menurut dimyati dalam (Suwardi, 2012) Hotel adalah tempat menginap produktif yang memberikan akses sementara ke hal-hal seperti fasilitas dan layanan akomodasi, makanan dan minuman, serta layanan lainnya. Agar dapat bersaing dan berkembang, hotel dapat membangun konsep khas yang berbeda dari hotel lainnya. Hal ini dilakukan untuk menarik banyak klien sekaligus menjalankan hotel secara lebih profesional. Untuk terus memberikan layanan yang luar biasa, hotel mungkin juga meneliti preferensi wisatawan. Kamar untuk tamu yang bermalam tersedia di hotel. Untuk menciptakan suasana yang menyenangkan dan menyenangkan bagi para pelanggannya, hotel ini menawarkan berbagai fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Dengan bangunan berbentuk kapal yang terinspirasi dari mitologi Yunani, dewa laut Neptunus, dan desain interior yang indah, Pacific Palace Hotel Batam merupakan hotel paling tidak biasa di Kota Batam. Ada 180 kamar di hotel ini, yang diklasifikasikan ke dalam kategori Cabin, Deluxe, Executive Suite, Pacific Suite, Palace Suite, dan President Suite. Ada juga gym, pijat spa dan pijat refleksi, salon kecantikan, diskotik, dan ruang konser di dalam hotel. Hotel ini juga diposisikan dengan sangat strategis, menjadikannya alternatif yang populer bagi pengunjung Kota Batam. Departemen sumber daya manusia, departemen kantor depan, departemen rumah tangga, departemen makanan dan minuman, departemen penjualan dan pemasaran, departemen keuangan, departemen teknik, dan departemen keamanan semuanya mendukung kegiatan operasional di Pacific Palace Hotel Batam. Sesuai dengan judul peneliti, dalam penelitian ini penulis berkonsentrasi pada departemen housekeeping khususnya divisi room attendant. Karena petugas kamar berkonsentrasi pada letak ruangan dan mungkin membuat pengunjung merasa nyaman atau tidak nyaman di dalam ruangan.

Departemen Housekeeping menurut perwani dalam (Suwardi and Hadi, 2012), adalah salah satu divisi hotel yang menawarkan layanan, dengan tanggung jawab utamanya adalah menjaga daya tarik, kelengkapan, kenyamanan, dan kebersihan hotel secara keseluruhan. Salah satu tujuan utamanya adalah menyiapkan kamar berkualitas yang nantinya akan dijual. Make up Room merupakan salah satu tanggung jawab Room Attendant. Make up Room menurut Rumekso dalam (Wesley, 2022) Departemen layanan kamar bertanggung jawab untuk membersihkan dan merawat kamar agar pelanggan tetap nyaman. Menurut Kotler dalam (Lengkey, Towoliu and Djamali, 2015) Kepuasan pelanggan adalah ukuran dimana pelanggan puas atau tidak puas dengan kinerja yang dirasakan (hasil) dari produk dibandingkan dengan harapan pelanggan. Kepuasan tamu juga merupakan indikator kesuksesan perusahaan di masa depan. Para tamu senang ketika harapan mereka terpenuhi dan bahkan lebih bahagia ketika harapan mereka terlampaui. Namun, jika pengunjung tidak puas, bisa merugikan bisnis dan membuat pelanggan tidak puas. Selain itu, ini sangat penting untuk profitabilitas jangka panjang dari setiap perusahaan bisnis. Menyediakan produk atau jasa yang berkualitas. Penawaran produk sangat penting karena pelanggan yang senang dapat meningkatkan profitabilitas dan pangsa pasar.

Menurut sumber website TripAdvisor Pacific Palace Hotel Batam, terdapat beberapa permasalahan dan kekhawatiran, seperti: (1) Layanan tak terduga seperti perpanjangan waktu check-in di luar jam kerja normal, yaitu pukul 14:00. WIB; (2) penempatan ruangan, yang harus dibatasi untuk meningkatkan jarak pandang; (3) Pelayanan yang tidak sesuai harapan, seperti B. perpanjangan waktu check-in di luar jam kerja normal yaitu pukul 14.00. WIB; (4) Pengunjung memesan 7 kamar tetapi hanya 2 yang tersedia ketika mereka mencoba masuk; dan (5) suara keras dari KTV di malam hari membuat tamu tidak bisa tidur. Jenis keluhan yang tercantum di atas berdampak signifikan terhadap tingkat hunian kamar di Pacific Palace Hotel. Karena kesulitan dan kritik tersebut di atas, penelitian berikut dibenarkan "**Analisis Pengaruh Kinerja Pengawas Kamar Terhadap Kepuasan Tamu di Hotel Pacific Palace Batam**".

METODE

Desain Penelitian

Bentuk penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Metode pendekatan deskriptif

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

adalah suatu prosedur untuk mencapai tujuan pengumpulan data dan pencapaian tujuan penelitian. Setelah pengumpulan data, studi dapat diperluas dengan menggambar temuan dan membuat rekomendasi Menurut (Sugiyono, 2016) Metode kuantitatif adalah pendekatan pengujian hipotesis yang melibatkan pemeriksaan populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan data menggunakan instrumen penelitian, dan kemudian mengevaluasi hasilnya secara kuantitatif dan statistik.

Populasi dan Sampel

Menurut Priyatno dalam (Putra and Marimin, 2014) Populasi adalah sekelompok orang yang memiliki kesamaan kualitas tertentu dengan subjek atau hal yang diselidiki dan dijadikan sebagai sumber data penelitian. Oleh karena itu, populasi dalam tesis ini terdiri dari pelanggan Hotel Pacific Palace Batam. Sampel adalah bagian dari kriteria total populasi yang menjadi sumber data penelitian (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian ini, probability sampling dengan menggunakan pendekatan sampel acak dasar akan diterapkan. Simple random sampling adalah strategi untuk mengumpulkan sampel dari subset populasi secara acak yang anggota populasinya heterogen (tidak sama). Rumus slovin digunakan dalam pengambilan sampel ini.

Jenis Data

Pemanfaatan jenis data kuantitatif akan menjadi pokok bahasan penelitian ini. Menurut (Putra and Marimin, 2014) Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari pelanggan yang datang ke Hotel Pacific Palace Batam untuk keperluan akomodasi, liburan atau bisnis dengan cara mengisi kuesioner dengan nama, pertanyaan atau komentar responden tentang kualitas pelayanan yang memberikan kepuasan kepada pelanggan. Menurut Supranto dalam (Putra and Marimin, 2014) Data sekunder adalah informasi yang diperoleh melalui penelitian pihak lain dan pengumpulan data yang berkaitan dengan masalah penelitian. Data sekunder dikumpulkan dari situs web atau sumber lain yang terkait dengan topik yang sedang dibahas.

Metode Pengumpulan Data

Peneliti secara aktif menggunakan strategi pengumpulan data terutama dalam penelitian, mengirimkan kuesioner kepada responden untuk diisi dan mempersenjatai mereka dengan informasi yang relevan. Kuesioner ini dapat diserahkan baik secara langsung maupun melalui email. Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan informasi dasar dari pengunjung Hotel Pacific Palace di Kota Batam. Peneliti mengajukan serangkaian pertanyaan yang mengumpulkan informasi tentang kualitas layanan dan kepuasan pengunjung

untuk diproses.

Cara lain untuk mengumpulkan data adalah dengan bertanya dan menjawab pertanyaan dari



orang-orang yang terlibat dalam aktivitas yang berhubungan. Sebagai konsekuensi dari wawancara ini, informasi yang dapat dipercaya dari sumber akan dikumpulkan. Kajian ini juga termasuk observasi, di mana dengan penuh perhatian dan tuntas menelaah suatu item, dan temuan-temuan dari observasi tersebut didokumentasikan oleh peneliti dan dievaluasi. Dokumentasi juga dilakukan untuk memperoleh data dan informasi berupa gambar, video, dan sebagainya guna memperkuat temuan studi.

PEMBAHASAN

Pacific Palace Hotel Batam adalah salah satu hotel bintang 4 di jantung kota Batam, dengan akses mudah ke banyak lokasi menarik dan pemandangan Singapura yang menakjubkan. Jalan Duyung, Sei Jodoh, Batu Ampar, Batam, Kepulauan Riau, Indonesia adalah alamat Pacific Palace Hotel. Strukturnya dirancang seperti kapal pesiar, yang memberi hotel ini nama yang tidak biasa.

Gambar 1. *Pacific Palace Hotel Batam* (Tiket.com, no date)

Selain itu, struktur hotel ini didasarkan pada mitologi Yunani, Neptunus (dewa laut), memiliki desain interior yang spektakuler, dan menyediakan fasilitas dengan layanan kelas dunia. Pada tanggal 25 Desember 2003, Eddy Hendry mendirikan hotel ini di bawah arahan PT. Maswahana Citrabuana. Hotel ini bertujuan untuk menjadi hotel terbesar di Kota Batam. Tujuan dari hotel ini adalah untuk membuat pengunjung betah dan melayani mereka dengan kebaikan dan kehangatan. memberikan pelayanan terbaik kepada para tamu dengan tetap menjaga privasi para tamu agar mereka kembali ke hotel; dan menjaga semua peralatan dalam kondisi baik untuk penggunaan jangka panjang.

Uji Normalitas

Untuk melakukan uji normalitas dapat digunakan uji Kolmograv-Smirnov dengan nilai probabilitas (sig) sebesar 0,05. Menurut kriteria uji Kolmograv-Smirnov, data berdistribusi normal jika nilai probabilitas (sig) > 0,05; Jika tidak, data tidak akan diteruskan secara normal. Berikut hasil uji normalitas dari penelitian ini:

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

Gambar 2. *Hasil Uji Normalitas*

Mengacu pada Gambar 2 terlihat bahwa hasil perhitungan uji Kolmograv-Smirnov untuk satu sampel mendapatkan nilai Monte Carlo Sig. (2-tailed) dengan skor 0,255 menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel ini lebih besar dari 0,05 yang menunjukkan bahwa data dalam

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
TOTAL Y * TOTAL X	Between Groups	(Combined)	331,498	10	33,150	6,180	,000
		Linearity	288,480	1	288,480	53,778	,000
		Deviation from Linearity	43,018	9	4,780	,891	,540
	Within Groups		257,485	48	5,364		
	Total		588,983	58			

penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Linearitas

Dasar yang menentukan uji linieritas adalah apabila nilai signifikansi menyimpang dari linieritas > 0,05 maka hubungan linier antara variabel bebas dan variabel terikat diakhiri. Hasil uji linieritas pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 3. *Hasil Uji Linearitas*

Berdasarkan gambar di atas dihasilkan nilai signifikansi sebesar 0,891, dimana nilai signifikansi lebih dari 0,05. Dapat dinyatakan bahwa ada hubungan linier yang cukup besar antara kualitas layanan dan ukuran kepuasan tamu.

Uji Validitas

Korelasi Pearson Product Moment yaitu korelasi antara item dengan skor total dalam satu variabel digunakan untuk melakukan uji validitas berdasarkan data yang dikumpulkan dari temuan kuesioner. Dengan N = 100, ambang signifikan 0,05 ditentukan. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item-item pada pernyataan memiliki korelasi yang signifikan dengan skor total atau dianggap valid; jika tidak maka akan dinyatakan tidak sah. Jika rhitung adalah rtabel, elemen ekspresi dinyatakan salah. Pada penelitian ini diperoleh nilai stabil sebesar 0,361.

Variabel	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Signifikasi	Hasil
KUALITAS LAYANAN (X)	X1.1	0.804	0.361	.000	**VALID**
	X2.2	0.806	0.361	.000	**VALID**
	X3.3	0.839	0.361	.000	**VALID**
	X4.4	0.802	0.361	.000	**VALID**
	X5.5	0.839	0.361	.000	**VALID**
KEPUASAN TAMU (Y)	Y1.1	0.866	0.361	.000	**VALID**
	Y2.2	0.789	0.361	.000	**VALID**
	Y3.3	0.896	0.361	.000	**VALID**
	Y4.4	0.856	0.361	.000	**VALID**
	Y5.5	0.849	0.361	.000	**VALID**

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Sumber: Pengolahan Data

Uji Reliabilitas

Jika Cronbach alpha > 0,60, uji ketergantungan dianggap dapat dipercaya; jika tidak, dikatakan tidak dapat diandalkan. Rumus Alpha Cronbach dapat digunakan dalam penelitian untuk mengukur ketergantungan. Penulis menggunakan aplikasi SPSS versi 25 for Windows untuk memudahkan perhitungan uji reliabilitas, dan hasilnya ditampilkan di bawah ini.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,875	5

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,905	5

Indikator	Reliabilty Coefficients	Cronbarch's Alpha	Kesimpulan
Kualitas Layanan	5	0,875	**Reliabel**
Kepuasan Tamu	5	0,831	**Reliabel**

Uji Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana berupaya menetapkan dan mengukur dampak kualitas layanan (X) terhadap kepuasan pengunjung (Y).

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,700[a]	,490	,481	2,296

a. Predictors: (Constant), TOTAL X

b. Dependent Variable: TOTAL Y

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	288,480	1	288,480	54,719	,000[b]
	Residual	300,503	57	5,272		
	Total	588,983	58			

a. Dependent Variable: TOTAL Y

b. Predictors: (Constant), TOTAL X

Gambar 5. *Hasil Analisis Regresi Sederhana*

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2,033	2,445		,831	,409
	TOTAL X	,887	,120	,700	7,397	,000

a. Dependent Variable: TOTAL Y

				ed Residual
N				59
Normal Parameters[a,b]	Mean			,0000000
	Std. Deviation			2,27619979
Most Extreme Differences	Absolute			,130
	Positive			,110
	Negative			-,130
Test Statistic				,130
Asymp. Sig. (2-tailed)				,015[c]
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.			,255[d]
	99% Confidence Interval		Lower Bound	,244
			Upper Bound	,266

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1502173562.

Koefisien determinasi (R2) pada uji regresi linier dasar sebesar 0,490 berdasarkan temuan tabel model ringkasan. Dapat ditentukan bahwa variabel kualitas layanan pramugari memiliki pengaruh sebesar 49,0% terhadap kepuasan pengunjung, dengan 51% sisanya dipengaruhi oleh faktor selain variabel yang dapat diamati.

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

Nilai F_{hitung} = 54,719 dengan signifikansi 0,000 0,05 diketahui dari hasil tabel ANOVA pada tabel hasil uji regresi linier sederhana, sehingga model regresi dapat digunakan untuk mengestimasi variabel kualitas pelayanan petugas kamar (X) pada tamu variabel kepuasan (Y). Nilai signifikansi 0,000 0,05 diperoleh berdasarkan nilai signifikansi tabel koefisien pada tabel hasil uji regresi linier sederhana, yang menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan pramugari (X) berpengaruh terhadap kepuasan tamu (Y). Nilai konstanta (a) adalah 2,033, dan nilai kualitas pelayanan pramugari (b/koefisien regresi) adalah 0,887, yang ditentukan oleh koefisien output di atas, sehingga dapat dibuat persamaan regresi: Y = a + bX atau Y=2.033 + 0.887X.

Uji Koefisien Determinan

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,700[a]	,490	,481	2,296

a. Predictors: (Constant), TOTAL X

b. Dependent Variable: TOTAL Y

Koefisien determinasi menghitung persentase perubahan variabel dependen (Y) yang disebabkan oleh variabel (X).

Gambar 6. *Hasil Uji Koefisien Determinan*

Koefisien determinasi atau R2 sebesar 0,490 atau 49% seperti terlihat pada grafik di atas. Dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki dampak sebesar 49% terhadap kepuasan pelanggan. Meskipun 51% kepuasan pengunjung dipengaruhi oleh variabel independen, yang berada di luar cakupan penelitian ini.

KESIMPULAN

Hasil uji regresi linier dasar menunjukkan nilai signifikansi 0,000-0,05 yang berarti variabel kualitas pelayanan pramugari (X) berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung (Y). Berdasarkan hasil pengujian, nilai R2 koefisien determinasi sebesar 49%. Hal ini menunjukkan bahwa di Pacific Palace Hotel Batam kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan sisanya sebesar 51% dipengaruhi oleh faktor independen lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Disbudpar (2022) *Kunjungan Wisman ke Batam Naik Signifikan, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Pemerintah Kota Batam*. Available at: https://disbudpar.batam.go.id/2022/08/03/kunjungan-wisman-ke-batam-naik-signifikan/ (Accessed: 10 October 2022).

Lengkey, J., Towoliu, B. I. and Djamali, R. (2015) 'Pengaruh kualitas pelayanan room attendant terhadap kepuasan tamu hotel', *Jurnal Hospitaliti dan Pariwisata*, 2(1), pp. 25–40.

Putra, S. U. and Marimin (2014) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Tamu di Housekeeping Department Hotel Lor In Surakarta', *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 10(1), pp. 43–64.

Sugiyono (2016) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.

Suwardi, K. and Hadi, W. (2012) 'Peranan Room Boy dalam Menjaga Kebersihan Hotel Guna Menciptakan Kepuasan Tamu Hotel', *Khasanah Ilmu*, III(1), pp. 49–56.

Tiket.com (no date) *Pacific Palace Hotel Batam*. Available at: https://www.tiket.com/hotel/indonesia/pacific-palace-hotel-batam-108001534490365740 (Accessed: 10 May 2023).

Wesley, B. W. (2022) *ANALISIS PENERAPAN STANDAR OPERASIONAL PROSEDUR (SOP) DEPARTEMEN HOUSEKEEPING BAGIAN KAMAR DI HOTEL GORA HANAOUGI MADOKA NO MORI JEPANG, Prodi Pengelolaan Perhotelan, STP Ampta Yogyakarta*. STP Ampta Yogyakarta.

Yoeti, O. A. (2008) *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita.

Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENDAPATAN HOTEL (STUDI KASUS PASIFIC PALACE HOTEL BATAM TAHUN 2017-2021)

Zahara Fatimah[1)], Rita[2)], Arina Luthfini Lubis[3)]
[1,3]Prodi Manajemen Divisi Kamar, Politeknik Pariwisata Batam
[2]Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, ITB Swadharma Jakarta

Correspondence author: Rita, rita@swadharma.ac.id, Jakarta, Indonesia

Abstract

This research aims to find out how much the factors studied are able to influence hotel revenue from rooms that have been handled by room attendants and carried out promotions, as well as to determine the most dominant factor influencing hotel income at Pacific Palace Hotel Batam. The data analysis method used in this analysis is multiple linear regression coefficients. The variables studied that affect hotel income at Pacific Palace Hotel Batam are room cleanliness, room rates, promotion costs, and the number of rooms. This study uses interview and observation methods in obtaining data, while the data used are qualitative and quantitative data. Based on the data analysis conducted, it turns out that the cleanliness of the rooms and the number of rooms are the most dominant factors influencing hotel revenue. The room rate and promotion cost factors are not as dominant as the room cleanliness factor and the number of rooms but together they are able to influence hotel revenue which has been proven through the F test using the SPSS program. The results of this study turned out that at Pacific Palace Hotel Batam the number of rooms is the most dominating thing for existing room revenue.
Keywords: hotel revenue, room cleanliness, room rates, promotion costs, the number of rooms

Abstrak

Penelitan ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar faktor-faktor yang diteliti mampu mempengaruhui pendapatan hotel berasal dari kamar yang sudah ditangani oleh *room attendant* dan dijalankan promosi, serta menentukan faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi pendapatan hotel pada Pasific Palace Hotel Batam. Metode analisis data yang digunakan dalam analisis ini adalah koefesien regresi linier berganda. Variable-variabel yang diteliti yang berpengaruh terhadap pendapatan hotel pada Pasific Palace Hotel Batam adalah kebersihan kamar, tarif kamar, biaya promosi dan jumlah kamar. Penelitian ini menggunakan metode interview dan observasi dalam memperoleh data, sedangkan data yang digunakan adalah data kualitatif dan kuantitatif. Berdasarkan analisis data yang dilakukan, ternyata faktor kebersihan kamar dan jumlah kamar merupakan faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi pendapatan hotel. Faktor tarif kamar dan biaya promosi tidak dominan seperti faktor kebersihan kamar dan jumlah kamar tapi secara bersama-sama mampu mempengaruhi pendapatan hotel yang telah dibuktikan melalui uji F dengan menggunakan program SPSS. Hasil dari penelitian ini ternyata pada Pasific Palace Hotel Batam jumlah kamar merupakan hal yang paling mendominasi pendapatan kamar yang ada.
Kata Kunci : biaya promosi, jumlah kamar, pendapatan hotel, tarif kamar

REMITTANCE
JURNAL AKUNTANSI KEUANGAN DAN PERBANKAN
VOLUME 04 NOMOR 01 JUNI 2023
ISSN 2774-2407 (p-issn) | 2774-2288 (e-issn)

A. PENDAHULUAN

Bagian Industri perhotelan merupakan salah satu sektor usaha yang mempunyai kondisi persaingan sangat ketat saat ini dan merupakan sektor penunjang kepariwisataan nasional. Hotel merupakan salah satu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagaian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa pelayanan penginapan, makan dan minum, serta jasa lain yang digunakan untuk umum dan di kelola secara komersial serta memenuhi kebutuhan seseorang atau kelompok dengan ketentuan persyaratan yang ditetapkan dalam surat keputusan (Putri, 2016). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa hotel merupakan salah satu industri yang memiliki karakteristik khusus, tidak hanya menjual produk-produk berwujud seperti kamar, makanan, minuman, tetapi juga menjual produk yang tidak berwujud seperti jasa dalam bentuk pelayanan dan keramah tamahan (Hermawan et al., 2018).

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi peningkatan pendapatan hotel adalah kebersihan kamar, tarif kamar, biaya promosi dan jumlah kamar (Swastha & Handoko, 2012). Promosi meliputi promosi penjualan, pemasaran langsung, periklanan dan penjualan personal. Program pemasaran tersebut digunakan perusahaan untuk menarik minat dan keinginan para konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Dalam perusahaan jasa, promosi yang digunakan adalah promosi melalui internet, papan reklame, radio dan agen perjalanan. Tarif merupakan salah satu faktor yang penting serta berpengaruh terhadap tingkat permintaan atas suatu produk. Dalam sebagian besar kasus, biasanya permintaan dan harga berbanding terbalik, yakni semakin tinggi harga, semakin rendah permintaan terhadap produk. Demikian sebaliknya, semakin rendah harga, semakin tinggi permintaan terhadap produk (Kotler & Keller, 2016). Oleh karena itu, penetapan harga yang tepat perlu mendapat perhatian yang besar dari perusahaan. Jika harga yang ditetapkan oleh perusahaan tepat dan sesuai dengan daya beli konsumen, maka pemilihan suatu produk tertentu akan dijatuhkan pada produk tersebut (Haryadi & Pamungkas, 2019). Dalam menetapkan strategi harga bisa dilakukan dengan potongan harga, premi pembayaran, kebijakan harga dan geografis. Hal ini akan berdampak pada tingkat penyewaan kamar di hotel. Faktor-faktor tersebut berinteraksi satu sama lain guna menciptakan suatu permintaan terhadap barang atau jasa yang ditawarkan sehingga dapat memberikan manfaat, diterima baik oleh konsumen yang pada ujungnya, pelanggan akan menjadi loyal dengan begitu pendapatan perusahaan akan terus meningkat.

Batam merupakan daerah yang berkembang dengan wilayah yang cukup luas di Provinsi Kepulauan Riau. Kawasan Batam merupakan salah satu daerah yang kaya dengan tempat wisata dan salah satu di Indonesia yang memukau para wisatawan untuk bisa dapat berkunjung. Pantai-pantai di Batam tidak kalah indah dengan pulau- pulau sebelahnya, seperti Tanjung Pinang sebagai ibu kota Propinsi Kepulauan Riau dan Natuna. Alam di Batam juga belum banyak dijamah, jadi masih sangat alami dan mempunyai wilayah yang banyak dikunjungi wisatawan dari dalam ataupun luar negeri dari berbagai Negara di dunia terutama negara tetangga Singapura, Malaysia dan lain-lain. Beberapa tempat- tempat perhotelan yang memiliki panorama indah menjadikan Batam di kenal oleh wisatawan, di Batam terdapat sekitar lebih kurang sekitar 273 hotel dan 886 restoran (Badan Pusat Statistik Kota Batam, 2022) diantaranya yang terfavorit di Batam adalah: Radison Golf & Convention Centre Batam, Batam Mariot Hotel Harbour Bay, I Hotel, Hotel Santika Batam, Artotel Batam, Best Western Premier Panbil Batam, Aston Batam Hotel & Residence, Pasific Palace Hotel Batam, Planet Holiday Hotel & Residence, Montigo Resort Nongsa dan banyak lagi yang lainnya,

Pacific Palace Hotel Batam merupakan salah satu hotel bintang 4 (berdasarkan klasifikasi bintang hotel menurut Kep. Dirjen

Pariwisata no.14/U/II88 tanggal 25 Februari 1988) yang terletak di yang terletak di Jalan Duyung, Sei Jodoh, Kecamatan Batu Ampar, Kota Batam, Kepulauan Riau, Indonesia. Pacific Palace Hotel Batam didirikan di kawasan bisnis area pulau Batam pada tanggal 25 Desember 2003 dibawah Pengelola PT. Maswahana Citrabuana Internasional, yang dimiliki oleh Pengusaha Swasta Nasional Bpk. Eddy Hendry. Pada tahap awal yang dioperasikan adalah Discotheque KTV, sambil menyelesaikan proyek pembangunan gedung, sarana dan fasilitas lainnya dan kemudian pada tanggal 25 Desember 2007, dengan jumlah kamar 180 kamar dengan 5 tipe kamar, yaitu: Cabin Room yang berjumlah 18 kamar, Deluxe Room yang berjumlah 144 kamar, Executive Suite Room yang berjumlah 12 kamar, Pacific Suite Room yang berjumlah 5 kamar, Presidential suite yang berjumlah 1 kamar dan kolam renang, 24 hours Room Service dan lokasi Hotel tepat di Birbir jalan raya utama tradisional ke kota memiliki pemandangan yang memukau pemikiman setempat. Selain itu juga Pasific Hotel mudah mendapatkan transportasi umum bagi wisatawan yang ingin menikmati suasana lepas.

Selama periode tahun 2012-2016 jumlah kunjungan wisatawan dari domestik maupun mancanegara mengalami kenaikan terus menerus pada periode 2012-2015 dan mengalami penurunan pada tahun 2016. Penurunan jumlah kamar yang terjual di hotel ini tentunya harus diantisipasi oleh pihak hotel dengan melakukan penyelidikan mengenai penyebab jumlah tamu yang cenderung mengalami penurunan ini (Haryadi & Pamungkas, 2019).

Pengertian Pemasaran dan Konsep Pemasaran

Pemasaran sebagai salah satu fungsi internal perusahaan, merupakan aktivitas sosial berupa pertukaran proudk antara produsen dan konsumen yang memberikan apa yang mereka butuhkan dan inginkan (Naimah et al., 2020). Pemasaran tidak hanya sekedar pembelian dan penjualan saja, melainkan meliputi seluruh kegiatanperusahaan yang bertujuan menciptakan kepuasan pembelian melalu proses pertukaran. Falsafah konsep pemasaran yang berorientasi pada konsumen bertujuan memberikan kepuasan pada konsumen tetapi setelah konsep pemasaran mengalami perkembangan pesat seiring semakin majunya tingkat kehidupan masyarakat, teknologi dan lingkungan, menyebabkan perusahaan tidak saja bertujuan memberi kepuasan pada konsumen tetapi juga memiliki kewajiban untuk memberi kemakmuran pada masyarakat dalam jangka panjang. Konsep pemasaran menyatakan bahwa kunci untuk meraih tujuan organisasi adalah menjadi lebih efektif daripada para pesaing dalam memadukan kegiatan pemasaran guna menetapkan dan memuaskan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran.

Promosi

Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran atau pemasaran (Sarifudin & Maya, 2019). Promosi merupakan aspek penting dalam manajemen pemasaran, dan sering dikatakan sebagai “Proses Berlanjut”. Ini disebabkan karena promosi dapat menimbulkan rangkaian kegiatan selanjutnya dari perusahaan.

Promosi mempunyai beberapa variabel yang dapat digunakan sebagai strategi untuk mencapai target penjualan. Pengkombinasian strategi yang terbaik dari beberapa variabel promosi dinamakan promotional mix. Ini dapat didefinisakan sebagai kombinasi strategi yang terbaik dari variabel- variabel periklanan, personal selling dan alat-alat promosi lain, yang semuanya direncanakan untuk mencapai program penjualan (Swastha & Handoko, 2012). Periklanan adalah kombinasi non individu, dengan sejumlah biaya melalui berbagai media yang dilakukan oleh perusahaan, lembaga non laba serta

REMITTANCE
JURNAL AKUNTANSI KEUANGAN DAN PERBANKAN
VOLUME 04 NOMOR 01 JUNI 2023
ISSN 2774-2407 (p-issn) | 2774-2288 (e-issn)

individu-individu. Pada prinsipnya periklanan bertujuan menyampaikan informasi untuk membujuk dan mengingat terhadap organisasi serta barang tawarannya dalam usaha meningkatkan reaksi pembeli potensial. Dari segi lain, tujuan periklanan yang rill adalah mengadakan komnikasi yang efektif, dimana yang menjadi sasaran adalah masyarakat atau pasar dan bukan seorang individu.

Tarif / Harga

Tarif / harga adalah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya (Fachrudin et al., 2022). Setiap perusahaan tentunya mempunyai tujuan tertentu dalam menentukan harga barang atau jasanya. Dapat kita temukan apa saja yang menjadi tujuan bagi perusahaan atau penjual dalam menetapkan tarif / harga produknya. Tujuan-tujuan tersebut antara lain: (1) Meningkatkan penjualan, (2) Mempertahankan dan memperbaiki *market share*, (3) Stabilisasi tarif/ harga, (4) Mencapai laba maksimal

Tingkat harga yang ditetapkan oleh perusahaan ternyata tidak terlepas dari faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat tarif yang ditetapkan tersebut, yaitu: (1) Kondisi perekonomian yang tidak stabil tentu saja akan mempengaruhi tingkat harga. Pada masa resesi misalnya, tingkat tarif / harga berada pada suatu tingkatan yang lebih rendah, hal ini mengakibatkan terjadinya kenaikan harga-harga. (2) Penawaran dan Permintaan, Sejumlah barang yang dibeli oleh pembeli pada tingkat tarif / harga tertentu berdasarkan hukum permintaan. Penawaran merupakan kebalikan dari permintaan, yaitu sejumlah barang yang ditawarkan oleh penjual pada suatu tarif / harga tertentu. Tarif / harga yang lebih tinggi mendorong jumlah yang ditawarkan lebih besar.

Elastisitas Permintaan Faktor lain yang mempengaruhi penentuan harga yaitu sifat permintaan pasar. Sifat permintaan pasar ini tidak hanya mempengaruhi volume yang dapat di jual. Untuk beberapa jenis barang, tarif / harga volume berbanding terbalik jika harga naik maka penjualan akan naik. Dalam keadaan persaingan murni, penjualan yang berjumlah banyakaktif menghadapi pembeli yang banyak pula, sebab penjual dan pembeli yang banyak inilah yang akan mempersulit perorangan untuk menjual dengan harga yang lebih tinggi kepada pembeli lain. Harga barang yang ditetapkan dapat juga dipengaruhi oleh biaya yang dikeluarkan untuk membuat produk tersebut. Perusahaan akan menjual produknya dengan tarif / harga yang lebih tinggi dari biya yang dikeluarkan agar memperoleh keuntungan.

Pendapatan Hotel

Pendapatan diakibatkan oleh kegiatan-kegiatan perusahaan dalam memanfaatkan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pendapatan. Seluruh kegiatan perusahaan yang menimbulkan pendapatan secara keseluruhan menimbulkan dua akibat yaitu pengaruh positif atau pendapatan dan keuntungan dan pengaruh negatif atau beban dan kerugian. Selisih dari keduanya menjadi laba atau income dan rugi atau less. Menurut tim penyusun Ikatan Akuntansi Indonesia dalam bukunya Standar Akuntansi Keuangan melalui PSAK No. 23, menjelaskan pendapatan adalah arus masuk bruto dari manfaat ekonomi yang timbul dari aktivitas normal perusahaan selama suatu periode bila arus masuk itu mengakibatkan kenaikan ekuitas, yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal. Pendapatan Yang Ada Di Hotel Pendapatan Kamar. Pendapatan kamar adalah jumlah total yang diperoleh dari penjualan kamar dan jasa lainnya dalam satu malam, dengan jenis cara pembayaran yang bermacam-macam (Haryadi & Pamungkas, 2019). Pendapatan kamar merupakan sumber pendapatan terbesar yang dihasilkan hotel, disamping pendapatan dari hasil penjualan fasilitas lainnya, seperti penjualan makan dan minuman, serta pelayanan yang diberikan selama menginap di Hotel.

Jumlah Kamar Berdasarkan Jenis Hotel

Pengklasifikasian hotel berbintang di Indonesia dibagi menjadi 5 tingkatan. Peninjauan terhadap klasifikasi dilakukan 3 tahun sekali dengan mempertimbangkan berbagai aspek. Berdasarkan SK Menparpostel RI No. PM/PW 301/PHB-77 klasifikasi jenis hotel berdasarkan bintang sebagai berikut: (1) Hotel berbintang 1, (2) Hotel berbintang 2, (3) Hotel berbintang 3, (4) Hotel berbintang 4, (5) Hotel berbintang 5. Adapun persyaratan yang harus dipenuhi hotel berbintang yaitu: Dikatakan hotel berbintang satu apabila sekurang-kurangnya memiliki 15 kamar, satu kamar suite room, memiliki restoran dan bar. Dikatakan hotel berbintang dua apabila sekurang-kurangnya memiliki 20 kamar, dua suite room, memiliki restoran dan bar. Dikatakan hotel berbintang tiga apabila sekurang-kurangnya memiliki 30 kamar, tiga suite room, memiliki restoran dan bar. Dikatakan hotel berbintang empat apabila sekurang-kurangnya memiliki 50 kamar, empat suite room, memiliki restoran dan bar. Dikatakan hotel berbintang lima apabila sekurang- kurangnya memiliki 100 kamar, lima suite room, memiliki restoran dan bar (Tobing, 2021).

B. METODE PENELITIAN

Bagian Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2017). Penggunaan jenis penelitian ini sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui bagaimana faktor tarif kamar, biaya promosi dan jumlah kamar yang mempengaruhi pendapatan Pacifik Palace Hotel Batam.

Jenis Data Dan Sumber Data

Data Kuantitatif Merupakan data yang diperoleh dari responden dalam bentuk angka-angka (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini data kualitatif dan kuantitatif di peroleh dari Pacifik Palace Hotel Batam yang berupa jumlah pengunjung, tarif kamar yang ditetapkan, biaya promosi dan pendapatan kamar hotel. Data Kualitatif Merupakan data yang berbentuk kata-kata bukan dalam bentuk angka-angka (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini data kualitatif diperoleh dari dokumen berupa catatan tentang. Berdasarkan sumbernya, sumber data umumnya ada 2 (dua) yaitu, sumber data primer dan data sekunder. Dalam penelitian ini menggunkan data sekunder yang di peroleh melalui hotel tersebut, untuk memperoleh informasi dari referensi, dan sumber lainnya yang berhubungan dengan penelitian.

Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses untuk mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil pengumpulan data (wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi) dengan cara mengorganisir data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan di pelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda yaitu, hubungan secara linear antara beberapa variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y), atau dalam artian ada variabel yang mempengaruhi dan ada variabel yang dipengaruhi.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Persamaan regresi yang terbentuk dari hasil analisis yang dilakukan adalah sebagai berikut:

$$Y=193,176X1+0,510X2+445,208X3+e$$

Ket :

Y = Pendapatan
X1 = Tarif Kamar
X2 = Biaya Promosi
X3 = Jumlah Kamar

REMITTANCE
JURNAL AKUNTANSI KEUANGAN DAN PERBANKAN
VOLUME 04 NOMOR 01 JUNI 2023
ISSN 2774-2407 (p-issn) | 2774-2288 (e-issn)

e = Standar error

Dari persamaan di atas, dapat dijelaskan sebagai berikut koefisien regresi pada variabel tarif kamar (X1) sebesar 193,176 adalah positif. Artinya bila terjadi peningkatan Rp1 variabel tarif kamar dimana faktor-faktor lain konstan akan dapat meningkatkan pendapatan kamar sebesar Rp193,176. Koefisien regresi pada biaya promosi (X2) sebesar 0,510 adalah positif. Artinya bila terjadi peningkatan Rp1 variabel biaya promosi dimana faktor-faktor lain konstan dapat meningkatkan pendapatan kamar sebesar Rp. 0,510. Koefisien regresi pada jumlah kamar (X3) sebesar 445,208 adalah positif. Artinya bila terjadi peningkatan 1 satuan variabel jumlah kmar dimana faktor-faktor lain konstan akan dapat meningkatkan pendapatan kamar Rp. 445,208.

Pada bagian ini akan dipaparkan pembahasan mengenai hasil analisis yang telah dilakukan. Dapat diketahui bahwa seluruh variabel independen signifikan terhadap variabel dependen. Penjelasannya adalah sebagai berikut: Hipotesis pertama yang diajukan dalam skrpsi ini adalah faktor tarif kamar, biaya promosi dan jumlah kamar secara bersama sama mempengaruhi penjualan kamar. Untuk itu dilakukan pengujian F test, dan dari hasil perhitungan diketahui bahwa F hitung 103,408 dengan tingkat kesalahan 0, karena F hitung 103,408 lebih besar dari F tabel 2,85 maka hipotesis pertama terbukti.

Berdasarkan perhitungan regresi dengan menggunakan SPSS diperoleh koefesien regresi untuk variabel tarif kamar adalah sebesar 193,176. Hal ini berarti variabel tarif kamar menyumbang kenaikan pendapatan kamar sebesar Rp193,176 setiap penambahan tarif kamar. Pengaruh variabel tarif kamar terhadap pendapatan kamar secara individu ditunjukan pada hasi uji t, Sebesar t hitung 4,326 lebih besar dari t tabel 2,120, ini berarti variabel tarif kamar berpengaruh signifikan terhadap pendapatan kamar. Variabel selanjutnya adalah diperoleh koefesien regresi untuk variabel biaya promosi adalah sebesar 0,510. Hal ini berarti variabel biaya promosi menyumbang kenaikan pendapatan kamar sebesar Rp. 0,510 setiap penambahan biaya promosi. Pengaruh variabel biaya promosi terhadap pendapatan kamar secara individu ditunjukan pada hasi uji t, Sebesar t hitung 0,262 lebih besar dari t tabel 2,120, ini berarti variabel biaya promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan kamar. Variabel jumlah kamar diperoleh koefesien regresi untuk variabel jumlah kamar adalah sebesar 445,208. Hal ini berarti variabel jumlah kamar menyumbang kenaikan pendapatan kamar sebesar Rp. 445,208 setiap penambahan jumlah kamar. Pengaruh variabel jumlah kamar terhadap pendapatan kamar secara individu ditunjukan pada hasi uji t, Sebesar t hitung 9,940 lebih besar dari t tabel 2,120, ini berarti variabel jumlah kamar tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan kamar.

D. PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan kesimpulan sebagai bahwa tarif kamar berpengaruh signifikan terhadap pendapatan kamar Pasific Palace Hotel Batam. Biaya promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan kamar Pasific Palace Hotel Batam. Jumlah kamar berpengaruh signifikan terhadap pendapatan kamar Pasific Palace Hotel Batam. Serta tarif kamar, biaya promosi dan jumlah kamar secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pendapatan kamar Pasific Palace Hotel Batam.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan ternyata varibael yang paling berpengaruh terhadap pendapatan kamar adalah varibel jumlah kamar. Dengan kondisi yang demikian sebaiknya perusahaan hotel dapat menambah jumlah kamar yang tersedia untuk dapat meningkatkan pendapatan kamar.

Bagi varibael tarif kamar dan biaya promosi yang masuk sebagai faktor-faktor yang dianggap mempengaruhi pendapatan

kamar, sebaiknya perusahaan tetap memberikan prioritas yang cukup walau tidak sebesar yang diberikan pada variabel jumlah kamar. Dikarenakan walaupun secara tidak langsung mampu mempengaruhi penjualan kamar namun apabila dilakukan secara bersama-sama variabel-variabel terebut mampu memberikan kontribusi yang cukup besar bagi pendapatan kamar pada Pasific Palace Hotel Batam.

DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik Kota Batam. (2022). *Statistik Daerah Kota Batam 2022*. Batam : Badan Pusat Statistik Kota Batam.

Fachrudin, K. A., Tarigan, D. L., & Iman, M. F. (2022). Analisis Rating dan Harga Kamar Hotel Bintang Lima di Indonesia. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, *3*(3), 237–252. https://doi.org/10.35912/jakman.v3i3.1107

Haryadi, W., & Pamungkas, B. D. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Hotel (Studi Kasus Hotel Baha-Baha Sekongkang Kabupaten Sumbawa Barat) Tahun 2012-2016. *Jurnal Gama Societa*, *2*(1), 42. https://doi.org/10.22146/jgs.40422

Hermawan, H., Brahmanto, E., & Hamzah, F. (2018). *Pengantar Manajemen Hospitality*. Pekalongan : PT. Nasya Expanding Manajemen.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. In *Global Edition* (1st ed.). Pearson Education Limited. https://doi.org/10.1080/08911760903022556

Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, *2*(2), 119–130. https://doi.org/https://doi.org/10.31961/impact.v2i2.844

Putri, E. D. H. (2016). *Pengantar Akomodasi dan Restoran*. Yogyakarta : Deepublish.

Sarifudin, & Maya, R. (2019). Implementasi Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan di Madrasah Aliyah Terpadu (MAT) Darul Fallah Bogor. *Islamic Management: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, *2*(2), 133–151.

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

Swastha, B. D., & Handoko, H. (2012). *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen Edisi 1*. Yogyakarta : BPFE.

Tobing, M. (2021). Pengaruh Jumlah Obyek Wisata, Tingkat Penghunian Kamar, Dan Jumlah Kunjungan Wisatawan Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Simalungun. *Jurnal Ekuilnomi*, *3*(2), 127–139. https://doi.org/https://doi.org/10.36985/ekuilnomi.v3i2.263

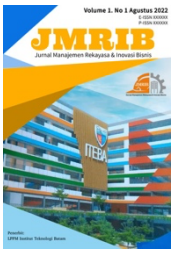
Jurnal Manajemen Rekayasa dan Inovasi Bisnis
Vol. 2 No. 1 Aguatus 2023, hal 1 – 11

ISSN : 2961-9351 (Print)
2961-8975 (Online)

Tersedia secara online di https://journal.iteba.ac.id/index.php/jmrib

JMRIB

Jurnal Manajemen Rekayasa dan Inovasi Bisnis



IMPLIKASI PROGRAM PENGEMBANGAN KARIR TERHADAP PRODUKTIVITAS KARYAWAN DI HOTEL HS BATAM

Arina Luthfini Lubis[*1], Agung Arif Gunawan[2], Galih Setya Wardhani[3]
[1]arina@btp.ac.id
[2]a.arif.g@gmail.com

[1,3]Program Studi Manajemen Divisi Kamar, Politeknik Pariwisata Batam
[2]Program Studi Manajemen Kuliner, Politeknik Pariwisata Batam

Informasi Artikel

Riwayat Artikel :

Received : 02 – Agustus – 2023
Revised : 04 – Agustus – 2023
Accepted : 04 – Agustus – 2023

Kata kunci :
Career Development, Work Performance, Hotel Employee

Untuk melakukan sitasi pada penelitian ini dengan format : Nama, P., (tahun). Judul Penelitian. JMRIB : Jurnal Manajemen Rekayasa dan Inovasi Bisnis ITEBA, volume *x* (*n*), Halaman awal – Halaman akhir.

Abstract

The development of hotels in Indonesia is very fast, especially in Batam. Steps taken to be able to maintain the existence of hotels during a pandemic, since April 2020 HS Hotel Batam issued a policy of cutting the number of employees as a hotel strategy to face the new normal era. With a sufficient number of employees, career development programs can be implemented properly. The maximum rating can be given by looking at work performance as measured by performance/employee performance in carrying out operational activities. The results showed that the contribution of the career development variable was 71.8% to employee performance, while the remaining 28.2% was influenced by other factors outside the observed variables. So the conclusion is that career development has a significant influence on employee performance at HS Hotel Batam during the Covid-19 pandemic.

Abstrak

Perkembangan hotel di Indonesia sangat pesat, khususnya di Batam. Langkah yang dilakukan untuk dapat mempertahankan eksistensi hotel di masa pandemi, sejak April 2020 HS Hotel Batam mengeluarkan kebijakan pemotongan jumlah karyawan sebagai strategi hotel menghadapi era kebiasaan baru. Dengan jumlah karyawan yang cukup, program pengembangan karir dapat diimplementasikan dengan baik. Penilaian maksimal dapat diberikan dengan melihat prestasi kerja yang diukur dari performance/kinerja karyawan dalam melakukan kegiatan operasional. Hasil penelitian menunjukkan kontribusi variabel pengembangan karir adalah 71.8% besarnya terhadap kinerja karyawan, sementara sisanya sebesar 28.2% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel yang diamati. Maka kesimpulan yang

ISSN : 2961-9351 (Print)
2961-8975 (Online)

diperoleh bahwa pengembangan karir mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan di HS Hotel Batam pada masa pandemi Covid-19.

1. Pendahuluan

Perkembangan hotel di Indonesia sangat pesat, khususnya di Batam [1]. Menurut data Badan Pusat Statistik Kota Batam dalam BPS-*Statistics of Batam Municipality 2021*, sepanjang tahun 2020 jumlah hotel bintang di Batam yang tercatat dalam data pajak sebanyak 80 hotel dan non bintang sebanyak 172 hotel. Hampir di setiap kecamatan di Batam sudah tersedia hotel, baik hotel bintang atau non bintang. Salah satu hotel bintang di Batam yang menjadi pilihan tempat menginap wisatawan adalah HS Hotel Batam. HS Hotel Batam merupakan hotel bintang 4 yang berdiri pada tahun 2006 dan berlokasi di Jalan Imam Bonjol, Nagoya Batam, Kepulauan Riau. HS Hotel Batam merupakan hotel yang berada di bawah naungan Harmoni Group yang juga mengelola 2 hotel lain yaitu *Harmoni Hotel Bat*am dan *Harmoni One Convention Hotel & Service Apartments*.

Langkah yang dilakukan untuk dapat mempertahankan eksistensi hotel di masa pandemi, sejak April 2020 HS Hotel Batam mengeluarkan kebijakan pemotongan jumlah karyawan sebagai strategi hotel menghadapi era kebiasaan baru. Pertimbangan pemberhentian karyawan dilihat dari efektifitas dan efisiensi karyawan yang sudah memiliki pengalaman kerja yang luas dan jam kerja yang tinggi di sektor pariwisata khususnya perhotelan. Sehingga pihak manajemen dapat menyaring dan mempekerjakan karyawan yang kompeten dan ahli di bidangnya.

Tidak hanya pada jumlah hari kerja dan *person in-charge per shift*, pemotongan jumlah karyawan berpengaruh pada program pengembangan karir karyawan di HS Hotel Batam. Dengan jumlah karyawan yang cukup, program pengembangan karir dapat diimplementasikan dengan baik. Penilaian maksimal dapat diberikan dengan melihat prestasi kerja yang diukur dari *performance*/kinerja karyawan dalam melakukan kegiatan operasional. Akan tetapi setelah pemotongan jumlah karyawan, program pengembangan karir mengalami perubahan. Salah satu upaya perusahaan dalam mendukung pengembangan karir karyawan adalah dengan pengadaan pelatihan dan pengembangan diri [2].

Pengembangan karir merupakan upaya-upaya pribadi untuk mencapai suatu rencana karir yang didalamnya diharapkan adanya upaya peningkatan *skill*, keterampilan dan

ISSN : 2961-9351 (Print)
2961-8975 (Online)

pengetahuan yang juga diikuti dengan peningkatan kualitas kerja serta peningkatan karir, posisi, jabatan dan kenaikan insentif dari perusahaan [2]. Metode pengembangan karir yang diterapkan oleh manajemen HS Hotel Batam adalah *planned progression*, dimana setiap pekerjaan tidak diikuti dengan kenaikan pangkat dan gaji, tetapi tugas serta tanggung jawab semakin besar [3]. Program pengembangan karir seharusnya dapat memberikan manfaat *"win to win solution",* baik kepada perusahaan dalam menangani kekurangan jumlah karyawan menghadapi pandemi Covid-19 serta kepada karyawan untuk dapat mengambil pengalaman dari kesempatan yang diberikan agar dapat meningkatkan kualitas diri.

Upaya program pengembangan karir harus dapat diterapkan dengan baik agar manfaat dapat dirasakan tidak hanya pada perusahaan, namun juga karyawan yang terkena dampak pandemi Covid-19. Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pengembangan karir memiliki pengaruh yang positif dan signifikan pada kinerja karyawan [4]. Penelitian terdahulu lainnya menunjukkan adanya pengaruh positif dan cukup signifikan yang mempengaruhi kepuasan kerja karyawan yang akan berdampak pada hasil kerja karyawan [5]. Untuk itu penelitian bertujuan untuk mengetahui sejauh mana implikasi program pengembangan karir terhadap produktivitas kerja karyawan.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini bersifat kuantitatif. Data untuk penelitian ini berasal dari kelompok atau sampel perwakilan tertentu. Metode penelitian bersifat deduktif, dengan konsep atau teori yang digunakan untuk memecahkan rumusan masalah sehingga dapat dibentuk suatu hipotesis. Teori itu diselidiki dengan mengumpulkan data lapangan dengan peralatan penelitian. Data yang diperoleh diperiksa secara kuantitatif menggunakan statistik deskriptif atau inferensial untuk menentukan apakah hipotesis dikonfirmasi atau tidak [6]. Pendekatan survei digunakan, dengan alat penelitian berupa survei atau wawancara yang digunakan dalam prosedur pengumpulan data.

Sumber data primer dan sekunder digunakan dalam kompilasi penelitian ini. Data yang dikumpulkan langsung dari peserta penelitian dengan menggunakan alat ukur atau teknologi pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari disebut sebagai data primer atau data tangan pertama [7]. Sebagai penelitian pendahuluan, wawancara dilakukan dengan petugas sumber daya manusia HS Hotel Batam untuk mengidentifikasi masalah yang akan diselidiki. Teknik wawancara (*interview*) dalam penelitian kuantitatif dapat digunakan jika peneliti ingin melakukan studi pendahuluan

ISSN : 2961-9351 (Print)
2961-8975 (Online)

untuk mengidentifikasi masalah yang perlu digali dan belajar lebih banyak dari responden dengan ukuran sampel yang terbatas [6].

Pengumpulan data juga dilakukan dengan meminta sampel penelitian bereaksi terhadap pertanyaan/pernyataan (dengan mengisi kuesioner/pertanyaan). Sumber sekunder adalah sumber yang tidak secara langsung menawarkan data kepada pengumpul data, seperti orang atau dokumen lain [6]. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari jurnal *online*, *website* resmi HS Hotel Batam, Badan Pusat Statistik Kota Batam, dan sumber lain dalam buku literatur sebagai data pendukung yang menguatkan teori penelitian. Adapun untuk jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 44 orang karyawan HS Hotel Batam meliputi departemen *accounting, food & beverage product, food and beverage service, front office, housekeeping, sales & marketing* yang terdiri dari karyawan tetap/*permanent staff* dan karyawan magang/*training staff*.

3. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah kembali pada penulis, dapat diketahui bahwa jumlah responden dalam penelitian ini berasal dari *Accounting Department* dengan jumlah 6 orang (13.6%), *Food & Beverage Product Department* berjumlah 8 orang (18.2%), *Food & Beverage Service Department* berjumlah 7 orang (15.9%), *Front Office Department* berjumlah 5 orang (11.4%), *Housekeeping Department* berjumlah 17 orang (38.6%), serta *Sales and Marketing Department* berjumlah 1 orang (2.3%). Hasil pengolahan data menggunakan SPSS menunjukkan bahwa responden penelitian didominasi oleh karyawan dari departemen *Housekeeping* dengan jumlah responden 17 orang dan persentase 38.6% sebagaimana yang terlihat pada tabel 1 berikut ini.

Tabel 1. Asal Departemen Responden

Departement	**Jumlah**	**Presentase**
Accounting	6	13.6%
Food & Beverage Product	8	18.2%
Food & Beverage Service	7	15.9%
Front Office	5	11.4%
Housekeeping	17	38.6%
Sales and Marketing	1	2.3%
Total	**44**	**100.0%**

Kuesioner pada variabel pengembangan karir (X) memiliki 10 butir pernyataan yang telah diisi lengkap oleh responden. Hasil pengolahan data dengan program SPSS versi 26 dapat dilihat pada tabel berikut:

ISSN : 2961-9351 (Print)
2961-8975 (Online)

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel X

Instrumen/ pernyataan	**R Hitung (koefisien korelasi)**	**r Tabel (*pearson product moment)***	**Signifikasi**	***Level of Significance* (5%)**	**Keterangan**
X-1	0,499	0,444	0,025	0.05	Valid
X-2	0,780	0,444	0,000	0.05	Valid
X-3	0,488	0,444	0,029	0.05	Valid
X-4	0,633	0,444	0,003	0.05	Valid
X-5	0,716	0,444	0,000	0.05	Valid
X-6	0,473	0,444	0,035	0.05	Valid
X-7	0,486	0,444	0,006	0.05	Valid
X-8	0,495	0,444	0,027	0.05	Valid
X-9	0,577	0,444	0,008	0.05	Valid
X-10	0,778	0,444	0,000	0.05	Valid

Berdasarkan data pada tabel diatas, diketahui setiap butir pernyataan dalam variabel pengembangan karir (X) adalah valid dengan ketentuan $r_{Hitung} > r_{Tabel}$ serta *significant* 2 *tailed* < 0.05.

Kuesioner pada variabel kinerja karyawan (Y) memiliki 11 butir pernyataan yang telah diisi lengkap oleh responden. Hasil pengolahan data dengan program SPSS versi 26 dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel X

Instrumen/ pernyataan	**r Hitung (koefisien korelasi)**	**r Tabel (*pearson product moment)***	**Signifikasi**	***Level of Significance* (5%)**	**Keterangan**
Y-1	0,528	0,444	0,017	0.05	Valid
Y-2	0,579	0,444	0,007	0.05	Valid
Y-3	0,701	0,444	0,001	0.05	Valid
Y-4	0,664	0,444	0,001	0.05	Valid
Y-5	0,584	0,444	0,007	0.05	Valid
Y-6	0,644	0,444	0,002	0.05	Valid
Y-7	0,490	0,444	0,001	0.05	Valid
Y-8	0,501	0,444	0,024	0.05	Valid
Y-9	0,551	0,444	0,012	0.05	Valid
Y-10	0,556	0,444	0,011	0.05	Valid
Y-11	0,630	0.444	0,003	0.05	Valid

Berdasarkan data pada tabel diatas, diketahui setiap butir pernyataan dalam variabel kinerja karyawan (Y) adalah valid dengan ketentuan $r_{Hitung} > r_{Tabel}$ serta *significant* 2 *tailed* < 0.05.

Uji reliabilitas data pada penelitian ini menggunakan *Cronbach's Alpha* untuk mengukur apakah instrumen yang digunakan reliabel atau tidak. Menurut Sugiyono (2015), instrumen dikatakan reliabel jika memiliki koefisien *cronbach's alpha* sama dengan 0.6 (60%) atau lebih. Selanjutnya, untuk mempermudah proses uji reliabilitas,

ISSN : 2961-9351 (Print)
2961-8975 (Online)

penulis menggunakan program *Microsoft Excel* dan SPSS (*Statistical Program of Social Science*) 26 *version for windows.* Hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar dan tabel berikut.

Reliability Statistics X

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,775	,793	10

Reliability Statistics Y

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,786	,801	11

Gambar 1. Hasil Uji Reliabilitas Menggunakan SPSS

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X & Y

Indikator	***Reliability Coefficients***	***Cronbach's Alpha***	**Kesimpulan**
Pengembangan Karir	10 item	0,775	**Reliabel**
Kinerja Karyawan	11 item	0,786	**Reliabel**

Dari tabel 3, dapat dilihat *Cronbach's Alpha* untuk variabel X (0,775) dan Y (0,786) lebih besar dari 0.60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua butir-butir pernyataan/pertanyaan pengukur variabel dalam kuesioner adalah reliabel.

Hasil statistik deskriptif variabel pengembangan karir, bisa dilihat dari rangkuman jawaban responden terhadap variabel X pada tabel berikut.

Tabel 4. Sebaran Penilaian Responden Terhadap Variabel X

No	**Pernyataan**	**Jawaban**							
		SS		**S**		**TS**		**STS**	
		F	**%**	**F**	**%**	**F**	**%**	**F**	**%**
1	X.1	25	56.8%	19	43.2%	0	0%	0	0%
2	X.2	22	50.0%	22	50.0%	0	0%	0	0%
3	X.3	21	47.7%	23	52.3%	0	0%	0	0%
4	X.4	12	27.3%	22	50.0%	10	22.7%	0	0%
5	X.5	16	36.4%	19	43.2%	9	20.5%	0	0%
6	X.6	19	43.2%	24	54.5%	1	2.3%	0	0%
7	X.7	7	15.9%	28	63.6%	6	13.6%	3	6.8%
8	X.8	10	22.7%	28	63.6%	6	13.6%	0	0%
9	X.9	24	54.5%	20	45.5%	0	0%	0	0%
10	X.10	14	31.8%	15	34.1%	11	25.0%	4	9.1%

Indikator pertama dari variabel pengembangan karir karyawan adalah prestasi kerja. Pada indikator ini, penulis merumuskan 3 pernyataan yang digunakan untuk mengukur

ISSN : 2961-9351 (Print)
2961-8975 (Online)

tingkat prestasi kerja responden di HS Hotel Batam. Dominasi jawaban responden menyatakan sangat setuju bahwa prestasi kerja baik berhak atas promosi/kenaikan pangkat. Terdapat jumlah yang seimbang menyatakan sangat setuju bahwa karyawan bekerja dengan semangat mencapai target perusahaan. Umumnya sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa hasil kerja sesuai dengan kualitas kerja yang ditetapkan perusahaan.

Indikator kedua dari variabel pengembangan karir karyawan adalah kesetiaan organisasi. Pada indikator ini, penulis merumuskan 2 pernyataan yang digunakan untuk mengukur tingkat kesetiaan organisasi responden di HS Hotel Batam. Berdasarkan data hasil penyebaran kuesioner, responden menyatakan setuju bahwa karyawan bersedia bertahan lama pada satu perusahaan. Para karyawan juga menyatakan setuju kenaikan karir diperoleh melalui dedikasi jangka panjang.

Indikator ketiga dari variabel pengembangan karir karyawan adalah mentor dan sponsor. Pada indikator ini, penulis merumuskan 1 pernyataan yang digunakan untuk mengukur tingkat kualitas mentor dan sponsor di HS Hotel Batam. Mayoritas menyatakan setuju pekerjaan sesuai dengan latar belakang pendidikan dan kemampuan.

Indikator keempat dari variabel pengembangan karir karyawan adalah kesempatan-kesempatan untuk tumbuh. Pada indikator ini, penulis merumuskan 4 pernyataan yang digunakan untuk mengukur tingkat kesempatan-kesempatan untuk tumbuh responden di HS Hotel Batam. Responden menyatakan setuju diberikan kesempatan yang sama untuk meningkatkan karir. Responden juga memilih setuju bahwa program pelatihan membantu menyelesaikan pekerjaan. Mayoritas juga menyatakan sangat setuju bahwa program pelatihan menambah pengetahuan dan keahlian. Karyawan juga menyatakan setuju dan bersedia jika ditempatkan di departemen lain di luar keahlian untuk mencapai target perusahaan.

Pengembangan karir pada individu berkaitan dengan kenaikan kualitas individu tersebut terkait dengan pengetahuan kemampuan, keahlian, kualitas kerja, dan kenaikan pangkat. Sementara pengembangan karir pada perusahaan akan berkaitan dengan strategi perusahaan dalam pengambilan keputusan dan kebijakan terkait manajemen sumber daya manusia. Dalam penelitian ini, HS Hotel Batam tentu berupaya mempekerjakan karyawan unggul dengan keahlian dan pengetahuan yang dimiliki. Hasil analisis deskriptif data variabel pengembangan karir pada HS Hotel Batam dilihat dari tingkat rata-rata dan

ISSN : 2961-9351 (Print)
2961-8975 (Online)

tingkat capaian responden setelah dilakukan penafsiran skor per indikator dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 5. Penafsiran Skor per Indikator untuk Variabel X

No.	Indikator	Rata-Rata	Kategori
1.	Prestasi kerja	154.7	Sangat baik
2.	Kesetiaan organisasi	140.7	Baik
3.	Mentor dan sponsor	149	Sangat baik
4.	Kesempatan-kesempatan untuk tumbuh	136.5	Baik

Tabel diatas menggambarkan bahwa pengembangan karir karyawan di HS Hotel Batam dengan ketentuan rentang skala 1.430 – 1.760 adalah "sangat baik" dimana berdasarkan hasil kuesioner yang disebar, total skor variabel pengembangan karir yang diperoleh berjumlah total skor 1.432 pada rentang skala. Dengan demikian prestasi kerja, kesetiaan organisasi, mentor dan sponsor, serta kesempatan-kesempatan untuk tumbuh meningkatkan kinerja karyawan HS Hotel Batam.

Hasil statistik deskriptif variabel pengembangan karir, bisa dilihat dari rangkuman jawaban responden terhadap variabel Y pada tabel berikut.

Tabel 6. Sebaran Penilaian Responden Terhadap Variabel Y

No	Pernyataan	Jawaban							
		SS		S		TS		STS	
		F	%	F	%	F	%	F	%
1	Y.1	21	47.7%	23	52.3%	0	0%	0	0%
2	Y.2	23	52.3%	20	45.5%	1	2.3%	0	0%
3	Y.3	17	38.6%	27	61.4%	0	0%	0	0%
4	Y.4	17	38.6%	27	61.4%	0	0%	0	0%
5	Y.5	19	43.2%	23	52.3%	2	4.5%	0	0%
6	Y.6	28	63.6%	16	36.4%	0	0%	0	0%
7	Y.7	19	43.2%	22	50.0%	3	6.8%	0	0%
8	Y.8	28	63.6%	16	36.4%	0	0%	0	0%
9	Y.9	24	54.5%	20	45.5%	0	0%	0	0%
10	Y.10	23	52.3%	21	47.7%	0	0%	0	0%
11	Y.11	15	34.1%	29	65.9%	0	0%	0	0%

Indikator pertama dari variabel kinerja karyawan adalah kualitas kerja (q*uality of work*). Pada indikator ini, penulis merumuskan 2 pernyataan yang digunakan untuk mengukur tingkat kualitas kerja (*quality of work*) responden di HS Hotel Batam. Secara umum dapat dilihat kecenderungan karyawan di HS Hotel Batam menyatakan setuju karyawan menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan *standard operational procedures* (SOP) yang

ISSN : 2961-9351 (Print)
2961-8975 (Online)

ditetapkan. Responden setuju bahwa karyawan berupaya mengurangi jumlah kesalahan dalam bekerja.

Indikator kedua dari variabel kinerja karyawan adalah ketepatan waktu (*promptness*). Pada indikator ini, penulis merumuskan 3 pernyataan yang digunakan untuk mengukur tingkat ketepatan waktu (*promptness*) responden di HS Hotel Batam. Kecenderungan karyawan di HS Hotel Batam menyatakan setuju karyawan hadir tepat waktu dalam bekerja. Mereka juga setuju karyawan menyelesaikan pekerjaan sesuai batas waktu yang ditentukan. Mereka juga sependapat bahwa karyawan tidak pernah menumpuk pekerjaan.

Indikator ketiga dari variabel kinerja karyawan adalah inisiatif (*Initiative*). Pada indikator ini, penulis merumuskan 2 pernyataan yang digunakan untuk mengukur tingkat inisiatif (*Initiative*) responden di HS Hotel Batam. Hasil kuesioner menyatakan karyawan sangat setuju untuk bertanggung jawab terhadap pekerjaan. Responden juga setuju karyawan berhak mendapat bantuan dan membantu sesama rekan kerja.

Indikator keempat dari variabel kinerja karyawan adalah kemampuan (*capability*). Pada indikator ini, penulis merumuskan 2 pernyataan yang digunakan untuk mengukur tingkat kemampuan (*capability*) responden di HS Hotel Batam. Karyawan sangat setuju jika memiliki keahlian dan kemampuan untuk mencapai hasil kerja. Responden juga menganggap bahwa karyawan memiliki keahlian sesuai dengan pekerjaan.

Indikator kelima dari variabel kinerja karyawan adalah komunikasi (*communication*). Pada indikator ini, penulis merumuskan 2 pernyataan yang digunakan untuk mengukur tingkat komunikasi (*communication*) responden di HS Hotel Batam. Responden sangat setuju adanya komunikasi terbuka antara atasan dan karyawan. Mereka juga setuju karyawan berkomunikasi dengan baik untuk menghindari *miscommunication*.

Dalam penelitian ini, hasil analisis deskriptif data variabel kinerja karyawan HS Hotel Batam digambarkan melalui indikator- indikator yang dituangkan dalam butir pernyataan. Adapun hasil analisis deskriptif data variabel kinerja karyawan pada HS Hotel Batam setelah disimpulkan rata-rata rentang skala setiap indikator adalah sebagai berikut.

Tabel 7. Penafsiran Skor per Indikator untuk Variabel Y

No.	Indikator	Rata-Rata	Kategori
1.	Kualitas kerja *(quality of work)*	153.5	Sangat baik
2.	Ketepatan waktu *(promptness)*	149	Sangat baik
3.	Inisiatif *(initiative)*	154	Sangat baik
4.	Kemampuan *(capability)*	158	Sangat baik

ISSN : 2961-9351 (Print)
2961-8975 (Online)

5.	Komunikasi *(communication)*	151	Sangat baik

Tabel diatas menggambarkan bahwa kinerja karyawan di HS Hotel Batam dengan ketentuan rentang skala 1.573 – 1.936 adalah "sangat baik" dimana berdasarkan hasil kuesioner yang disebar, total skor variabel kinerja karyawan yang diperoleh berjumlah 1.680 pada rentang skala. Dengan demikian kualitas kerja, ketepatan waktu, inisiatif, kemampuan, dan komunikasi yang dimiliki karyawan dalam melakukan operasional dapat meningkatkan kinerja untuk selalu menyumbangkan prestasi kerja yang pada akhirnya akan mendukung proses perencanaan pengembangan karir karyawan HS Hotel Batam.

4. Kesimpulan

Program pengembangan karir di HS Hotel Batam termasuk dalam kategori sangat baik dengan total skor 1.432. Manajemen hotel tetap memberikan kesempatan untuk tumbuh melalui Program pengembangan karir berupa job rotation dan pembantuan departemen. Keduanya memberikan pengaruh positif bagi karyawan untuk tetap belajar dan memperoleh pengetahuan dan keterampilan. Meskipun pada saat ini terjadi stagnation pada proses kenaikan jabatan/posisi, karyawan tetap berusaha mempertahankan kualitas kerja yang memuaskan serta memberikan hasil kerja yang maksimal guna mencapai target yang ditentukan.

Adapun keadaan kinerja karyawan pada masa pandemi akibat pengaruh dari pengembangan karir termasuk dalam kategori sangat baik pula dengan total skor 1.680. Kinerja karyawan sangat baik khususnya pada indikator ketepatan waktu karyawan yang ternyata pada masa pandemi meningkatkan kedisiplinan dengan selalu hadir dan datang tepat waktu. Selain itu, dalam melakukan kegiatan operasional karyawan mampu menyelesaikan pekerjaan tepat waktu dan tidak menumpuk pekerjaan. Kedisplinan waktu dalam dunia perhotelan tentu merupakan aset penting bagi perusahaan untuk menjalankan kegiatan operasional.

Pada akhirnya, diketahui kontribusi variabel pengembangan karir adalah 71.8% besarnya terhadap kinerja karyawan, sementara sisanya sebesar 28.2% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel yang diamati. Maka kesimpulan yang diperoleh bahwa pengembangan karir mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan di HS Hotel Batam pada masa pandemi Covid-19.

ISSN : 2961-9351 (Print)
2961-8975 (Online)

Daftar Pustaka

[1] Dailami and Moh. Thandzir, "Kebangkitan Industri Hospitality Di Kota Batam Pasca Pandemi Covid 2019," *J. Mata Pariwisata*, vol. 2, no. 1, pp. 34–40, 2023, doi: 10.59193/terapan_pariwisata_6.

[2] T. H. Handoko, *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*, 2nd ed. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2012.

[3] A. E. Sikula, *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Erlangga, 2011.

[4] A. Balbed and D. K. Sintaasih, "Pengaruh Pengembangan Karir Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Pemediasi Motivasi Kerja Karyawan," *E-Jurnal Manaj. Univ. Udayana*, vol. 8, no. 7, p. 4676, 2019, doi: 10.24843/ejmunud.2019.v08.i07.p24.

[5] A. C. SIHOTANG, "Pengaruh Pengembangan Karir Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Showroom Lestari Mobilindo," *J. Ilm. Manaj. Kesatuan*, vol. 8, no. 3, pp. 295–304, 2020, doi: 10.37641/jimkes.v8i3.393.

[6] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Alfabeta, 2016.

[7] I. G. B. R. Utama and N. M. E. Mahadewi, *Metodologi penelitian pariwisata dan perhotelan*. CV Andi Offset, 2012.

STRATEGI SWOT UNTUK MENGEMBANGKAN POTENSI DESTINASI WISATA PANTAI MELAYU DI KOTA BATAM

Sarah Octavianna Simbolon [1], Arina Luthfini Lubis [2], Andri Wibowo [3]

[1] Program Studi Manajemen Divisi Kamar, Politeknik Pariwisata Batam, Batam, Indonesia, *Email: sarahoctasimbolon99@gmail.com*

[2] Program Studi Manajemen Divisi Kamar, Politeknik Pariwisata Batam, Batam, Indonesia, *Email: a.luthfinilubis@gmail.com*

[3] Program Studi Manajemen Divisi Kamar, Politeknik Pariwisata Batam, Batam, Indonesia, *Email: andreewibowo.pku85@gmail.com*

ABSTRAK

Kota terbesar di Kepulauan Riau adalah Batam. Pantai Melayu, yang terletak di Jembatan 4 Barelang, adalah salah satu tempat menarik di Kota Batam, sekitar 15 menit perjalanan dari Jembatan 1 atau sekitar 45 menit perjalanan dari Batu Aji. Dianggap sebagai pantai yang sudah lama digunakan, Pantai Melayu menjadi sepi dan pengunjung mulai kehilangan minat. Hal ini menyebabkan dibutuhkannya strategi pengembangan destinasi wisata yang direncanakan secara menyeluruh. Metodologi penelitian deskriptif kualitatif yang dipilih pada penelitian ini. Teknik pengumpulan data adalah sebagai berikut: angket, wawancara, observasi, tinjauan pustaka, dan dokumentasi. Analisis SWOT digunakan dalam penelitian untuk mengetahui seberapa baik metode pengembangan objek wisata berhasil meningkatkan jumlah pengunjung dengan mengevaluasi kelebihan, kekurangan, kemungkinan, dan bahaya masing-masing strategi. Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan matriks SWOT dengan empat kuadran, matriks IFAS dan EFAS, terlihat jelas bahwa rencana diversifikasi usaha diperlukan demi memaksimalkan daya tarik objek wisata pantai melayu juga optimalisasi kekuatan dan kelemahannya. Proses pengembangannya adalah sebagai berikut: (1) Memperluas media sosial dengan branding yang kuat untuk mengembangkan pantai melayu dan menyebarkan brosur tentang pantai melayu barelang yang ada di batam, (2) Mempekerjakan masyarakat lokal yang ada disana untuk mengelola pantai melayu agar menurunkan tingkat pengangguran dan meningkatkan kekayaan ekonomi daerah sekitarnya pantai melayu, (3) Meningkatkan fasilitas dan wahana yang ada di pantai melayu, dan (4) Melindungi dan menjaga ekosistem yang ada di pantai melayu.

Kata Kunci: Destinasi Wisata, Pantai Melayu, Analisis SWOT, Kota Batam

SWOT STRATEGY FOR DEVELOPING THE POTENTIAL OF MALAY BEACH TOURISM DESTINATIONS IN BATAM CITY

ABSTRACT

The largest city in the Riau Islands is Batam. Melayu Beach, which is located on Bridge 4 Barelang, is one of the interesting places in Batam City, about a 15 minute drive from Bridge 1 or around 45 minutes drive from Batu Aji. Melayu Beach can be said to be a beach that has been operating for a long time, therefore Melayu Beach has become quiet and visitors are starting to become less interested in Melayu Beach. This causes the need for a comprehensively

planned tourist destination development strategy. The qualitative descriptive research methodology was chosen for this research. Data collection techniques are as follows: questionnaires, interviews, observation, literature review, and documentation. SWOT analysis is used in research to determine how well tourist attraction development methods have succeeded in increasing the number of visitors by evaluating the advantages, disadvantages, possibilities and dangers of each strategy. Based on the results of research using the SWOT matrix with four quadrants, the IFAS and EFAS matrices, it is clear that a business diversification plan is needed to maximize the attractiveness of the Malay coast tourist attraction as well as optimize its strengths and weaknesses. The development process is as follows: (1) Expanding social media with strong branding to develop Malay beaches and distributing brochures about Barelang Malay beaches in Batam, (2) Employing local people there to manage Malay beaches so that reduce the unemployment rate and increase the economic wealth of the area surrounding the Malay coast, (3) Improve the facilities and rides on the Malay coast, and (4) Protect and maintain the ecosystem on the Malay coast.

Keywords : Tourist Destinations, Melayu Beach, SWOT Analysis, Batam City

Copyright ©2023. UHN IGB Sugriwa Denpasar. All Right Reserved

I. PENDAHULUAN

Pariwisata telah menjadi salah satu bisnis bangsa yang paling penting di Indonesia, dan pihak berwenang telah memberikan perhatian khusus melalui Undang-Undang Pariwisata Nomor 10 Tahun 2009 (Presiden Republik Indonesia, 2009) menjadi dasar penyelenggaraan pariwisata. Sebagai daya tarik bagi wisatawan, Indonesia merupakan destinasi menarik dengan beragam daya tarik ekologi dan sejarah. Karakteristik alam negara ini yang meliputi hutan tropis, perbukitan, lautan, serta keragaman budaya lainnya membuat beberapa kota di negara ini sangat memungkinkan untuk dijadikan tempat wisata.

Jika salah satu fasilitas dan fitur wisata dapat diakses, maka destinasi wisata adalah suatu wadah di mana semua aktivitas yang berkaitan dengan pariwisata dapat dijalani. Banyak motivasi yang mendorong orang untuk melakukan perjalanan, termasuk keinginan untuk melihat tempat-tempat baru dan mempelajari hal-hal baru, keinginan untuk menghindari kondisi cuaca atau waktu yang buruk, kebutuhan untuk melakukan sesuatu yang tidak mungkin dilakukan di rumah, kebutuhan untuk memulihkan diri atau bersantai, dan lain-lain. Pendit dalam buku Ilmu Pariwisata (Suwena & Widyatmaja, 2017) menyatakan bahwa tempat yang menarik bagi pengunjung adalah suatu lokasi atau lokasi dimana peluang rekreasi, kondisi lalu lintas, dan fasilitas wisata menjadikan lokasi atau kawasan tersebut menarik bagi wisatawan.

Industri pariwisata telah tumbuh menjadi sektor terbesar yang diakui pada abad ini, sebagaimana dibuktikan oleh berbagai indeks pembangunan global, dan posisinya akan terus tumbuh di tahun-tahun mendatang menurut (Wahyuningsih et al., 2019). Wisatawan adalah individu yang berpartisipasi dalam kegiatan pariwisata, sedangkan pariwisata adalah kegiatan yang berhubungan dengan pariwisata atau bagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan dengan sukarela dan sementara untuk merasakan objek dan aktivitas wisata dalam. Salah satu pulau di Kepulauan Riau adalah Pulau Batam.

Kepulauan Riau adalah salah satu pelabuhan dan bandara di mana turis datang ke Indonesia. Wilayah metropolitan Batam terdiri dari Pulau Batam, Rempang, dan Galang, serta beberapa pulau kecil di Selat Singapura dan Selat Malaka. Batam adalah ibu kota provinsi Kepulauan Riau. Kota Batam adalah gateway utama bagi pengunjung asing ke Indonesia. Ada beberapa lokasi wisata di Batam yang dapat diperbaiki. Salah satu tempat wisata Kota Batam adalah Pantai Melayu, yang terletak di Jembatan 4 Barelang. Pantai Melayu terletak di

Kelurahan Rempang Cate, Kecamatan Galang, Kota Batam, Kepulauan Riau. Lokasi pantai ini kira-kira berjarak 45 menit berkendara dari Batu Aji atau 15 menit berkendara dari Jembatan 1 menuju Jembatan Barelang keempat atau dikenal dengan Jembatan Sultan Zainal Abidin.

Pantai Melayu sering dikunjungi pas saat acara besar-besaran atau acara keluarga, tetapi di hari-hari biasa kadang Pantai Melayu sepi. Beberapa pantai ada yang baru dibuka dan pengunjung pada tertarik dengan pantai tersebut karena pantai tersebut masih bersih. Pantai Melayu bisa terbilang pantai yang sudah lama beroperasi, oleh sebab itu Pantai Melayu menjadi sepi dan pengunjung sudah mulai tidak tertarik dengan Pantai Melayu.

Oleh sebab itu, masyarakat sendiri yang menjadi otoritas utama wisatawan di Pantai Melayu harus merancang pendekatan penciptaan atraksi wisata yang terencana dengan baik dan didukung oleh pengelolaan yang solid. Pantai Melayu adalah tempat yang bagus untuk menghilangkan stres dari kehidupan sehari-hari karena kini terdapat pepohonan di sepanjang pantai dan pondok-pondok di sepanjang pantai. Informasi berikut diberikan dalam bentuk tabel dan berkaitan dengan pengunjung Pantai Melayu.

Tabel 1. Jumlah Pengunjung Pantai Melayu Kota Batam 2022

No	**Bulan**	**Jumlah Pengunjung Pantai Melayu (orang)**
1	Januari	100
2	Februari	125
3	Maret	180
4	April	200
5	Mei	170
6	Juni	190
7	Juli	210
8	Agustus	235
9	September	245
10	Oktober	280
11	November	300
12	Desember	400
Jumlah		**2,635**

Sumber: Data diolah

Tabel diatas adalah data pengunjung objek wisata Pantai Melayu pada tahun 2022 yang dimana awal tahun mengalami turun naik, dimana pada januari sampai oktober jumlah pengunjung tidak stabil, tetapi pada keadaan menjadi lebih buruk pada bulan November dan Desember. Selain itu, Pantai Melayu menawarkan keindahan pasir putih yang sangat cocok untuk berbaring sambil mengagumi keindahan alam. Begitu sore, matahari mulai terbenam menampilkan beberapa pemandangan terbaik di Pantai Melayu. Meski hanya untuk bersantai dan melamun, pantai ini juga menawarkan aktivitas bagi pengunjung.

Pantai Melayu merupakan tempat yang sangat baik untuk berenang dan aktivitas air lainnya karena air laut mulai berwarna biru jernih dan ombaknya umumnya tenang. Komponen utama pariwisata, lalu lintas, serta komponen pendukung lainnya seperti tempat ibadah, toilet umum, dan amenitas yang memadai, merupakan beberapa elemen yang turut menambah daya tariknya.

Peneliti melakukan kajian menyeluruh untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, atau analisis SWOT, guna menentukan dan merumuskan rencana memaksimalkan potensi destinasi wisata Pantai Melayu. Cara yang efektif untuk memaksimalkan potensi destinasi wisata Pantai Melayu di Jembatan Empat Barelang Kota Batam adalah dengan melakukan analisis SWOT. Kekuatan, kelemahan, bahkan faktor pendorong dan pembatas dapat dikaji melalui fitur analisis SWOT untuk menetapkan rencana

memaksimalkan potensi masa depan destinasi wisata pantai Melayu di Jembatan Empat Barerang Kota Batam.

Untuk menjadi destinasi wisata, suatu lokasi harus memenuhi empat elemen kepariwisataan yang dikenal sebagai 4A: Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas, dan Ansilari. Kualitas dan variasi dari masing-masing komponen harus memenuhi kriteria yang cukup untuk memuaskan wisatawan (Sugiama, 2016). Peneliti juga menggunakan metode 4A yang merupakan singkatan dari *Attraction* (daya tarik wisata), *Amenities* (fasilitas), *Accessibility* (aksesibilitas), dan *Ancillary* (lembaga), selain analisis SWOT. Untuk meningkatkan jumlah pengunjung, pengelola dapat mempertimbangkan data ini saat merencanakan dan meningkatkan daya tarik wisata Pantai Melayu di masa depan. Melihat hal tersebut, peneliti berinisiatif melakukan penelitian dalam judul "Strategi Untuk Mengembangkan Potensi Destinasi Wisata Pantai Melayu Di Jembatan Empat Barelang Kota Batam".

LITERATUR REVIEW

Strategi Pengembangan

Strategi adalah metode komprehensif yang terkadang terdiri dari ide, perencanaan, dan implementasi tindakan. Strategi yang sukses melibatkan kerja sama, penyesuaian tema, identifikasi elemen pendukung yang sesuai dengan proses berpikir logis, efisiensi finansial, dan pendekatan efisien untuk mencapai tujuan. Menurut Akdon, itu pada dasarnya adalah strategi untuk sebuah perusahaan manajemen organisasi merupakan rencana skala besar yang melihat ke jangka panjang dan seterusnya, dan mendefinisikan dengan cara yang memungkinkan perusahaan untuk berhasil berkomunikasi dengan lingkungannya dalam iklim yang semakin kompetitif, semua dengan tujuan mengoptimalkan pencapaian berbagai tujuan dan tujuan terkait. Bukan hanya pencapaian, tetapi strategi juga tentang menjaga keberlangsungan organisasi di lingkungan tempatnya beroperasi, (Helvira, 2019).

Strategi pengembangan pariwisata bertujuan untuk melakukan hal tersebut dengan cara ini dengan meningkatkan infrastruktur material dan non-material yang sudah ada, daya tarik pengunjung di wilayah tersebut dapat dimaksimalkan sekaligus meningkatkan kesejahteraan penduduk di sekitarnya. Menurut (Yoeti, 2002), kajian lingkungan dan analisis sumber daya dilakukan pada saat perencanaan strategis suatu lokasi pariwisata. Menemukan organisasi atau lembaga yang bertanggung jawab atas pengembangan pariwisata di kawasan tujuan wisata kelebihan dan kekurangan adalah satu-satunya tujuan penyelidikan ini.

Potensi Wisata

Potensi adalah segala sesuatu yang dimiliki suatu destinasi wisata di suatu wilayah yang akan membantu sektor tersebut berkembang (Kertamulya, 2020). Potensi wisata menurut (Nawangsari et al., 2018) merupakan berbagai sumber daya yang ada di suatu tempat dan dapat dimanfaatkan untuk menjadikannya daya tarik wisata untuk mendapatkan keuntungan finansial dengan tetap mempertimbangkan faktor-faktor lain. Pariwisata dan daya tarik wisata resor itu sendiri adalah kemungkinan pariwisata ini.

Selain itu segala sesuatu yang dimiliki, terletak pada suatu lokasi wisata, dan menjadi daya tarik wisatawan termasuk dalam potensi pariwisata tersebut. Seni, sejarah nasional dan lokal, keindahan alam, flora dan satwa liar, serta hal-hal lain yang perlu dilestarikan merupakan contoh potensi yang dapat dimanfaatkan. Tiga kategori potensi pariwisata tersebut adalah sebagai berikut: (a) Keadaan, keanekaragaman tumbuhan dan satwa di suatu wilayah, pemandangan alam seperti pantai, gunung, dan hutan, serta variabel-variabel lainnya (kondisi alam suatu wilayah); (b) pengelompokan hasil kreasi, emosi, dan motif manusia yang berupa adat istiadat, kerajinan, seni, dan kekayaan budaya yang berbentuk bangunan (misalnya

monumen); dan (c) Potensi wisata buatan, potensi wisata humanistik, dan tempat menarik di dalamnya.

Destinasi Wisata

Terdapat berbagai operasional dan destinasi wisata yang dikoordinasikan untuk melayani wisatawan di kawasan tujuan wisata, yang merupakan lokasi terjadinya segala kegiatan pariwisata. Variabel fundamental perlu diperhatikan guna menjaga keberlangsungan lokasi wisata dan menjamin pengunjung merasa aman, tenteram, dan tenteram selama berada di sana. Ketika mengunjungi tempat wisata, pengunjung mempunyai keinginan dan pelayanan yang beragam seperti yang dinyatakan Cooper dalam buku Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata (Isdarmanto, 2016). Tempat-tempat ramah wisatawan harus didukung berdasarkan model "4A" yang merupakan singkatan dari *Attraction* (Atraksi), *Amenities* (Fasilitas Wisata), *Accessibility* (Aksesibilitas), dan *Ancillary* (Layanan Tambahan), agar dapat memenuhi tuntutan tersebut dan menyediakannya jasa.

Penawaran utama suatu lokasi adalah daya tariknya. Hal-hal yang dapat dilihat (*what to see*) dan dilakukan (*what to do*) oleh pengunjung di suatu daerah tujuan wisata disebut dengan atraksi atau daya tarik wisata. Atraksi wisata yang signifikan dapat diciptakan baik secara in-situ (dimana daya tarik tersebut sebenarnya berada) maupun ex-situ (jauh dari lokasi kegiatan semula). Atraksi alam (seperti bukit, perkebunan, gunung, danau, sungai, dan pantai), objek wisata sejarah dan budaya (seperti cerita rakyat, seni dan kerajinan, pengalaman kuliner khas, arsitektur rumah tradisional, dan situs arkeologi), dan atraksi buatan (seperti wisata olah raga ekstrim, membeli barang, acara, lapangan bermain, perayaan, dan konferensi) adalah tiga kategori atraksi wisata.

Dalam mengunjungi destinasi wisata, pengunjung memerlukan berbagai prasarana dan sarana yang disebut dengan amenitas. Berikut ini adalah struktur dan fasilitas fisiknya: penginapan, tempat makan, perjalanan, dan pariwisata. Menggunakan fasilitas yang tepat tempat wisata seperti hotel, taman hiburan, marina, teater, dll. Jalan, pasokan air, listrik, tempat pembuangan sampah, bandara, pelabuhan, telepon seluler, dan fasilitas lainnya sangat penting untuk pertumbuhan fasilitas. Mengingat keterkaitan antara infrastruktur dan fasilitas, jelas bahwa pembangunan infrastruktur biasanya harus didahulukan sebelum pembangunan fasilitas. Infrastruktur dahulunya dikembangkan seiring dengan pertumbuhan fasilitas pariwisata. Jika suatu lokasi atau wilayah mudah diakses, maka dapat menarik wisatawan. Ada keterkaitan antara infrastruktur dan fasilitas. fasilitas diperlukan untuk infrastruktur, dan infrastruktur dapat berkembang karena fasilitas.

Saat bepergian, aksesibilitas adalah hal yang paling penting. Komponen penting dari pariwisata adalah segala bentuk transportasi atau jasa transportasi. Sedangkan yang dimaksud dengan mobilitas adalah kemudahan seseorang berpindah dari satu tempat ke tempat lain. Tidak akan ada pengunjung di lokasi yang aksesibilitasnya buruk, seperti yang tidak memiliki pelabuhan, bandara, atau jalan tol yang bagus, sehingga akan berdampak pada pertumbuhan aksesibilitas di sana. Jika suatu lokasi memiliki potensi wisata, maka harus ada aksesibilitas yang baik agar masyarakat bisa menuju ke sana. Pihak berwenang yang bertanggung jawab atas destinasi pariwisata harus menawarkan lebih banyak layanan kepada wisatawan dan pelaku industri.

METODE

Metodologi penelitian deskriptif kualitatif digunakan dalam penelitian ini. Informasi deskriptif dihasilkan melalui penelitian kualitatif dalam bentuk referensi, publikasi, dan

perilaku manusia yang diamati. Strategi ini tercakup dalam metode kualitatif studi buku sebagai metode penelitian yang menghasilkan data deskriptif dari orang-orang dan perilaku yang diamati baik dalam bentuk tertulis maupun lisan (Abdussamad, 2021). Menurut (Moleong, 2018) teknik penelitian kualitatif deskriptif, khususnya yang mengumpulkan data dalam bentuk kata-kata lisan, visual, bukan statistik. Wawancara, catatan lapangan, foto, rekaman video, catatan pribadi, catatan atau memorandum, dan dokumen lainnya semuanya dapat digunakan untuk mengumpulkan informasi ini.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (Badan Pengembangan Bahasa dan Perbukuan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, 2016), populasi keseluruhan adalah jumlah keseluruhan individu atau penduduk yang mempunyai ciri-ciri yang sama. Kelompok yang memenuhi kriteria masa penelitian disebut sebagai subjek penelitian. Data yang menarik perhatian peneliti dalam rentang dan jangka waktu tertentu disebut demografi (Margono, 2005). Pada penelitian ini peneliti mengambil 69 responden dari pengunjung Pantai Melayu.

Kumpulan sampel adalah bagian yang dapat diakses dari suatu populasi yang memiliki ciri-ciri yang sama dengan kelompok yang sedang diteliti (Priyono, 2016). Ada dua kategori teknik pengambilan sampel sampel: *Probability Sampling* dan *Nonprobability Sampling*. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metodologi non-probability sampling, yaitu suatu metode yang memberikan peluang berbeda-beda bagi setiap komponen atau anggota populasi untuk terpilih menjadi sampel. Dalam pengumpulan data penelitian, peneliti menggunakan pendekatan Incidental Sampling, yaitu pengambilan sampel secara acak terhadap siapa saja yang kebetulan bertemu dengan mereka di kawasan Pantai Melayu.

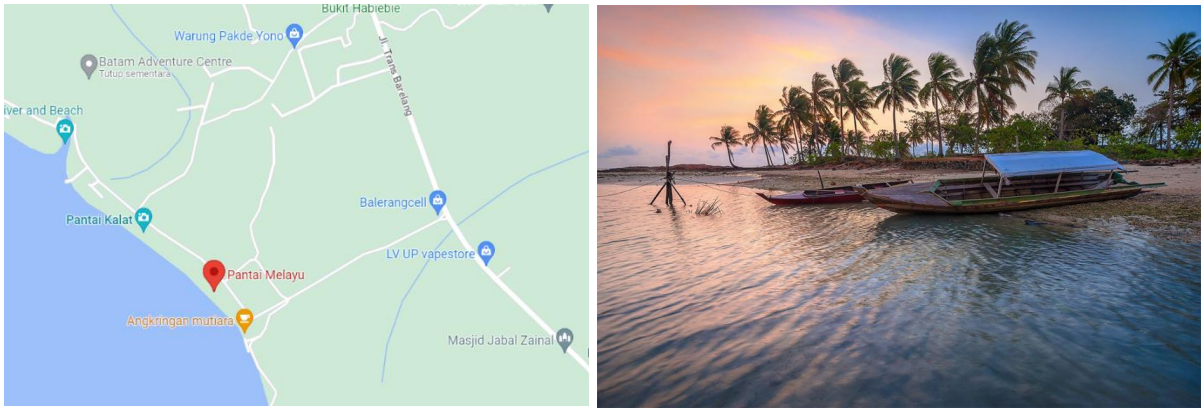
$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{220}{1 + 220\ (0{,}1)^2} = \frac{220}{3{,}2} = 69 \quad (1)$$

Saat mengambil sampel, peneliti menggunakan tingkat kesalahan 10% untuk sampel yang ada. Dalam sampel ini, rumus slovin digunakan. Jumlah rata-rata pengunjung pantai melayu perbulan adalah 2.635/12=220. Jadi responden atau sampel penelitian ini berjumlah 69 orang dari total konsumen yang berkunjung ke Pantai Melayu.

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah: (1) Angket atau tes, juga dikenal sebagai kuesioner, mengumpulkan data dengan mengajukan serangkaian pertanyaan atau jawaban tertulis kepada orang yang disurvei. (2) Wawancara, juga dikenal sebagai wawancara, mengumpulkan data dengan mengajukan pertanyaan langsung kepada orang yang disurvei. Peneliti melakukan wawancara dengan informan untuk mengumpulkan informasi tentang masalah yang terkait dengan presentasi ini. Wawancara dilakukan menggunakan standar pertanyaan yang disesuaikan dengan masalah yang dibahas; (3) Monitoring merupakan teknik belajar langsung yang dilakukan di lapangan melalui keterlibatan dalam kegiatan yang bertujuan mengamati suatu hal, mencari sesuatu, sehingga peneliti dapat memahami keadaan sebenarnya; (4) Studi kepustakaan merupakan metode pengumpulan informasi dengan menggunakan dan mempelajari bahan-bahan terkini untuk menemukan ide dan hipotesis yang mempunyai kaitan kuat dengan permasalahan; dan (5) Dokumentasi adalah teknik mencari informasi mengenai berbagai pokok bahasan dalam bentuk catatan, dokumen, dan bentuk dokumentasi lainnya.

Penelitian dilakukan di Pantai Melayu yang dapat ditemukan di Jalan Trans Barelang di Kepulauan Riau, Bulang, Rempang Cate, Galang, dan Kota Batam. Penelitian dilakukan pada bulan Juli hingga bulan September 2023. Berikut adalah gambar peta menuju pantai melayu di jembatan empat barelang Kota Batam. Gambar di bawah juga menunjukkan sebagian Pantai

Melayu yang berada di tengah-tengah yang dipenuhi dengan pohon kelapa dan pohon-pohon serta rumput hijau yang tumbuh di sekitar pasir pantai.



Gambar 1. Peta Lokasi dan Tempat Penelitian di Pantai Melayu
Sumber: (Jalanwisata.id, 2020)

Informasi primer dan sekunder digunakan dalam penelitian ini. Akses terhadap sumber informasi pertama-tama muncul setelah individu yang mempunyai kekuasaan atau pengaruh dalam menentukan keadaan masyarakat atau topik penelitian dipilih. Menurut (Ali & Asrori, 2014), penelitian adalah suatu metode memahami sesuatu melalui proses pemeriksaan yang cermat atau upaya mengumpulkan informasi yang dihasilkan dari suatu tantangan untuk menemukan penyelesaian. Sumber informasi tambahan, atau fakta dan angka yang dikumpulkan oleh peneliti sendiri. File, temuan, buku, jurnal, dan website yang berkaitan dengan pertumbuhan jumlah pengunjung di Kota Batam merupakan contoh sumber data lain yang digunakan dalam penelitian ini.

Pendekatan analisis SWOT digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui seberapa baik upaya pengembangan daya tarik pengunjung dalam menarik lebih banyak pengunjung berdasarkan kelebihan, kekurangan, kemungkinan, dan bahaya. Kekuatan adalah keadaan yang membuat proyek, organisasi, atau ide bisnis saat ini menjadi kuat. Komponen-komponen yang membentuk tubuh organisasi merupakan kekuatan-kekuatan yang telah dikaji. Rencana bisnis proyek yang sebenarnya.

II. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Pantai Melayu merupakan salah satu tempat wisata ramah lingkungan yang berada di Desa Rempang Cate, Kecamatan Galang, Kota Batam, Kepulauan Riau. Pantai ini berjarak kurang lebih 45 menit berkendara dari Batu Aji menuju Jembatan Barelang ke-4 (yang juga disebut Jembatan Sultan Zainal Abidin) atau sekitar 1 kilometer dari Jalan Raya Trans Barelang. Tidak diragukan lagi, ini adalah tempat terbaik untuk melepaskan diri dari kesibukan dan stres kehidupan sehari-hari. Suara yang terdengar di pantai ini hanyalah deburan ombak di bibir pantai dan udara dingin yang perlahan mendinginkan kepala. Pasir putihnya yang halus merupakan permukaan yang ideal untuk berbaring dan mengagumi keindahan alam. Alam di Pantai Melayu bersinar cerah seiring terbenamnya matahari di sore hari.

Pengunjung kini dapat mengoperasikan banana boat di Pantai Melayu. Pelampung balon untuk anak-anak dan orang dewasa juga dapat disewa. Pasir putih lembut juga dapat digunakan untuk membangun istana pasir yang megah. Bagi individu yang memiliki bakat serius, pasir juga menjadi tempat yang sangat baik untuk bermain bola voli di pantai atau sepak bola.

Pengunjung bisa menyewa cottage dan gazebo. Baik berlibur bersama keluarga maupun rombongan, gazebo menjadi tempat paling nyaman untuk nongkrong, piknik, atau memulihkan tenaga setelah berenang dan berbagai aktivitas lainnya. Masyarakat yang hanya ingin duduk dan menikmati pasir dapat menyewa tikar dari penduduk setempat. Pantai Melayu panjangnya sekitar 2 kilometer. Pantai ini sering dikunjungi oleh warga sekitar yang mengadakan kegiatan pantai, dan pada hari libur maupun liburan akhir pekan umumnya diakses oleh wisatawan Batam yang ingin berwisata.



Gambar 2. Gazebo Objek Wisata Pantai Melayu
Sumber: Peneliti

Menurut pengelola objek wisata Pantai Melayu, tidak ada biaya parkir. Namun tiket masuknya sebesar Rp 10.000 per orang, dan pendapatannya akan digunakan untuk mengembangkan lokasi agar para tamu merasa nyaman saat berlibur di Pantai Melayu. Oleh karena itu, pengelola Pantai Melayu berupaya memulihkan kawasan yang rusak. Bahkan ada tambahan wahana untuk memikat para tamu mengunjungi Pantai Melayu.

1. *Attraction (*Potensi Wisata*)*

Pantai Melayu memiliki daya tarik berupa pantai yang berwarna putih. Pasir putih ini membentang sejauh mata memandang di pantai. Selain putih, pasir di pantai ini juga halus dan nyaman untuk dilalui dengan berjalan tanpa alas kaki. Pantai ini masih terjaga keasliannya seolah belum banyak orang mengeksplor keindahannya. Pemandangan alam di sekitar pantai melayu membuat wisatawan terlena dan betah.

Berdasarkan temuan wawancara dengan manajemen, para tamu sering datang antara pukul 08.00 hingga 16.00 dengan tujuan menikmati udara di Pantai Melayu dan ada juga menikmati sunset di Pantai Melayu. Meski Batam adalah Kota yang sibuk, pengunjung menemukan ketenangan di pantai eksotis ini. Para pengunjung dapat menyaksikan matahari terbenam dan matahari terbit yang indah dari Pantai Melayu Batam. Keindahannya begitu indah berpadu dengan pemandangan gugusan pulau-pulau kecil di sekitarnya. Untuk menikmati pemandangan indah ini, pengunjung dapat menyesuaikan waktu kedatangannya yaitu pagi dan sore hari.

2. *Amenity (*Sarana Wisata)

Berdasarkan penelitian, penilaian fasilitas Kawasan Wisata Pantai Melayu dapat dilakukan berdasarkan tiga kriteria: aksesibilitas, kelengkapan, dan kondisi fisik. Berikut informasi yang dapat dicermati berdasarkan hasil penelusuran yang mengungkap fasilitas wisata dekat Jembatan Empat Barelang di kawasan Pantai Melayu:

Tabel 2. Analisis Ketersediaan Fasilitas Pantai Melayu

No	Sarana wisata	Ketersedian		Kelengkapan		Wujud	
		Ya	Tidak	Cukup	Tidak	Baik	Tidak
1	Pintu Kedatangan	√			√	√	
2	Area Parkir Kendaraan	√		√		√	

3	WC Umum	√		√		√	
4	Surau	√		√		√	
5	Warung Makan	√		√		√	
6	Gazebo	√		√		√	
7	Papan Petunjuk	√			√		√
8	Tempat Sampah	√		√		√	
9	Pusat Informasi		√		√		√

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel uraian di atas, Pantai Melayu memiliki 85% fasilitas wisata yang diperlukan, termasuk 81% perlengkapan yang sesuai dan 86% fasilitas berkualitas tinggi. Pintu masuk di objek wisata Pantai Melayu dijaga dan tempat parkir dijaga oleh petugas parkir. Harga tiket masuk adalah 10.000 rupiah per orang dan tempat parkir sangat mendukung, tetapi tidak ada tempat untuk menyimpan helm bagi kendaraan motor. Kamar mandi dan mushola tersedia dalam kondisi yang baik.Tempat sampah juga sudah banyak disediakan oleh pihak petugas agar Pantai Melayu bersih. Berdasarkan hasil penelitian saya objek wisata Pantai Melayu banyak dikunjungi di hari sabtu dan minggu, tetapi di hari-hari biasa kadang terlalu sepi dan mau juga tidak ada sama sekali pengunjungnya.

3. *Accessibility* (Aksesibilitas)

Menghubungkan pengunjung dengan destinasi pariwisata dimungkinkan melalui aksesibilitas. Segala bentuk transportasi dan layanan terkait transportasi merupakan pintu masuk penting bagi industri pariwisata. Salah satu aspek dari strategi ini yang membedakannya adalah mobilitasnya, atau betapa sederhananya berpindah dari satu tempat ke tempat lain. Jalan menuju ke pantai melayu sudah di aspal oleh pemerintah dan para wisatawan sudah bisa menikmati jalannya pantai melayu barelang Kota Batam.



Gambar 3. Jalan dan Petunjuk Arah Menuju Pantai Melayu
Sumber: Peneliti

Pembahasan

Metode analisis yang digunakan adalah SWOT karena telah teruji mampu memberikan langkah-langkah strategi yang tepat untuk memasarkan suatu usaha/bisnis (Lubis, 2016). Berdasarkan kelebihan, kekurangan, kemungkinan, dan bahayanya, sebuah kajian yang berupaya mengetahui seberapa sukses kebijakan pembangunan pariwisata yang diterapkan dalam mendongkrak jumlah wisatawan. Informasi yang dikumpulkan selama penelitian ini disajikan dalam bentuk pertanyaan, dengan tanggapan yang diambil dari temuan. Observasi, penilaian, dan tinjauan literatur digunakan untuk memperjelas hasil. Dalam hal ini, ada rencana

untuk meningkatkan potensi daya tarik Pantai Melayu di Jembatan Empat Barelang Kota Batam.

Dalam analisis SWOT, ada empat komponen, yaitu:

1. Kekuatan (*Strengths*)
   a. Karena jauh dari pusat kota dan memiliki banyak pepohonan, udaranya tetap bersih dan segar
   b. Lingkungan tetap alami dan indah
   c. Dan banyaknya kegiatan yang masih bisa dilakukan
2. Kelemahan (*Weakness*)
   a. Pelayanan yang masih kurang
   b. Fasilitas yang tidak memadai dan tidak terawat
   c. Angkutan umum masih jarang
   d. Tidak ada brosur untuk mengiklankan Pantai Melayu
3. Peluang (*Opportunities*)
   a. Menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat lokal
   b. Pemanfaatan teknologi pada media periklanan
4. Ancaman (*Threats*)
   a. Kurangnya petugas kebersihan untuk menjaga dan memelihara fasilitas di tempat Pantai Melayu
   b. Keterlibatan masyarakat dan pemerintah dalam hal ini masih kurang mengembangkan potensi Pantai Melayu sebagai tempat wisata

Analisis SWOT digunakan untuk menilai apakah setiap fungsi dalam rangkaian tugas yang akan dilakukan dapat mencapai tujuan yang ditentukan. Analisis SWOT juga terbukti efektif dalam menentukan formulasi strategi yang tepat untuk sebuah usaha (Alamsyah et al., 2019). Analisis SWOT dilakukan terhadap seluruh aspek yang terkait dengan suatu fungsi, baik di dalam maupun di luar fungsi, karena kesiapan suatu fungsi ditentukan oleh ketersediaan setiap komponen yang terkait dengan fungsi tersebut. Untuk mengetahui posisi strategi mana yang cocok untuk permasalahan penelitian ini maka dibutuhkan perhitungan matriks IFAS dan EFAS agar sesuai dengan karakteristiknya dan hal ini sudah pernah dibuktikan oleh penelitian terdahulu sebelumnya (Alamsyah & Lubis, 2018).

a. Perhitungan matriks *internal strategy factors analysis summary* (IFAS*)*

Perhitungan matriks IFAS menentukan nilai numerik untuk bobot, nilai, dan skor yang nilai gabungannya tidak boleh melebihi 1,00. Tetapkan skor antara 1 (di bawah rata-rata/tidak signifikan) dan 4 (luar biasa) untuk setiap elemen. Hasil perhitungan matriks IFAS ditunjukkan pada tabel di bawah ini.

Tabel 3. Perhitungan Matrik *Internal Strategy Factor Analysis Summary* (IFAS)

No	**Kekuatan**	**Bobot**	**Rating**	**Skor**
1	Tersedia lahan parkir untuk kendaraan pengunjung	0,15	3	0,45
2	Pantai melayu berada di lokasi yang mudah dijangkau	0,15	3	0,45
3	Merasa senang mengunjungi pantai melayu	0,13	3	0,39
4	Jumlah toilet yang memadai	0,15	3	0,45
	Total kekuatan	**0,58**		**1,74**
No	**Kelemahan**			
1	Tidak tersedia brosur informasi wisata pantai melayu	0,14	3	0,42
2	Objek wisata ini tidak menarik dikunjungi	0,13	3	0,39
3	Tidak terdapat media informasi umum tentang objek wisata pantai melayu	0,15	3	0,45
	Total kelemahan	**0,42**		**1,26**
	Total faktor internal (IFAS)	**1,00**		**3.00**

Sumber: Data diolah

Perhitungan berat, rating, dan kekuatan untuk nomor 1:

- Bobot faktor kekuatan dihitung menggunakan data 69 orang yang menjawab dikalikan dengan jumlah total data pertanyaan IFAS yang dihitung pada tabel 2 dengan hasil bobot $\frac{195}{1{,}043}$ = **0,15**.
- Skor keseluruhan pada elemen kekuatan dihitung dengan menjumlahkan jawaban seluruh peserta dibagi dengan jumlah responden. Perhitungannya terlihat seperti ini: Rating = $\frac{195}{69}$ = **3**.
- Kombinasi bobot dan rating dikalikan untuk mendapatkan rating akhir untuk elemen kekuatan. Perhitungannya terlihat seperti ini: Bobot x Rating = 0,15 x 3 = **0,45**

b. Perhitungan matriks eksternal strategic factors analysis summary (EFAS)

Matriks EFAS dihitung dengan cara yang sama seperti matriks IFAS: bobot penilaian dan penilaian ditentukan jika bobot keseluruhan tidak melebihi 1,00, dan nilai setiap faktor dihitung dengan memberikan skala. 1-4 luar biasa, dari 1 (di bawah rata-rata/tidak signifikan). Hasil perhitungan matriks EFAS ditunjukkan pada tabel di bawah ini. Seperti halnya peluang dan bahaya, nilai-nilai kelemahan dan kekuatan selalu bertentangan satu sama lain. Tabel 4 di bawah ini mencantumkan temuan studi EFAS.

Tabel 4. Perhitungan Matrik *Eksternal Strategy Factor Analysis Summary* (EFAS)

No	**Peluang**	**Bobot**	**Rating**	**Skor**
1	Akan mengunjungi pantai melayu di masa mendatang ke pantai melayu	0,20	3	0,60
2	Memutuskan mengajak kerabat/keluarga/saudara untuk mengunjungi pantai melayu	0,21	3	0,63
	Total peluang	**0,41**		**1,23**
No	**Ancaman**			
1	Merasa tidak aman bermain di pantai melayu karena ombak	0,22	3	0,66
2	Sampah pengunjung yang berserakan	0,21	3	0,63
3	Pengunjung yang merusak biota laut	0,17	3	0,51
	Total ancaman	**0,60**		**1,80**
	Total faktor eksternal (EFAS)	**1,01**		**3,03**

Sumber: Data diolah

Bobot, peringkat, dan skor peluang dihitung untuk posisi satu:

- Tabel 4 menunjukkan hasil perhitungan bobot faktor probabilitas dengan menggunakan data jawaban 69 responden dikalikan dengan jumlah total pertanyaan kuesioner EFAS dengan hasil bobot $\frac{186}{918}$ = **0,20**.
- Skor keseluruhan untuk elemen peluang dihitung dengan menggunakan jawaban seluruh lima puluh satu peserta dikalikan dengan jumlah keseluruhan peserta. Perhitungannya terlihat seperti ini: Rating = $\frac{186}{69}$ = 2,695652173991 dibulatkan menjadi **3**.
- Rata-rata tertimbang setiap rating dan bobot digunakan untuk menghitung skor komponen potensial. Perhitungannya terlihat seperti ini: Bobot x Rating = 0,20 x 3 = **0,60.**

Hasil matriks IFAS dan EFAS secara keseluruhan adalah sebagai berikut:

a. Nilai kekuatan total (*strengths*) = 1,74
b. Nilai kelemahan total (*weaknesses*) = 1,26
c. Nilai peluang total (*opportunities*) = 1,23
d. Nilai ancaman total (*threat*s) = 1,80

Bagan kartesius untuk analisis SWOT

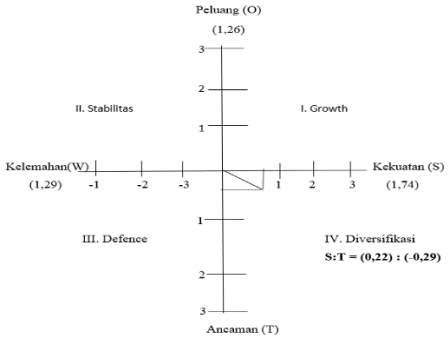
Grafik SWOT pada tabel data di atas dapat digunakan untuk menggambarkan elemen-elemen berdasarkan hasil perhitungan. Persamaan untuk menghitung koordinat adalah (x,y). Metode berikut dapat digunakan untuk menghitung koordinat**:**

- Koordinat untuk analisis internal ; koordinat untuk analisis eksternal

  $=\frac{Total\ skor\ kekuatan-total\ skor\ kelemahan}{2}; \frac{total\ skor\ peluang-total\ skor\ ancaman}{2}$

  $= \frac{S-W}{2}; \frac{0-T}{2} = \frac{1{,}74-1{,}26}{2}; \frac{1{,}23-1{,}80}{2} = 0{,}24 ; -0{,}29$

  Oleh karena itu, titik koordinatnya terletak di (0,22 ; -0,29)



Gambar 4. Diagram Kartesius SWOT

Sumber: Data diolah

Alat yang digunakan untuk mengembangkan alternatif strategi pengembangan potensi objek wisata pantai melayu dengan menggunakan matriks SWOT yang akan menentukan arah untuk strategi pemasaran yang lebih baik bagi Pantai Melayu. Diagram analisis SWOT dan metode kombinasi matriks SWOT dapat digunakan untuk menunjukkan nilai keseluruhan elemen internal dan eksternal. Berdasarkan penelitian (Rumpaidus et al., 2019) bahwa dengan analisis SWOT dapat memberikan inspirasi berupa strategi pengembangan destinasi pariwisata. Strategi ini diharapkan mampu mendatangkan pengunjung yang lebih banyak untuk berwisata ke wisata pantai melayu. Dengan menggunakan indikasi dan perpaduan variabel internal dan eksternal, kombinasi matriks menghasilkan temuan sebagai berikut.

Tabel 5. Strategi Berdasarkan IFAS dan EFAS

IFAS / EFAS	**Strength (S)**	**Weakness (W)**
	a. Tersedia lahan parkir untuk kendaraan pengunjung b. Merasa senang mengunjungi pantai melayu c. Pantai melayu berada di lokasi yang mudah dijangkau d. Jumlah toilet yang memadai	a. Tidak terdapat media informasi umum tentang objek wisata pantai melayu b. Objek wisata ini tidak menarik untuk dikunjungi c. Tidak tersedia brosur informasi wisata pantai melayu
Opportunity (O)	**Strategi (SO)**	**Strategi (WO)**

a. Akan mengunjungi kembali dimasa mendatang ke pantai melayu b. Memutuskan mengajak kerabat/keluarga/saudara untuk mengunjungi pantai melayu	a. Merencanakan fasilitas yang dapat meningkatkan daya tarik wisata Pantai Melayu b. Memaksimalkan kekhasan Pantai Melayu untuk menarik perhatian wisatawan dan mendongkrak jumlah wisatawan	a. Meningkatkan pariwisata untuk mendukung wisata Pantai Melayu dan keindahan alamnya b. Ciptakan fasilitas seperti wahana, transportasi dan pelayanan yang ada di pantai melayu agar menarik pengunjung
Threats (T) a. Merasa tidak aman bermain di pantai melayu karena ombak b. Sampah pengunjung berserakan c. Pengunjung yang merusak biota laut	**Strategi (ST)** a. Pemeliharaan sarana dan prasarana Pantai Melayu b. Terpeliharanya daya tarik estetika pantai yang merupakan daya tarik dan ciri khas wisata alam Pantai Melayu c. Mendorong masyarakat untuk berupaya memberikan pelayanan terbaik berupa ketenangan, kenyamanan, kemudahaan akses serta keamanan dalam berwisata	**Strategi (WT)** a. Teknologi dimanfaatkan sebagai teknik pemasaran untuk mempromosikan perjalanan berbasis teknologi b. Perluasan Pantai Melayu juga ditunjukkan dengan pembangunan dan pemeliharaan fasilitasnya.

Sumber: Data diolah

Matriks SWOT dapat digunakan untuk membangun empat taktik utama: strategi SO (*strength-opportunities*), strategi (*strength-threats*), strategi WO (*weakness-opportunities*), strategi WT (*weakness-threats*).

1. Strategi SO bergantung pada filosofi manajemen Pesisir Melayu yang memanfaatkan seluruh kemampuan untuk mencapai tujuan dan memanfaatkan kemungkinan yang ada. Berdasarkan manfaat dan kemungkinan tersebut, Pantai Melayu mempunyai pendekatan yang berbeda, yaitu memaksimalkan keunggulan dan kekhasan Pantai Melayu untuk menarik lebih banyak wisatawan dan meningkatkan jumlah wisatawan, serta menyiapkan fasilitas yang akan meningkatkan daya tarik wisata Pantai Melayu. Pada strategi ini juga diperlukan branding untuk memperkuat daya jual dari destinasi wisata tersebut (Amalia et al., 2023).
2. Strategi ST merupakan metode yang memaksimalkan keuntungan perusahaan untuk mengalahkan ancaman. Alternatif yang dilakukan berdasarkan kelebihan dan kekurangan tersebut adalah dengan menjaga fasilitas Pantai Melayu sebagaimana adanya dengan tetap menjaga daya tarik dan kekhasan daya tarik pantai eksotik tersebut, hingga mengajak masyarakat sekitar untuk berbenah. Hal ini senada dengan penelitian (Budhiarta & Alhamdi, 2023) yang menyatakan bahwa masyarakat perlu diikutsertakan dalam pengelolaan sebuah tempat wisata. Dapat menghadirkan kemudahan, ketenangan, kenyamanan bagi wisatawan. Hal ini diperlukan dengan cara melakukan kerjasama dengan semua pihak yang terkait serta dilakukan pemantauan berkala (Ariana et al., 2023).
3. Strategi WO ini memanfaatkan kemungkinan-kemungkinan yang ada sambil mengurangi kekurangan-kekurangan yang ada adalah landasan dari WO. Berdasarkan kekurangan dan peluang tersebut, rencana alternatif pengelolaan Pantai Melayu adalah dengan memperbanyak kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan pariwisata yang mengedepankan keindahan pantai dan membangun fasilitas akses, istirahat dan penginapan untuk menunjang segala kegiatan yang berhubungan dengan pariwisata agar dapat tumbuh menjadi keluarga unggulan. daya tarik dan tujuan perjalanan.
4. Strategi WT ini, berdasarkan aktivitas defensif, berupaya menghilangkan bahaya dan titik lemah. Berdasarkan ancaman dan kelemahan tersebut, pengelola Pantai Melayu telah

menerapkan beberapa strategi berbeda, seperti mempromosikan pariwisata berbasis teknologi melalui pemanfaatan teknologi sebagai alat komunikasi dan berkonsentrasi pada pertumbuhan kawasan wisatawan Pantai Melayu dari segi membangun dan memelihara infrastruktur.

III. SIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini :

1. Berikut adalah keunggulan destinasi wisata Pantai Melayu : Destinasi Pantai Melayu memiliki lahan parkir yang cukup luas untuk wisatawan membawa kendaraan pribadi baik motor, mobil ataupun kendaraan umum, seperti Bis. Pengelola pantai Melayu memanfaatkan setiap peluang dengan memanfaatkan seluruh keterampilannya. Sedangkan faktor kelemahan *(weaknesses)* tidak tersedia brosur dan media informasi tentang pantai melayu. Berdasarkan strategi wo meningkatkan pantai melayu untuk mempromosikan keindahan pantai melayu serta mengembangkan wahana atau fasilitas yang ada di pantai melayu. Untuk faktor peluang *(opportunities)* yaitu: akan mengunjungi kembali dimasa mendatang ke pantai melayu. Dan untuk faktor ancaman *(threats)* yaitu: merasa tidak aman bermain di pantai melayu karena ombak dan sampah para pengunjung yang berserakan. Strategi yang digunakan atau st pengelola pantai melayu harus membuat himbauan kepada pengunjung pantai melayu untuk selalu menjaga kebersihan dan berhati-hati saat berenang di pantai melayu.
2. Strategi diversifikasi perusahaan diperlukan untuk meningkatkan daya tarik destinasi wisata pantai Melayu ini sekaligus mengoptimalkan kekuatan dan keterbatasannya, berdasarkan temuan penelitian dengan menggunakan matriks IFAS dan EFAS serta matriks SWOT empat kuadran. Proses pengembangannya adalah sebagai berikut:
    a. Memperluas media sosial untuk mengembangkan pantai melayu dan menyebarkan brosur tentang pantai melayu barelang yang ada di batam.
    b. Mempekerjakan penduduk setempat untuk mengelola pantai Melayu akan membantu mengurangi pengangguran dan meningkatkan perekonomian lokal di daerah sekitar pantai Melayu.
    c. Meningkatkan fasilitas dan wahana yang ada di pantai melayu.
    d. Melindungi dan menjaga ekosistem yang ada di pantai melayu.

REFERENSI

Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Syakir Media Press.

Alamsyah, N., & Lubis, A. L. (2018). Analisa Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks IEF dan EFE (Studi Kasus PT. Kian Ho Indonesia). *Jurnal Industri Kreatif (JIK)*, *2*(2). https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/1097187

Alamsyah, N., Lubis, A. L., & Hamdi, D. (2019). Formulation of Marketing Strategies in Expedition Services Company with SWOT and QSPM Methods. *Proceedings of the International Manufacturing Engineering Conference & The Asia Pacific Conference on Manufacturing Systems*, 3–9. https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-981-15-0950-6_1

Ali, M., & Asrori, M. (2014). *Metodologi & Aplikasi Riset Pendidikan* (Suryani (ed.); 1st ed.). Bumi Aksara.

Amalia, E., Supardi, & Lubis, A. L. (2023). Strategi Branding "Terpikat Pulau Penyengat" Sebagai Destinasi Wisata Sejarah, Budaya & Religi di Kepulauan Riau. *DIMENSI*, *12*(01), 212–229. https://doi.org/https://doi.org/10.33373/dms.v12i1.5000

Ariana, I. N. J., Bagus, I., & Astina, K. (2023). *Strategi pemasaran desa wisata bongan sebagai pariwisata kerakyatan berkelanjutan di kabupaten tabanan*. *7*(1), 167–176.

Badan Pengembangan Bahasa dan Perbukuan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. (2016). *KBBI Daring*. Kementerian Pendidikan Dan Kebudayaan Republik Indonesia. https://kbbi.kemdikbud.go.id/

Budhiarta, I. N., & Alhamdi, R. (2023). Analisis Perencanaan Pengembangan Objek Wisata Kampung Kelembak Berbasis Masyarakat, Nongsa, Batam. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Agama Dan Budaya*, *8*(1), 38–45. https://doi.org/10.25078/pariwisata.v8i1.1454

Helvira, H. (2019). *Stategi Pengembangan Potensi Objek Wisata Dendang Melayu Di Jembatan Satu Barelang Kota Batam* (Vol. 2, Issue 1).

Isdarmanto. (2016). Dasar Dasar Kepariwisataan dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata. In *Gerbang Media Aksara dan STiPrAm* (1st ed.).

Jalanwisata.id. (2020). *Pantai Melayu Batam*. Direktori Pariwisata Indonesia. http://direktoripariwisata.id/unit/8236

Kertamulya, D. (2020). *Potensi Wisata Desa*. Pemdes@kertamulya-Padalarang.Desa.Id.

Lubis, A. L. (2016). Analisa SWOT Sebagai Acuan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus : Khazanah Plaza Batam). *Journal Industrial Service*, *2*(1). https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/jiss/issue/view/227

Margono, S. (2005). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Rineka Cipta.

Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (38th ed.). PT Remaja Rosdakarya.

Nawangsari, D., Muryani, C., & Utomowati, R. (2018). *Pengembangan Wisata Pantai Desa Watu Karung Dan Desa Sendang Kabupaten Pactan Tahun 2017*. *4*(1), 1–10.

Presiden Republik Indonesia. (2009). Undang-Undang Republik Indonesia No. 10.Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan. In *Undang-Undang* (No. 10). https://www.dpr.go.id/dokjdih/document/uu/UU_2009_10.pdf

Priyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif* (T. Chandra (ed.); Revision, Issue 1). Zifatama Publishing.

Rumpaidus, G. A., Putra, A. M., & Widyatmaja, I. G. N. (2019). Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Kabupaten Biak Numfor Provinsi Papua. *Jurnal Kepariwisataan Dan Hospitalitas*, *3*(2), 22–42. https://ocs.unud.ac.id/index.php/jkh/article/view/45903

Sugiama, A. G. (2016). *Manajemen Aset Pariwisata:* (4th ed.). Guardaya Intimarta.

Suwena, I. K., & Widyatmaja, I. G. N. (2017). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*.

Wahyuningsih, S., Rasulog, I., & Nuhung, M. (2019). Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Apparalang Sebagai Tujuan Wisata di Bulukumba. *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, *3*(1), 141–157.

Yoeti, O. A. (2002). Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata. In *Jakarta: Pradnya Paramita, 2002* (Issue 4611, p. Universitas Indonesia).

E-Journal of Tourism Vol.10. No.2. (2023): 287-300

The Influence of 3A (Attractions, Accessibility and Amenities) on Tourists' Decisions to Visit Ciptaland Beach, Batam City

Suci Kintani Izzumi Setiawan, Arina Luthfini Lubis*, Supardi

Batam Tourism Polytechnic, Room Division Management, Batam- Indonesia

*Corresponding Author: a.luthfinilubis@gmail.com

DOI: https://doi.org/10.24922/eot.v10i2.108066

Article Info

Submitted:
August 31th 2023
Accepted:
September 20th 2023
Published:
September 30th 2023

Abstract

Sekupang District in Batam City has several interesting tourist attractions, including beautiful beaches, one of which is Ciptaland Beach. The view of Singapore is very clear and the beauty of Ciptaland Beach is very amazing, but there are no tourist attractions displayed, the lack of attractions shown makes this tourist destination seem less attractive to visiting tourists. Apart from that, there are less supportive amenities such as public toilets, places to eat and parking areas. And also, accessibility in the form of inadequate road conditions, there is damage along the way to the beach location, causing a lack of comfort for tourists. This study uses a quantitative approach. The number of samples taken was 68 respondents from the total average visitors per month. The data collection techniques used were questionnaires using a Likert Scale, literature study, observation and documentation. The analysis technique used is Descriptive Statistics. Through the results of the validity and reliability tests that have been carried out, the questionnaires distributed are valid and reliable. Through the partial t influence test, as well as simultaneously, the variables Attraction (X1), Accessibility (X2), and Amenities (X3) have a positive influence on the Visiting Decision variable (Y). The results of the hypothesis test show that the alternative hypothesis for all variables is accepted. The formulation of the results of the multiple linear regression equation is Y = 14.410 + 0.231 X1 + 0.736 X2 – 0.577 X3. Attractions, Accessibility and Amenities factors simultaneously influence the decision to visit as much as 14.8%, the remaining 85.2% is outside of the variables determined by this research.

Keywords: attractions; accessibility; amenities; tourists' decisions; tourism; Ciptaland Beach.

INTRODUCTION

Background

The tourism industry, which is closely related to the development of tourist attractions in a region, is one of the sectors that the government relies on to increase regional income as a result of visitor visits to a tourist attraction. This is in accordance with Law Number 10 of 2009 concerning Tourism which states that tourism development is intended to improve the welfare and prosperity of the people, expand and equalize business and employment opportunities, advance regional development, and introduce and utilize

tourist objects and attractions in Indonesia (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun, 2009).

The quality of a tourist attraction can also be determined by looking at the amenities, attractions and accessibility that support it in addition to the actual condition of the tourist attraction. Evaluation of existing tourist attractions by visitors can become a model for the creation of new tourist attractions. Tourism development is based on the experiences tourists have when visiting tourist attractions, and as the tourism industry faces increasingly fierce competition, managers of major tourist attractions are forced to prioritize visitor enjoyment. When a visitor is satisfied, they often end up returning to the location.

The Riau Islands are a province in Indonesia located in the eastern part of Sumatra Island and the southern part of the Malay Peninsula. This province consists of a number of islands spread across the Strait of Malacca and the Strait of Singapore. The capital of this province is Tanjung Pinang City. The Riau Archipelago Province consists of 3,000 small and large islands. Some of the famous islands in this province include Bintan Island, Batam Island, Karimun Island, Anambas Island and Natuna Island. Batam City is located on Batam Island, which is part of the Riau Islands. Due to its strategic location on the Strait of Malacca, Batam is easily accessible from Singapore and Malaysia. There are many ferries and fast boats connecting Batam with Singapore and Johor Bahru, Malaysia. Batam City is a popular tourist destination, especially for Singaporeans and Malaysians. Some interesting tourist attractions in Batam include golf courses, recreation parks, spas, beautiful beaches, and various water activities such as jet skis.

Sekupang District has several interesting tourist attractions, including beautiful beaches, one of which is Ciptaland Beach. The Ciptaland Beach tourist attraction has the potential for scenic beauty because from this beach we can see Singapore very clearly. However, the lack of role of the local government has not maximized its ability to promote tourism and build facilities and infrastructure at the Ciptaland Beach tourist attraction so that the potential of this tourist attraction cannot develop optimally.

According to Hariawan in (Juliano et al., 2022) stated that the role of the government as an actor and facilitator is considered very necessary in order to carry out sustainable tourism development and development by following the role of development actors in this sector, thereby creating a tourism product that has high potential for high competition. So, several efforts can be made to develop the tourism industry, one of which is development through components with the 3A concept, namely Attractions, Accessibility and Amenities. It is hoped that adequate amenities will certainly make a tourist attraction better and tourists will consider the tourist attraction worthy of visiting and feel comfortable when visiting, then accessibility to the tourist attraction must also be adequate because good accessibility will make tourist visits easier. and you can go on a fun tour, and there are interesting attractions that will increase tourists' interest in visiting (Kumawati & Firmani, 2021).

There are several phenomena at the Ciptaland Beach destination based on the 3A components, namely Attractions, Accessibility and Amenities. The view of Singapore is very clear and the beauty of Ciptaland Beach is amazing, but there are no tourist attractions displayed, the lack of attractions shown makes this tourist destination seem less attractive to visiting tourists. Apart from that, there are less supportive amenities such as public toilets, places to eat and parking areas. And also, accessibility in the form of inadequate road conditions, there is damage along the way to the beach location, causing a lack of comfort for tourists (Ramadhani et al., 2021). According to research results (Darmawan, 2019) that attraction variables influence tourist satisfaction. Not only that, branding of a tourist attraction also plays a role in

influencing visitors' decisions to come to tourist attractions (Amalia et al., 2023).

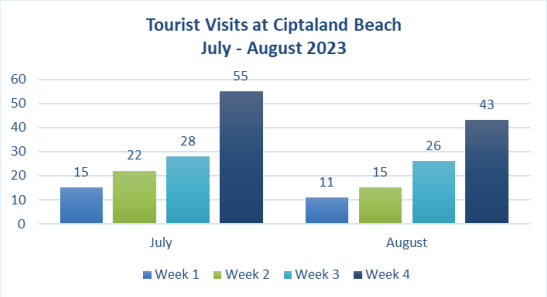


Figure 1. Graph of Tourist Visits at Ciptaland Beach (Source: Processed Data)

From the visit graph above, it can be seen and concluded that visitors to Ciptaland Beach experience uncertain changes every month, but at the end of the month there is always an increase in visitors. In July 2023 there were 55 visitors and at the end of August 2023 there were 43 visitors. This fluctuation in the number of visitors to beach tourism in Ciptaland is also experienced by other beach tourism in Batam City, such as at Melayu Beach (Simbolon et al., 2023).

The fluctuating data on visitors to tourist attractions is what is the basis for conducting this research. Based on the results of the author's observations at Ciptaland Beach last May, the researchers conducted further research to find out the "Influence of 3A (Attractions, Accessibility and Amenities) on Tourists' Visiting Decisions at Ciptaland Beach, Batam City".

LITERATURE REVIEW

Tourism Theory

The definition of tourism is stated in the constitution, namely in Law of the Republic of Indonesia number 9 of 1990 concerning Tourism, article 1 point 3, namely "tourism is everything related to tourism, including tourist objects and attractions as well as related businesses in this field". (Pendit, 2002) states that tourism is the activity of people temporarily in the short term, to destinations outside their place of residence and place of work, as well as outside their activities, and while at the destination it has various purposes, including tourist visits. Tourism is a variety of tourist activities and is supported by various facilities and services provided by the community, entrepreneurs, the Government and Regional Government (Utami, 2021).

A tourism destination area, hereinafter referred to as a tourist destination, is a geographical area located in one or more administrative regions in which there are tourist attractions, public facilities, tourism facilities, accessibility, and communities that are interrelated and complement the realization of tourism (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun, 2009).

Attractions Theory

In the context of tourism and geography, it refers to a concept that explains why people choose or are interested in visiting a particular place or destination. Attraction theory helps explain the factors that influence a person's decision to travel to a place and what makes that place attractive to tourists. Attractions are also attractions that have been provided for tourists to enjoy (Eddyono, 2021).

In relation to tourism management, attractants or attractions are needed as a process for developing a tourist destination. There are attraction indicators according to Middleton in (Ningsih, 2020) are as follows: (a) Natural Attractions, which include location, landscape, geographical location, climate, richness of fauna and flora; (b) Cultural Attractions, namely myths that develop in an area, legends, fairy tales, art and developments in certain events such as festivals; (c) Social Attractions, namely the views and lifestyles of native (local) residents, language of interaction and activities (activities) of the local community; (d) Artificial attractions, namely parks, gardens, recreational buildings such as themed hotels, playgrounds, shops and various areas that are created in such a way (thematic).

Accessibility Theory

In the context of geography and transportation, it refers to a concept that explains how the availability and ease of access to a place or location can influence the impact of distance, time and transportation on human interaction and regional development. If a tourist destination does not have adequate accessibility, tourists will have difficulty accessing the tourist destination, which will result in the tourist destination not being able to develop properly (Eddyono, 2021).

As has been explained, accessibility is an important component in influencing tourists' visiting decisions. According to Tjiptono in (Prawira & Pranitasari, 2020) indicators include: (a) Distance, namely the distance that will be traveled to reach a tourist destination, which could be a short distance or a long distance; (b) Access to the location, namely the road to the location of a tourist destination; (c) Transportation, namely as a means of bringing tourists to tourist destinations and vice versa; (d) Traffic flow, namely the condition of the route to the tourist destination location, calculated by the number of vehicles passing.

Amenities Theory

In the context of geography, environment, and urban planning, it refers to the concept that the quality of the environment and the physical features of a place can influence the level of attractiveness and comfort for humans. In this theory, "amenities" refer to elements or features that make a place more attractive, comfortable, and pleasant to live in. Amenities/tourism facilities are all forms of facilities that provide services to tourists for all their tourism needs while staying in a tourist destination area (Ahvalun Nisvi, 2021).

The amenity indicators according to (Susianto et al., 2022) are as follows: (a) Accommodation facilities, which include accommodation facilities for tourists who wish to stay overnight, such as home stays, hotels, resorts, etc.; (b) Restaurant is a place that sells food and drinks; (c) Public Toilets, namely sanitation facilities that can be used by both tourists and the general public; (d) Parking area is a land used as a place to park public and private vehicles.

Visiting Decision Theory

According to Kotler in (Muharromah & Anwar, 2020) The decision to visit is a stage where consumers have a choice and are ready to make a purchase or exchange money and money to pay for the rights to own or use a good or service. The decision to visit is the behavior of a person or consumer in determining a choice of tourist destination in order to achieve satisfaction in accordance with the needs and desires that the consumer will achieve, which includes recognizing problems, searching for tourist information, evaluating alternative visits, visiting decisions, and behavior after visiting a tourist spot.

There are indicators of the decision to visit according to Anjar Hari in (Muharromah & Anwar, 2020) namely as follows: (a) Information is something that is useful for the recipient to make a decision both now and in the future; (b) Promotion through advertising, namely a marketing technique carried out with the aim of increasing a business's goods or services; (c) Destination perception, namely the point of view regarding a tourist destination area; (d) Confidence, namely having a feeling of confidence in a tourist destination to be visited; (e) Conformity to desires, namely feeling in accordance with the goals to be achieved; (f) Satisfaction, namely an attitude that shows feelings of happiness because what has been obtained is very good; (g) Recommend to others, namely suggesting or recommending to other people.

METHODS

This study uses a quantitative approach. Quantitative research where information or data is analyzed using statistics, starting from data collection, validation and so on. This type of research is research

using a survey method. Because in this research information is collected through samples and populations and uses questionnaires as the main data collection tool. The research design used is a descriptive analysis method, a method that tries to find a comprehensive picture of the actual data, facts and events regarding the research object (LP2M, 2021). It can be concluded that the quantitative descriptive method is a research method that is directed at providing symptoms, facts or events systematically and accurately, regarding the characteristics of a particular population or area (Eddyono, 2021).

The research was conducted at Ciptaland Beach which is located on Jalan Tiban Utara, Patam Lestari, Sekupang District, Batam City, Riau Islands. The research was conducted from July to September 2023. The following is an image of a map to Ciptaland beach on Jalan Tiban Utara.

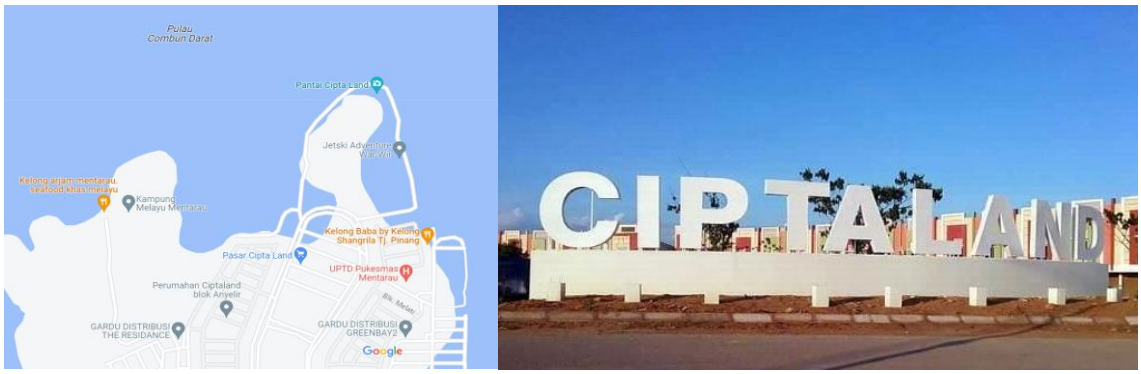


Figure 2. Map of tourist locations and front gate of Ciptaland Beach
Source: (Google, n.d.)

Population is the entire research object consisting of humans, objects, animals, plants, symptoms, test scores, or events as resources that have certain characteristics in a study (Ahyar, 2020). The purpose of holding a population is so that we can determine the size of the sample members taken from members of the population. Determining the sample in this study uses the Slovin formula, which is a formula for calculating the minimum sample size if the behavior of a population is not known with certainty (Ahyar, 2020). With a percentage allowance for sampling error based on the Slovin formula, the number of samples taken was 68 samples at Ciptaland Beach, Sekupang District, Batam City.

The data sources used by the author in conducting research are primary data, namely research data sources obtained directly from the original source in the form of information from the manager of the Ciptaland beach tourist attraction and visiting tourists (people) as well as the results of observations of an object, event, or test result (object). In other words, researchers need to collect data by answering research questions (survey method) or research objects (observation method).

To prove the truth of the hypothesis described above, the author conducted research to obtain the necessary data, information and materials using several methods related to research. In obtaining data sources that support the accuracy of the results of this research, the researcher used a questionnaire distribution technique using a Likert Scale. Subsequent data collection was carried out through reading materials, including literature, books, magazines and various other reading materials that were relevant and related to the research title that the author had compiled. Next, observations are carried out by observing a particular object carefully directly at the research location. The final method is

documentation, namely collecting and analyzing documents, both written, images and electronic documents.

The analysis technique used is Descriptive Statistics. This descriptive statistical analysis according to (Sugiyono, 2019) is data analysis by describing or describing the data that has been collected as it is without intending general conclusions or generalizations. According to Sugiyono, in descriptive statistics there is no significance test, there is no level of error, because descriptive statistics is not intended to generalize, so there are no generalization errors.

Hipotesis

Based on the research design, variable 3A (Attractions, Accessibility and Amenities) plays an independent role (X), the visiting decision variable plays a dependent role (Y). So, the hypothesis formulated in this research is:

1. $H_{o1:}$ Attractions do not influence tourists' decisions to visit Ciptaland Beach, Batam.
   H_{a1}: Attractions influence the decision to visit Ciptaland Beach, Batam.
2. H_{o2}: Accessibility does not influence tourists' decisions to visit Ciptaland Beach, Batam.
   H_{a2}: Accessibility influence tourists' decisions to visit Ciptaland Beach, Batam.
3. H_{o3}: Amenities do not influence the decision to visit Ciptaland Beach, Batam.
   H_{a3}: Amenities influence the decision to visit Ciptaland Beach, Batam.
4. H_{o4}: Attractions, Accessibility and Amenities do not influence tourists' decisions to visit Ciptaland Beach, Batam.
   H_{a4}: Attractions, Accessibility and Amenities influence tourists' decisions to visit Ciptaland Beach, Batam.

RESULTS AND DISCUSSION

Batam has various interesting tourist attractions, such as beautiful beaches, water parks, shopping centers and recreation areas. One beach that is worth visiting is Ciptaland Beach. This beach directly faces Singapore and is located in the Ciptaland Tiban area. Ciptaland is a residential area developed by PT. Cipta Group. The Ciptaland Beach tourist attraction is one of the tourist attractions in Batam City. Batam is known as the city in Indonesia that is closest to Singapore. The Singapore skyline is not far from the Ciptaland area, Tiban, Batam. Ciptaland Beach is located on Jalan Tiban Utara, Patam Lestari, Sekupang District, Batam City, Riau Islands (Anggiawan, 2020).

Ciptaland Beach in Tiban, Batam, is an interesting tourist attraction. Don't think about beautiful beaches with white sand. Here we will not find a view like that. This beach is more like a lake with rocky shores. Even so, this beach can make water lovers like me feel happy. The blue sea in the morning and the beautiful sunset in the afternoon really cheer up hearts that are tired of routine.



Figure 3. View at sunset at Ciptaland Beach (Source: Processed Data)

Figure 3 above shows the front view of the gate of Ciptaland Beach which shows the sunset. Ciptaland beach is famous for its beautiful sunset. Many tourists visit Ciptaland beach in the afternoon to enjoy the sunset.

Validity Test

In the validity test, a significance level of 5% is used, namely with a value of 0.05 for the significance level, if the probability of the correlation result is stated to be above 0.05 (5%) then the instrument is said to be invalid, but if the probability of the correlation result is high is stated to be below 0.05 (5%) the instrument is said to be valid or valid. And if $r_{count} > r_{table}$, it can be stated that the questionnaire is valid, conversely if rcount < r_{table} then the questionnaire is declared invalid.

Table 1. Variable Validity Results X_1

Instrument Item No	Person Correlation (r-value)	r Product Moment (r-table)	Sig. Score < 0,05	Note
X1.1	0.857	> 0.238	0	VALID
X1.2	0.879	> 0.238	0	VALID
X1.3	0.783	> 0.238	0	VALID
X1.4	0.703	> 0.238	0	VALID
X1.5	0.780	> 0.238	0	VALID

Through the description of the table above obtained with the help of the SPSS version 24 test tool, it can be seen that all question items asked from the attraction variable (X_1) are valid provided that the calculated $r_{value} > r_{table}$.

Table 2. Variable Validity Results X_2

Instrument Item No	Person Correlation (r_{value})	r Product Moment (r_{table})	Sig. Score < 0,05	Note
X2.1	0.639	> 0.238	0	VALID
X2.2	0.755	> 0.238	0	VALID
X2.3	0.865	> 0.238	0	VALID
X2.4	0.755	> 0.238	0	VALID
X2.5	0.739	> 0.238	0	VALID

Through the description of the table above obtained with the help of the SPSS version 24 test tool, it can be seen that all question items asked from the accessibility variable (X_2) are valid provided that the calculated $r_{value} > r_{table}$.

Table 3. Variable Validity Results X_3

Instrument Item No	Person Correlation (r_{value})	r Product Moment (r_{table})	Sig. Score < 0,05	Note
X3.1	0.678	> 0.238	0	VALID
X3.2	0.829	> 0.238	0	VALID
X3.3	0.865	> 0.238	0	VALID
X3.4	0.881	> 0.238	0	VALID
X3.5	0.868	> 0.238	0	VALID
X3.6	0.811	> 0.238	0	VALID
X3.7	0,511	> 0.238	0	VALID

Through the description of the table above obtained with the help of the SPSS version 24 test tool, it can be seen that all question items asked from the amenity variable (X_3) are valid provided that the calculated $r_{value} > r_{table}$.

Table 4. Hasil Validitas Variabel Y

Instrument Item No	Person Correlation (r_{value})	r Product Moment (r_{table})	Sig. Score < 0,05	Note
Y.1	0.731	> 0.238	0	VALID
Y.2	0.700	> 0.238	0	VALID
Y.3	0.284	> 0.238	0,01	VALID
Y.4	0.691	> 0.238	0	VALID
Y.5	0.712	> 0.238	0	VALID
Y.6	0.622	> 0.238	0	VALID
Y.7	0.731	> 0.238	0	VALID

Through the description of the table above obtained with the help of the SPSS version 24 test tool, it can be seen that all question items asked from the visiting decision variable (Y) are valid provided that the calculated r value > r table. Thus, based on the description of the table above, it can be stated that the variables in this research were tested with the variables Attraction (X_1), Accessibility (X_2), Amenities (X_3) and Decision to Visit (Y) at Ciptaland Beach, Batam City through the use of test equipment. SPSS version 24 at a significant alpha level of 0.05 (5%) obtained a calculated r value greater than the t table (0.238), all of which are valid.

Table 5. Reliability Test Results X_1, X_2, X_3 and Y

Variable	Cronbach's Alpha Value	Note
Atraksi	0,858	RELIABEL
Aksesibilitas	0,806	RELIABEL
Amenitas	0,896	RELIABEL
Keputusan Berkunjung	0,761	RELIABEL

Based on the table above, it can be seen that the Cronbach's Alpha value for each variable X_1 (0.858), X_2 (0.806), X_3 (0.896) and Y (0.761) is 0.60 greater. So it can be concluded that all measuring items from the questionnaire are reliable.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		68
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.28010331
Most Extreme Differences	Absolute	.049
	Positive	.049
	Negative	-.045
Test Statistic		.049
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.

Figure 4. Normality Test Results (Source: Processed Data)

Based on the results of the normality test using the one-sample Kolmogrov-Smirnov Test, it can be stated that the Sig. 0.200 > 0.05. So the results of the questionnaire normality test are said to be normal.

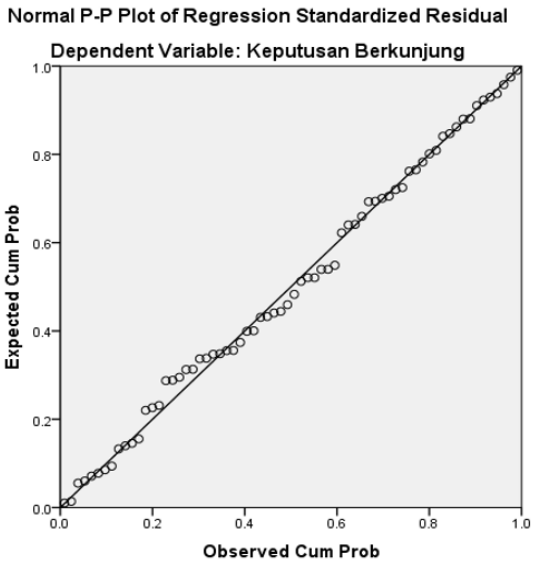


Figure 5. Normality Test Plot (Source: Processed Data)

Based on the results of the normality test using a probability plot graph, it is said that the data is spread around the diagonal line and follows the direction of the diagonal line. This shows a normal distribution

pattern, so it can be concluded that the regression model meets the normality assumption.

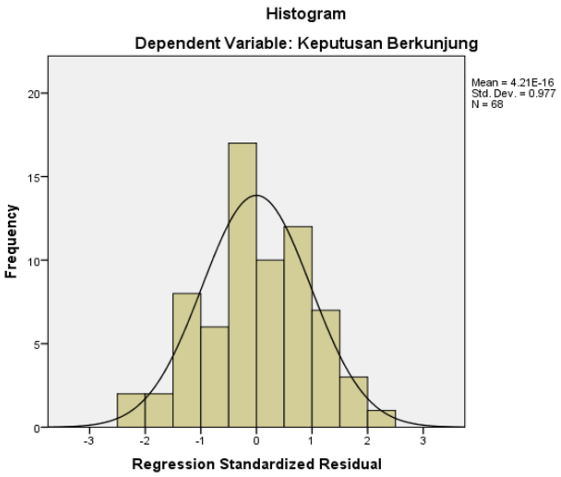


Figure 6. Data Distribution Histogram (Source: Processed Data

Based on the results of the normality histogram test above, it can be seen that the data tested is shaped like a mountain or a bell, so it is stated that the data used is normally distributed.

Hypothesis Testing

This discussion tests the hypothesis, namely the influence of 3A (Attractions, Accessibility and Amenities) on tourists' decisions to visit Ciptaland beach, Batam City. To determine the influence that occurs, the author uses a statistical test of multiple linear regression analysis. In multiple linear regression analysis, it can be seen how much influence the independent variable has on the dependent variable.

If the Sig value. < 0.05 and $t_{count} > t_{table}$ then it can be stated that there is an influence of variable.

Table 6. Test results t X_1

Coefficients[a]						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	15.701	1.670		9.401	.000
	Atraksi	.275	.114	.285	2.417	.018
a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung						

Based on table 6 above, it can be seen that the sig value of X_1 0.18 < 0,05 and calculated t value 2.417 > 1.998, then it can be concluded that H_1 is accepted and there is an influence of X_1 on Y.

Table 7. Test results X_2

Coefficients[a]						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	13.990	2.001		6.993	.000
	Aksesibilitas	.382	.133	.333	2.870	.006
a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung						

Based on table 7 above, it can be seen that the sig value of X_2 0.06 < 0,05 and calculated t value 2.870 > 1.998, then it can be concluded that H_1 is accepted and there is an influence of X_2 on Y.

Table 8. Test results t X_3

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	15.586	1.994		7.816	.000
	Amenitas	.260	.126	.246	2.065	.043

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

Based on table 8 above, it can be seen that the sig value of X_3 0.043 < 0,05 and calculated t value 2.065 > 1.998, then it can be concluded that H_1 is accepted and there is an influence of X_3 on Y.

The F test is carried out to determine whether there are symptoms of influence of the total number of variables 05 and F count < F table, it can be stated that there is a simultaneous influence of variable X on variable Y.

Table 9. Test Results F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	117.594	3	39.198	3.698	.016[b]
	Residual	678.465	64	10.601		
	Total	796.059	67			

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

b. Predictors: (Constant), Amenitas, Atraksi, Aksesibilitas

Based on the picture above, it is known that the sig value is 0.16 < 0.05 and the calculated F value is 3,698 > 2,746, so it can be concluded that the influence of the attraction variable (X_1), accessibility (X_2) and amenities (X_3) simultaneously influence the decision to visit (Y) at Ciptaland Beach, Batam City.

Table 10. Test Results (Simultaneous)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	14.410	2.008		7.178	.000
	Atraksi	.231	.214	.239	1.079	.285
	Aksesibilitas	.736	.330	.643	2.232	.029
	Amenitas	-.577	.353	-.546	-1.637	.107

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

Based on the test results for each coefficient, a mathematical formulation of the relationship between all variables X and variable Y is obtained in the form of multiple regression analysis. The mathematical formula is $Y = 14.410 + 0.231 X_1 + 0.736 X_2 – 0.577 X_3$.

Determinant Coefficient Test

The R^2 test was carried out to find out how big the contribution of variable 3A (Attractions, Accessibility and Amenities) to the decision to visit can be seen from Table 11 below.

Table 11. Test Results Adjusted R2

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.384[a]	.148	.108	3.25592

a. Predictors: (Constant), Amenitas, Atraksi, Aksesibilitas

Based on the R^2 test results above, it can be concluded that the contribution of the variables Attraction (X_1), Accessibility (X_2) and Amenities (X_3) has an influence of 14.8% on the visiting decision variable (Y).

CONCLUSION

Based on the problem formulation and data processing results in IBM SPSS 24 regarding the influence of 3A (Attractions, Accessibility and Amenities) on the decision to visit Ciptaland Beach, Batam City, the following conclusions can be drawn:

1. Hypothesis test results show that the alternative hypothesis for all variables is accepted as follows:
   a. H_{01} : Rejected because it does not match the research results.
      H_{a1} : Accepted, because it is proven that Attractions influence the decision to visit.
      This can be proven by the t-test, where the sig X_1 value is 0.18 < 0.05 and the calculated t value 2.417 > 1.998.
   b. H_{02} : Rejected because it does not match the research results.
      H_{a2} : Accepted, because it is proven that accessibility influences the decision to visit.
      This can be proven by the t-test, where the sig X_2 value is 0.06 < 0.05 and the calculated t value is 2,870 > 1,998.
   c. H_{03} : Rejected because it does not match the research results.
      H_{a3} : Accepted, because it is proven that amenities influence the decision to visit.
      This can be proven by the t-test, where the sig X_3 value is 0.43 < 0.05 and the calculated t value is 2,065 > 1,998.
   d. H_{04} : Rejected because it does not match the research results
      H_{a4} : Accepted, because it is proven that Attractions, Accessibility and Amenities simultaneously influence the decision to visit.
      This can be proven by the F-test, where the sig value is 0.16 < 0.05 and the calculated F value is 3,698 > 2,746.
2. The formulation of the results of the multiple linear regression equation is $Y = 14.410 + 0.231 X_1 + 0.736 X_2 – 0.577 X_3$. Based on this equation, the number of visitors will only be 14 people if all the visiting decision variables do not support the tourist attraction. Apart from that, the reduction of 1 visitor was influenced by amenities.
3. Factor 3A has an influence of 14.8% in visitor decisions, the remaining 85.2% is outside of the variables determined by this research.

Based on the results of the research that has been carried out, the researcher tries to provide suggestions as follows:

1. Based on the research results, the researcher provided suggestions to the

management of the Ciptaland beach tourist destination to support improvement and development, namely to the management or PT. Cipta Group needs to improve the quality of accessibility at these tourist attractions, such as improving access routes or roads that are more adequate for tourists to take.

2. Improve amenity variables, such as adequate toilets so that visitors are more satisfied.
3. Regarding the large influence of attractions, accessibility and amenities on the decision to visit, it is best for destination managers and related parties to always be updated regarding developments in tourist visits and the current state of Ciptaland beach in order to create prospects for tourist destinations that develop and are able to compete with other beaches. beaches in Batam City.

ACKNOWLEDGEMENT

This article is dedicated as a graduation requirement for the Diploma IV Program majoring in Room Division Management at the Batam Tourism Polytechnic.

REFERENCES

Ahvalun Nisvi, N. (2021). Analisis Konsep 3a (Atraksi, Amenitas Dan Aksesibilitas) Dalam Pengembangan Wisata Religi Makam Ki Ageng Tarub Desa Tarub Kecamatan Tawangharjo Kabupaten Grobogan. *Eprints.Walisongo.Ac.Id*, *Md*, 1–107.

Ahyar, H. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (H. Abadi (ed.)). CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.

Amalia, E., Supardi, & Lubis, A. L. (2023). Strategi Branding "Terpikat Pulau Penyengat" Sebagai Destinasi Wisata Sejarah, Budaya & Religi di Kepulauan Riau. *DIMENSI*, *12*(01), 212–229. https://doi.org/https://doi.org/10.33373/dms.v12i1.5000

Anggiawan, P. L. (2020). *Keindahan Pantai Cipta Land Tiban, Suguhkan Pemandangan dari Kaki Langit Singapura*. Tribun Batam Travel.

Darmawan, D. (2019). *Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas, Ansilari Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Pantai Gemah Kabupaten Tulungagung*. 9.

Eddyono, F. (2021). *Pengelolaan Destinasi Pariwisata* (1st ed.). Uwais Inspirasi Indonesia. www.penerbituwais.com

Google. (n.d.). *Pantai Ciptaland*. Retrieved October 1, 2023, from https://www.google.com/maps/place/Pantai+Cipta+Land/@1.1371593,103.9755173,17z/data=!3m1!4b1!4m6!3m5!1s0x31d98bb3644addc3:0x5fc744403f3a297a!8m2!3d1.1371593!4d103.9780922!16s%2Fg%2F11gfjc_35g?entry=ttu

Juliano, H. W., Fahri, H., Hardika, P., Ayu, R. D., Dwitama, F., & Dewi, L. (2022). Pengaruh Atraksi, Amenitas, Dan Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Camping Ground Gayatri Citeko. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, *5*(3), 273–277. https://doi.org/10.23887/jmpp.v5i3.51007

Kumawati, N. P. Y. W., & Firmani, P. S. (2021). Pengaruh Atraksi dan Amenitas Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Twin Hill Stone Garden Kabupaten Bangli Tahun 2019. *Jurnal Arthaniti Studies*, *1*(2), 7–15. https://doi.org/10.5281/zenodo.4632491

LP2M. (2021). *Penelitian: Arti, Jenis, Sikap, Ciri dan Syaratnya*.

Muharromah, G. L., & Anwar, M. K. (2020). Pengaruh Atraksi Wisata, Amenitas Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Religi Makam Kh. Abdurrahman Wahid. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, *3*(2), 152–164. https://doi.org/10.26740/jekobi.v3n2.p152-164

Ningsih, S. S. (2020). Pengaruh Amenitas, Atraksi wisata dan Aksesbilitas terhadap loyalitas wisatawan ke destinasi wisata Tangkahan Kabupaten dengan kepuasan sebagai variabel Intervening. In *Kumpulan Karya Ilmiah Mahasiswa Fakultas Sosial Sains* (Vol. 2, Issue 02).

Pendit, N. S. (2002). *Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana* (7th ed.). Pradnya Paramita.

Prawira, S. A., & Pranitasari, D. (2020). Pengaruh Aksesibilitas, Inovasi dan Kualitas Pelayanan Fasilitas Publik Terhadap Kepuasan Penumpang Disabilitas di Kereta Rel Listrik Jakarta. *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 1–15.

Ramadhani, N. D. P., Rini, & Setiawan, H. (2021). Pengaruh 3A Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Objek Wisata Air Terjun Temam. *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, *1*(3), 162–171.

Simbolon, S. O., Lubis, A. L., & Wibowo, A. (2023). Strategi SWOT Untuk Mengembangkan Potensi Destinasi Wisata Pantai Melayu di Kota Batam. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Agama Dan Budaya*, *8*(2), 81–95. http://ojs.uhnsugriwa.ac.id/index.php/parbud/article/view/3067

Susianto, B., Johannes, J., & Yacob, S. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Amenitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan pada Desa Wisata Kabupaten Kerinci. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, *3*(6), 592–605.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun. (2009). *UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 10 TAHUN 2009 TENTANG KEPARIWISATAAN*.

Utami, S. N. (2021). *Pengertian Pariwisata*. Kompas.Com.

Jurnal Sabbhata Yatra
Jurnal Pariwisata dan Budaya Volume 4 Nomor 2 Desember 2023

APLIKASI ANALISIS SWOT TERHADAP PERTUMBUHAN TUJUAN WISATA PANTAI CIPTALAND DI KOTA BATAM

Lia Kristin[1], Arina Luthfini Lubis[2]
Politeknik Pariwisata Batam
lia@btp.ac.id[1]
a.luthfinilubis@gmail.com [2]

Abstrak

Kota Batam merupakan salah satu kota di Provinsi Kepulauan Riau yang memiliki segudang potensi pariwisata dan peluang masa depan yang cerah. Menurut data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Batam, total pengunjung internasional yang berwisata ke Kota Batam pada bulan Maret 2023 naik sebesar 32,45% jika dibandingkan dengan bulan Februari 2023. Pantai Ciptaland yang populer di kalangan wisatawan merupakan salah satu destinasi wisata pantai di kecamatan Sekupang Kota Batam. Berbagai kesulitan dan permasalahan dalam menciptakan destinasi liburan Pantai Ciptaland menjadi landasan penelitian ini, yang akan menggunakan analisis SWOT untuk menentukan strategi pengembangan tempat liburan Pantai Ciptaland. Mengingat temuan penelitian yang memanfaatkan struktur matriks SWOT IFAS, EFAS, dan 4 kuadran, jelas bahwa rencana diversifikasi produk diperlukan untuk meningkatkan daya tarik pengunjung sekaligus memaksimalkan kekuatan dan kemungkinan. Strategi pelaksanaannya adalah sebagai berikut: (1) memperkuat hubungan dengan perusahaan *tour and travel* lokal di Kota Batam untuk meningkatkan jumlah pengunjung; (2) mempekerjakan tenaga kerja lokal untuk mengelola destinasi wisata, sehingga mengurangi jumlah pengangguran dan memperluas keberlangsungan perekonomian masyarakat sekitar lokasi objek wisata; (3) menyediakan prasarana dan fasilitas di destinasi wisata Pantai Ciptaland; (4) melestarikan dan meningkatkan lokasi wisata dan fasilitas yang dimiliki destinasi wisata; dan (5) menjaga kondisi kesehatan di sekitar destinasi wisata.

Kata Kunci: Wisata Pantai, Analisis SWOT, Strategi Pengembangan

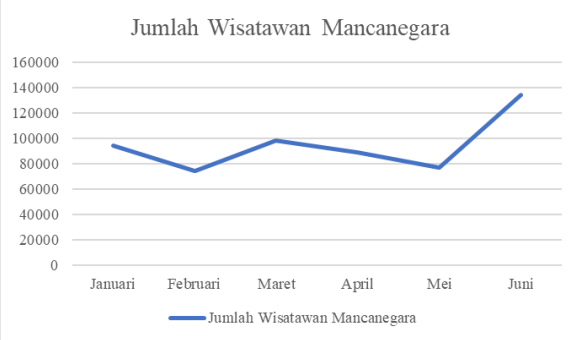
PENDAHULUAN

Melalui pertumbuhan pariwisata komunitas, industri pariwisata yang merupakan sumber perekonomian lokal diharapkan dapat berfungsi secara berkelanjutan (Pantiyasa, 2019). Untuk mencapai pertumbuhan pariwisata berkelanjutan yang berpusat pada masyarakat, perlu dilakukan upaya untuk menciptakan daya tarik wisata baru yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan

masyarakat, menjaga budaya dan seni, serta menumbuhkan pariwisata ramah lingkungan.

Provinsi Kepulauan Riau menjadi salah satu provinsi di Indonesia yang menawarkan banyak tempat wisata yang menarik dan tidak kalah memukau dengan provinsi lainnya. Batam sendiri merupakan salah satu hotspot pariwisata Provinsi Kepulauan Riau dengan kemungkinan masa depan yang cerah (Ilham et al., 2022). Daya tarik wisata di Kota Batam antara lain objek wisata bahari yang tersebar di seluruh kota, khususnya yang ada di Sekupang, salah satunya adalah Pantai Ciptaland.

Merujuk kepada data Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Batam, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Kota Batam pada bulan Maret 2023 tumbuh sebesar 32,45 persen dibandingkan bulan Februari 2023. Khusus kunjungan wisatawan mancanegara pada bulan Maret sebanyak 98.268 orang, sementara bulan Februari sebanyak 74.193 orang. Sedangkan, total wisman yang berkunjung ke Kota Batam pada Maret 2023 sebanyak 995, wisman asal Singapura memimpin jumlah wisman yang masuk ke Kota Batam pada Maret 2023 menyumbang 61,29 persen dari keseluruhan jumlah wisatawan asing.



Sumber: (Badan Pusat Statistik Kota Batam, 2023)

Pantai Ciptaland merupakan destinasi wisata pantai yang berada di kecamatan Sekupang, Kota Batam, sekitar 13,8 kilometer dari Kota Batam. Pantai Ciptaland memiliki peluang pemandangan yang menakjubkan karena memberikan pemandangan Singapura yang jelas. Meski demikian, kontribusi pemerintah daerah dalam mendorong pariwisata dan menciptakan sarana dan prasarana di destinasi Pantai Ciptaland belum begitu baik sehingga membatasi kemungkinan masa depan objek wisata ini.

Masih banyak tantangan yang harus diatasi dalam pembuatan objek wisata Pantai Ciptaland, seperti kurangnya sarana dan prasarana yang tersedia, kurangnya perhatian terhadap keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan objek wisata Pantai Ciptaland, dan kurang optimalnya pendampingan dari pihak pemerintah lokal. Mengingat banyaknya hambatan dan tantangan dalam

mengembangkan objek wisata Pantai Ciptaland, penelitian ini berupaya mempelajari pendekatan perluasan objek wisata Pantai Ciptaland Batam, Kecamatan Sekupang, dan Kota Batam dengan menggunakan evaluasi SWOT.

Penyusunan rencana jangka panjang untuk penanganan risiko dan peluang lingkungan hidup secara efektif dengan mempertimbangkan kelebihan dan keterbatasan perusahaan disebut dengan perumusan strategi (Hunger & Wheelen, 1996). Penyusunan strategi meliputi penetapan misi perusahaan serta target yang ingin dicapai. Sementara itu, strategi dapat dianggap secara konseptual sebagai rencana tindakan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi juga dapat didefinisikan sebagai semua metode dan sumber daya yang digunakan untuk mencapai tujuan tertentu dalam keadaan tertentu untuk mendapatkan hasil terbaik.

Penciptaan dan perluasan Objek dan Daya Tarik Wisata (ODTW) yang menjadi penggerak utama industri pariwisata memerlukan kolaborasi seluruh pemangku kepentingan, termasuk masyarakat dan pemerintah, serta keterlibatan personal dari kelompok usaha dan swasta secara keseluruhan (Devy & Soemanto, 2017). Tujuan pengembangan pariwisata adalah untuk memberikan keuntungan bagi wisatawan dan penduduk lokal. Pertumbuhan pariwisata di suatu daerah membantu baik wisatawan maupun masyarakat lokal. Keuntungan bagi masyarakat lokal meliputi ekonomi, sosial, dan budaya. Apabila pembangunan tersebut tidak direncanakan dan dikendalikan dengan baik, maka dapat menimbulkan berbagai kesulitan yang merugikan pengunjung atau masyarakat umum. Untuk menjamin bahwa pariwisata dapat berkembang dengan sukses dan berkelanjutan sekaligus memberikan manfaat bagi wisatawan dan penduduk lokal, diperlukan kajian mendalam terhadap setiap sumber daya dan dukungan yang mereka berikan.

Pertumbuhan industri pariwisata pada hakikatnya adalah pengembangan masyarakat berdasarkan prinsip-prinsip berikut: (1) meningkatkan taraf hidup masyarakat dengan tetap menjaga identitas dan norma budaya setempat; (2) meningkatkan tingkat pendapatan yang dihasilkan secara komersial sekaligus memberikannya secara merata kepada penduduk lokal; (3) fokus pada penciptaan kewirausahaan skala kecil dan menengah dengan daya serap tenaga kerja yang signifikan; dan (4) memanfaatkan wisata sebagai sarana untuk melestarikan tradisi

budaya (Fandeli, 1995). Lima faktor utama yang harus diperhatikan untuk memungkinkan pertumbuhan pariwisata di lokasi tujuan wisata, yang memerlukan persiapan, pelaksanaan, pembangunan, dan pertumbuhan, adalah sebagai berikut: (1) Daya tarik dan destinasi wisata; (2) Fasilitas wisata; (3) Fasilitas pengunjung; (4) Pengelolaan/infrastruktur; dan (5) Masyarakat/lingkungan (Suwantoro, 1997).

Analisis SWOT mengacu pada upaya untuk menentukan kekuatan, kerentanan, kemungkinan, dan bahaya bisnis (Lubis, 2016). Konsumen, surat kabar pemerintah, penyedia layanan, kalangan perbankan, dan karyawan di organisasi lain semuanya dapat memberikan pengetahuan eksternal mengenai peluang dan bahaya. Banyak bisnis menggunakan perusahaan pemindai untuk mendapatkan surat kabar, melakukan riset online, dan menilai tren lokal dan global yang relevan (Daft, 2010). Pertumbuhan tujuan, target, taktik, dan peraturan perusahaan selalu dikaitkan dengan prosedur pengambilan keputusan strategis. Analisis SWOT juga dapat digunakan untuk merancang rencana pengembangan suatu lokasi tertentu.

Berdasarkan hal tersebut di atas, maka tantangan yang ada dapat dikemukakan sebagai berikut: "Bagaimana pendekatan yang dilakukan dalam pengembangan objek wisata pantai Ciptaland bagi wisatawan di Kecamatan Sekupang Kota Batam?"

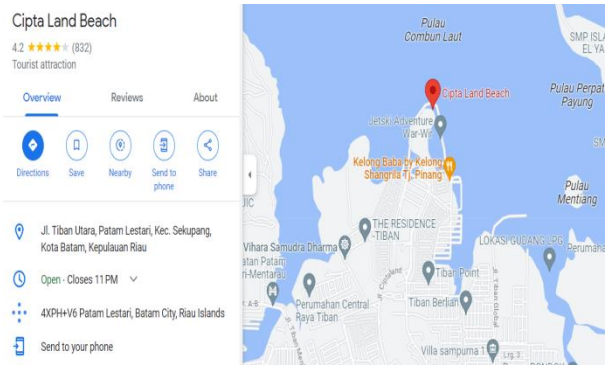
METODE PENELITIAN

Mengingat data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berupa suara, tulisan, dan perilaku orang yang diawasi, maka digunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Permasalahan dalam penelitian kualitatif bersifat sementara dan spekulatif, dan akan muncul atau berkembang setelah peneliti meninggalkan bidang penelitiannya (Sugiyono, 2016). Penelitian kualitatif adalah suatu proses penyelidikan yang berupaya memahami peristiwa-peristiwa manusia atau sosial dengan mengembangkan gambaran yang lengkap dan kompleks yang dapat diungkapkan dengan kata-kata, memberikan pendapat khusus yang diperoleh dari sumber responden, dan melakukan penelitian dalam konteks yang wajar (Walidin et al., 2015).

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Pantai Ciptaland Tiban, Kecamatan Sekupang, Kota Batam yang beralamat di Jl. Tiban Utara, Patam Lestari, Kec. Sekupang, Kota Batam, Kepulauan Riau. Ciptaland merupakan daya tarik wisatawan di Kota Batam yang terletak di dalam proyek perumahan yang dibuat oleh

PT Ciptaland Group. Jam masuk di pantai ini adalah dari pukul 07:00 pagi sampai dengan tutup pada pukul 23:00.



Gambar 1. Peta Lokasi Penelitian

Sumber Data Penelitian

Data utama merupakan sumber informasi yang dikumpulkan langsung dari subjek penelitian. Data primer dalam penelitian ini berasal dari wawancara dan observasi langsung di lokasi penelitian. Narasumber (informan) dalam penelitian ini berjumlah dua orang, yaitu direktur eksekutif objek wisata Pantai Ciptaland bagi wisatawan dan pengunjung objek wisata yang merupakan masyarakat lokal Batam khususnya Tiban Ciptaland.

Data kedua adalah informasi untuk penelitian yang dikumpulkan oleh peneliti dari jurnal lain, buku, dan sumber lain yang berhubungan dengan subjek. Informasi ini berkaitan dengan penelitian dan tersedia dalam bentuk buku teks dan melalui web sebagai media pelengkap.

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan empat metode pengumpulan data: wawancara, observasi, tinjauan pustaka, dan dokumentasi. Wawancara merupakan suatu metode pengumpulan data dengan mengajukan banyak pertanyaan secara langsung kepada narasumber. Pendekatan observasi dilakukan dengan melihat langsung bagaimana PT Ciptaland Batam mengelola objek wisata Pantai Ciptaland. Studi literatur merupakan suatu strategi pengumpulan pengetahuan dan data berupa buku, dokumen, foto, dan media lain yang dapat digunakan untuk mendukung penelitian ini. Dokumenter adalah pendekatan pengumpulan data yang melibatkan pengumpulan semua informasi dari berbagai sumber tekstual atau makalah yang terletak di lokasi atau sumber penelitian.

Teknik Analisis Data

Penilaian SWOT adalah proses mengembangkan dan mengevaluasi keadaan suatu isu, proyek, atau ide bisnis dengan mempertimbangkan unsur internal (dalam) dan eksternal (luar). Strategi ini biasanya digunakan dalam metodologi evaluasi perusahaan untuk mengidentifikasi strategi yang akan dijalankan (Alamsyah et al., 2018). Analisis SWOT hanya

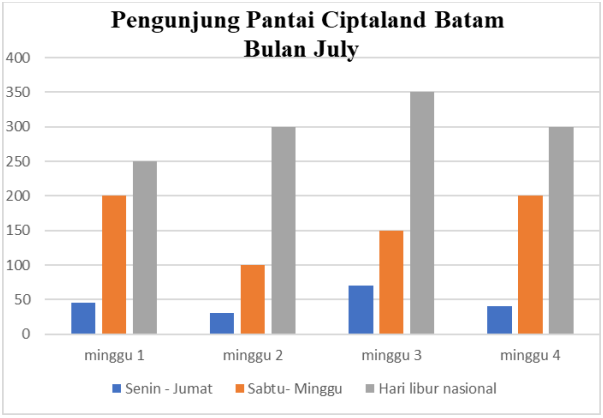
menggambarkan keadaan yang ada; itu tidak menyelesaikan masalah. Analisis SWOT dilakukan dengan tujuan untuk menentukan tahap kemampuan setiap fungsi untuk mencapai tujuan yang ditentukan. Analisis SWOT mencakup empat faktor: kelebihan, kekurangan, kemungkinan, dan bahaya (Rangkuti, 2006).

Kekuatan yang dinilai merupakan variabel yang melekat dalam kerangka konsep perusahaan yang menyelenggarakan proyek itu sendiri, khususnya keunggulan yang dimiliki pariwisata. Pariwisata dapat ditingkatkan agar lebih tahan lama dengan memahami kekuatannya, sehingga memungkinkannya bertahan di pasar dan bersaing dalam inisiatif pariwisata di masa depan. Kelemahan adalah variabel yang dimasukkan dalam organisasi, ide, atau konsep bisnis, artinya variabel apa pun yang tidak menarik atau merusak pertumbuhan atraksi wisata. Prospek adalah keadaan untuk prospek pengembangan masa depan, inisiatif, atau konsep perusahaan, seperti pesaing dan kebijakan. Ancaman adalah faktor eksternal yang dapat mengganggu stabilitas organisasi, inisiatif, atau model bisnis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Tempat Wisata Saat Ini

Wisatawan pantai Ciptaland di hari biasa berbeda dengan pengunjung hari libur. Pada hari biasa, biasanya bisa 30-70 pengunjung yang datang dan hari libur bisa mencapai 200-300 pengunjung. Berbeda jika cuaca hujan bisa tidak ada pengunjung yang datang ke Pantai Ciptaland ini, hal ini telah diverifikasi oleh pengelola tempat liburan, retailer, dan warga sekitar.



Gambar 2. Grafik wisatawan Pantai Ciptaland Batam Pada bulan Juli

Pantai Ciptaland Batam berisi sampah-sampah di pinggir pantai yang ditinggalkan oleh para tamu yang ceroboh dalam membuang sampahnya, akibatnya pantai menjadi kotor akan sampah berbahan plastik sehingga menghalangi pandangan wisatawan terhadap pantai indah saat berlibur. Selain itu, Pantai Ciptaland juga masih kurang akan fasilitas seperti tidak ada lahan parkir, tidak ada toilet umum bagi

pengunjung, dan fasilitas seperti rumah ibadah (Masjid) juga belum ada di pantai ini.

Situasi Pantai Ciptaland Batam di Kota Batam sedang kepanasan karena minimnya dedaunan di kawasan pantai, sehingga wisatawan harus mengandalkan *stand-stand* yang disediakan pedagang sebagai tempat berteduh. Melihat kondisi pantai Ciptaland Batam saat ini, jelas perlu adanya perawatan dan kreativitas, salah satunya adalah penanaman pohon.



Gambar 3 Kondisi Pantai Ciptaland Batam

Rencana pemasaran yang ada belum diterapkan dengan baik dalam mempromosikan dan menarik masyarakat agar berkunjung ke objek wisata Pantai Ciptaland. Hal ini disebabkan oleh ketidakmampuan strategi pemasaran yang ada saat ini untuk mengikuti kemajuan zaman. Adapun beberapa diantaranya yaitu: (1) Platform media sosial seperti Facebook, Instagram, dan website lain serta instansi terkait tidak memberikan informasi terkini atau mengiklankan destinasi wisata Pantai Ciptaland. (2) Selain itu, tidak dilakukan modifikasi lokasi wisata; jika dibandingkan dari tahun ke tahun, tata letak tempat wisata pantai Ciptaland tidak berubah atau bertambah, khususnya dalam rangka fasilitas umum; dan (3) Tidak terdapat *homestay*/hotel di kawasan pantai, apalagi di kawasan pantai Ciptaland Batam, sehingga membuat wisatawan dari luar kota yang datang kebingungan untuk mencari penginapan terdekat dengan lokasi wisata.

Analisis SWOT

Sesuai dengan analisis SWOT matriks data geografi wisata liburan, strategi yang digunakan dalam memperoleh daya tarik Pantai Ciptaland bagi wisatawan adalah dengan mengembangkan empat pendekatan lain, khususnya taktik alternatif SO (membangun pendekatan yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan kemungkinan), pendekatan alternatif WO

(mengembangkan rencana yang secara drastis mengurangi kelemahan untuk memanfaatkan peluang), strategi alternatif ST (membangun strategi yang memanfaatkan kemampuan untuk mengalahkan ancaman), dan strategi pengganti WT (menciptakan strategi yang menghilangkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang.

Perhitungan Matrik Ringkasan Analisis Faktor Strategis Internal (IFAS)

Matriks algoritma IFAS menentukan bobot, penilaian, dan skor ketika nilai total tidak melebihi 1,00 dan memperkirakan nilai skor untuk setiap variabel pada skala penilaian 1 (di bawah rata-rata/tidak penting) hingga 4 sangat baik. Tabel hasil perhitungan matriks IFAS disajikan di bawah ini

Tabel 1. Perhitungan Matriks Ringkasan Analisis Faktor Strategis Internal (IFAS)

No	Kekuatan	Bobot	Rating	Skor
1	Pemandangan objek wisata pantai ciptaland sangat indah dan langsung menghadap singapura	0,13	3	0,39
2	Sebagai tempat sarana peristirahatan yang menjadikan pengunjung menikmati keindahan pantai ciptaland setelah melakukan berbagai macam aktivitas	0,11	3	0,33
3	Masyarakat objek wisata pantai ciptaland ramah kepada pengunjung	0,11	3	0,33
4	Tersedia loket tiket masuk	0,13	3	0,39
5	Tersedianya jaringan atau sinyal telepon yang mendukung di objek wisata pantai ciptaland	0,13	3	0,39
Total Kekuatan		**0,61**		**1,83**
No	**Kelemahan**			
1	Kebersihan di objek wisata pantai ciptaland kurang terjaga	0,09	2	0,18
2	Kondisi jalan menuju objek wisata pantai ciptaland kurang bagus	0,09	2	0,18
3	Tidak tersedianya fasilitas seperti toilet umum, musholla, dan fasilitas lainnya	0,08	2	0,16
4	Sarana maupun prasarana yang masih kurang untuk kebutuhan pengunjung	0,09	2	0,18
Total Kelemahan		**0,35**		**0,7**
Total Faktor Internal (IFAS)		**0,96**		**2,53**

Perhitungan Matriks *External Strategic Factors Analysis Summary* (EFAS)

Matriks EFAS dihitung dengan cara yang sama seperti matriks IFAS: identifikasi setiap bobot, peringkat, dan skor yang total bobotnya tidak melebihi 1,00, dan hitung nilai peringkat untuk setiap faktor menggunakan skala 1 (di bawah rata-rata/tidak signifikan) sampai 4 Sangat kuat. Tabel di bawah ini berisi hasil perhitungan

matriks EFAS. Nilai penilaian untuk kekuatan dan kelemahan, serta peluang dan bahaya, selalu bertentangan secara diametral. Temuan analisis EFAS ditunjukkan pada tabel 2 di bawah ini.

Tabel 2. Perhitungan Matriks External Strategic Factors Analysis Summary (EFAS)

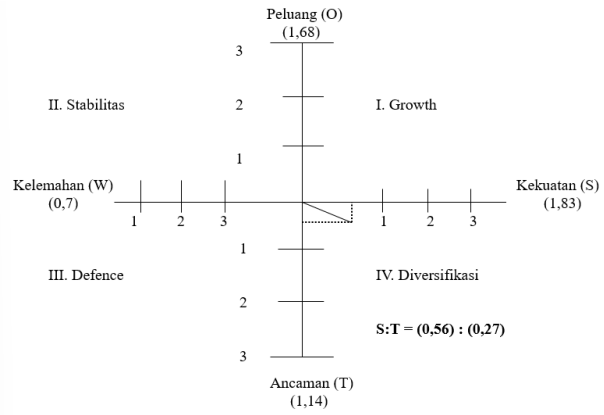
No	Peluang	Bobot	Rating	Skor
1	Keberadaan objek wisata pantai ciptaland berdampak kepada usaha yang dikelola oleh masyarakat sekitar	0,14	3	0,43
2	Adanya objek wisata pantai ciptaland membantu masyarakat sekitar dalam membuka lapangan pekerjaan	0,15	3	0,48
3	Masih ada beberapa lahan untuk pengembangan	0,13	3	0,36
4	Alternatif rekreasi bagi masyarakat setempat	0,14	3	0,41
Total Peluang		**0,56**		**1,68**
No	**Ancaman**			
1	Destinasi wisata lainnya memberikan pelayanan yang sama dengan lokasi wisata pantai Ciptaland	0,13	3	0,36
2	Meningkatkan kuantitas dan kualitas fasilitas yang disediakan oleh destinasi wisata lawan	0,13	3	0,36
3	Daya dukung lingkungan semakin menurun karena semakin banyaknya pengunjung yang kurang peduli terhadap sanitasi dan pelestarian lingkungan	0,14	3	0,42
Total Ancaman		**0,4**		**1,14**
Total Faktor Eksternal (EFAS)		**0,96**		**2,82**

Hasil akhir penghitungan skor matriks IFAS dan EFAS adalah sebagai berikut:

a. Total skor Kekuatan (*Strengths*) = 1,83
b. Total skor Kelemahan (*Weaknesses*) = 0,7
c. Total skor Peluang (*Opportunities*) = 1,68
d. Total skor Ancaman (*Threats*) = 1,14

Diagram Cartesius Analisis SWOT

Diagram SWOT Cartesian adalah instrumen manajemen yang digunakan untuk menilai keuntungan, kerugian, peluang, dan bahaya organisasi atau bisnis. Metode ini dimaksudkan untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mungkin mempunyai pengaruh terhadap pencapaian suatu perusahaan. Diagram Kartesius Evaluasi SWOT secara grafis menggambarkan hubungan antara kemampuan dan kekurangan, serta ancaman dan peluang untuk meningkatkan pemahaman dan pengambilan keputusan.



Gambar 4. Diagram Cartesius SWOT

Dari hasil Diagram Cartesius di atas maka didapatkan bahwa nilai kekuatan (*Strength*) adalah (0,56) sebagai titik koordinat tertinggi di mana pengelola memiliki peluang untuk mengembangkan objek wisata Pantai Ciptaland agar lebih dikenal oleh wisatawan. Jadi, rekomendasi tindakan penulis untuk pengelola objek wisata Pantai Ciptaland adalah meningkatkan kembali sarana dan prasarana yang ada di objek Pantai Ciptaland, contoh nya dengan membangun lapangan parkir, toilet umum, musholla, dan berbagai sarana maupun prasarana lainnya.

Matriks SWOT

Berikut ini adalah hasil dari kombinasi matriks yang didapat dari indikator dan dilakukan kombinasi antara faktor internal dan eksternal.

Tabel 3. Kombinasi strategi Matriks SWOT Objek Wisata Pantai Ciptaland Batam

IFAS / **EFAS**	**Kekuatan (Strengths-S)** a) Pemandangan yang indah dan lansung menghadap negara singapur b) Sebagai area relaksasi dimana para tamu dapat menikmati keindahan Pantai Ciptaland setelah melakukan berbagai aktivitas c) Masyarakat objek wisata pantai ciptaland ramah kepada pengunjung d) Tersedianya loket tiket untuk masuk e) Adanya sistem telepon yang terhubung atau koneksi di destinasi wisata Pantai Ciptaland	**Kelemahan (Weaknesses-W)** a) Kebersihan di objek wisata pantai ciptaland kurang terjaga b) Kondisi jalan menuju objek wisata pantai ciptaland kurang baik c) Tidak tersedianya fasilitas seperti Toilet umum, Musholla dan fasilitas lainnya d) Sarana maupun prasarana yang masih kurang untuk kebutuhan pengunjung
Peluang (Opportunities-O) a) Keberadaan Objek wisata pantai ciptaland berdampak	**Strategi S-O** a) Mengembangkan dan memulihkan fasilitas, serta	**Strategi S-T** a) Memaksimalkan potensi yang melekat dan kekhasan barang wisata dengan terus

kepada usaha yang diekelola oleh masyarakat sekitar b) Kehadiran objek wisata Pantai Ciptaland kepada wisatawan membantu masyarakat setempat dalam menciptakan lapangan kerja c) Masih ada beberapa lahan untuk pengembangan d) Alternatif rekreasi bagi masyarakat setempat	melestarikan infrastruktur objek wisata b) Mengembangkan lahan yang masih kosong untuk objek wisata baru lagi c) Membuat atraksi wisata yang baru d) Membangun dan menawarkan konektivitas pengunjung	melestarikan dan melestarikan artefak wisata agar dapat bersaing dalam destinasi wisata populer b) Menumbuhkan dan membangun daya tarik wisata yang berwawasan ekologis melalui pengawasan yang ketat terhadap pelaksanaan aspek-aspek pelaku industri pariwisata yang tidak sejalan dengan pola pikir dan tindakan pelaku pariwisata yang dapat membahayakan destinasi wisata c) Menawarkan situs terkait yang menarik untuk mendiversifikasi suasana di tujuan wisata
Ancaman **Threats (T)** a) Usaha lain yang berhubungan dengan pariwisata yang menawarkan produk serupa dengan tempat liburan Pantai Ciptaland. b) Menambah jumlah fasilitas dan meningkatkan standar barang dan jasa yang ditawarkan oleh tempat wisata pesaing. c) Berkurangnya daya dukung ekologi akibat banyaknya wisatawan yang cenderung kurang peduli terhadap kebersihan dan kelestarian lingkungan	**Strategi W-O** a) Meningkatkan upaya promosi dan memperkuat rencana pengembangan untuk menarik wisatawan agar mampu bersaing dengan lokasi wisata lainnya. b) Bekerja sama dengan sektor bisnis untuk mengumpulkan uang tunai guna mendukung pembangunan infrastruktur perumahan dan atraksi terkait yang sedang berlangsung. c) Melakukan pendidikan dan sosialisasi untuk membangun dan memperkuat pengetahuan para pengelola daya tarik masyarakat dan pengunjung mengenai relevansi kesadaran pariwisata	**Strategi W-T** a) Meningkatkan kompetensi tenaga kerja terampil dalam menangani pengelolaan dan pemeliharaan destinasi wisata secara berkesinambungan agar terhindar dari kerusakan lingkungan akibat keputusan yang sewenang-wenang b) Memantau dan menjaga fasilitas objek wisata yang ada.

KESIMPULAN

Penulis dapat mengambil kesimpulan berdasarkan penelitian ini, yaitu:
1. Berikut kelebihan objek wisata Pantai Ciptaland: Objek wisata Pantai Ciptaland memberikan pemandangan Singapura yang menakjubkan. Sebagai tempat peristirahatan wisatawan untuk merasakan kemegahan pemandangan Pantai Ciptaland setelah melakukan berbagai macam aktivitas,

Masyarakat objek wisata pantai ciptaland ramah kepada pengunjung yang membuat pengunjung merasa senang untuk berkunjung, dan adanya sistem atau koneksi telepon yang kompatibel di destinasi wisata Pantai Ciptaland. Faktor kelemahan (*Weakness*) yakni: Kebersihan di objek wisata Pantai Ciptaland kurang terjaga sehingga sampah menumpuk di mana-mana, Kondisi jalan menuju objek wisata Pantai Ciptaland kurang baik, tidak tersedianya fasilitas seperti toilet umum, Musholla dan fasilitas lainnya, sarana maupun prasarana yang masih kurang untuk kebutuhan pengunjung. Sedangkan, untuk faktor peluang (*Opportunities*) yakni: Adanya objek wisata Pantai Ciptaland membantu masyarakat sekitar dalam membuka lapangan pekerjaan, Masih ada beberapa lahan untuk pengembangan sehingga bisa berpotensi untuk mengembangkan objek wisata ini, dan alternatif rekreasi bagi masyarakat setempat. Faktor Ancaman (*Threats*) yakni: adanya tambahan destinasi wisata yang menyediakan produk wisata serupa seperti Pantai Ciptaland, semakin banyaknya fasilitas dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh adu atraksi bagi wisatawan, dan menurunnya beban daya dukung lingkungan alam akibat banyaknya wisatawan yang berkontribusi kurang fokus pada kerapian dan pelestarian lingkungan.

2. Berdasarkan temuan penelitian yang menggunakan matriks IFAS & EFAS, dan matriks SWOT 4 kuadran, jelas bahwa rencana diversifikasi usaha diperlukan untuk meningkatkan daya tarik wisata ini sekaligus memaksimalkan kekuatan dan kemungkinan. Pendekatan pengembangannya adalah sebagai berikut:

a. Memperluas kemitraan dengan *tour operator dan travel agent* lokal di Kota Batam untuk mendongkrak kuantitas pengunjung lokasi pariwisata.
b. Mempekerjakan tenaga kerja lokal untuk mengelola objek wisata, menurunkan angka pengangguran dan meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat sekitar lokasi objek wisata.
c. Peningkatan pelayanan dan prasarana objek wisata Pantai Ciptaland.
d. Melestarikan dan meningkatkan keistimewaan dan fasilitas daya tarik wisata.
e. Melindungi dan menjaga ekosistem di sekitar tempat wisata populer

DAFTAR PUSTAKA

Alamsyah, N., Lubis, A. L., & Andika. (2018). Analisa Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks IEF dan EFE (Studi Kasus PT. Kian Ho Indonesia). *Jurnal Industri Kreatif (Jik)*, *2*(2), 51–58.https://doi.org/10.36352/jik.v2i2.120

Badan Pusat Statistik Kota Batam. (2023). *Jumlah Wisatawan Mancanegara yang Datang (Kunjungan), 2023*. https://kepri.bps.go.id/indicator/16/29/1/jumlah-wisatawan-mancanegara-yang-datang.html

Daft, R. L. (2010). *Era Baru Manajemen* (9th ed.). Salemba Empat.

Devy, H. A., & Soemanto, R. . (2017). Pengembangan Obyek dan Daya Tarik Wisata Alam Sebagai Daerah Tujuan Wisata di Kabupaten Karanganyar. *Jurnal Sosiologi DILEMA*, *32*(1), 34–44. https://jurnal.uns.ac.id/dilema

Fandeli, C. (1995). *Dasar-Dasar Manajemen Kepariwisataan Alam*. Liberty.

Hunger, J. D., & Wheelen, T. L. (1996). *Strategic Management* (5th ed.). Addison-Wesley.

Ilham, W., Dailami, D., Mulyadi, T., & Pratama, T. (2022). Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai Bale-Bale Kampung Tua Bakau Serip, Kec. Nongsa, Kota Batam. *Tourism Scientific Journal*, *8*(1), 29–46. https://doi.org/10.32659/tsj.v8i1.219

Lubis, A. L. (2016). Analisa SWOT Sebagai Acuan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus : Khazanah Plaza Batam). *Journal Industrial Service*, *2*(1). https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/jiss/issue/view/227

Pantiyasa, I. W. (2019). Konstruksi Model Pengembangan Desa Wisata menuju Smart Eco-Tourism di Desa Paksebali, Klungkung, Bali. *Jurnal Kajian Bali (Journal of Bali Studies)*, *09*(01), 165–188. http://ojs.unud.ac.id/index.php/kajianbali%0A

Rangkuti, F. (2006). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis* (14th ed.). Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.

Suwantoro, G. (1997). *Dasar-Dasar Pariwisata* (1st ed.). Andi.

Walidin, W., Saifullah, & Tabrani. (2015). *Metodologi Penelitian: Kualitatif & Grounded Theory* (Masbur (ed.); 1st ed., Issue 1). FTK Ar-Raniry Press.

MEDIA WISATA
ISSN 16935969 - EISSN 26858436
Volume 21, Number 2, 2023
http://jurnal.ampta.ac.id/index.php/MWS
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat
Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA, Yogyakarta, Indonesia

THE INFLUENCE OF INTERNSHIP ON THE PROFESSIONALITY OF STUDENTS DEPARTMENT OF ROOM DIVISION AT BATAM TOURISM POLYTECHNIC

Valensia Devinsa Andriyatno[1],Arina Luthfini Lubis[2], Zahara Fatimah[3]
[1]Politeknik Pariwisata Batam, Batam, Indonesia, Email: valensiadevins@gmail.com
[*2]Politeknik Pariwisata Batam, Batam, Indonesia, Email: a.luthfinilubis@gmail.com
[3]Politeknik Pariwisata Batam, Batam, Indonesia, Email: zaravirgo2579@gmail.com

Article History

Submitted:
08 November 2023
Reviewed:
09 November 2023
Accepted:
11 November 2023
Published:
15 November 2023

ABSTRACT

This research aims to analyze the impact of internships on the professionalism of students majoring in the Rooms Division at the Batam Tourism Polytechnic. The research data consists of active students and alumni of the room division program at Batam Tourism Polytechnic university. This research uses a structured questionnaire (58 closed questions assessed using a 4-point Likert scale) which consists of 4 parts: Part I: Internship, Parts II, III and IV are assessments related to professional skills, namely part II: Attitude, part III Discipline and part VI: responsibility. This research uses descriptive statistical analysis. Next, scale measurement analysis is used to check the validity of the research data and the reliability of the questionnaire. Based on the test results using SPSS software, it can be stated that all statement items or questions given from all variables X, Y1, Y2 and Y3 are valid, because the calculated rvalue > rtable. Based on the results of the X and Y reliability tests above, it can be stated that all Cronbach's Alpha values for variables. The results of the hypothesis test show that the alternative hypothesis for all variables is accepted. Based on research findings, it can be concluded that the internships carried out by Rooms division study program students have an influence on professionalism at work, especially for other factors of professionalism.

Keywords: Internships; Professionalism; Room Division; Hospitality

INTRODUCTION

It is felt that the role of education and training programs is a very big factor in developing the competencies needed by industry. The hospitality industry is an industry with strong applications. Therefore, it is vital that the goals of industry and academia are integrated and unified. Through on-the-job training, students gain general skills that they can transfer from one job to another and specific skills that are unique to a particular job. Therefore, internships are an important teaching link

DOI: 10.36276/mws.v21i2.535

in vocational colleges (Felicen et al., 2014), (Arts, Jos A. R.; Gijselaers, Wim H.; Boshuizen, 2006).

Internship itself is a university program to train students to apply the knowledge gained on campus to the world of work. It was explained by (Amir, 2015) that an internship is a person's learning process which is implemented in the real world (world of work). Of course, this is what students must do to immediately undertake internships at agencies, hotels and institutions that are relevant to the student's education curriculum. Internship programs are an opportunity for educational institutions to increase student enrollment and prepare their curriculum (Mintzberg, 2004), (Benton, Peter, 1990), (Eyler, 1993). For students, internships are practical work experience (Hymon-Parker, 1998). Internship programs allow students to get training during their course program and save companies on supervision and training costs by providing trained employees (Shishakly, 2022). Internships provide a variety of benefits for graduates, employers, and colleges. As it turns out, students are the most important beneficiaries of internship tests. The internship experience introduces students to practical skills, develops their social relationships, motivates future learning and strengthens their social personality.

It is hoped that after completing the internship, students will be able to apply their knowledge and experience in the world of work in the hospitality sector and be able to make customers satisfied with hotel services. Internship experience and work enthusiasm have an important and beneficial influence on students' readiness for work. Through internships, students will become more skilled in doing their work, and this is the competency needed by a hotel worker who can increase visitor satisfaction (As Shiddiqi et al., 2023).

Changing life stages from student to professional is not always easy. Students have to face many challenges when they enter professional life. They must adapt to the professional environment by applying their conceptual knowledge in the new world of work (Felicen et al., 2014), (Arts, Jos A. R.; Gijselaers, Wim H.; Boshuizen, 2006). Work readiness has an impact on whether or not a person achieves success in the workplace. Both college graduates and future graduates in Indonesia must concentrate on better education in the world of work, of course by developing the skills and abilities they acquired during their studies. Work readiness is actually the earliest capital for students or someone to face the world of work, and of course the unemployment rate will decrease. This is confirmed by research (Faradila Suyanto, 2019) which states that internship experience and interest in work greatly influence work readiness and individual professionalism, which in this case is called human resources.

The number of unemployed in Indonesia, according to data from the Central Statistics Agency (BPS), is still ranked quite high. The number of unemployed people in Indonesia was recorded at 9.77 million people during the August 2020 period. Meanwhile, the open unemployment rate (TPT) in that period increased by 2.67 million people, up from 5.23% to 7.07 percent. The following is the data recorded by BPS and TPT according to the education secto

Table 1. Open Unemployment Rate (TPT) Data Recorded by BPS for the February 2021 Period

No.	Highest Education Completed	Amount	Percentage
1	No/Never gone to school/Haven't finished elementary school	363.195	4,15%
2	Elementary School	1.219.494	13,94%
3	Junior High School	1.515.089	17,32%
4	Senior High School (General and Vocational)	4.394.230	50,24%
5	Diploma I/II/III/Academic	254.457	2,91%
6	University	999.543	11,43%
	Total	8.746.008	100,00%

Source: (Badan Pusat Statistik, 2019)

1,254,000 people, or the majority of college graduates, are unemployed, according to the data above or 14.34% of the total unemployed. Therefore, concerns regarding employment remain of interest to several stakeholders, such as the government, educational institutions, families and the wider community. Because human resources are basically very important for the success of national development, the government views employment as the main problem in national development (Listria, 2022).

That is why a university always programs internships as an academic activity that is relevant to the field a student is pursuing in their field of study. By doing an internship such as in the room division at a hotel, students who have graduated will certainly have skills in the room division that are professional so they are ready to work and certainly will not disappoint customers. According to research (Jefri et al., 2023) shows that employee professionalism will influence guest satisfaction in a hotel. Therefore, the author chose the title of this research "The Influence of Internships on the Professionalism of Students Majoring in Room Division Management at the Batam Tourism Polytechnic".

LITERATURE REVIEW

Understanding Internship

The definition of an internship is a study program that includes direct training at a company for a certain period of time. Businesses that accept interns are required to offer assistance throughout the program and have the authority to assign assignments. The process of transferring skills or information from the classroom to the workplace is known as an apprenticeship. where training participants can understand actual professional work methods (Rizeki, 2022). Internships, also known as work practicums, are a type of learning experience that provide educational and non-educational students with real-world exposure to real activities in educational and industrial settings. This allows students to acquire the necessary competencies to complete tasks related to their area of expertise.

The technique of gaining knowledge from a professional through practical experience is called apprenticeship (Faradila Suyanto, 2019). Apart from that, internships are a method of teaching information and abilities to overcome actual

problems in an organization. Therefore, internships can develop the skills and knowledge of students. It can be concluded that an internship or internship is a learning process activity from the world of education such as a university into the world of work which aims to make the intern practice work, know how to work and go directly into the world of work and the intern gets the knowledge that is often obtained in the world of work such as professionalism at work, improving skills at work, building broad relationships, training self-confidence, and opening up job opportunities after graduating from education such as university and having completed an internship or internship. Usually when we do an internship we will get wages or salaries from the agency or company or place where we do the internship.

Understanding Professionalism

Mentioned in the Big Indonesian Dictionary as (Setiawan, 2023) "One way to understand professionalism is as a job that requires certain intelligence to be able to work." Professionalism can be defined as a trait that is visible in a person's behavior and intentions in carrying out their work to ensure the highest quality results. According to (De George, 2003), Professionals are those who work full time and depend on a high level of competence to support their work.

According to (Maister, 1998) says that professional people are people who are relied on and trusted because they are experts, skilled, knowledgeable, responsible, diligent, disciplined and serious in carrying out their work duties. Professional means an expert in their field. Meanwhile, professionalism reflects a person's attitude towards their profession and their responsibility for their profession (F.X. Oerip S. Poerwopoespito, 2000). A professional is someone who has certain expertise, knowledge and skills in a field that has been recognized by society and regulated by a competent organization or institution.

Professionalism is first of all a matter of attitude. Then he said there were several things that could be considered to represent professionalism, namely, high skills, providing services oriented to the public interest, strict supervision of work behavior and a reward system which was a symbol of work performance (Harefa, 2004).

(Kasmir, 2006) adding that employees who are managed professionally will become a driving force for business activities. Professionalism in the apparatus with the internalization of the values above is needed as an effort to respond to environmental conditions that are difficult to predict in advance, rapid technological developments, changes in high levels of education and changes in work values. Employee professionalism is largely determined by the employee's level of ability which is reflected in their daily behavior in carrying out the organization's work. An employee's ability can be seen from the education and work training that the employee has attended. This is in accordance with opinion.

According to (Backman, 2023) attitude is a regularity in terms of a person's feelings (affection), thoughts (cognition), and predisposition to action (conation) towards an aspect of the surrounding environment. Attitude is an initial disposition to respond to the stimulus received (Gros, 2023). Attitude is a relatively determined tendency to act well or badly towards certain people or things (Bruno, 2023).

According to (Shaw, 2021) responsibility is every person who is able to put all their knowledge and energy into practice in an effective action, and it is useful if someone is obliged to bear all the consequences of what they do. According to (Hayek, 2021) the term responsibility is generally used to cover responsibility itself. Meanwhile, responsibility and freedom are two things that cannot be separated.

According to (Gordon, 2023) discipline is behavior and order that is in accordance with rules and regulations, or behavior obtained from continuous training. Discipline is a person's obedience in following rules or regulations because it is driven by the awareness that exists in his heart without any coercion from outside parties (Arikunto, 2023).

From all the opinions of the experts above, it shows that professionalism as a whole can be defined as work carried out by those who are specifically prepared or educated for them to carry out the work because they are relied on and trusted because they are experts, skilled, responsible, have knowledge, diligent discipline. , have a serious attitude in carrying out work in their respective fields and they receive rewards or results in the form of wages or money for carrying out the work well and with satisfactory results.

Room Division Management Study Program

A hospitality study program called Room Division Management, or simply Room Division Management, prepares its graduates primarily for jobs in the hotel business (Yayasan Vitka, 2023b). Alumni of the Rooms Division Management Department study hospitality administration with a focus on hospitality sector employment. From all the meanings of the room division above, it can be concluded that the room division is a study program within the hospitality department which consists of the housekeeping and front office departments which have the task of supervising hotel rooms and maintaining the cleanliness of the hotel environment. To train the skills of housekeeping employees, it is necessary to carry out job training periodically, thereby improving their work performance (Parhusip et al., 2023).

The hospitality department researches the subject of hotel management and various strategies to balance the demands of tourism and business management, especially hotel management, to increase profitability. The department in charge of hospitality is also tasked with maintaining regional culture, providing benefits to the surrounding community, and providing facilities to its staff (Danacita, 2022). Hospitality majors usually prioritize appearance and attitude because this major is responsible for guest satisfaction. Apart from that, hotel majors also have to be flexible in communicating because this major requires us to meet lots of people, of course with the flexibility in communication that we have, it will make it easier for us to interact with guests.

METHOD

The quantitative approach in research tests hypotheses with accurate statistical data. According to (Sugiyono, 2018) To test predetermined hypotheses, quantitative research methods are used which are based on positivist philosophy and rely on empirical thinking to study certain groups or samples. Sampling methods tend to be random, and objective research instruments are used for data collection and

analysis. This research measures the impact of internships on the professionalism of the hotel room department division using quantitative techniques, taking into account the background and problem formulation discussed previously. The following image shows the mindset used in this research.

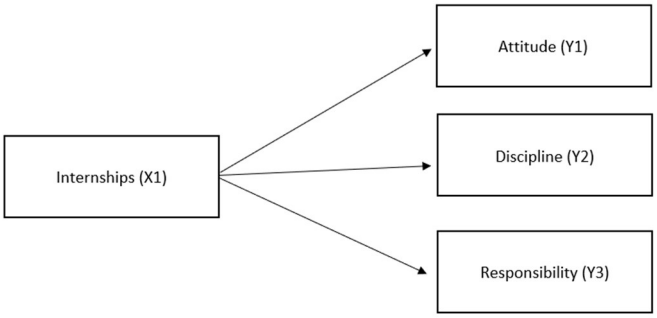


Figure 1. Thinking Framework
Source: Data Processing Results by Researchers

Every room division student as well as graduates who had completed their work experience were included in the study demographics. The sample, namely a portion taken from all the items studied, is considered to represent the entire population. Non Probability is the sampling approach used. using a purposive sampling strategy, or selecting participants according to predetermined standards. Thus, 57 respondents will be the group of participants employed in this research who have met the criteria as active students of the Room Division Program and alumni of the Room Division who have carried out an internship program. The author uses the Slovin formula to determine the number of samples to be studied.

Data collection methods used include: questionnaires, interviews, observation and documentation. The questionnaire used in this research is a closed questionnaire with a Likert scale. Researchers use a questionnaire distribution technique, the results of the questionnaire will be used as the main data source or reference in research related to the influence of internships on the professionalism of the Rooms Division in the Hospitality Department. The researcher prepared a structured list of questions related to the research. Then the researcher met with the resource person and asked questions. Equipment and supplies that can be used during the interview period include tape recorders, paper, pens, laptops, etc.

In analyzing the data, descriptive statistical analysis is used to describe or illustrate the data collected from each variable studied, which is then interpreted to make conclusions. Researchers use this validity test to determine the validity of the instrument as well as the degree of validity and reliability of the questionnaire items. To ensure the degree of consistency of the measurement results, the researcher carried out a reliability test followed by a validity test. According to (Ghozali, 2016) the purpose of the normality test is to find out whether the distribution of an independent variable, dependent variable, or both in a model that uses regression is normal or not normal. The t test, which is often called the partial test, is used to find out how each independent variable affects its own dependent variable. The F test looks for evidence of a simultaneous (together) influence between the independent variable (X) and the dependent variable (Y).

RESULTS AND DISCUSSION



Figure 2. Front view of the BTP Campus and BTP Campus Lobby
Source: (Yayasan Vitka, 2023a)

Batam Tourism Polytechnic receives support from other tourism universities in Indonesia. BTP is supported by the Swiss Institute of International Management and supported by the Nusa Dua Bali College and the Bandung Tourism College (NHI) Campus. Batam Tourism Polytechnic received modification permission on October 17 2014 to upgrade the Diploma II program to Diploma IV. With this permit, the Batam Tourism Polytechnic is the only institution in Indonesia that offers Diploma IV programs in Room Division Management, Cuisine Management and Culinary Management.



Figure 3. Room Division Management Practicum Activities on the BTP Campus
Source: (Yayasan Vitka, 2023a)

BTP's vision is to become the leading destination for higher education in tourism in Southeast Asia. BTP's mission is as follows: (1) offering the best teaching and training in the tourism industry; (2) fostering learning capacity through an international curriculum; (3) carrying out research to develop tourism science and technology of international caliber based on local wisdom; and (4) carry out community service for the interests of the state. The objectives of BTP as an educational institution are (1) Producing quality education and teaching in the tourism sector through developing learning capacity in order to produce professional graduates; (2) Produce a variety of research for the development of tourism science and technology based on local wisdom; (3) Disseminating tourism scientific applications through community service in order to improve community welfare; (4) As a reform agent in encouraging independent national tourism

development; and (5) Become the main node in the Indonesian tourism higher education network. This research aims to determine the effectiveness of internship activities which are part of the curriculum in the Rooms Division Management Study Program in supporting their professionalism as workers in the Hospitality sector.

When using a questionnaire as a research instrument, it can be considered valid if the statements and questions accurately reflect the research findings (Sugiyono, 2018). Testing of the variables X and Y instruments was carried out on 57 students of the Education Management Study Program. The rtable value for respondents (N) of 57 people with a significance level of 10% was set at 0.345. Based on the results of the instrument trials carried out, the following results were obtained:

Table 2. Internship Variable Validity Test Results (X)

Variable	R count	R table	Note
X.1	0,891	0,345	Valid
X.2	0,800	0,345	Valid
X.3	0,779	0,345	Valid
X.4	0,845	0,345	Valid
X.5	0,725	0,345	Valid

Source: Data Processing Results by Researchers

Based on the results of the validity test for variable X from 5 questions, there are 5 questions that are declared valid because the results show that all answers to the questionnaire are greater than r_{table} ($r_{hitung} > r_{table}$ (0,345) . So the professionalism variable is broken down into 3 Y variables, namely Attitude (Y_1), Discipline (Y_2), and Responsibility (Y_3) which will be used in this research.

Table 3. Attitude Variable Validity Test Results (Y_1)

Variable	R count	R table	Note
Y1.1	0,589	0,345	Valid
Y1.2	0,596	0,345	Valid
Y1.3	0,522	0,345	Valid
Y1.4	0,539	0,345	Valid
Y1.5	0,511	0,345	Valid

Source: Data Processing Results by Researchers

Table 4. Discipline Variable Validity Test Results (Y_2)

Variable	R count	R table	Note
Y2.1	0,901	0,345	Valid
Y2.2	0,922	0,345	Valid
Y2.3	0,750	0,345	Valid
Y2.4	0,612	0,345	Valid
Y2.5	0,581	0,345	Valid

Source: Data Processing Results by Researchers

Table 5. Responsibility Variable Validity Test Results (Y_3)

Variable	**R count**	**R table**	**Note**
Y3.1	0,911	0,345	Valid
Y3.2	0,910	0,345	Valid
Y3.3	0,732	0,345	Valid
Y3.4	0,793	0,345	Valid
Y3.5	0,680	0,345	Valid

Source: Data Processing Results by Researchers

Based on the results of the variable validity test Y_1, Y_2 dan Y_3 of the 15 questions, all questions were declared valid because the results showed that all answers to the questionnaire were greater than r_{Table} ($r_{Count} > r_{Table}$ (0,345). So the questionnaire items for the internship variable remain 15 questions that will be used in the research.

Reliability testing is carried out to calculate whether each questionnaire item is reliable or not through calculating the Cronbach alpha coefficient. The assessment of whether a research instrument is considered reliable or not is based on a comparison between the Cronbach alpha value and the reference value (r_{table}). If the Cronbach alpha value is greater than the value r_{table} then the research instrument can be considered a reliable tool.

Table 6. Reliability Test Results for All Variables

Variable	Alpha	Item	Crombach's Alpha	Note
Internships (X)	0.868	5	0,6	Reliable
Attitude (Y1)	0,427	5	0,6	Reliable
Discipline (Y2)	0,826	5	0,6	Reliable
Responsibility (Y3)	0,869	5	0,6	Reliable

Source: Data Processing Results by Researchers

Based on the table above, it shows that the results of the questionnaire data obtained are variable X (0,868), Y_1 (0427), Y_2 (0,825) and Y_3 (0,869) stated to have a value greater than 0.6 so it can be said that all instruments are reliable.

The normality test is used to assist researchers in finding a normal distribution with a total of 57 research data respondents. The provisions in this test are as follows: Hypothesis used : H_0 : Data is distributed normally; H_1 : Data is not distributed normally If the sig value. (p-value) > 0.10 (10%) so H_0 accepted, which means the data is normally distributed. On the other hand, if the sig value (p-value) < 0.10 (10%) then H_1 accepted, which means the data is not normally distributed.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	Unstandardized Residual	Unstandardized Residual
N		57	57	57
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000	.0000000	.0000000
	Std. Deviation	1.32209678	.98625889	1.27271856
Most Extreme Differences	Absolute	.103	.075	.085
	Positive	.103	.075	.085
	Negative	-.073	-.053	-.079
Test Statistic		.103	.075	.085
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]	.200[c,d]	.200[c,d]

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Figure 4. Data Normality Test Results

Referring to the results shown in this SPSS, it can be concluded that the variable X (Internship), Variable Y_1 (Attitude), Y_2 (Discipline) and Y_3 (Responsibility) has a good Kolmogorov-Smirnov significance value of (Y_1) 0,200, (Y_2) 0,200 and (Y_3) 0,200. Thus, because the Kolmogorov-Smirnov significance value is more than 0.05, it can be concluded that the data has a normal distribution.

The Heteroscedasticity Test aims to test whether in a regression model there is a variation in variance from the residuals from one observation to another. If the variances are different, it is called heteroscedasticity. One way to find out whether there is heteroscedasticity in a multiple linear regression model is by looking at the scatterplot graph or from the predicted value of the dependent variable, namely SRESID, with the residual error, namely ZPRED. If there is no particular pattern and it does not spread above or below zero on the y-axis, then it can be concluded that heteroscedasticity does not occur. A good research model is one that does not contain heteroscedasticity (Ghozali, 2016). Based on the results of the heteroscedasticity test in the image below, The significance value of the variables X against Y1, X against Y2, and X against Y3 shows that heteroscedasticity does not occur.

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.695	1.205		2.236	.029
	MAGANG	-.099	.071	-.186	-1.403	.166
a. Dependent Variable: RES2 (Sikap)						
2	(Constant)	3.019	.798		3.783	.000
	MAGANG	-.132	.047	-.354	-2.809	.007
b. Dependent Variable: RES2 (Kedisiplinan)						
3	(Constant)	2.525	.943		2.676	.010
	MAGANG	-.104	.055	-.245	-1.873	.066
c. Dependent Variable: RES2 (Tanggung Jawab)						

Figure 5. Heteroscedasticity Test Results

According to (Ghozali, 2016) the aim of multicollinearity testing is to find out whether the regression model found any correlation between independent variables or independent variables. The effect of this multicollinearity is that it causes high variability in the sample. This means that the standard error is large, as a result, when the coefficient is tested, the t-count will be a smaller value than the t-

table. This shows that there is no linear relationship between the independent variable that is influenced by the dependent variable. To find out whether or not there is multicollinearity in the regression model, it can be seen from the tolerance value and variance inflation factor (VIF) value. The Tolerance value measures the variability of the selected independent variable that cannot be explained by other independent variables. So a low tolerance value is the same as a high VIF value, because VIF = 1/tolerance, and indicates there is high collinearity. The cut off value used is a tolerance value of 0.10 or a VIF value above 10. Based on the results of the multicollinearity test in the image below, the tolerance results obtained are greater than > 0.10 and the VIF value is smaller than < 10.00, so it can be stated that the regression model does not have symptoms of multicollinearity.

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	12.307	1.927		6.387	.000		
	MAGANG	.295	.113	.331	2.602	.012	1.000	1.000
a. Dependent Variable: SIKAP								
2	(Constant)	11.940	1.437		8.307	.000		
	MAGANG	.305	.084	.438	3.609	.001	1.000	1.000
b. Dependent Variable: KEDISIPLINAN								
3	(Constant)	11.940	1.437		8.307	.000		
	MAGANG	.305	.084	.438	3.609	.001	1.000	1.000
c. Dependent Variable: KEDISIPLINAN								

Figure 6. Multicollinearity Test Results

To ascertain whether the variable X (internships) influence on variables Y_1 (attitude), Y_2 (discipline), and Y_3 (responsibility), hypothesis testing is carried out. Multiple linear regression analysis was used in this investigation. The first test is the t-test which aims to see whether the variables are independent (X) has a partial influence on the variable (Y). The basic guideline used to draw this conclusion is: If the value of the sig < 0,10 or calculated t value > the t table value is there, then there is an influence of the variable (x) against variable (y). T_{table} obtained from the t_{table} = t (a/2 ; n-k-1) = t (0,05 ; 55) = 1,673 vice versa.

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.307	1.927		6.387	.000
	MAGANG	.295	.113	.331	2.602	.012
a. Dependent Variable: SIKAP						
1	(Constant)	7.790	1.610		4.839	.000
	MAGANG	.538	.095	.609	5.690	.000
a. Dependent Variable: KEDISIPILINAN						
1	(Constant)	9.932	1.855		5.354	.000
	MAGANG	.418	.109	.459	3.836	.000
a. Dependent Variable: TANGGUNGJAWAB						

Figure 7. Results of the t_{test} for Variable Y_1, Y_2 and Y_3

From the results of the SPSS data above, the sig value is obtained X 0,00 < 0,10. The calculated t value is 2.602. For the t_{table}, calculations have been carried out and looking at the distribution of the t table, it is 1.673, so the calculated t_{value} is 2.602 >

1.673 so it can be concluded that H_{a1} is accepted and there is an influence of internship (X) on attitude (Y_1). The calculated t $_{value}$ for Y_2 is 5.690 > 1.673 so it can be concluded that H_{a2} is accepted and there is an influence of internship (X) on discipline (Y_2). The calculated t $_{value}$ for Y_3 is 3.836 > 1.673 so it can be concluded that H_{a3} is accepted and there is an influence of internship (X) on responsibility (Y_3)

For the F test, the basic rule applied in the f-test decision is if the sig value < 0.10, or $F_{count} > F_{table}$ then there is a simultaneous influence of variable X on variable Y. $F_{table} = F(k ; n-k) = F (1 ; 56) = 4.08$ and vice versa.

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12.045	1	12.045	6.768	.012[b]
	Residual	97.885	55	1.780		
	Total	109.930	56			
a. Dependent Variable: SIKAP						
b. Predictors: (Constant), MAGANG						
1	Regression	40.230	1	40.230	32.381	.000[b]
	Residual	68.332	55	1.242		
	Total	108.561	56			
a. Dependent Variable: KEDISIPILINAN						
b. Predictors: (Constant), MAGANG						
1	Regression	24.273	1	24.273	14.717	.000[b]
	Residual	90.710	55	1.649		
	Total	114.982	56			
a. Dependent Variable: TANGGUNGJAWAB						
b. Predictors: (Constant), MAGANG						

Figure 8. F Test Results for Variable Y_1, Y_2 and Y_3

Based on the results of the table above, it is known that the sig value is 0.00 < 0.10 and the value F_{count} for Y_1 is 6,768 > 4,08, so it can be concluded that the influence of the internship variable (X) simultaneously influences attitudes (Y_1). The value F_{count} for Y_2 is 32,381 > 4,08, So it can be concluded that the influence of the internship variable (X) simultaneously influences discipline (Y_2). The F_{count} for Y_2 is 14.717 > 4.08, so it can be concluded that the influence of the internship variable (X) simultaneously influences responsibility (Y_3).

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	12.307	1.927		6.387	.000
	MAGANG	.295	.113	.331	2.602	.012
a. Dependent Variable: SIKAP						
1	(Constant)	7.790	1.610		4.839	.000
	MAGANG	.538	.095	.609	5.690	.000
a. Dependent Variable: KEDISIPILINAN						
Coefficientsa						
1	(Constant)	9.932	1.855		5.354	.000
	MAGANG	.418	.109	.459	3.836	.000
a. Dependent Variable: TANGGUNGJAWAB						

Figure 9. F Test Result Coefficient for Variable Y_1, Y_2 and Y_3

Based on the results of the data test above, a mathematical formulation of the relationship between the internship variable (X) and the attitude variable (Y_1) was obtained in the form of multiple regression analysis. The mathematical formula is **Y_1 = 12,307 + 0,295 X, Y_2 = 7,790 + 0,538 X, and Y_3 = 9,932 + 0,418 X** .

The R^2 test was carried out to determine the extent of the internship variable (X). influencing the variables of attitude (Y_1), discipline (Y_2), and responsibility (Y_3).

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.331[a]	.110	.093	1.33406
a. Predictors: (Constant), MAGANG				
1	.609[a]	.371	.359	1.11463
a. Predictors: (Constant), MAGANG				
1	.459[a]	.211	.197	1.28424
a. Predictors: (Constant), MAGANG				

Figure 10. Adjusted R2 Test Results for Variable Y_1, Y_2 and Y_3

Based on the data above, the results presented through images obtained from SPSS version 24 can be concluded that the R^2 test results above, it can be concluded that the contribution of the internship variable (X) has an effect of 11% on attitudes (Y_1), 37.1% on discipline (Y_2), and 21.1% on responsibility (Y_3).

Discussion

The discussion of research results aims to provide an overview and understanding obtained from the results of this research. Based on the results of data calculations from the field, it can be seen that there is an influence between internships on the professionalism of the rooms division in the hotel department.

Through the results of the validity and reliability tests that have been carried out, the questionnaire distributed is valid and reliable. This means that the questionnaire remains consistent even if it is submitted more than once. And in this data there are no symptoms of multicollinearity because the tolerance value is > 0.10 and the VIF value is < 10.

Through the partial t influence test, it can be concluded that variable X influences variables Y_1, Y_2 and Y_3 with a sig value of X1 0.012 <0.10. Calculated t_{count} is 2,602 > 0,345, X_2 affected variable Y with sig score X_2 0.00 < 0.10 and t_{count} value is 5,690 > 0,345, variable X_3 affected variable Y with sig score X_3 0.00 < 0.10 and t_{count} value is 3,836 > 0,345. And it can be stated simultaneously that variables X_1, X_2, and X_3 have a positive influence on variable Y.

CONCLUSIONS

This research, entitled The Influence of Internships on the Professionalism of the Rooms Division in the Hospitality Department, was conducted as an effort to determine the influence of internship activities on professionalism at work. Referring to the results of the research and discussion, it can be concluded as follows:

Hypothesis test results show that the alternative hypothesis for all variables is accepted as follows: H_{01}, H_{02}, H_{03}, and H_{04} are all not accepted because it does not match research findings. Alternatives hyphotesis which represents by H_{01}, H_{02}, H_{03}, and H_{04} are all accepted, because it is proven that internships influence attitudes, discipline, and responsibility both partial and simultaneously.

For mathematical formulation of the relationship between variable X with Y_1, Y_2, and Y_3 using simple regression analysis on each variable Y.

Based on the results of the R^2 test, it is concluded that the internship variable (X) has an effect on all variables, which are: variable attitude (Y_1); variable discipline (Y_2); and variable responsibility (Y_3).

Based on these findings, it can be concluded that the internships carried out by Rooms division study program students have an influence on professionalism at work, especially for other factors of professionalism. So the better the student's internship, the more professional the student will be when they are in the world of work.

REFERENCES

Amir, D. M. F. (2015). *Memahami Evaluasi Kinerja Karyawan*. Mitra Wacana Media.

Arikunto. (2023). *Pengertian Kedisiplinan Menurut Para Ahli*. Kompas.Com.

Arts, Jos A. R.; Gijselaers, Wim H.; Boshuizen, H. P. A. (2006). *Understanding Managerial Problem-Solving, Knowledge Use and Information Processing: Investigating Stages from School to the Workplace*. 24.

As Shiddiqi, R., Supardi, & Lubis, A. L. (2023). Analisis Keterampilan Pribadi Room Attendant Untuk Meningkatkan Kepuasan Pengunjung the Golden Bay Hotel Batam. *Jurnal Mekar*, *2*(1), 28–33. https://doi.org/10.59193/jmr.v2i1.159

Backman, S. (2023). *Pengertian Sikap Menurut Para Ahli*. Kompas.Com.

Badan Pusat Statistik. (2019). *Keadaan Ketenagakerjaan Indonesia Agustus 2019*.

Benton, Peter, E. (1990). *The Oxford Internship Scheme: Integration + Partnership in Initial Teacher Education.*

Bruno. (2023). *Pengertian Sikap Menurut Ahli*. Kompas.Com.

Danacita. (2022). *Jurusan Perhotelan: Info, Mata Kuliah, Prospek Kerja Lengkap*. Danacita.

De George, R. T. (2003). *The Ethics of Information Technology and Business*. University on Notre Dame.

Eyler, J. (1993). *Comparing the Impact of Two Internship Experiences on Student Learning.*

F.X. Oerip S. Poerwopoespito, T. a. T. U. (2000). *Mengatasi krisis manusia di perusahaan : solusi melalui pengembangan sikap mental*. Grasindo.

Faradila Suyanto, E. . (2019). *Pengaruh Pengalaman Magang dan Minat Kerja Terhadapa Kesiapan Kerja*. 18. https://doi.org/10.9744/scriptura.7.2.47-56

Felicen, S. S., Rasa, L. C., Sumanga, J. E., & Buted, D. R. (2014). Internship Performance of Tourism and Hospitality Students: Inputs to Improve Internship Program.

International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, *4*(6), 42–53. https://doi.org/10.6007/ijarbss/v4-i6/923

Ghozali. (2016). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23*. Semarang Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gordon, T. (2023). *Pengertian Kedisiplinan Menurut Para Ahli*. Kompas.Com.

Gros, R. (2023). *Pengertian Sikap Menurut Para Ahli*. Kompas.Com.

Harefa, A. (2004). *Membangkitkan Etos Profesionalisme = Reformasi Teori dan Praktik Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.

Hayek, F. A. von. (2021). *Pengertian Tanggung Jawab & Contoh Sikap Tanggung Jawab*. Gramedia Blog.

Hymon-Parker, S. (1998). *Benefits and Limitations of Internships as Viewed by Educators and Retailers.*

Jefri, Supardi, & Lubis, A. L. (2023). Peranan Room Attendant Dalam Upaya Meningkatkan. *Jurnal Mekar*, *2*(1), 34–38. https://doi.org/https://doi.org/10.59193/jmr.v2i1.150

Kasmir. (2006). *Kewirausahaan*. Rajawali Pers.

Listria. (2022). *Pengaruh Program Magang Terhadap Kesiapan Kerja Mahasiswa Manajemen Pendidikan Uin Syarif Hidayatullah Jakarta*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

Maister, D. H. (1998). *rue Profesionalism : Profesionalisme Sejati*. Gramedia.

Mintzberg, H. (2004). *Managers, Not MBAs: A Hard Look at the Soft Practice of Managing and Management Development* (Illustrated (ed.)). Berrett-Koehler Publishers.

Parhusip, F. A., Wibowo, A., & Lubis, A. L. (2023). Kinerja Karyawan Departemen Housekeeping Di Swiss-Belhotel Harbor Bay Batam Hasil Pelatihan Kerja. *Jurnal Mekar*, *2*(1), 15–20. https://doi.org/10.59193/jmr.v2i1.153

Rizeki, D. N. (2022). *Kenali Apa itu Magang dan Tujuannya, Yuk!* Majoo.

Setiawan, E. (2023). *Kamus Besar Bahasa Indonesia Profesional*. Kamus Besar Bahasa Indonesia.

Shaw, G. B. (2021). *Pengertian Tanggung Jawab & Contoh Sikap Tanggung Jawab*. Gramedia Blog.

Shishakly, R. (2022). Exploring the Factors challenging Virtual Internships during the COVID-19 Pandemic: An insight on students' perspective in the United Arab Emirates universities. *Medical Research Archives*, *10*(10), 1–17. https://doi.org/10.18103/mra.v10i10.3107

Sugiyono. (2018). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (A. Husnu Abadi, A.Md. (ed.); Issue March). CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakart.

Yayasan Vitka. (2023a). *Batam Tourism Polytechnic, Divisi Kamar*. Batam Tourism Polytechnic.

Yayasan Vitka. (2023b). *Mengenal Jurusan Divisi Kamar dan Perannya dalam Industri Perhotelan*. Batam Tourism Polytechnic.

JURNAL MEKAR Volume 2. No.2. Oktober 2023 E-ISSN 2829-4114
DOI: 10.59193 E-ISSN 2829-4009

ANALISIS KEPUASAN PENGUNJUNG PADA OBJEK WISATA PANTAI TANJUNG PINGGIR DI BATAM

Nurliza
Prodi Manajemen Divisi Kamar, Politeknik Pariwisata Batam
indah@btp.ac.id

Andri Wibowo
Prodi Manajemen Divisi Kamar, Politeknik Pariwisata Batam
andreewibowo.pku85@gmail.com

Arina Luthfini Lubis
Prodi Manajemen Divisi Kamar, Politeknik Pariwisata Batam
a.luthfinilubis@gmail.com

ABSTRACT

Batam City, situated within the Riau Islands Province, serves not only as a gateway for international tourists entering Indonesia but also stands as the country's premier tourist destination. Offering a plethora of attractions, including its renowned beaches, Batam City draws both locals and tourists alike seeking leisure and relaxation. Among these, Tanjung Pinggir Beach in Sekupang district holds particular allure. To ensure sustained visitor interest, there is a need to enhance service quality to achieve optimum tourist satisfaction. Employing a qualitative descriptive research approach, data were gathered through various methods such as observation, interviews, documentation, library studies, and questionnaires. The study involved 20 respondents selected through full sampling. Findings revealed that 62% of visitors expressed satisfaction with the attractions, while 69% agreed on the accessibility. However, only 70% reported dissatisfaction with the amenities provided. Consequently, it is imperative for the management of tourist attractions to implement improvements to bolster visitor numbers.

Keywords: Visitor Satisfaction, Tourist Attraction, 3A (Attractions, Accessibility and Amenities)

PENDAHULUAN

Berdasarkan peraturan No. 10 Tahun 2009, Pariwisata diartikan sebagai kegiatan bisnis yang dilakukan oleh perorangan atau sekelompok individu dengan tujuan mengunjungi lokasi tertentu untuk tujuan hiburan, pengembangan pribadi, atau pembelajaran mengenai daya tarik khusus dari destinasi wisata yang dikunjungi dalam periode waktu yang terbatas (Pemerintah Republik Indonesia, 2009). Menurut Prof. Hunzieker dan Prof. K. Krapf dalam (Nuraeni L, 2018) Pariwisata merujuk pada segala aktivitas dan situasi yang terkait dengan kunjungan individu dari luar ke suatu lokasi, selama kunjungan tersebut bukan untuk melakukan tugas-tugas yang bersifat esensial, serta memiliki potensi memberikan manfaat baik jangka panjang maupun jangka pendek.

Menurut (Kotler, 2000) kepuasan adalah tingkat perasaan yang dialami oleh seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang mereka alami dengan harapan yang dimilikinya. Berbeda dengan Tse dan Wilton dalam (Arista et al., 2019) kepuasan atau ketidakpuasan pengunjung merupakan reaksi pengunjung terhadap penilaian kesenjangan yang dirasakan antara harapan sebelumya dengan hasil yang sebenarnya dialami. Kepuasan pengunjung tergantung pada tingkat kualitas layanan yang diberikan oleh pengelola objek wisata, yang dinilai dari sejauh mana layanan dan informasi yang diberikan sesuai dengan harapan pengunjung (Jefri et al., 2023) (As Shiddiqi et al., 2023). Kepuasan wisatawan inilah yang berkontribusi terhadap keberlangsungan industri pariwisata, termasuk pantai Tanjung Pinggir. Harapan dijadikan patokan untuk membandingan seseorang terhadap produk yang digunakan atau di konsumsinya. Perbandingan ini mengungkapkan bagaimana konsumen menanggapi produk dan jasa dalam hal kepuasan dan kualitas yang dirasakan.

Faktor yang memengaruhi kepuasan pengunjung (Irawan, 2009) adalah kualitas produk, kualitas pelayanan, kualitas emosional, kualitas harga serta kualitas kemudahan wisatawan dalam berkunjung. Pelayanan mempengaruhi kepuasan pengunjung pada sebuah objek wisata (Giovani et al., 2023). Promosi yang dilakukan oleh pihak pengelola juga ikut andil dalam penyampaian informasi tentang objek wisata kepada calon potensial pengunjung (Mabruroh et al., 2023).

Kepuasan pengunjung dapat diukur dari perasaan senang atau bahagia pengunjung ketika mengunjungi tempat wisata tersebut, termasuk dengan adanya atraksi, Insfraktruktur, transportasi dan

kenyamanan atau pengalaman yang dirasakan. Objek wisata adalah daya tarik yang dikembangkan penduduk lokal dimana layak dijadikan tempat pengunjung berwisata, contohnya wisata buatan atau wisata alam. Menurut Chafid Fandeli dalam (Nuraeni L, 2018) destinasi wisata tidak hanya mencakup hasil dari keterampilan manusia, kebiasaan individu, seni, budaya, dan sejarah, tetapi juga mencakup lokasi dan kondisi alam yang menarik untuk dikunjungi.

Batam City, terletak di Provinsi Kepulauan Riau, menjadi salah satu gerbang utama bagi wisatawan asing yang masuk ke Indonesia melalui berbagai jalur, termasuk Pelabuhan Penyeberangan Ferry Batam Center, Bandara Hang Nadim, dan Pelabuhan Penyeberangan Ferry Harbourbay. Tak hanya berperan sebagai gerbang masuk bagi wisatawan internasional, Batam juga dikenal sebagai destinasi wisata yang terkemuka di Indonesia, dengan beragam objek wisata, termasuk pantai yang sering dijadikan tempat rekreasi oleh penduduk lokal maupun wisatawan yang mengunjungi kota ini. Salah satu pantai yang diminati oleh pengunjung adalah Pantai Tanjung Pinggir yang terletak di Kecamatan Sekupang, Batam, Provinsi Kepulauan Riau.

Pantai Tanjung Pinggir terletak di Sekupang, Batam, Kepulauan Riau. Pantai ini membentang dari barat ke timur dengan garis pantai yang panjang dan menawan. Di hadapannya, terbentang Selat Singapura yang memisahkan Pulau Batam dan Singapura. Pemandangan Selat Singapura yang indah, dengan kapal-kapal yang berlayar, menjadi daya tarik utama pantai ini. Pantai ini bercirikan pantai landai berpasir coklat dan gugusan karang yang mengelilingi pantai, dan ombaknya cukup tenang. Dari pantai Tanjung Pinggir, jika pengunjung menghadap ke utara pada hari yang cerah, pengunjung dapat menyaksikan panorama Singapura dan kawasan Marina Bay Sands. Untuk mencapai dan menikmati keindahan alam pantai ini, pengunjung dapat menempuh melalui jalur darat atau laut, untuk jalur darat pantai Tanjung Pinggir memiliki akses jalan yang cukup baik serta fasilitas. Berikut adalah data pengunjung Pantai Tanjung Pinggir pada tahun 2023 yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 1. Jumlah Pengunjung Pantai Tanjung Pinggir Kota Batam 2023

No	Bulan	Jumlah Pengunjung Pantai Tanjung Pinggir
1	Januari	200
2	Febuari	190
3	Maret	195
4	April	250
5	Mei	200
6	Juni	150
7	Juli	160
8	Agustus	170
9	September	98
10	Oktober	90
11	November	150
Jumlah		**1.853**

Sumber: Data Diolah 2023

Data pada tabel menunjukkan perubahan jumlah wisatawan di Pantai Tanjung Pinggir pada tahun 2023, yang menunjukkan fluktuasi pengunjung sepanjang tahun. Untuk menjaga dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, perlu dilakukan upaya untuk meningkatkan kualitas layanan sehingga dapat mencapai kepuasan pengunjung. Kepuasan pengunjung bergantung pada kualitas layanan yang disediakan oleh pengelola objek wisata, serta sejauh mana pelayanan dan informasi yang diberikan sesuai dengan harapan pengunjung.

Dengan pertimbangan minat yang tinggi dari pengunjung untuk mengunjungi Pantai Tanjung Pinggir, peneliti tertarik untuk menginvestigasi tingkat kepuasan rata-rata yang dirasakan oleh para pengunjung di objek wisata tersebut. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan atau informasi kepada pengelola untuk meningkatkan kualitas layanan dan fasilitas, serta menetapkan harga yang terjangkau bagi para wisatawan yang mengunjungi Pantai Tanjung Pinggir. Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang tersebut, penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan Judul **"Analisis Kepuasan Pengunjung pada Objek Wisata Pantai Tanjung Pinggir Di Batam."**

LANDASAN TEORI

Objek Wisata

Adapun pengertian objek wisata berdasarkan beberapa para ahli antara lain ; menurut Yoeti dalam (Nuraeni L, 2018) Objek wisata merupakan atraksi wisata yang memiliki karakteristik yang tetap dan nyata, yang dapat dinikmati tanpa perlu persiapan khusus. Objek wisata dapat diklasifikasikan ke dalam berbagai jenis, antara lain yaitu:

a. Objek wisata alam
   Wisata alam adalah aset alam yang memiliki daya tarik bagi pengunjung, baik dalam keadaan alamiah maupun setelah ditata. Contohnya meliputi pantai, gunung (termasuk gunung berapi), danau, sungai, hutan belantara, kawasan konservasi, cagar alam, pemandangan alam, dan sebagainya.
b. Objek wisata budaya
   Kebudayaan adalah hasil dari kreasi manusia yang melibatkan kreativitas dan keinginan manusia. Contohnya mencakup berbagai hal seperti perayaan ulang tahun, tarian tradisional, musik tradisional, pakaian adat, upacara pernikahan adat, upacara panen, warisan budaya, bangunan bersejarah, barang antik tradisional, festival budaya, kain tenun tradisional, tekstil lokal, tradisi lokal, adat istiadat, museum, dan sebagainya.
c. Objek wisata buatan
   Wisata buatan adalah produk dari kreativitas manusia. Contohnya meliputi fasilitas olahraga, permainan seperti layang-layang, hiburan seperti pertunjukan komedi atau aksi akrobatik, pertunjukan sulap, pertunjukan stunt seperti

menunggang kuda, taman rekreasi, taman nasional, pusat perbelanjaan, dan berbagai tempat lainnya.

Karakteristik Wisatawan

Mempelajari karakteristik pengunjung akan memberikan masukan kepada pengelola wisata untuk bisa berbenah diri (Safira et al., 2023). Ada dua jenis karakteristik wisatawan yang dapat dibedakan, yaitu karakteristik sosial-ekonomi dan karakteristik perjalanan wisata (Smith, 1989). Dalam (Citrawani, 2019). Ciri-ciri pengunjung antara lain :

1. Jenis kelamin terbagi atas perempuan dan laki-laki
2. Usia responden ketika survei dilakukan
3. Domisili responden
4. Latar Belakang Pendidikan
5. Jenis Pekerjaan
6. Pendapatan responden.

Kepuasan Pengunjung

Menurut Tjiptono & Chandra dalam (Jinayan, 2019) *Satisfaction* berasal dari gabungan dua kata Latin, yaitu "satis" yang berarti cukup baik atau memadai, dan "facio" yang berarti melakukan atau menghasilkan. Kepuasan dapat diinterpretasikan sebagai pencapaian atau pelaksanaan sesuatu yang memuaskan atau layak. Kepuasan merupakan elemen kunci dalam kesuksesan suatu bisnis, baik itu dalam penjualan barang maupun jasa. Dalam konteks perusahaan yang berorientasi pada pasar, usaha untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dilihat dari perspektif pelanggan sendiri, menjadi kunci utama keberhasilan perusahaan.

Menurut (Kotler, 2000) kepuasan adalah tingkat perasaan yang dialami seseorang setelah membandingkan hasil atau kinerja yang mereka alami dengan harapan yang dimilikinya. Berbeda dengan Tse dan Wilton dalam (Arista et al., 2019) kepuasan atau ketidakpuasan pengunjung merupakan respon mereka terhadap perbedaan antara harapan sebelumnya dan pengalaman yang sebenarnya. Kepuasan adalah faktor penting yang memengaruhi loyalitas. Semakin tinggi kepuasan, semakin tinggi loyalitas. Terkait dengan hal tersebut, (Zeithml, dkk, 2000) dalam (Jinayan, 2019) menyatakan bahwa kepuasan merupakan realisasi dari respon pengunjung. (Oliver, 1999) dalam (Jinayan, 2019) juga menyatakan bahwa kepuasan pengunjung adalah penilaian atas kesenangan dari pembelian produk atau pengalaman. Dengan kata lain, kepuasan pengunjung adalah penilaian pengunjung terhadap distribusi tertentu setelah atau sesudah pembelian.

Brown dalam (Citrawani, 2019) meyakini kepuasan konsumen adalah ketika kebutuhan, keinginan, dan harapan mereka terhadap suatu fasilitas sesuai dengan apa yang mereka alami saat mengunjungi objek wisata tersebut. Konsumen yang merasa puas cenderung akan mengunjungi destinasi wisata tersebut lagi dan lagi, juga lebih mungkin untuk berbelanja secara berlimpah di sana, serta bersedia mempromosikan destinasi tersebut kepada orang lain. Teori perilaku konsumen menyatakan bahwa kepuasan juga dipengaruhi oleh pengalaman yang memuaskan setelah menggunakan fasilitas tersebut.

Metode Pengukur Kepuasan Wisatawan

Salah satu yang menjadi daya tarik untuk meningkatkan kepuasan pengunjung adalah pelayanan, fasilitas dan amenitas (Morysa & Lubis, 2023). Menurut (Middleton, 2009) dalam (Fitriana & Sarmadi, 2019) keberhasilan suatu destinasi pariwisata dan keberhasilan industri pariwisata sebenarnya bergantung pada 3A, yaitu :

a. *Attraction*
   Menurut Karyo dalam (Apriadi & Junaid, 2022) menyatakan bahwa *attracion* atau tempat wisata melibatkan konsep tentang apa yang dapat dilihat, dilakukan, dan dibeli selama berkunjung. Daya tariknya meliputi atraksi alam seperti laut, iklim, flora, fauna, dan bentuk geografi lainnya, serta sumber daya alam yang berlimpah. Ada juga atraksi buatan seperti bangunan bersejarah, monumen, taman, pusat konvensi, dan sebagainya. Selain itu, terdapat atraksi budaya seperti pertunjukan tari, musik, perayaan agama, dan acara khusus, serta atraksi sosial lainnya.
b. *Accessibility*
   Menurut Yoeti yang dikutip dalam (Apriadi & Junaid, 2022) *accessibility* merupakan faktor yang membantu wisatawan mencapai tujuan wisata dengan mudah dari segi jarak, kecepatan, dan ketersediaan transportasi umum. Sedangkan Menurut Cooper *accessibility* merupakan faktor penting dalam pariwisata. Semua bentuk transportasi atau layanan transportasi yang menyediakan aksesibilitas dan memfasilitasi pergerakan wisatawan dari satu wilayah ke wilayah lainnya (Apriadi & Junaid, 2022). Hal ini mencakup insfrastruktur (jalan, tempat parkir, bandara, jalur kereta api dan pelabuhan) kapasitas transportasi menuju ke tempat tujuan, faktor operasional dan peraturan pemerintah.
c. *Amenities*
   Menurut Nawangsari et al., (2018) dalam (Apriadi & Junaid, 2022) Fasilitas adalah penyediaan fasilitas fisik yang disediakan oleh tempat wisata. Merujuk pada fasilitas dasar yang dapat digunakan pada tempat wisata dengan harapan pengunjung akan nyaman. Elemen-elemen yang mendukung kenyamanan para pengunjung di suatu tujuan wisata meliputi penginapan, tempat makan, sarana transportasi, toko suvenir, layanan informasi, serta fasilitas-fasilitas lainnya seperti pusat bahasa dan layanan kesehatan.

METODE

Desain Penelitian

Desain penelitian ini mencakup ringkasan dari semua tahapan yang terlibat dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian kualitatif. Data penelitian ini

diperoleh dari dokumentasi, dan kuesioner yang dibagikan kepada pengunjung. Menurut (Moleong, 2005) penelitian kualitatif melibatkan pengumpulan data dalam bentuk kata dan gambar, bukan dalam bentuk angka-angka.

Sumber Data Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2017) menyatakan bahwa dalam pemilihan sumber informasi narasumber ditentukan secara *purposive* atau sengaja dalam penelitian kualitatif, dengan memilih dengan pertimbangan dan tujuan tertentu. Dalam penelitian ini, terdapat dua jenis data yang digunakan, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer
   Data primer merupakan informasi yang diperoleh secara langsung melalui interaksi langsung atau pengamatan langsung dari sumber informasi. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui kuesioner yang disebarkan kepada pengunjung Pantai Tanjung Pinggir.
2. Data Sekunder
   Data sekunder merupakan sumber informasi yang tidak diperoleh secara langsung oleh pengumpul data misalnya dokumentasi (Sugiyono,2011) dalam (Dianto, 2018). Data sekunder dalam penelitian ini diambil dari berbagai sumber seperti jurnal, dokumen, buku, serta informasi yang terkait dengan topik yang sedang diteliti. Selain itu, data sekunder juga diperoleh dari internet sebagai salah satu media pendukung.

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi:

1. Observasi
   Observasi adalah suatu teknik atau pendekatan untuk melakukan analisis dan pencatatan secara rutin, yang tidak hanya melibatkan manusia tetapi juga objek-objek alam lainnya.
2. Wawancara
   Wawancara merupakan dialog yang memiliki tujuan khusus dan dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan orang yang diwawancarai memberikan jawaban atas pertanyaan atau pernyataan tersebut (Moleong, 2014). Peneliti mewawancarai para informan untuk mengumpulkan informasi mengenai permasalahan yang berkaitan dengan pembahasan proyek akhir ini. Saat melakukan wawancara digunakan panduan pertanyaan yang disusun menurut bidang perhatian dari masalah yang diteliti.
3. Kuesioner
   Kuesioner adalah metode pengumpulan data di mana pengunjung diberikan serangkaian pertanyaan tertulis yang harus dijawab (Sugiyono, 2015). Kuesioner ini di tujukan dengan karakteristik usia 17-50 tahun, jenis kelamin, pekerjaan, berapa lama tau objek wisata pantai Tanjung Pinggir dan jumlah kunjungan pengunjung minimal 2x. Dengan data yang diperoleh dari pengelola yang menunjukkan bahwa setiap minggunya hanya sekitar 50 tiket terjual, peneliti memutuskan untuk membatasi kunjungan menjadi dua kali dan hanya merekrut 20 responden yang sesuai dengan karakteristik yang ditentukan. Dalam penelitian ini, penggunaan skala Likert digunakan. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok terhadap fenomena sosial (sugiyono, 2015). Hasil dari kuesioner ini akan dijabarkan dalam bentuk deskriptif.
4. Studi Kepustakaan (*Library Research*)
   Adalah teknik yang dipakai untuk menghimpun data dan informasi, termasuk buku, dokumen, gambar, serta sumber-sumber perpustakaan lainnya yang mendukung penelitian ini.
5. Dokumentasi
   Dokumentasi adalah teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data mengenai berbagai topik dalam bentuk catatan, tesis, buku, dan jurnal, yang bertujuan untuk memperdalam pemahaman dalam penelitian. Dokumentasi merupakan sebuah alat pendukung dalam penelitian, termasuk di antaranya adalah gambaran tentang kondisi di Pantai Tanjung Pinggir.

Teknik Analisis Data

Analisis data adalah suatu metode yang dimanfaatkan oleh peneliti untuk menyelesaikan tantangan yang dihadapi. Teknik analisis yang diterapkan dalam penelitian ini adalah :

1. Reduksi Data
   Reduksi data bertujuan untuk menyempurnakan, mengkategorikan, memfokuskan, dan menghilangkan data yang tidak relevan, serta mengatur data tersebut sedemikian rupa sehingga memberikan gambaran yang lebih terperinci dan mempermudah pengumpulan data oleh peneliti. Dengan pendekatan ini, kesimpulan yang lebih tajam dapat ditarik dari data yang sudah dipangkas, dan peneliti dapat lebih mudah mengumpulkan serta menemukan data bila diperlukan. Perangkat elektronik seperti komputer membantu dalam proses reduksi data dengan memberikan kode-kode tertentu.
2. Penyajian Data
   Presentasi informasi dapat mengambil bentuk narasi ringkas, grafik, serta hubungan antar kategori dalam bentuk diagram alir. Dengan menyediakan informasi atau data, hal ini akan mempermudah pemahaman terhadap situasi yang terjadi dan merencanakan langkah selanjutnya berdasarkan pemahaman tersebut.
3. Penarikan Kesimpulan
   Membuat kesimpulan merupakan langkah selanjutnya dalam mereduksi dan menyajikan data. Informasi yang direduksi secara sistematis dan disajikan sebagai bahan untuk penarikan kesimpulan.

PEMBAHASAN

Tanjung Pinggir Beach, sebuah objek wisata alam, terletak di kecamatan Sekupang, Batam,



Provinsi Kepulauan Riau. Pantai ini membentang dari arah barat ke timur, kemudian melengkung ke utara menuju perairan Selat Singapura yang memisahkan Pulau Batam dan Singapura. Dengan demikian, pada hari cerah, pengunjung yang menghadap ke utara dapat menikmati pemandangan Singapura serta kawasan Marina Bay Sands. Bahkan, kita juga bisa melihat gedung pencakar langit Singapura. Berikut gambar pemandangan Singapura yang bisa dilihat oleh pengunjung.

Gambar 1. Pemandangan di Pantai Tanjung Pinggir Menghadap Singapore

Selain melihat pemandangan Singapura pengunjung juga bisa berenang, bermain pasir, berkemah dan menikmati *sunset* dan *sunrise* disini. Ciri-ciri pantai Tanjung Pinggir adalah pantainya yang landai, pasirnya berwarna cokelat, disekitar pantai terdapat populasi karang dan ombak yang relatif tenang. Untuk mencapai dan menikmati keindahan alam pantai ini, pengunjung dapat menempuh melalui jalur darat atau laut, untuk jalur darat pengunjung bisa menggunakan mobil, bus, sepeda motor dan lainnya untuk akses jalannya cukup baik, tapi apabila melalui jalur laut, pengunjung harus pergi ke pelabuhan dulu yakni pelabuhan Sekupang Batam. Jika sudah dari pelabuhan bisa lanjut lagi dengan memakai kapal kecil sekitar 10 menit.



Gambar 2. Pantai Tanjung Pinggir
Sumber : (Pantai Pedia, 2024)

Potensi Objek Wisata Pantai Tanjung Pinggir

1. *Attraction*
   Pantai Tanjung Pinggir dulunya memiliki beberapa permainan diantaranya *banana boat,* kano, *camping ground, outbound* dan *painball.* Namun menurut wawancara dengan pengelola, wahana tersebut sudah tidak dibuka lagi dalam beberapa tahun terakhir, dikarenakan pantai tanjung pinggir yang memiliki banyak karang sehingga tidak aman bagi pengunjung yang bermain *banana boat* dan kano. Saat ini pengunjung yang datang hanya bisa menikmati pemandangan Singapura, berenang, bermain pasir, berkemah, berfoto dan menikmati *sunset* dan *sunrise* disini. Pemandangan disekitar pantai Tanjung Pinggir ini membuat pengunjung nyaman saat berkunjung. Dibawah ini gambar pemandangan sunset di pantai Tanjung Pinggir.
2. *Accessibility*
   Aksesibilitas merupakan yang menghubungkan pengunjung dengan tempat wisata. Untuk mengakses pantai Tanjung Pinggir tidak memakan waktu yang lama karena letaknya yang dekat dengan pusat kota. Berikut beberapa aksesibilitas pantai tanjung pinggir:
   a) Akses kondisi jalan menuju pantai Tanjung Pinggir
      Dari hasil pengamatan, akses ke Pantai Tanjung Pinggir terlihat dalam kondisi yang baik, seperti yang ditunjukkan dalam Gambar 2. Jalan menuju pantai dilengkapi dengan penerangan atau lampu, dan terdapat rambu-rambu lalu lintas yang menyediakan kenyamanan dan keamanan bagi para wisatawan saat berkunjung ke objek wisata tersebut.
   b) Transpostasi menuju pantai Tanjung Pingir
      Banyaknya kendaraan yang digunakan untuk mengangkut wisatawan tergantung pada jarak dan kebutuhan kunjungan wisatawan. Wisatawan yang ingin mengunjungi Pantai Tanjung Pinggir dapat memanfaatkan kendaraan pribadi, menyewa mobil atau sepeda motor, atau menggunakan layanan taksi atau ojek daring.
3. *Amenities*
   Menurut (Rusvitasari dan Solihin, 2014) dalam (Ramadhani et al., 2021) amenitas merujuk pada beragam fasilitas yang disediakan bagi wisatawan untuk memenuhi kebutuhan mereka. Fasilitas-fasilitas seperti akomodasi, restoran, toilet umum, tempat istirahat, toko suvenir, tempat parkir, area ibadah, dan sebagainya diharapkan tersedia di suatu destinasi wisata. Dalam konteks penelitian ini, fasilitas-fasilitas di kawasan wisata Pantai Tanjung Pinggir dinilai berdasarkan tiga faktor utama: ketersediaan, kelengkapan, dan kondisi fisik. Berdasarkan hasil pengamatan, fasilitas wisata yang ada di sekitar Pantai Tanjung Pinggir dapat dilihat dalam tabel di bawah ini.

Tabel 2. ketersediaan fasilitas objek wisata pantai Tanjung Pinggir

No.		Ketersediaan	Kelengkapan	Kondisi Fisik

	Failitas wisata	**Ada**	**Tidak ada**	**Memadai**	**Tidak**	**Baik**	**Tidak**
1.	Tempat Parkir	√			√	√	
2.	Toilet Umum	√			√		√
3.	Kantin	√			√	√	
4.	Tempat Sampah	√		√		√	

Sumber: Data Diolah 2023

Melihat hasil tabel diatas dapat diambil kesimpulan bahwa fasilitas wisata yang tersedia di pantai Tanjung Pinggir sebesar 100% dimana 25% diantaranya mempunyai fasilitas yang memadai dan 75% mempunyai kondisi fisik yang baik. Pantai Tanjung Pinggir tidak memiliki loket, pintu masuk hanya dijaga oleh penjual tiket yang menjual tiket masuk dengan harga Rp.10.000 per orang. Lahan parkir yang tersedia kurang memadai karena tidak adanya tempat penyimpanan helm bagi kendaraan roda dua. Toilet umum tersedia namun tidak memadai, tempat sampah tersedia dengan kondisi baik, kantin juga tersedia dan kondisi fisik baik namun tidak dengan kelengkapannya karena tidak menyediakan banyak pilihan menu.

Strategi Pengembangan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pengunjung Di Pantai Tanjung Pinggir

Pantai tanjung pinggir merupakan objek wisata yang masih perlu pengembangan agar menjadi sebuah objek wisata yang banyak dikunjungi dan menjadi objek wisata yang baik. Pengembangan yang harus dilakukan adalah dari segi sarana dan prasarana, baik dari *attraction, accessibility,* dan *amenities* Di bawah ini disajikan beberapa strategi yang dapat digunakan oleh manajemen untuk mengembangkan objek wisata ini.

1. Meningkatkan prasarana maupun sarana wisata
   Pihak pengelola bisa bekerjasama dengan pihak pemerintah agar sarana dan prasarana di objek wisata ini semakin berkembang.
2. Melakukan perbaikan objek wisata
   Dari hasil pengamatan yang telah dilakukan oleh peneliti, masih terdapat banyak potensi objek wisata yang dapat dikembangkan menjadi atraksi menarik di pantai ini.
3. Melakukan promosi
   Pengelola bisa bekerja sama dengan pihak travel , influencer dan lainnya untuk mempromosikan pantai ini di berbagai media sosial seperti: instagram, facebook, youtobe, tiktok dan lain sebagainya, serta dengan media cetak seperti: brosur, baliho dan lainnya.
4. Melakukan kerjasama dengan pihak pengelola objek pariwisata
   Diperlukan kerja sama antara pengelola dengan pihak-pihak yang terlibat dalam industri pariwisata, seperti hotel dan penginapan di sekitar lokasi, hal ini diperlukan untuk mempermudah pengunjung yang ingin menikmati suasana pantai yang lebih lama dan ingin menginap.
5. Mengadakan kegiatan yang unik
   Pengelola bisa mencoba mengadakan kegiatan yang unik minimal 1 bulan sekali seperti live musik, festival kebudayaan, pameran seni dan lain sebagainya. Sehingga, akan menarik pengunjung untuk datang ke objek wisata ini.

Pembahasan

Berikut adalah penyajian penilaian pada kuesioner yang diisi oleh responden sebanyak 20 orang.

Tabel 3. Hasil jawaban dari kuesioner berdasarkan persentase pada *attraction, accessibility,* dan *amenities*

NO.	**Pertanyaan**	**Persentase**	**Keterangan**
Attraction			
1.	Apakah pemandangan dan suasana pantai tanjung pinggir sangat indah dan nyaman?	65%	Setuju
2.	Apakah kondisi pantai tanjung pinggir terawatt dengan baik dan bersih?	70%	Setuju
3.	Apakah terdapat lokasi untuk foto yang menarik disekitar pantai?	65%	Setuju
4.	Apakah pengunjung merasa senang berada di pantai tanjung	50%	Setuju

NO.	Pertanyaan	Persentase	Keterangan
	pinggir?		
5.	Apakah pengunjung dapat melakukan aktivitas bersama di sekitar pantai (seperti menjelajahi pantai, berkumpul dengan keluarga, *camping*, dan menikmati bermain air di area objek wisata?	60%	Setuju
Accessibility			
1.	Apakah akses jalan menuju pantaitanjung pinggir sangat baik dan mudah di tempuh?	70%	Setuju
2.	Apakah terdapat sarana transportasi yang memudahkan pengunjung menuju pantai tanjung pinggir?	75%	Setuju
3..	Apakah terdapat rambu-rambu lalu lintas dan lampu jalan yang memudahkan pengunjung menuju pantai tanjung pinggir?	75%	Setuju
4.	Apakah harga tiket masuk pantai tanjung pinggir	55%	Setuju
	terjangkau?		
5.	Apakah pengunjung tidak kesulitan mendapatkan signal handphone?	70%	Setuju
Amenities			
1.	Apakah tersedia tempat parkir yan luas di pantai tanjung pinggir?	60%	Sangat Setuju
2.	Apakah kondisi toilet umum memadai dan terawat dengan baik di pantai tanjung pinggir?	90%	Tidak Setuju
3.	Apakah tersedia kantin dan pedagang ain di pantai tanjung pinggir?	70%	Setuju
4.	Apakah terdapat fasilitas tempat sampah di pantai tanjung pinggir?	60%	Setuju
5.	Apakah terdapat air bersih di pantai tanjung pinggir?	70%	Setuju

Sumber: Data Diolah 2023

Dari data yang telah dikumpulkan, disusun kembali, dan disajikan, dapat disimpulkan bahwa 65% pengunjung setuju pemandangan dan suasana pantai tanjung pinggir sangat indah dan nyaman, 70% pengunjung setuju kondisi pantai tanjung pinggir terawat dengan baik dan bersih, 65% pengunjung setuju terdapat lokasi untuk foto yang menarik

disekitar pantai, 55% pengunjung setuju merasa senang berada di pantai tanjung pinggir, 60% pengunjung setuju dapat melakukan aktivitas bersama di sekitar pantai (seperti menjelajahi pantai, berkumpul dengan keluarga, *camping*, dan menikmati bermain air di area objek wisata). 70% pengunjung setuju akses jalan menuju pantai tanjung pinggir sangat baik dan mudah di tempuh, 75% pengunjung setuju terdapat sarana transportasi yang memudahkan pengunjung menuju pantai tanjung pinggir, 75% pengunjung setuju terdapat rambu-rambu lalu lintas dan lampu jalan yang memudahkan pengunjung menuju pantai tanjung pinggir, 55% pengunjung setuju terdapat fasilitas tempat sampah di pantai tanjung pinggir, 70% pengunjung setuju tidak kesulitan mendapatkan signal handphone, 60% pengunjung sangat setuju tersedia tempat parkir yan luas di pantai tanjung pinggir, 90% tidak setuju kondisi toilet umum memadai dan terawat dengan baik di pantai tanjung pinggir, 70% pengunjung setuju tersedia kantin dan pedagang ain di pantai tanjung pinggir, 60% pengunjung setuju terdapat fasilitas tempat sampah di pantai tanjung pinggir, 70% pengunjung setuju terdapat air bersih di pantai tanjung pinggir. Nilai rata-tata total dari *attraction, accessibility* dan *amenities* adalah 4, namun belum dapat memberikan kepuasan bagi konsumen pengelola masih perlu melakukan perbaikan untuk meningkatkan kepuasan terutama pada *attraction, accessibility* dan *amenities.*

SIMPULAN

Dari penelitian ini, peneliti memperoleh kesimpulan, yaitu: (1) kepuasan pengunjung terhadap faktor attraction sebesar 62%, (2) kepuasan pengunjung terhadap faktor attraction sebesar 69%, (3) kepuasan pengunjung terhadap faktor attraction sebesar 70%. Mengingat secara keseluruhan nilai kepuasan pengunjung masih terlalu minim, maka diharapkan pihak pengelola objek wisata melakukan perbaikan dari 3 aspek ini agar dapat lebih menarik banyak pengunjung di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

Apriadi, D., & Junaid, M. T. (2022). *Pengaruh Attraction,Amenities, Accessbility dan Infrastructure Terhap Kepuasan Konsumen Pada Objek Wisata Taman Berlabuh*. *1*(1).

Arista, A., Mahesa, Y., & Roidelindho, K. (2019). Analisis Tingkat Kepuasan Pengunjung di Pantai Mirota, Kota Batam. *Snistek*, *2*(September), 42.

As Shiddiqi, R., Supardi, & Lubis, A. L. (2023). Analisis Keterampilan Pribadi Room Attendant Untuk Meningkatkan Kepuasan Pengunjung the Golden Bay Hotel Batam. *Jurnal Mekar*, *2*(1), 28–33. https://doi.org/10.59193/jmr.v2i1.159

Citrawani. (2019). Pengaruh Fasilitas Objek Wisata Terhadap Kunjungan Wisatawan Pada Objek Wisata Pantai Topejawa Kabupaten Takalar. In *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi* (Vol. 2, Issue 1). Universitas Muhammadiyah Makassar.

Dianto, A. R. (2018). Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Di The Body Art Fitness & Aerobic Surabaya. *Jurnal Kesehatan Olahraga*, *2*(2), 225 – 236.

Fitriana, R., & Sarmadi, K. A. (2019). Pengaruh Daya Tarik Taman Potret Terhadap Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Kraith-Humaniora*, *3*(3), 155–162.

Giovani, Wibowo, A., & Lubis, A. L. (2023). Implikasi Tingkat Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Masjid Jabal Arafah Destinasi Kota Batam. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, *12*(2), 655–666. https://doi.org/10.47492/jih.v12i2.2984.

Jefri, Supardi, & Lubis, A. L. (2023). Peranan Room Attendant Dalam Upaya Meningkatkan Pelayanan Terhadap Tamu di Hotel Golden View. *Jurnal Mekar*, *2*(1), 34–38. https://doi.org/https://doi.org/10.59193/jmr.v2i1.150

Jinayan. (2019). *Survei Tingkat Kepuasan Pengunjung Terhadap Objek Wisata Pantai Topejawa Di Kabupaten Takalar*. Universitas Negeri Makassar.

Kotler, P. (2000). Marketing Management, Millenium Edition. In N. J. P.-H. Upper Saddle River (Ed.), *Marketing Management: The Millennium Edition* (10th ed.).

Mabruroh, S. K., Supardi, & Lubis, A. L. (2023). Pengaruh Instagram Terhadap Keputusan Pengunjung Untuk Berwisata ke Mega Wisata Ocarina Kota Batam. *Jurnal Sistem Informasi & Manajemen*, *11*(3), 388–398.

Moleong. (2005). *Data primer, yaitu data yang diperoleh dari hasil wawancara secara dan pengamatan secara mendalam kepada para informannya*. 1.

Morysa, J., & Lubis, A. L. (2023). Daya Tarik Wisata Puncak Beliung Batam : Pengaruh Amenitas , Pelayanan , dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Kepariwisataan Dan Hospitalitas*, *7*(2), 279–292.

Nuraeni L. (2018). *Analisis Kepuasan Pengunjung Pada Objek Wisata Pantai Galesong Di Kabupaten Takalar Provinsi Sulawesi Selatan* (Issue 3). Universitas Muhammadiyah Makassar.

Pantai Pedia. (2024). *Pantai Tanjung Pinggir*.

Pemerintah Republik Indonesia. (2009). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009* (Vol. 2, Issue 5).

Safira, P., Wibowo, A., & Lubis, A. L. (2023). Karakteristik Pengunjung Objek Wisata Piugus Resort Desa Belibak di Kepulauan Anambas

Riau. *Journal of Tourism and Interdisciplinary Studies*, *3*(2), 84–98. https://jotis.triatmamulya.ac.id/index.php/jotis/article/view/122

JURNAL MEKAR Volume 2. No.2. Oktober 2023 E-ISSN 2829-4114
DOI: 10.59193 E-ISSN 2829-4009

STRATEGI PENINGKATAN SANITASI *ROOM ATTENDANT* UNTUK MENCIPTAKAN CITRA POSITIF PADA SAHID BATAM CENTER HOTEL & CONVENTION

Nurul Fakhri
Prodi Manajemen Divisi Kamar, Politeknik Pariwisata Batam
nrlfyi@gmail.com

Supardi
Prodi Manajemen Divisi Kamar, Politeknik Pariwisata Batam
supardimm14@gmail.com

Arina Luthfini Lubis
Prodi Manajemen Divisi Kamar, Politeknik Pariwisata Batam
a.luthfinilubis@gmail.com

ABSTRACT

Sanitation, which encompasses the maintenance of both personal and environmental cleanliness, serves as a pivotal measure in preventing the spread of diseases, particularly in communal settings such as the Sahid Batam Center Hotel & Convention. Within the context of this establishment, the focus of this study lies in investigating the sanitation management strategies employed by room attendants to bolster the hotel's favorable perception. Employing qualitative methodologies, the research involved in-depth interviews with key personnel from the housekeeping department, including the executive housekeeper, housekeeping supervisor, and room attendant, alongside soliciting feedback from a guest. The findings underscore the meticulous adherence to sanitation protocols and cleanliness standards as outlined in the Standard Operating Procedures (SOP). It becomes apparent that such stringent adherence not only mitigates the occurrence of undesirable incidents but also fosters an environment conducive to promoting positive perceptions of the Sahid Batam Center Hotel & Convention. Notably, guests' responses affirm the efficacy of these efforts, citing the establishment's commendable hygiene standards and the exemplary warmth exhibited by its staff towards patrons. This confluence of factors underscores the hotel's commitment to not only maintaining optimal cleanliness but also cultivating a hospitable ambiance that enhances its overall image.

Keywords: Strategy, Sanitation, Room Attendant, Positive Image, Hotel

PENDAHULUAN

Sanitasi dalam konteks public health sanitation atau di tempat-tempat umum adalah upaya preventif untuk mencegah penularan penyakit yang menekankan pada pemeliharaan kebersihan dan kesehatan lingkungan di area yang melayani masyarakat umum. Hal ini melibatkan aktivitas dan tindakan-tindakan yang bertujuan untuk memastikan kebersihan dan kesehatan tempat-tempat umum secara menyeluruh, baik dari segi fisik maupun psikologis, guna mencegah penularan penyakit, kecelakaan, serta memperhatikan aspek estetika yang dapat memengaruhi penghuni, pengguna, dan masyarakat sekitarnya. Tempat-tempat umum, termasuk area publik yang dikelola secara komersial, atau yang memiliki tingkat kunjungan yang tinggi, seperti hotel, pasar, mal, tempat rekreasi, kolam renang, terminal, bandara, bioskop, pelabuhan laut, dan berbagai jenis usaha lainnya, wajib menjaga sanitasi lingkungannya untuk mencegah penyebaran penyakit dan meningkatkan kesejahteraan umum (Firdanis *et al.*, 2021). Dalam konteks makanan, sanitasi merujuk pada praktik atau upaya untuk menerapkan dan mempertahankan kondisi yang dapat menghindari kontaminasi makanan atau mencegah terjadinya penyakit yang disebabkan oleh konsumsi makanan (*foodborne illness* atau *foodborne disease*), (Mularsari, 2022).

Sanitasi merupakan ilmu yang memfokuskan pada penyediaan fasilitas dan layanan yang aman untuk pembuangan limbah, seperti feses dan urine. Dengan sistem sanitasi yang baik, kesehatan masyarakat dapat terjaga dengan mencegah kontak langsung manusia dengan kotoran dan bahan buangan berbahaya lainnya. Selain itu, sanitasi juga memberikan pemahaman tentang pentingnya mencuci tangan dengan sabun sebagai salah satu praktik higienitas yang penting. Tujuan utama dari sanitasi adalah untuk melindungi kesehatan manusia dengan menciptakan lingkungan yang bersih, sehingga penularan penyakit, terutama melalui jalur fekal-oral, dapat dihentikan. Salah satu contoh dampak positif dari sanitasi yang memadai adalah mengurangi risiko

terjadinya diare, yang merupakan penyebab utama malnutrisi dan hambatan pertumbuhan pada anak-anak. Keberadaan penyakit menular seperti askariasis, kolera, hepatitis, poliomielitis, schistosomiasis, dan trakoma dapat dicegah dengan tingkat sanitasi yang memadai di masyarakat (Wikipedia, 2023).

Sanitasi lingkungan memiliki implikasi yang sangat luas dalam kehidupan manusia. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh WHO, ditemukan bahwa tingkat kematian (mortalitas), tingkat penyakit (morbiditas), dan kejadian epidemi penyakit lebih tinggi di daerah yang sanitasi dan kebersihan lingkungannya rendah, seperti daerah yang banyak dihuni oleh lalat, nyamuk, dan terdapat banyak sampah (Muliyadi, Muhlisa and Mustafa, 2020).

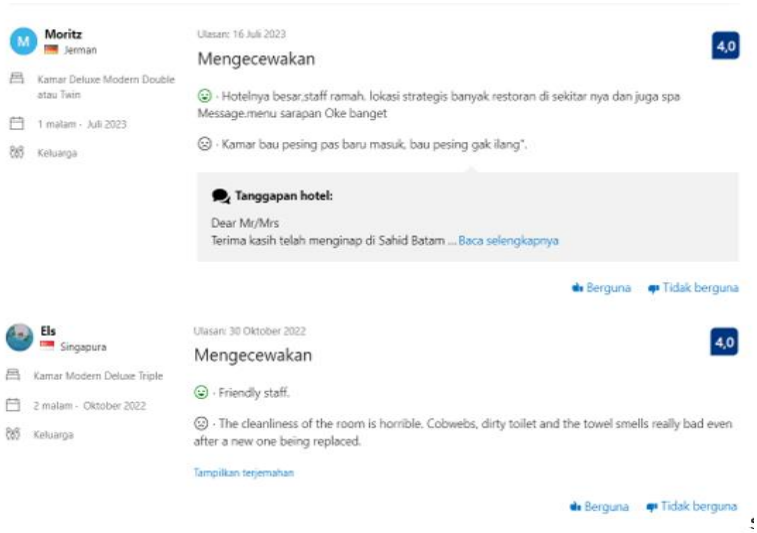
Hygiene, menurut Departemen Kesehatan Indonesia, merupakan upaya pencegahan penyakit dengan menjaga dan melindungi kebersihan individu. Contohnya, mencuci tangan untuk mempertahankan kebersihan diri, dan membuang bagian makanan yang telah rusak untuk menjaga keseluruhan keutuhan makanan. Sanitasi makanan adalah salah satu strategi pencegahan yang memfokuskan pada tindakan-tindakan yang diperlukan untuk mencegah risiko-risiko yang dapat mengganggu kesehatan, mulai dari tahap produksi hingga konsumsi oleh masyarakat atau konsumen. Tujuan sanitasi makanan adalah untuk melindungi konsumen dari berbagai penyakit, memastikan keamanan dan kebersihan makanan, serta mengurangi pemborosan makanan. Dalam pengelolaan makanan, terdapat dua prinsip yang harus ditekankan, yaitu sanitasi dan hygiene (Mularsari, 2022).

Dari kutipan (Lapotulo *et al.*, 2023) Sanitasi merupakan salah satu elemen penting dalam rantai penularan penyakit melalui lingkungan, yang membutuhkan pengawasan yang ketat (Ehler & Steel, 1979). Fokus sanitasi adalah pada upaya konkret dalam mencapai kondisi kebersihan seperti melakukan pembersihan, sterilisasi, pengaturan ruangan, pengendalian hama, dan sebagainya. Dengan demikian, hygiene menjadi tujuan utama dan sanitasi menjadi langkah konkret untuk mencapai tujuan tersebut. Sanitasi bermakna membersihkan secara menyeluruh atau menciptakan lingkungan yang sehat dan bersih secara keseluruhan (West dkk, 2006). Sanitasi merupakan bagian dari upaya kesehatan yang bertujuan untuk menjaga kebersihan baik dari individu maupun lingkungannya. Ini melibatkan tindakan-tindakan seperti menyediakan tempat sampah yang sesuai agar sampah tidak dibuang sembarangan (Yulianto dkk, 2020).

Sanitasi merupakan aspek yang vital namun seringkali sulit untuk diwujudkan. Hal ini disebabkan karena menjaga keseimbangan lingkungan bukanlah tugas yang mudah, terutama di tengah banyaknya faktor negatif yang dapat merusak lingkungan. Namun, hal ini bisa dicapai dengan menciptakan lingkungan yang sehat dalam berbagai aspek kehidupan dan memperhatikan keseimbangan lingkungan. Dengan demikian, kita dapat menciptakan lingkungan yang bersih dan sehat di mana komponen biotik dan abiotiknya terjaga kelestariannya. Secara ringkas, sanitasi merupakan upaya untuk mengurangi risiko penyakit yang disebabkan oleh lingkungan yang kotor. Dalam prosesnya, kita harus membudayakan kebiasaan hidup bersih dan sehat agar terhindar dari ancaman kesehatan dari barang-barang yang kotor. Salah satu caranya adalah dengan melakukan sosialisasi, pelatihan standarisasi kebersihan (Supardi *et al.*, 2024) serta praktek langsung proses kebersihan di lingkungan kerja (Lubis *et al.*, 2024). Selain itu, menurut Sri Rejeki & Gunadi Dwi Hantoro dalam buku Sanitasi, Hygiene & Keselamatan Kerja, Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) mendefinisikan sanitasi sebagai usaha untuk mengendalikan semua faktor lingkungan fisik manusia yang berpotensi menimbulkan dampak buruk pada kesehatan fisik dan mental manusia (Gramedia literasi, 2023) .

Dari teori – teori yang di temukan betapa pentingnya sanitasi di suatu perusahaan atau tempat tempat umum agar terhidarnya dari penularan penyakit yang tidak di inginkan, apalagi di industri pariwisata khususnya di dunia perhotelan. Dari semua kalangan anak anak hingga orang dewasa melakukan perjalanan atau liburan, dari wisatawan lokal hingga mancanegara sehingga butuhnya penangan khusus yang di berikan oleh pihak hotel kepada tamu agar bisa memutuskan mata rantai penularan penyakit yang di bawa oleh tamu, pihak hotel harus memiliki sistem sanitasi yang baik agar bisa menjaga dan menjamin kesehatan tamu serta para staf hotel lainnya.

Dari hasil observasi yang dilakukan penulis di *Room Attendant* Sahid Batam Center Hotel & Convention terdapat suatu permasalahan bahwa salah satu tamu yang menginap merasa kurang puas terhadap kualitas kebersihan kamar yang dihuni oleh tamu tersebut, terutama masalah kebersihan sanitasi bathroom. Hal ini dapat dilihat dari komentar atau *Guest comment* diberikan oleh tamu.



Gambar 1. *Guest comment* (Booking.com, 2023)

Berdasarkan ulasan negatif yang ditemukan oleh peneliti di *Booking.com*, terjadi dua insiden pada tahun 2023. Yang pertama terjadi pada bulan Juli dan yang kedua terjadi pada bulan Oktober. Kedua tamu tersebut berasal dari negara yang berbeda. Mr. Mortiz, yang berasal dari Jerman, mengeluhkan adanya aroma yang tidak sedap di kamar tempatnya menginap. Sedangkan, Mrs. Els mengeluhkan kurangnya kebersihan di kamar, dengan adanya sarang laba-laba dan aroma yang tidak sedap yang berasal dari toilet serta handuk yang tidak berbau segar. Berdasarkan komentar dari kedua tamu ini, terlihat bahwa masalah kebersihan merupakan salah satu permasalahan yang ada di kamar hotel Sahid.



Gambar 2. *Guest comment* (Traveloka.com, 2023)

Selain dari aplikasi Booking.com, peneliti juga mendapatkan komentar negatif dari tamu melalui aplikasi Traveloka.com. Fenomena ini terjadi sepanjang tahun 2022 dan 2021, sebagaimana yang terperhatikan oleh peneliti, menunjukkan bahwa keluhan negatif secara periodik muncul setiap tahun atau beberapa bulan sekali. Kehadiran keluhan tersebut menimbulkan perhatian khusus peneliti terhadap standar sanitasi yang dijalankan di Sahid Batam Center Hotel & Convention. Oleh karena itu, peningkatan kualitas sanitasi menjadi fokus utama dalam upaya untuk meningkatkan pengalaman tamu dan memastikan reputasi hotel yang terjaga dengan baik.

Dengan mengacu pada konteks yang telah diuraikan, penulis bermaksud untuk melakukan sebuah penelitian yang berjudul "Strategi peningkatan sanitasi *room attendant* untuk menciptakan citra positif pada Sahid Batam *Centre* Hotel & *Convention*."

KAJIAN PUSTAKA

Room Attendant

Room Attendant memiliki peran penting dalam meningkatkan kualitas layanan di hotel dengan rutin membersihkan kamar setiap hari saat tamu *check-in*, *check-out*, maupun saat kamar kosong (*vacant*), sehingga selalu terjaga kebersihan dan kenyamanannya. Prioritas utama adalah memastikan kepuasan tamu, yang merupakan hal yang sangat penting dan harus diperhatikan dengan seksama (Perdana, 2021).

Room attendant merupakan bagian dari departemen *Housekeeping* yang bertanggung jawab untuk menjaga kebersihan, keteraturan, kenyamanan, dan kelengkapan dari setiap kamar hotel. Mereka diharapkan memiliki penampilan yang baik dan rapi, termasuk dalam hal perilaku yang jujur dan sopan santun terhadap tamu, atasan, rekan kerja, dan orang lain. Untuk petugas pria, mereka biasa disebut sebagai *Room Boy*, sementara untuk petugas wanita disebut sebagai *Room Maid*. Bagian tata graha, khususnya seksi kamar, memiliki tuntutan untuk memberikan pelayanan yang istimewa kepada tamu melalui kerja sama dengan *room attendant* agar tamu merasa puas selama menginap di hotel, dengan harapan mereka akan menjadi pelanggan tetap hotel tersebut (Dewantara, 2019).

Sanitasi

Secara umum, sanitasi adalah upaya individu untuk memastikan kondisi lingkungan, terutama aspek fisik seperti tanah, air, dan udara, memenuhi persyaratan kesehatan. Menurut World Health Organization (WHO), sanitasi mencakup pengendalian terhadap semua faktor lingkungan fisik manusia yang memiliki potensi untuk mengakibatkan dampak negatif terhadap kehidupan manusia, baik dari segi fisik maupun mental (Aan Fatahudin, 2018).

Menurut (Bungawati, 2023) sanitasi hotel adalah proses pembersihan dan pengelolaan kebersihan hotel yang bertujuan untuk untuk mencegah terjadinya penyebaran penyakit dan menjaga kesehatan tamu dan karyawan. Sanitasi hotel mencakup berbagai tindakan mulai dari pembersihan kamar, tempat tidur, linen, hingga pengolahan makanan dan minuman di restoran dan bar hotel. Fokus utama dari sanitasi adalah untuk menghambat penyebaran penyakit serta menjaga kesehatan manusia dengan mengurangi risiko yang ditimbulkan oleh lingkungan yang tidak higienis. Praktik sanitasi yang efektif dapat mengurangi insiden penyakit seperti diare, kolera, tifus, dan sebagainya.

Citra Positif

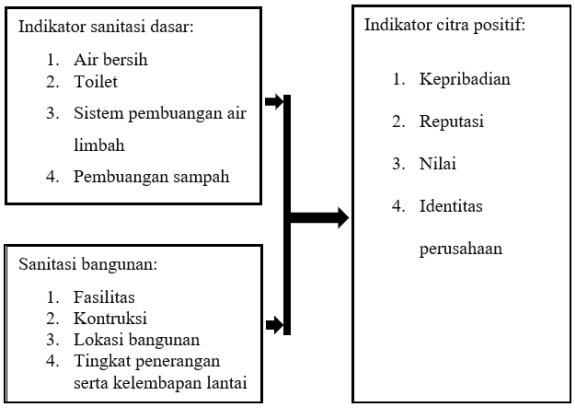
Kepercayaan positif merupakan salah satu modal terpenting bagi perusahaan atau organisasi yang harus senantiasa diperhatikan dan dijaga. Kepercayaan yang baik merupakan alat yang kuat, tidak hanya untuk menarik minat konsumen dalam memilih produk atau perusahaan, tetapi juga dapat meningkatkan sikap dan kepuasan pelanggan terhadap perusahaan tersebut (Maulyan *et al.*, 2022).

Membangun citra positif adalah hal yang sangat krusial bagi divisi hubungan masyarakat (humas), sehingga citra tersebut dapat diterima dengan baik oleh masyarakat umum dan pemerintah. Komunikasi yang efektif dan keterbukaan merupakan faktor penting dalam upaya membangun citra positif tersebut. Dalam proses membangun citra positif, humas dapat memanfaatkan bantuan media sebagai alat untuk menyampaikan informasi. Media cetak seperti koran dan majalah, media elektronik seperti radio dan televisi, serta media digital seperti internet merupakan beberapa bentuk media yang bisa dimanfaatkan. Khususnya dalam era globalisasi saat ini, dengan perkembangan teknologi yang pesat, aliran informasi menjadi semakin cepat dan memungkinkan masyarakat untuk dengan mudah mengakses informasi tersebut (Purwo and Puspasari, 2020).

Membangun citra yang baik dapat dicapai dengan memberikan pelayanan yang melampaui harapan tamu atau pelanggan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Peningkatan loyalitas pelanggan harus dimulai dengan pihak hotel menekankan pentingnya kesetiaan dan tanggung jawab karyawan dalam mencapai kesuksesan hotel (Normasari dkk, 2013).

Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir ini digunakan sebagai panduan berpikir bagi peneliti untuk mengatasi masalah penelitian. Penulis menyajikan kerangka berpikir ini dalam bentuk diagram sebagai berikut:



Gambar 3. Kerangka Berpikir (Data Diolah, 2023)

METODE

Desain Penelitian

eneliti akan mengadopsi pendekatan kualitatif pada penelitian kali ini. Pemilihan metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif didasarkan pada sifat permasalahan yang akan diselidiki dalam penelitian ini, terkait dengan "Strategi Peningkatan Sanitasi Room Attendant untuk Menciptakan Citra Positif pada Sahid Batam Centre Hotel & Convention". Keputusan ini sejalan dengan konsep penelitian kualitatif yang dinyatakan oleh Danin dalam (Yuri Pradika a, 2023), di mana penelitian kualitatif meyakini bahwa kebenaran bersifat dinamis dan dapat ditemukan melalui penyelidikan terhadap individu melalui interaksi mereka dalam konteks sosial mereka. Pendekatan kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena sosial, dan menerapkan strategi interaktif dan fleksibel dalam mengeksplorasi perspektif partisipan.

Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder, sesuai dengan (Sugiyono, 2018) disebutkan bahwa:

1) Data primer
   Sumber data primer adalah sumber data yang diperoleh langsung oleh peneliti dari sumbernya. Dalam penelitian ini, data primer berasal dari observasi dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti di Sahid Batam Centre Hotel & Convention.
2) Data Sekunder
   Sumber data sekunder adalah sumber data yang tidak diperoleh langsung oleh peneliti dari sumbernya, melainkan melalui perantara seperti orang lain atau dokumen. Sumber data sekunder berperan sebagai tambahan yang membantu melengkapi data primer. Dalam penelitian ini, data sekunder yang digunakan diperoleh dari berbagai sumber seperti jurnal, artikel, internet, serta platform-platform lainnya seperti traveloka, agoda, dan sebagainya yang relevan dengan penelitian ini.

Adapun yang menjadi narasumber di bawah ini adalah:

Tabel 1. Subyek Penelitian

No	Nama	Subyek Penelitian	Lama Bekerja / Menginap
1	Sahriel	*Executive Housekeeper*	6 tahun bekerja
2	Sakek	*Housekeeping Supervisor*	6 tahun bekerja
3	Khairul Amri	*Room Attendent*	1 tahun bekerja
4	Rizka	*Tamu Hotel*	3 hari menginap

Sumber :Data olahan penulis 2023

Teknik Pengumpulan Data

Metode yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data penelitian ini ada beberapa variasi. Penggunaan pendekatan kualitatif pada penelitian ini memerlukan data yang mendalam dan spesifik, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi.

1) Observasi
   Marshall (1995) dalam (Wekke, 2019) menjelaskan bahwa observasi merupakan metode untuk memahami sikap individu pada kondisi sosial tertentu dengan mengamati dan mencatat semua gejala atau fenomena yang diteliti. Sugiyono (2016) dalam (Hakim and Saragih, 2019) mengungkapkan bahwa observasi memiliki karakteristik yang khas dibandingkan dengan teknik pengumpulan data lainnya, seperti wawancara dan kuesioner. Berbeda dengan wawancara dan kuesioner yang melibatkan interaksi dengan orang, observasi tidak hanya terbatas pada individu, tetapi juga mencakup objek-objek alam lainnya. Melalui observasi ini, peneliti dapat memperoleh informasi yang akurat dan mendalam mengenai Sahid Batam Centre Hotel & Convention, termasuk pemahaman tentang perilaku orang-orang di dalamnya.
2) Wawancara
   Wawancara adalah salah satu bentuk komunikasi verbal yang merupakan percakapan antara peneliti dan subjek penelitian dengan tujuan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Dalam metode ini, kreativitas pewawancara sangat penting karena hasil wawancara sangat bergantung pada kemampuan peneliti dalam mengajukan pertanyaan, mencatat, dan menafsirkan setiap jawaban (Dr. H. Zuchri Abdussamad, S.I.K., 2021). Herdiansyah (2013:31) dalam (Wekke, 2019) menjelaskan bahwa wawancara adalah proses interaksi komunikasi antara dua atau lebih orang dalam suasana alami, di mana pembicaraan berfokus pada tujuan yang telah ditetapkan dengan membangun kepercayaan sebagai dasar utama dalam memahami informasi. Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung dengan narasumber, di mana wawancara langsung dilakukan dengan peneliti hadir langsung di Sahid Batam Centre Hotel & Convention, sedangkan wawancara tidak langsung dilakukan melalui media komunikasi sosial. Penelitian ini menggunakan metode wawancara terstruktur, di mana peneliti menyusun daftar pertanyaan yang sesuai dengan informasi yang dibutuhkan dan bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang jelas dan mendalam dari narasumber.
3) Dokumentasi
   Dokumentasi, menurut (Sugiyono, 2020) merujuk pada pencatatan peristiwa yang telah terjadi di masa lampau. Dokumen dapat berupa berbagai bentuk, seperti gambar, misalnya foto, gambar bergerak, dan sketsa. (Arikunto, 1998) mendefinisikan metode dokumentasi sebagai upaya untuk mengumpulkan data melalui berbagai sumber seperti catatan, transkrip, majalah, buku, koran, laporan, prasasti, notulen, dan sebagainya. Dalam konteks penelitian kualitatif, teknik pengumpulan data melalui dokumentasi menjadi pendukung utama hasil wawancara dan observasi di Sahid Batam Centre Hotel & Convention. Jenis data yang diperoleh dari dokumentasi dapat berupa bukti fisik seperti dokumen atau pendapat, teori, atau hukum yang terkait dengan objek penelitian.

Teknik Analisis Data

Tahap ini dilakukan setelah pengumpulan data, di mana data yang telah terkumpul dari observasi, wawancara, dan dokumentasi akan diolah melalui proses analisis. Menurut (Sugiyono, 2020), analisis data merupakan proses sistematik untuk mengidentifikasi, mengorganisir, dan menyusun data yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi. Proses ini melibatkan pengelompokan data ke dalam kategori, penjabaran ke dalam unit-unit yang lebih kecil, sintesis, pembentukan pola, pemilihan informasi yang relevan untuk dipelajari, serta penarikan kesimpulan sehingga hasilnya dapat

dipahami dengan mudah oleh peneliti sendiri maupun orang lain.

1) Pengumpulan Data
   Menurut (Sugiyono, 2020) pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik, seperti wawancara, kuesioner, observasi, dan kombinasi dari ketiganya.
2) Reduksi Data
   Menurut (Sugiyono, 2020), Reduksi data melibatkan rangkuman, pemilihan informasi penting, penemuan tema dan pola, serta fokus pada hal-hal yang esensial. Data yang telah direduksi memberikan gambaran yang lebih terperinci dan memfasilitasi proses pengumpulan data berikutnya, serta memudahkan peneliti dalam menemukan data tambahan jika diperlukan. Dalam proses reduksi data, hanya informasi yang relevan dengan permasalahan penelitian yang dipertahankan, sementara informasi yang tidak relevan dibuang. Dengan demikian, reduksi data bertujuan untuk memperdalam analisis, mengelompokkan, memusatkan perhatian pada informasi yang penting, serta mengorganisasi data agar memudahkan penarikan kesimpulan oleh peneliti.
3) Penyajian Data
   Tahap berikutnya setelah data hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi direduksi adalah menyajikan data tersebut. Menurut (Sugiyono, 2020) data dapat disajikan dalam berbagai bentuk, seperti narasi singkat, grafik, hubungan antar kategori, diagram alir, dan lain sebagainya. Namun, dalam penelitian kualitatif, penyajian data yang paling umum adalah melalui teks naratif. Penyajian data ini membantu pembaca dalam memahami informasi yang disampaikan.
4) Penarikan kesimpulan
   Langkah terakhir adalah penarikan kesimpulan atau verifikasi data. Setelah data dikumpulkan, direduksi dan disajikan, hasil data tersebut ditarik kesimpulan. Menurut (Sugiyono, 2020) kesimpulan dalam penelitian kualitatif dapat memberikan jawaban terhadap rumusan masalah yang telah dirumuskan pada awalnya, namun hal ini tidak selalu terjadi. Hal ini karena masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif cenderung bersifat dinamis dan dapat berkembang seiring dengan perkembangan penelitian di lapangan. Dalam penelitian ini, kesimpulan diperoleh dengan membandingkan teori dan definisi yang telah disajikan dalam landasan teori dengan bukti yang ditemukan di lapangan melalui hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan narasumber dari Sahid Batam Centre Hotel & Convention.

PEMBAHASAN

Sahid Batam Center Hotel and Convention berada di Pulau Batam, di daerah pusat kota Batam Center. Hotel ini mulai beroperasi pada tanggal 8 Agustus 2016 dan beralamat di Jalan Raja H. Fisabilillah, Komplek Raffles City Blok E 6-9, Batam Center, Kepulauan Riau, Indonesia. Hotel bintang tiga ini awalnya dipimpin oleh Bapak Thomas sebagai General Manager. Namun, pada bulan Juli 2017, manajemen memutuskan untuk mengganti pimpinan. Sejak saat itu, Sahid Batam Center Hotel and Convention dipimpin oleh Bapak Eriawan Wibowo sebagai General Manager.



Gambar 4.1 Lobby Sahid Batam Centre Hotel & Convention (Sumber : sahidbatamcentre.com)

Berbagai bentuk teknik pengumpulan data yakni melalui wawancara dan observasi yang telah peneliti lakukan.

Hasil Temuan Data Melalui Metode Wawancara

Melalui metode wawancara ini akan ada dua indikator untuk mempengaruhi pertanyaan yang akan di tanyakan kepada narasumber yang pertama ada indikator sanitasi dan yang kedua ada indikator citra positif, dari kedua indikator inilah yang menjadi panduan pertanyaan kepada narasumber. Pertanyaan pertama, yaitu Bagaimana menjamin ketersediaan dan kualitas air bersih untuk kebutuhan hosekeeping di hotel Sahid Batam *Centre*. Menurut Sahriel / *executive hosekeeper* di Sahid Batam *Center* Hotel *& Convention* yang telah bekerja selama 6 tahun. Selaku informan pertama, Beliau menjelaskan bahwa untuk menjaga dan menjaminkan kepada tamu ketersedian kualitas air bersih pada hotel dengan cara di cek secara berkala seperti ketersedian dan kualitas air tersebut, dan untuk menjaga kualitas air tersebut pihak hosekeeping bekerjasama langsung dengan PDAM kota Batam. Menurut Sakek / *Supervisor hosekeeping* di Sahid Batam *Center* Hotel & *Convention* yang telah bekerja selama 6 tahun. Selaku informan kedua, beliau mengatakan bahwa selalu mengontrol ketersediaan air bersih untuk memaksimalkan pekerjaan *roomboy* ataupun PA (*public area*). Menurut Khairul Amri / *roomboy* atau *room attendant* di Sahid Batam *Center* Hotel & *Convention* yang telah bekerja selama 1 tahun di Sahid Batam Center Hotel & Convention. Selaku informan ketiga, untuk melakukan penghematan air bersih dan menggunakannya secara cukup untuk oprasional dan selalu memastikan air yang di gunakan untuk oprasional tersebut tidak berbau atau berwarna

agar hasil dari oprasional itu memiliki kualitas yang baik. Menurut Rizka / *Guest* Sahid Batam *Centre* Hotel & *Convention*, selaku informan penulis yang ke empat mengatakan bahwa kualitas air di hotel sahid sanggatlah baik tidak berbau ataupun berwarna.

Pertanyaan kedua adalah Bagaimana penentuan jenis toilet yang digunakan oleh tamu dan dengan perawatan seperti apa yang dilakukan untuk menjaga toilet agar tetap bersih dan hygine. Menurut Sahriel, di hotel ini mengunakan toilet berjenis *American standart* dan untuk perawatannya itu dengan cara di bersihkan setiap hari menggunakaan chemical yang aman dan ramah lingkungan. Menurut Sakek, mereka selalu mengontrol kinerja dari room attendant untuk membersihkan toilet secaara berkala dan memastikan room attendant mengunakan chemical saat membersihkan toilet. Menurut Khairul Amri, para roomboy selalu membersikan toilet secara berkala mengunakan chemical sehingga toilet bersih tidak mengeluarkan bau ataupun noda yang tertingal pada toilet. Menurut Rizka, bahwa untuk area toilet sangat bersih tidak adanya noda tertinggal ataupun berbau yang tidak sedap, dan saya merasa sangat nyaman saat menggunakan toilet.

Pertanyaan ketiga yaitu Bagaimana sistem pembuangan air limbah (SPAL) di hotel sahid. Menurut Sahriel, pihak *enginering* tetap selalu bekerjasama dengan pihak *housekeeping* hanya selalu memastikan tidak adanya penyumbatan pada pipa pembuangan air limbah pada hotel. Menurut Sakek, mereka selalu memeriksa apakah ada penyumbatan pada saluran pembuangan air dan memastikan dalam keadaan baik. Menurut Khairul Amri, mereka selalu selalu memastikan air limbah yang digunkan akan di buang melalui pipa pembuangan air yang dalam kondisi tidak adanya penyumbatan pada pipa pembuangan.

Pertanyaan keempat yaitu Bagaimana pengelolaan sampah pada hotel sahid. Menurut Sahriel, sampah ini adalah masalah yang sangat serius bukan hanya di hotel , industri rumah tanga ataupun perusahaan perusahaan besarpun akan selalu memiliki sistem pembuangan sampah secara teratur jika tidak ini akan menjadi masalah yang serius, untuk hotel sahid sendiri selalu memeriksa tempat pembuangan akhir (TPA) yang berada dekat sama hotel jangan sampai mengeluarkan bau yang sangat menyengat hingga para pengunjung dan tamu hotel terganggu bau yang tidak sedap. Selain itu dari pihak hotel telah bekerjasama dengan pihak dinas kebersihan kota Batam itu sendiri, dan dari pihak dinas kebersihan kota Batam tersebut wajib mengambil sampah yang ada di TPA setiap minggunya. Untuk sampah yang berada di dalam hotel itu setiap department bertanggung jawab untuk membuang sampahnya sampai ke TPA. Menurut Sakek, dia selalu mengawasi setiap *roomboy* atau *room attendant* wajib membuang samapah yang di hotel lalu membawa ke TPA, agar tidak terjadinaya penumpukan sampah pada area hotel. Menurut Khairul Amri, setiap *room attendant* di berikan tugas bukanhannya membersihkan kamar hotel saja tapi setiap *room attendant* itu wajib bertangunggjawab memastikan sampah yang ada di area hotel harus di bawa ke TPA. Menurut Rizka, selama saya menginap disini belum ada terlihat sampah yang berserakan petugas hotel selalu mengambil dan memeriksa sampah yang ada di kamar saya mereka selalu membawa membersihkan kamar saya setiap satu hari sekali.

Pertanyaan kelima yaitu Bagaimana menentukan kualitas dan merawat fasilitas untuk mendukung oprassional di hotel. Menurut Sahriel, merk dan harga itu sangat menentukan kualitas dan untuk di hotel sahid sendiri memiliki fasilitas fasilitas yang memiliki di atas standar dari badnya dan toiletnya mengunakan brend *American standart* dari *pillownya* mengunakan *brand Australian pillow*, jadi untuk kualitas ini selalu yang di utamakan agar memberikan rasanyaman kepada tamu untuk merwat fasilitas ya tentunya kita berihkan secara tertur dan sesuai prosedur. Menurut Sakek, mereka selalu memakai kualitas barang yang unggul agar memberikan yang terbaik buat tamu, dan kami juga selelu memeriksa kondisi dan keadaan barang yang di gunakan itu masih layak di gunakan ke tamu atau tidak jika tidak kami akan mengantinya dengan yang baru, dan kami selalu merwat dan membersihkan fasilitas yang di pakai tamu agar tamu nyaman menggunakan fasilitas hotel. Menurut Khairul Amri, bahwa mereka selalu menjaga kualitas kebersihan fasilitas yang di sediakan oleh tamu dengan cara sesuai prosedur dan menjaminkan kenyamanan kepada tamu. Menurut Rizka, setiap fasilitas hotel yang saya gunakan semuanya dalam keadaan baik dan bersih sehingga saya sangat nyaman saat mengunakan fasilitas yang di sediakan oleh pihak hotel

Pertanyaan keenam yaitu Bagaimana memastikan konstruksi banguanan hotel aman dan nyaman bagi tamu dan karyawan. Menurut Sahriel, kontruksi hotel ini di bangun dalam jangka Panjang kurang lebih 60 tahun untuk meyakinkan kenyamanan tamu hotel selalu mengontrol ketahan dan keamanan bangunan hotel, untuk mengontrol itu di lakukan setiap bulannya apa bila terjadinya retakan pada tembok atau kerusakan lainnya pihak hotel segera melakukan kontruksi perbaikan. Menurut Sakek, untuk kontruksi bangunan ini di luar kendali dari *supervisor hosekeeping* tetapi kami selalu memberikan rasa keamanan dan kenyamanan ke tamu. Segala bentuk kerusakan pada hotel kami pasti akan memberi tahu kepada pihak engineering. Menurut Khairul Amri, mereka selalu memberikan info terkait kerusakan fasilitas maupun bangunan ke pihak engineering agar tidak terjadinya hal hal yang tidak di inginkan.

Pertanyaan ketujuh adalah Bagaimana pemanfaatan lokasi bangunan hotel anda untuk meningkatkan daya tarik dan kenyamanan bagi tamu. Menurut Sahriel, hotel sahid sendiri terletak di tengah kota Batam yaitu jantungnya pusat Batam *Center* di samping mempromosikan mmelalui media socialpun tamu tamu selalu berdatangan karena letaknya yang

sanngat strategis juga dekat dengan beberapa tempat hiburan dan perbelanjaan. Menurut Sakek, hotel sahid sendiri ini letaknya sangatlah strategis kami hanya bagaimana cara kami membuat tamu merasanyaman dan senang untuk menginap kembali ke hotel kami jadi kami selalu meningkatkan kualitas kinerja kami. Menurut Khairul Amri, lokasi hotel sahid sangatlah strategis sehinga itu menjadi daya tarik bagi tamu kami selalu memberikan yang terbaik buat tamu agar tamu selalu menginap kembali kepada hotel kami.

Pertanyaan kedelapan yaitu Bagaimana anda mengatur tingkat penerangan dan kelemapan lantai bangunan hotel untuk menciptakan suasana yang nyaman dan sehat bagi tamu. Menurut Sahriel, ketika lantai bangunan terindikasi atau tidaknya nanti itu ketika terjadinya maslah kelembapan , selagi lantainya belum terjadi masalah berarti kondisi lantai dalam keadaan baik baik saja dan masalah kelembapan lantai juga salah satu program dari engineering yang bernama *maintenance building* program ini selalu di laksanakan setiap tahunnya agar kondisi bangunan tetap dalam keadaan baik dan aman. Untuk penerangan pada hotel Sahid itu sudah memenuhi standart sehingga para tamu tetap merasanyaman dengan penerangan yang baik. Menurut Sakek, kelembapan lantai itu terjadi akbiat adanya kerusakan pada lantai itu sendiri entah di akbitakan karena cuaca atau kerusakan yang lainya sehingga mengakibatkan lantai itu menjadi lembap, dan kami dari pihak hosekeeping Pastinya akan mengontrol itu apabila terjadi permaslahan seperti itu kami langsung menghubungi pihak engineringnya langsung untuk segera memperbaiki. Dan untuk penerangan di hotel sahid itu selalu memenuhi standart oprasional hotel. Menurut Khairul Amri, mereka selalu peka terhadap kelambapan lantai apabila lantai itu basah atau lembap kami selalu melakukan pengeringan dengan cara di pela tau di blower apabila dengan cara itu tidak bisa juga kami akan melaporkan ke pihak engineering untuk memperbaiki penyebab kelembapan tersebut. Untuk penerangan di hotel Sahid sangat lah baik sangat memenuhi standart tidak ada tamu yang mengomentari tentang penerangan yang kurang baik, semuanya berjalan sangat baik dan membuat tamu nyaman.

Pertanyaan kesembilan adalah Bagaimana citra positif hotel Sahid Batam *Center* terhadap para tamu yang pernah mengunjungi hotel Sahid Batam *Center*. Menurut Sahriel, tamu selalu merasa nyaman dengan keramah tamahan yang diberikan oleh karyawan Sahid Batam *Centre*, hotel Sahid sendiri memiliki reputasi dan nilai yang baik di mata wisatwan karena hotel memiliki kepribadian dan identitas yang kuat sehingga tamu senang berkunjung ke hotel Sahid Batam *Centre*. Menurut Sakek, mereka selalu memberikan ras nyamn kepada tamu yang menginap di sini kami sering menyapa dan memberikan senyuman kepada tamu tidak jarang tamu sering berbincang bincang hangat Bersama kami, dan itu membuat citra hotel ini selalu baik, di samping itu kami selalu menjaga kualitas dari kenerja kami di hotel. Menurut Khairul Amri, room attendant sangat dekat sama tamu stiap hari mereka bertrmu tamu memberikan pelayanan yang baik serta meningkatkan kualitas kinerja kami. Menurut Rizka, beliau senang menginap di sahid di samping fasilitas dan sarana yang baik serta kebersihan yang terjaga, saya juga senang dengan staf disini selalu memberikan sapaan yang hangat dan murah senyum, saya ingin kembali menginap lagi di hotel ini untuk mengisi waktu libur saya, dangan harga yang terjangkau dan berada di pusat kota Batam menurut saya ini sangat cocok buat saya datangi berkali kali.

Hasil Temuan Data Melalui Teknik Observasi

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara secara langsung peneliti ke beberapa karyawan dan salah satu guest di Sahid Batam *Center* Hotel & *Convention*, dapat dikatakan bahwa pihak *hosekeeping* terutama *room attendant* sudah cukup teliti dan telah memenuhi standart dalam bekerja secara maksimal dalam melayani tamu. Namun terdapat beberapa *guest comment* yang ditemukan penulis melalui website traveloka.com dan booking.com yang memberikan komentar mengenai kurangnya kebersihan dan mencium aroma yang tidak sedap yang di alami oleh tamu, jika ini di teruskan dapat berdampak buruk pada reputasi dan nilai Sahid Batam Center Hotel & Convention.

Analisa Data

Berdasarkan dari hasil temuan data yang peneliti dapatkan dari hasil wawancara dengan salah satu *guest* dan tiga staff *hosekeeping* sebagai narasumber secara langsung dan observasi ke lapangan mengenai strategi peningkatan sanitasi *room attendant* untuk menciptakan citra positif pada Sahid Batam *Center* Hotel & *Convention* ditemukan data bahwa ketiga staf *hosekeeping* sebagai narasumber mengatakan penerapan standar sanitasi dan kebersihan sudah dilakukan dan dijalankan dengan sesuai SOP dan teliti untuk menghindari hal yang tidak di inginkan serta membantu setiap individual dalam menerapkan sanitasi yang baik sehingga meningkatkan kualitas kinerja dan penggunaan serta penerapan sistem sanitasi sudah cukup baik karena adanya struktur dan tangung jawab setiap staff sehingga penerapan sistem sanitasi tersebut bisa di aplikasikan dalam oprasional *housekeeping*, serta dari tanggapan salah satu guest menjadi narasumberpun bertanggapan baik tentang sanitasi dan citra positif hotel.

Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara yang didapatkan melalui tiga narasumber, ditemukan bahwa Sahid Batam *Center* Hotel & *Convention* telah menerapkan sanitasi dasar dan juga sanitasi bangunan serta telah memenuhi standart oprasional dengai baik, sehingga tamu merasa nyaman saat berada di Sahid Batam *Center* Hotel & *Convention*. Dari jawaban ketiga narasumber di atas bisa kita simpulkan bahwa sanitasi itu sangat penting untuk kenyamanan tamu. Ini sesuai

dengan menurut pendapat (Rahma, 2020) Sanitasi meliputi 2 aspek yakni sanitasi dasar dan sanitasi bangunan. Sanitasi dasar meliputi; air bersih, toilet, sistem pembuangan air limbah, (SPAL) dan pembuangan sampah. Sedangkan sanitasi bangunan meliputi; fasilitas, konstruksi, lokasi bangunan, tingkat penerangan serta kelembaban lantai bangunan.

Melalui tiga narasumber, ditemukan bahwa Sahid Batam *Center* Hotel & *Convention* bahwa tamu yang pernah menginap di hotel Sahid Batam *Centre* tamu selalu merasa nyaman dengan keramah tamahan yang diberikan oleh karyawan Sahid Batam *Centre*, hotel Sahid sendiri memliki reputasi dan nilai yang baik di mata wisatwan karena hotel memiliki kepribadian dan identitas yang kuat sehingga tamu senang berkunjung ke hotel Sahid Batam *Centre*. Dari jawaban ini bisa kita simpulkan pentingnya membangun citra positif kepada tamu agar tamu merasa senang dan nyaman ketika berada di hotel. Ini sesuai dengan menurut pendapat (Normasari dkk, 2013) Dengan memberikan pelayanan yang melebihi harapan tamu, perusahaan dapat membangun citra yang positif dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Membangun loyalitas pelanggan membutuhkan karyawan yang loyal dan bertanggung jawab terhadap keberhasilan perusahaan, sehingga hal ini menjadi prioritas bagi manajemen hotel.

Salah satu guest yang bernama ibuk Rizka, bahwasanya ibuk Rizka sangat nyaman ketika berda di hotel Sahid dikarenakan hotel Sahid sendiri telah memiliki standart kebersihan yang baik, dan bukan hanya tentang kebersihan tetapi dari sikap staff hotel terhadap guest begitu hangat dan juga para staff hotel selalu memberikan yang terbaik untuk tamu. Dari jawaban ini bisa kita simpulkan bahwa para staff telah memberikan yang terbaik dari segi kebersihan, keamanan, dan kenyamanan. Ini sesuai dengan menurut pendapat (Rahma, 2020) Sarana umum dan layanan umum harus mengatur sanitasi lingkungan dengan serius, termasuk tempat-tempat yang dikelola secara komersial dan yang dapat menjadi tempat penularan penyakit. Konsep ini juga diperkuat oleh (Normasari dkk, 2013) yang menekankan pentingnya citra yang baik dalam memberikan layanan yang melebihi harapan pelanggan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Untuk mencapai hal ini, manajemen hotel harus menegaskan pentingnya loyalitas dan tanggung jawab karyawan terhadap kesuksesan hotel.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian diatas, maka dapat kita simpulkan bahwa penerapan strategi sanitasi dasar dan sanitasi bangunan sudah berjalan dengan baik serta sudah memenuhi standar oprasional, juga telah memiliki sistem kinerja yang tersusun dan para semua staff memiliki rasa tanggung jawab untuk memberikan hasil kinerja yang baik, contohnya adanya sistem pembuangan sampah yang teratur setiap room attendant masing masing memiliki tanggung jawab untuk membuang sampah yang berada di hotel lalu membawa ke tempat pembuangan akhir (TPA) dengan tujuan agar tidak terjadinya penumpukan sampah serta mengihndari bakteri atau kuman yang ada pada sampah tersebut. Selain memiliki sistem pembuangan sampah yang baik hotel juga memiliki sistem pembuangan air limbah yang baik, sangat jarang terjadinya kebocoran pada pipa pembuangan karena hotel Sahid sendiri selalu mengontrol dan mengecek secara berkala dengan tujuan meminimalisir kebocoran atau penyumbatan pada pipa pembuangan air limbah yang di hasilkan oleh hotel. Contoh tersebut kita simpulkan bahwa sanitasi yang baik bukanhanya dari mengaplikasikannya saja tapi harus memiliki sistem yang teratur sehingga kita akan mudah menerapkan sanitasi dalam melakukan oprasional sehari hari khususnya departemen *hosekeeping*. Hotel sahid tidak hanya memiliki fasilitas yang bagus dan dalam kondisi baik hotel sahid juga sanggat menjaga serta merawat fasilitas dengan seusai SOP (Standar Operasional Prosedur). Hotel Sahid juga selalu berusaha menjaga reputasi dan nama baik hotel. Para staff juga memiliki rasa tangungg jawab yang besar untuk membuat tamu betah ketika berada di hotel, dan para staff hotel juga selalu memberikan senyuman dan sapaan yang hangat kepada tamu sehingga tamu merasa nyaman dan *happy*. Dengan kata lain keterkaitan antara strategi sanitasi dan citra positif itu sangat kuat untuk menjaga nama baik hotel serta meningkatkan kualitas kinerja dan pelayanan hotel Sahid Batam Center itu sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

Aan Fatahudin, V. N. (2018) ‘Analisis Sanitasi Pasar Ikan Rejomulyo’, 6472(519), pp. 14–21.

Arikunto, S. (1998) *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. 11th edn. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Booking.com (2023) ‘guest comment’.

Bungawati, tjitrowati djaafar & A. (2023) ‘Buku referensi sanitasi Tempat-tempat Umum’.

Dewantara, made H. (2019) ‘Analisis Tugas Room Attendant Dalam Menangani Complaint Tamu Deluxe Room The Haven Suites Canggu’, *Journey : Journal of Tourismpreneurship, Culinary, Hospitality, Convention and Event Management*, 1(1 Special Edition), pp. 118–145. doi: 10.46837/journey.v1i1.20.

Firdanis, D. *et al.* (2021) ‘Observasi Sarana Terminal Brawijaya Banyuwangi Melalui Assessment Indikator Sanitasi Lingkungan Tahun 2019’, *Sanitasi: Jurnal Kesehatan Lingkungan*, 14(2), pp. 56–65. doi: 10.29238/sanitasi.v14i2.1021.

Gramedia literasi (2023) ‘Sanitasi : Pengertian, Jenis-Jenis, dan Manfaat’, pp. 1–36.

Hakim, L. and Saragih, R. (2019) ‘Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Npk Mutiara Di Ud.Barelang Tani Jaya Batam’, *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 6(2), pp. 37–53. doi:

10.36987/ecobi.v6i2.4.

Lapotulo, N.- *et al.* (2023) 'Penerapan Hygiene Dan Sanitasi Public Restroom Di Beverly Hotel Batam', *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 14(1), pp. 37–42. doi: 10.31294/khi.v14i1.15618.

Lubis, A. L. *et al.* (2024) 'Praktek Kegiatan Peduli Kebersihan Bersama Para Karyawan di Lingkungan Vitka Holding Diantaranya Vitka Fitness Center, Exelco, Nasi Kapau Pak Nin, RM. Sederhana dan Cafe Momo', *Jurnal Keker Wisata*, 2(1), pp. 46–58. doi: https://doi.org/10.59193/46.

Maulyan, F. F. *et al.* (2022) 'Pengaruh Service Excellent Terhadap Citra Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan: Theoretical Review', *Jurnal Sains Manajemen*, 4(1), pp. 8–17. doi: 10.51977/jsm.v4i1.660.

Mularsari, A. (2022) *Hygiene dan Sanitasi Hotel*, *Lembaga Penerbitan Universitas Nasional*.

Muliyadi, Muhlisa and Mustafa (2020) 'Penerapan Hygiene dan Sanitasi di Hotel Grand Dafam Bella Ternate', *Jurnal Kesehatan Lingkungan: Jurnal dan Aplikasi Teknik Kesehatan Lingkungan*, 17(1), pp. 33–42. doi: 10.31964/jkl.v17i1.212.

Normasari dkk (2013) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan Survei pada Tamu Pelanggan yang Menginap di Hotel Pelangi Malang', *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), p. 77767.

Perdana, D. S. (2021) 'Peranan Room Attendant Dalam Meningkatkan Pelayanan di Royal Hotel N' Lounge Jember'.

Purwo, R. H. S. and Puspasari, D. (2020) 'Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif Pada Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia (BPSDM) Provinsi Jawa Timur', *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)*, 8(3), pp. 458–467. doi: 10.26740/jpap.v8n3.p458-467.

Rahma, S. do (2020) 'Fasilitas Sanitasi Pada Objek Wisata Jiko Malamo Rahma Do Subuh 1 , Fitria Soamole 2', VII(1), pp. 1–9.

Sugiyono (2018) *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Edited by A. Husnu Abadi, A.Md. Mataram: CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakart.

Sugiyono (2020) *Metode Penelitian Pariwisata (Kuantitatif, Kualtatif, Kombinasi, R&D)*. 1st edn. Bandung: alfabeta cv.

Supardi *et al.* (2024) 'Sosialisasi dan Pelatihan Standarisasi Kebersihan Public Area di Lingkungan Vitka Holding', *Jurnal Keker Wisata*, 2(1), pp. 102–111. doi: https://doi.org/10.59193/102.

Traveloka.com (2023) 'guest comment'.

Wikipedia, 2023 (2023) 'Sanitasi', pp. 1–7.

Yuri Pradika a, S. P. D. (2023) 'Jurnal abdimas kesosi', 6(1).

JURSIMA
Jurnal Sistem Informasi & Manajemen
ISSN : 2338-1523, E-ISSN: 2541- 576X

PENGARUH INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PENGUNJUNG UNTUK BERWISATA KE MEGA WISATA OCARINA KOTA BATAM

Siti Khoriatul Mabruroh[1)], Supardi[2)], Arina Luthfini Lubis[3)]
[1,2,3]Manajemen Divisi Kamar, Politeknik Pariwisata Batam
email: a.luthfinilubis@gmail.com

ABSTRAK

Kota Batam dijuluki sebagai kota pintu masuk Indonesia karena berdekatan dengan negara Malaysia dan singapura. Akses yang mudah menuju negara tetangga menyebabkan Kota Batam sering menjadi Kota yang sering dikunjungi wisatawan asing. Berkembangnya sektor pariwisata diimbangi dengan berkembangnya teknologi digital. Destinasi wisata di Kota Batam juga semakin melakukan inovasi dengan mengikuti kecanggihan teknologi digital seperti ragam pelayanan berbasis digital yang ditawarkan kepada wisatawan. Hal ini menyebabkan Masyarakat cenderung menggunakan media sosial untuk melakukan riset tempat wisata salah satunya menggunakan Instagram. Sadar dengan pesatnya perkembangan internet dan kuatnya media sosial terutama Instagram dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat Kota Batam, Indonesia maupun mancanegara. Wisata ocarina di promosikan melalui media sosial Instagram yang diberi nama @New.ocarina. Namun berdasarkan unggahan yang diposting di instagram pantai ocarina, rata-rata pengguna Instagram tidak lebih dari 100 suka dengan tayangan pengguna rata-rata 2.832 kali diputar. Kontradiksi dalam kasus tersebut membuat peneliti untuk melakukan identifikasi apakah benar atau tidak media sosial Instagram memiliki pengaruh terhadap keputusan pengunjung untuk berwisata. Penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif dengan jenis data penelitian kuantitatif dengan menjabarkan variabel yang didukung dengan data yang dihasilkan berdasarkan hasil di lapangan. Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan dalam pembahasan bab sebelumnya, maka peneliti menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut: H0 = Ditolak karena tidak sesuai dengan hasil penelitian; H1 = Diterima karena Ada pengaruh media sosial Instagram terhadap keputusan pengunjung. Dengan hasil Persamaan regresi linier sederhana yang didapatkan yaitu Y=38,949 – 0,068X. Media sosial Instagram @New.Ocarina tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pengunjung di Mega wisata ocarina di Kota Batam dilihat dari hasil uji t dengan t table = 1,987 dengan t hitung -0,818. Nilai signifikan sebesar 0,416 lebih besar dari 0,05. Instagram hanya berpengaruh 0,8% dalam keputusan pengunjung, sisanya 99,2% keputusan pengunjung dipengaruhi oleh hal lain diluar penelitian ini.
Kata Kunci: Media Sosial, Instagram, Keputusan Pengunjung, Wisata, Pantai Ocarina

ABSTRACT

Batam City is nicknamed the gateway city to Indonesia because it is close to Malaysia and Singapore. Easy access to neighboring countries means that Batam City is a city frequently visited by foreign tourists. The development of the tourism sector is balanced with the development of digital technology. Tourist destinations in Batam City are also increasingly innovating by following the sophistication of digital technology such as a variety of digital-based services offered to tourists. This causes people to tend to use social media to research tourist attractions, one of which is using Instagram. Aware of the rapid development of the internet and the strength of social media, especially Instagram, in disseminating information to the people of Batam City, Indonesia and abroad. Ocarina tourism is promoted via social media Instagram called @New.ocarina. However, based on uploads posted on Instagram Ocarina Beach, the average Instagram user has no more than 100 likes with an average user impression of 2,832 plays. The contradiction in this case prompted researchers to identify whether or not Instagram social media had an influence on visitors' decisions to travel. This study uses a descriptive research design with quantitative research data types by describing the variables supported by data generated based on field results. Based on the research results obtained in the discussion of the previous chapter, the researchers draw the following conclusions: H0 = Rejected because it does not match the research results; H1 = Accepted because there is an influence of

JURSIMA
Jurnal Sistem Informasi & Manajemen
ISSN : 2338-1523, E-ISSN: 2541- 576X

Instagram social media on final decisions. With the results of the simple linear regression equation obtained, namely Y=38.949 – 0.068X. Social media Instagram @New.Ocarina does not have a significant effect on visitor decisions at the Mega Wisata ocarina in Batam City as seen from the results of the t test with t table = 1.987 with t count -0.818. The significant value of 0.416 is greater than 0.05. Instagram only influences 0.8% of visitors' decisions, the remaining 99.2% of visitors' decisions are influenced by other things outside of this research.
Keywords: *Social Media, Instagram, Visitor Decisions, Tourism, Ocarina Beach*

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata merupakan peran penting dalam peningkatan perekonomian Negara Indonesia. Menurut Undang-Undang Pariwisata Nomor 10 Tahun 2009, tujuan penataan pariwisata tidak hanya untuk memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi, tetapi juga untuk meningkatkan kesejahteraan individu dengan mengurangi kemiskinan, menghilangkan pengangguran, dan menjaga lingkungan (Presiden Republik Indonesia, 2009). Oleh karena itu, pertumbuhan pariwisata merupakan metode yang digunakan oleh Organisasi Sumber Daya untuk mempromosikan atau memperkenalkan lokasi tertentu sebagai kawasan wisata untuk menghasilkan perdagangan dengan menjual jasa dan produk kepada pengunjung, baik wisatawan lokal maupun asing. Upaya peningkatan disini berarti dengan melakukan pengelolaan, pemanfaatan dan pelestarian wisata yang berpotensi memiliki daya Tarik wisata. Oleh karena itu, potensi wisata yang dimiliki suatu daerah dikelola oleh setiap daerahnya, Begitu juga dengan Kota Batam yang memiliki banyak potensi di sektor pariwisata yang maju dengan keindahan alam,budaya maupun keindahan buatannya.

Kota Batam dijuluki sebagai kota pintu masuk Indonesia karena berdekatan dengan negara Malaysia dan singapura. Akses yang mudah menuju negara tetangga menyebabkan Kota Batam sering menjadi Kota yang sering dikunjungi wisatawan asing. Hal ini dibuktikan berdasarkan Badan Pusat Statistik Kota Batam pada Juli 2022 jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung sebanyak 57.139 dengan kenaikan 44,03% dibandingkan dengan bulan sebelumnya. Wisatawan mancanegara yang berkunjung selama bulan januari-juli 2022 didominasi oleh turis Singapura mencapai 54,31 (Badan Pusat Statistik Kota Batam, 2022). Sedangkan untuk jumlah wisatawan yang datang ke kota Batam sepanjang tahun 2023 dapat dilihat pada gambar dibawah ini.

JURSIMA
Jurnal Sistem Informasi & Manajemen
ISSN : 2338-1523, E-ISSN: 2541- 576X



Sumber: (Badan Pusat Statistik Kota Batam, 2023)

Gambar 1 Jumlah total pengunjung internasional yang masuk ke Kepulauan Riau pada tahun 2023

Berkembangnya sektor pariwisata diimbangi dengan berkembangnya teknologi digital. Destinasi wisata di Kota Batam juga semakin melakukan inovasi dengan mengikuti kecanggihan teknologi digital seperti ragam pelayanan berbasis digital yang ditawarkan kepada wisatawan. Penggunaan teknologi yang canggih mempermudah akses informasi yang didapatkan lebih lengkap mengenai informasi destinasi yang akan dituju wisatawan , karena media sosial dapat mengirimkan pesan berantai baik berupa teks,gambar maupun video dan disebarkan langsung ke seluruh pengguna media sosial. Hal ini menyebabkan Masyarakat cenderung menggunakan media sosial untuk melakukan riset tempat wisata.

Instagram mendorong penggunanya untuk menciptakan trend yang berbeda dan menarik, sehingga seringkali menggunakan suatu obyek yang sedang viral sebagai bahan konten. Hal inilah yang menjadikan daerah-daerah kurang dikenal menjadi terkenal dikarenakan unggahan foto maupun video dari penggunanya. Peningkatan branding dari suatu tempat wisata juga bisa dinaikkan melalui media massa seperti instagram (Amalia et al., 2023). Semua layanan yang ditawarkan oleh Instagram dapat mendukung dan mempromosikan berbagai industri, termasuk mempromosikan wisata pantai. Wisata yang memiliki potensi yang baik, harus didukung dengan aksesibilitas dan juga promosi yang baik, sehingga hal tersebut dapat mengoptimalkan pemasaran yang dilakukan (Gerungan, 2012). Selain itu, citra destinasi yang baik dan positif akan mendorong wisatawan yang menggunakan Instagram akan mencari tahu informasi lebih lanjut dengan tujuan untuk melakukan kunjungan wisata, unggahan foto yang representatif dari pengunjung yang telah datang juga akan menarik banyak wisatawan lain untuk berkunjung. Hal ini disampaikan oleh (Raditya et al., 2020) bahwa tujuan promosi adalah untuk membentuk kesan pertama yang baik bagi wisatawan sehingga tercipta suatu destinasi pariwisata yang memiliki daya tarik yang besar. Maka, media sosial Instagram dapat dijadikan salah satu media promosi, khususnya wisata yang ada di Kepulauan Riau.

Pengembangan wisata di pantai ocarina sudah sangatlah lengkap dan

JURSIMA
Jurnal Sistem Informasi & Manajemen
ISSN : 2338-1523, E-ISSN: 2541- 576X

menarik, Aspek lingkungan memegang peranan penting dalam pariwisata yang harus diperhatikan (Dahuri, 2003). Ketika perlindungan lingkungan diterapkan secara memadai, rencana wisata yang baik akan menghasilkan keuntungan maksimal. Penggunaan analisis SWOT dalam mengembangkan suatu tempat wisata pantai juga dirasakan bermanfaat bagi peningkatan jumlah pengunjung (Simbolon et al., 2023). Keuntungan terbesar dari pariwisata adalah banyaknya pengunjung yang berkunjung baik di luar maupun di dalam negara tujuan wisata. Untuk itu dibutuhkan adanya komponen pariwisata, yaitu: lalu lintas, tujuan wisata,Promosi pariwisata, akomodasi restoran, infrastruktur dan layanan untuk melengkapi pariwisata yang memiliki Potensi wisatanya bagus seperti pantai ocarina ini didukung juga dengan aksesibilitas dan promosi,hal ini membuat pemasaran menjadi lebih mudah .

Kemudahan dalam penggunaan teknologi digital menyebabkan adanya kenaikan secara signifikan terhadap penggunaan media sosial, pada bulan pertama tahun 2023, terdapat sekitar 167 juta pengguna harian di Indonesia, setara dengan 60,4% populasi, dengan 106,72 juta orang menggunakan Instagram pada bulan Februari 2023 (NapoleonCat, 2022). Pemahaman akan pesatnya pertumbuhan internet dan kekuatan platform media sosial khususnya Instagram dalam menyebarkan ilmu pengetahuan kepada warga Kota Batam, Indonesia maupun mancanegara. Wisata ocarina di promosikan melalui media sosial Instagram yang diberi nama @New.ocarina.



Dalam akun Instagram @New.Ocarina (per April 2023) memiliki 6.8400 pengikut, akun resmi mega wisata ocarina ini memberikan konsep informasi mengenai mega wisata ocarina seperti operasional wisata ,wahana permainan, spot foto, atraksi buatan dan juga event yang kerap sekali diadakan seperti event-event pada hari besar *new years*, hari besar keagamaan ataupun keseruan mandi busa yang menarik anak-anak hingga orang dewasa. Sehingga wisatawan dapat tertarik melihat highlight maupun unggahan keseruan wahana yang ada di pantai ocarina ini. Namun berdasarkan unggahan yang diposting di instagram pantai ocarina, rata-rata pengguna Instagram tidak lebih dari 100 suka dengan tayangan pengguna rata-rata 2.832 kali diputar.

JURSIMA
Jurnal Sistem Informasi & Manajemen
ISSN : 2338-1523, E-ISSN: 2541- 576X



Dalam unggahan terakhirnya @New.Ocarina pada 22 maret 2023,banyaknya pengikut media sosial Instagram @New.Ocarina yang aktif tetapi kunjungan wisatawan di Mega Wisata Ocarina ini tidak stabil, dan juga keaktifan *followers* akun ini kurang aktif terlihat baik berupa kurangnya respon dalam balasan komentar,*like*,*share* dan lainnya. Paradoks dalam skenario sebelumnya menggugah rasa ingin tahu penulis dalam melakukan penelitian ini untuk melihat apakah situs jejaring sosial Instagram berdampak pada pilihan perjalanan wisatawan atau tidak. Dari pernyataan diatas penulis tertarik untuk membahas ”Pengaruh Instagram Terhadap Keputusan Pengunjung untuk Berwisata ke Mega Wisata Ocarina kota Batam”.

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Definisi Wisatawan

Wisatawan adalah orang yang ingin berlibur dengan alasan yang berbeda dari keseharian yang melibatkan kegiatan yang menyenangkan, baik individu maupun kelompok (Page & Connell, 2020). Aspek wisata mencakup informasi seperti pemenuhan keinginan dan preferensi setiap orang, baik sebagai individu maupun kelompok, sehubungan dengan konsumsi, konsumsi, dan penawaran barang, jasa, pemikiran, dan petualangan (Kotler & Keller, 2005).

2.2 Perilaku Wisatawan

Menurut (Morissan, 2010) perilaku wisatawan adalah cara individu memilih, mencari, menilai, dan menggunakan sesuatu dan layanan untuk memenuhi tujuan dan kebutuhan mereka. Perilaku wisatawan adalah jenis perilaku atau aktivitas canggih yang melibatkan reaksi psikologis yang berdampak langsung pada upaya mendapatkan sesuatu dan membuat penilaian apakah akan membelinya lagi (Hasan, 2008). Hal ini yang berarti wisatawan yang telah berkunjung ke sebuah daerah tujuan wisata akan Kembali melakukan kunjungan ke wisata tersebut karena merasa nyaman. Definisi perilaku wisatawan yaitu dijelaskan bahwa pengiklan harus terlebih dahulu memahami keinginan dan minat pengunjung itu sendiri baik ide, jasa, ataupun pengalaman yang mampu membuat wisatawan merasa puas sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya (Kotler & Keller, 2005).

2.3 Media Sosial Instagram

Media sosial merupakan aplikasi yang menjadi hubungan interaksi dalam jaringan berupa teks, foto dan video baik antara individu maupun kelompok (Laughey, 2007). Istilah media dapat dijelaskan sebagai alat komunikasi yang sederhana. Instagram adalah aplikasi untuk mengambil dan membagikan gambar atau video kepada pengguna instagram lainya dengan fitur digital yang telah disediakan (McQuail, 1994).

Instagram, jejaring sosial yang semakin umum di kalangan pengguna media sosial, berasal dari kata telegram instan, yang dapat digambarkan sebagai pengiriman informasi dengan cepat dalam bentuk foto, video, dan teks yang akan diberikan kepada individu lain baik di Instagram. atau di platform media sosial lainnya (Bambang, 2012). Instagram adalah aplikasi yang digunakan untuk mengambil foto,menerapkan filter dalam foto dan membagikan ke jejaring sosial.

JURSIMA
Jurnal Sistem Informasi & Manajemen
ISSN : 2338-1523, E-ISSN: 2541- 576X

Syarat dalam pertemanan Instagram yaitu adalah dengan *match* berarti mengikuti akun instagram lain, lalu akun lain akan mengikuti Kembali untuk menjadi pengikut. Cara komunikasi dalam instagram yaitu dengan melalui pesan pribadi atau *direct message*, dapat juga berkomunikasi melalui kolom komentar postingan akun lainnya.

2.4 Keputusan Pengunjung

Keputusan Pengunjung adalah motivasi atau sebab seseorang untuk melakukan kunjungan wisata dimana ketika konsumen membuat pilihan untuk membeli,menukar uang serta membayar penggunaan barang atau jasa (Kotler & Keller, 2005). Selain itu, perilaku pengunjung dalam memanfaatkan asetnya untuk keperluan membeli barang atau jasa terkait pariwisata (Reisinger, 2009). Untuk meningkatkan keputusan berkunjung wisatawan ke daerah wisata pantai juga bisa dilakukan dengan melakukan analisis SWOT sehingga membantu pengelola wisata menentukan strategi bersaingnya (Kristin & Lubis, 2023). Perilaku wisatawan menitikberatkan pada proses perolehan informasi hingga mengarah pada keputusan pembelian lalu menggunakan dan memberikan evaluasi pada produk atau jasa. Oleh karena itu, pilihan pembelian merupakan proses pilihan pembeli dimana pelanggan ingin memperoleh sesuatu.

Terdapat beberapa kesamaan perilaku yang melibatkan minat konsumen dan keinginan mengunjungi wisatawan dalam membuat penilaian tentang mengunjungi suatu lokasi wisata, menurut iklan pariwisata dan perhotelan. Berikut tanda-tanda minat beli: (1) minat terhadap produk; (2) bunga harga; (3) ketertarikan terhadap jasa dan infrastruktur; (4) preferensi; (5) data; dan (6) referensi.
Keputusan berkunjung meliputi 5 tahapan yaitu: (1) *Problem Recognition* (Pengenalan Masalah) dimana wisatawan mendapati masalah atau kebutuhan baik internal maupun eksternal; (2) *Informasi Search* (Pencarian informasi) yaitu wisatawan akan mencari tahu informasi lebih dalam; (3) *Evaluation alternative* (Evaluasi alternative) dimana konsumen melakukan evaluasi dari beberapa pilihan dari sumber informasi; (4) Terbentuknya sikap konsumen untuk mendapatkan kepuasan dari produk atau jasa; dan (5) *Purchase Decision* (keputusan Pembelian) yaitu Keputusan pembelian produk, lokasi, kelas produk dan juga metode pembayaran.

METODE PENELITIAN

Dengan merangkum faktor-faktor yang didukung oleh data yang dihasilkan berdasarkan hasil lapangan, penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan data penelitian kuantitatif. Teori yang menyatakan adanya hubungan sebab akibat antara dua variabel diselidiki dalam penelitian ini dengan terlebih dahulu mencari penyebabnya kemudian menganalisis dampaknya dalam topik penelitian ini.

3.1 Populasi dan Sampel

Peneliti mendefinisikan populasi objek sebagai sekelompok besar benda atau subjek yang mempunyai ciri dan ciri tertentu. Demografi penelitian ini mencakup seluruh wisatawan yang berkunjung ke Mega Wisata Ocarina di Kota Batam.

Rumus Slovin digunakan untuk menentukan jumlah sampel atau responden dalam penyelidikan ini yang digunakan untuk mencari jumlah sampel yang diperkirakan mampu mencerminkan populasi secara keseluruhan. Margin kesalahan ditetapkan sebesar 10% (0,1) oleh peneliti. Jumlah wisatawan yang berkunjung ke Wisata Pantai Ocarina Kota Batam menurut rumus Slovin adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} = \frac{830}{1 + 830(0{,}1)^2} = 89{,}24$$

Berdasarkan hasil di atas, sampel wisatawan yang berkunjung di Mega

JURSIMA
Jurnal Sistem Informasi & Manajemen
ISSN : 2338-1523, E-ISSN: 2541- 576X

Wisata Ocarina di Kota Batam adalah berjumlah 89,24 sehingga peneliti mengambil 90 responden sebagai sampel pada penelitian ini.

3.2 Metode Pengumpulan Data

Pendekatan pengumpulan data penelitian ini mengandalkan sumber primer yaitu data yang diperoleh langsung/asli tidak melalui perantara dengan menyebarkan kuesioner, wawancara, observasi dan dokumentasi kepada wisatawan yang berkunjung di wisata Pantai Ocarina Kota Batam. Para ilmuwan mengumpulkan data untuk mendapatkan sumber daya dan informasi penting untuk penelitian mereka. Salah satu strategi pengumpulan data primer adalah metodologi kuesioner/survei, yang melibatkan pemberian sejumlah pertanyaan atau tanggapan tertulis kepada responden yang berkunjung di mega wisata Ocarina Kota Batam. Wawancara dilakukan melalui pertanyaan yang diajukan kepada responden pengunjung mega wisata ocarina Kota Batam. Observasi dilakukan dengan mengamati subjek penelitian dan mendokumentasikannya.

3.3 Hipotesis

Hipotesis adalah kesimpulan sementara hubungan dua variabel atau lebih, asumsi tersebut mempunyai solusi sementara yang didasarkan pada teori yang tepat dan bukan berdasarkan fakta empiris yang diperoleh dari pengumpulan data. Oleh karena itu, peneliti mengemukakan teori sebagai berikut:

Ho: Platform Media Sosial Instagram tidak memengaruhi pilihan perjalanan wisatawan di Mega Wisata Ocarina, Kota Batam

Ha: Platform Media Sosial Instagram memengaruhi pilihan perjalanan wisatawan di Mega Wisata Ocarina, Kota Batam

3.4 Teknik Analisis Data

Analisis deskriptif kuantitatif digunakan untuk analisis pada data yang dikumpulkan dengan cara mendeskripsikan tanpa bermaksud membuat kesimpulan umum dan generalisasi (Sugiyono, 2016). Data yang dikumpulkan adalah tanggapan kuesioner baik informasi dari responden maupun yang berasal dari sumber lainnya, data pada analisis penelitian kuantitatif dapat berupa tabulasi data berdasarkan variabel responden lalu membuat perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan pengujian hipotesis penelitian.

Penelitian ini menggunakan metode statistik inferensial atau disebut juga statistik induktif atau statistik probabilitas, yaitu metode statistik yang digunakan untuk memeriksa data sampel yang nantinya akan digunakan untuk populasi. Pendekatan statistik ini sesuai untuk memilih dari populasi tertentu. dilakukan secara acak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Mega Wisata Ocarina

Mega Wisata Ocarina atau disebut juga Coastarina Batam berdiri pada tahun 2009, pantai sekaligus tempat rekreasi ini memiliki konsep yang hampir sama seperti ancol di Kota Jakarta, memiliki berbagai macam wahana permainan modern,wisata kuliner dan beragam fasilitas yang sangat lengkap menunjang kenyamanan dan keamanan pengunjung yaitu berupa area parkir,toilet.gazebo,café dan resto. Wisata ini terletak di pusat kota tepatnya di Jl. Gajah mada, sadai Kecamatan bengkong, Kepulauan Riau.



Sumber: (Pantainesia, 2023)

JURSIMA
Jurnal Sistem Informasi & Manajemen
ISSN : 2338-1523, E-ISSN: 2541- 576X

Gambar 1. Objek Mega Wisata Ocarina

Mega wisata ocarina ini berada di lokasi yang strategis karena terletak 15 km dari negara singapura, terletak di kawasan perumahan elit yaitu Coastarina, Akses untuk menuju Pantai ini juga sangatlah mudah, dapat menggunakan roda dua dan juga roda empat. Fasilitas publik di Pantai ocarina ini juga sangat berdekatan seperti bandara dan juga Pelabuhan sehingga para wisatawan mancanegara dapat mengunjungi pantai ini dengan mudah. Pantai ini memiliki berbagai fasilitas untuk memikat para tamu, dan ide wisatanya sebanding dengan Ancol di Jakarta. Pantai Ocarina terletak di pusat kota dan menyediakan liburan ekologis di pantai, wisata kuliner, dan berbagai wahana kontemporer dan modern. Area parkir, gazebo, toilet, ruang outdoor, restoran dan kedai kopi semuanya tersedia untuk para tamu di Ocarina Tourism. Wahana adrenalin yang melengkapi keinginan para wisatawan ingin berkunjung ke wisata ocarina seperti wahana 350 madness,aerorail pada lintasan setinggi 162 meter,giant wheel, dan ekstrem *skyrunners*. Penyewaan sepeda, gazebo, rumah pohon, wahana anak, waterpark, istana balon, jaring panjat, taman kereta, dan tempat berfoto *selfie* dengan backdrop pantai semuanya tersedia.

4.2 Karakteristik Responden

Laki-laki yang menjawab berjumlah 44% dari total, sedangkan responden perempuan berjumlah 56% dari total, dengan 90 orang menjawab. Jumlah individu yang menjawab berdasarkan usia sebanyak 51% responden berusia 18-22 tahun, 29 peserta dengan persentase 29% responden berusia 23-27 tahun, 11 peserta dengan persentase 11% peserta berusia 28-32 tahun. tahun, 8 peserta dengan persentase 8% peserta berusia 33-37 tahun, dan satu peserta dengan persentase 1% peserta berusia 38 tahun. Identifikasi karakteristik pengunjung ini sangat diperlukan demi mendapatkan data yang akurat (Safira et al., 2023). Hasil identitas responden berdasarkan pekerjaannya sebagai lulusan memiliki frekuensi 74 dengan persentase 74%, responden yang berprofesi sebagai guru/dosen memiliki frekuensi 7 dengan persentase 7%, peserta yang berprofesi sebagai PNS mempunyai frekuensi 4 dengan persentase 4%, dan responden yang bekerja sebagai pekerja di swasta mempunyai frekuensi 5 dengan persentase 15%.

4.3 Uji Validitas

Kuesioner dianggap sah bila suatu pernyataan atau pertanyaan mengungkapkan informasi yang akan dinilai dalam suatu penelitian. untuk mengetahui kevalidan variable, maka peneliti mendapatkan dalam perhitungan SPSS n=88 jika cronbach alpha adalah 0,05 maka r_{tabel}nya adalah 0.207. Untuk memudahkan peneliti dan mengurangi kesalahan peneliti melakukan pengujian menggunakan software SPSS ver. 23.

Tabel 1. Uji Validitas Variable Media Sosial Instagram (X)

Variable	R Hitung	R Table	Keterangan
X1	0,589	0,207	Valid
X2	0,395	0,207	Valid
X3	0,450	0,207	Valid
X4	0,486	0,207	Valid
X5	0,359	0,207	Valid
X6	0,622	0,207	Valid
X7	0,632	0,207	Valid
X8	0,658	0,207	Valid
X9	0,606	0,207	Valid
X10	0,361	0,207	Valid
X11	0,594	0,207	Valid

Berdasarkan Tabel 1 di atas variabel Media sosial instagram (X) mempunyai nilai uji validitas yang sangat tinggi, hal ini menunjukkan bahwa setiap kuesioner atau item pertanyaan mempunyai validitas karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,207).

Tabel 2. Uji Validitas Variabel Keputusan Berkunjung (Y)

JURSIMA
Jurnal Sistem Informasi & Manajemen
ISSN : 2338-1523, E-ISSN: 2541- 576X

Variable	R Hitung	R Table	Keterangan
Y1	0,583	0,207	Valid
Y2	0,715	0,207	Valid
Y3	0,660	0,207	Valid
Y4	0,559	0,207	Valid
Y5	0,515	0,207	Valid
Y6	0,678	0,207	Valid
Y7	0,452	0,207	Valid
Y8	0,402	0,207	Valid

Berdasarkan Tabel 2, variabel keputusan pembelian (Y) mempunyai nilai uji validitas yang sangat tinggi, hal ini menunjukkan bahwa setiap item kuesioner atau pertanyaan adalah valid karena nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,207).

4.4 Uji Reliabilitas

Dasar pengambilan uji reliabilitas cronbach alpha menurut (Sujarweni, 2014), sebuah kuesioner dikatakan valid jika nilai cronbach alpha lebih besar dari 0,6; dengan kata lain jika nilai r > 0,6 maka item tersebut dapat diterima

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variable	Alpha	Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
Media Sosial Instagram (X)	0,6	11	0,735	Reliable
Keputusan Pengunjung (Y)	0,6	8	0,701	Reliable

Berdasarkan tabel 3 di atas dapat dilihat bahwa hasil uji reliabilitas penelitian ini alpha cronbach variabel Media Social Instagram (X) sebesar 0,735 > 0,6 dan hasil uji reliabilitas alpha cronbach variabel keputusan Pengunjung (Y) sebesar 0,701>0,6, sehingga dapat disimpulkan bahwa variable Media sosial instagram dan keputusan berkunjung tersebut reliable atau dapat di andalkan.

4.5 Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah tes yang bertujuan menentukan apakah model regresi univariat atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Untuk memfasilitasi penglihatan normal data menggunakan analisis grafis dan analisis statistik selanjutnya.

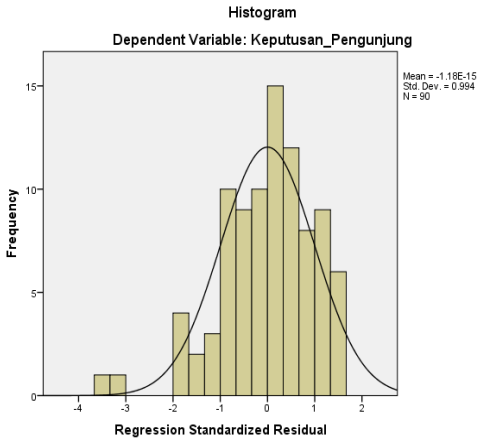
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.23004874
Most Extreme Differences	Absolute	.070
	Positive	.054
	Negative	-.070
Test Statistic		.070
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.

Gambar 2. Hasil Uji Normalitas SPSS

Signifikansi Asymp.sig sebesar 0,200 ± 0,05 berdasarkan data sebelumnya. Akibatnya, regresi mungkin dipandang memenuhi normalitas.



Gambar 3. Uji Histogram

Menunjukkan Grafik histogram di atas bahwa model regresi yang digunakan berdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan dengan sebaran data grafis berbentuk lonceng dan tidak miring ke kiri atau ke kanan.Kemudian dibuktikan bahwa model atau data regresi yang digunakan memenuhi asumsi normalitas.

4.6 Uji Regresi Linier Sederhana dan Uji Parsial (Uji T)

Persamaan regresi linier sederhana yang didapatkan yaitu Y = 38,949 –

JURSIMA
Jurnal Sistem Informasi & Manajemen
ISSN : 2338-1523, E-ISSN: 2541- 576X

0,068X. Persamaan ini memiliki makna sebagai berikut:

1. Konstanta bernilai 38,949 dan bertanda positif, artinya jika media sosial Instagram (0), maka nilai keputusan pengunjung di Mega Wisata Ocarina sebesar 38,949
2. Faktor media sosial Instagram (X) mempunyai nilai sebesar -0,068 karena nilai variabel X bernilai negatif setiap kali media sosial Instagram mengalami penurunan mengalami memiliki penurunan keputusan pengunjung di Mega Wisata Ocarina Kota Batam. Sehingga ,
   a. H0 = Ditolak karena bertentangan dengan temuan penelitian
   b. H_1 = Disetujui, karena media sosial Instagram berdampak pada preferensi pengunjung.

Uji-t diperlukan karena uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Pengujian dilakukan dengan memotong t-angka sebesar 5% nilai signifikan t-tabel. Hasil selanjutnya diperoleh dengan cara pengujian parsial menggunakan SPSS :

Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	38.949	4.068		9.574	.000
	instagram	-.068	.083	-.087	-.818	.416

Gambar 4. Hasil Uji t dan regresi Linier Sederhana

Berdasarkan data yang telah disebutkan sebelumnya, indikator media sosial Instagram mempunyai t_{tabel} = 1,987 dan t_{hitung} = -0,818. Tingkat signifikansi sebesar 0,416 lebih tinggi dari 0,05. Temuan ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak, hal ini menunjukkan bahwa variabel Instagram tidak berpengaruh besar terhadap faktor keputusan wisatawan di megawisata ocarina Kota Batam.

4.7 Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi mengukur kemampuan model dalam menjelaskan fluktuasi variabel independen terhadap variabel dependen, serta derajat pengaruh media sosial Instagram terhadap pilihan pengunjung.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.087[a]	.008	-.004	3.120

a. Predictors: (Constant), instagram

Gambar 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Menurut data SPSS versi 23, R square adalah 0,087, yang menunjukkan bahwa media sosial Instagram mempengaruhi 0,8% keputusan pengunjung, sedangkan 99,2% lainnya dalam persamaan yang disebutkan di atas dipengaruhi oleh variabel yang tidak dipertimbangkan riset saat ini.

KESIMPULAN

Peneliti mengembangkan temuan berikut berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas pada bagian sebelumnya:

1. H_0 = Ditolak karena bertentangan dengan temuan penelitian
   H_1 = Disetujui, karena media sosial Instagram berdampak pada preferensi pengunjung
   Dengan hasil Persamaan regresi linier sederhana yang didapatkan yaitu Y=38,949 – 0,068X. Hal ini berarti jumlah pengunjung yang datang untuk berwisata di Ocarina tanpa adanya promosi di instagram adalah sebanyak 39 orang. Sedangkan hilangnya satu pengunjung dipengaruhi oleh iklan media sosial Instagram.
2. Media sosial Instagram @New.Ocarina memiliki pengaruh yang kecil terhadap keputusan pengunjung di Mega wisata ocarina di Kota Batam dilihat dari hasil uji t dengan t table = 1,987 dengan t hitung -0,818. Nilai signifikan sebesar 0,416 lebih besar dari 0,05.
3. Instagram hanya berpengaruh 0,8% dalam keputusan pengunjung, sisanya 99,2% keputusan pengunjung dipengaruhi oleh hal lain diluar

penelitian ini. Oleh karena itu, sebaiknya dilakukan lebih banyak kajian yang mendalami pertumbuhan pariwisata di lokasi tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Amalia, E., Supardi, & Lubis, A. L. (2023). Strategi Branding "Terpikat Pulau Penyengat" Sebagai Destinasi Wisata Sejarah, Budaya & Religi di Kepulauan Riau. *DIMENSI*, *12*(01), 212–229. https://doi.org/https://doi.org/10.33373/dms.v12i1.5000

Badan Pusat Statistik Kota Batam. (2023). *Jumlah Wisatawan Mancanegara yang Datang (Kunjungan), 2023*. https://kepri.bps.go.id/indicator/16/29/1/jumlah-wisatawan-mancanegara-yang-datang.html

Bambang. (2012). *Instagram Handbook* (Sudarma (ed.)). Mediakita.

Dahuri, R. (2003). *Keanekaragaman hayati laut : aset pembangunan berkelanjutan Indonesia* (1st ed.). Gramedia Pustaka Utama.

Gerungan, W. A. (2012). *Psikologi Sosial* (3rd ed.). Refika Aditama.

Hasan, A. (2008). *Manajemen Pemasaran dan Marketing* (1st ed.). Alfabeta.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2005). *Marketing Management* (13th ed.). Pearson Education.

Kristin, L., & Lubis, A. L. (2023). Aplikasi Analisis SWOT Terhadap Pertumbuhan Tujuan Wisata Pantai Ciptaland di Kota Batam. *Jurnal Sabbhata Yatra: Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, *4*(2), 138–150. https://jurnal.radenwijaya.ac.id/index.php/sabbhata_yatra/article/view/917

Laughey, D. (2007). *Key Themes in Media Theory* (1st ed.). Open University Press.

McQuail, D. (1994). *Teori Komunikasi Massa* (1st ed.). Erlangga.

Morissan. (2010). *Periklanan : Komunikasi Pemasaran Terpadu* (12th ed.). Kencana.

NapoleonCat. (2022). *Instagram Users in Indonesia*. https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2022/12/

Page, S. J., & Connell, J. (2020). *Tourism: A Modern Synthesis* (1st ed.). Routledge.

Pantainesia. (2023). *Pantai Ocarina*. https://www.pantainesia.com/pantai-ocarina

Raditya, T., Suardana, I. W., & Sagita, P. A. W. (2020). Pengaruh Promosi Facebook, Twitter, Dan Instagram Terhadap Keputusan Wisatawan Ke Pantai Pandawa Bali. *Jurnal IPTA*, *8*(1), 143–151. https://doi.org/10.24843/ipta.2020.v08.i01.p17

Reisinger, Y. (2009). International Tourism: Cultures and Behaviour. In *Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar* (1st ed., Vol. 6, Issue August). Butterworth–Heinemann.

Safira, P., Wibowo, A., & Lubis, A. L. (2023). Karakteristik Pengunjung Objek Wisata Piugus Resort Desa Belibak di Kepulauan Anambas Riau. *Journal of Tourism and Interdisciplinary Studies*, *3*(2), 84–98. https://jotis.triatmamulya.ac.id/index.php/jotis/article/view/122

Simbolon, S. O., Lubis, A. L., & Wibowo, A. (2023). Strategi SWOT Untuk Mengembangkan Potensi Destinasi Wisata Pantai Melayu di Kota Batam. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Agama Dan Budaya*, *8*(2), 81–95. http://ojs.uhnsugriwa.ac.id/index.php/parbud/article/view/3067

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.

Sujarweni, W. (2014). *Metodologi Penelitian : Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami* (1st ed.). Pustaka Baru Press.

JURNAL KEPARIWISATAAN DAN HOSPITALITAS
Vol. 7, No. 2, November 2023.

Daya tarik wisata puncak beliung batam: pengaruh amenitas, pelayanan, dan fasilitas terhadap kepuasan wisatawan

Jessyka Morysa[1)], Arina Luthfini Lubis[2)]
Program Studi Manajemen Divisi Kamar, Politeknik Pariwisata Batam
Jl. Gajah Mada, Tiban Lama, Kec. Sekupang, Kota Batam, Kepulauan Riau
Telp/Fax: (0778) 3540889, Email: adminrdm@btp.ac.id
Email: morysajessyka@gmail.com[1)], a.luthfinilubis@gmail.com[2)]

Abstrak

Kota Batam terletak di Provinsi Kepulauan Riau dan memiliki beberapa tempat wisata, salah satunya destinasi Puncak Beliung yang merupakan kawasan agrowisata di Kota Batam yang mengedepankan wisata lingkungan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh daya tarik wisata, fasilitas, dan pelayanan terhadap kepuasan pengunjung objek wisata Puncak Beliung Kota Batam. Penelitian ini mengambil pendekatan kuantitatif dan memiliki partisipan sebanyak 81 orang. Beberapa pendekatan digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini, antara lain kuesioner, wawancara, observasi, dan pencatatan. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif. Analisis regresi linier berganda dengan uji T, uji F, dan R^2 digunakan dalam pengolahan data. Berdasarkan hasil pengujian yang diperoleh dengan software SPSS, masing-masing pertanyaan dari seluruh variabel X_1, X_2, X_3, dan Y adalah valid. Semua nilai alfa variabel Cronbach X_1 (0,808), X_2 (0,793), X_3 (0,803), dan Y (0,800) memiliki nilai lebih besar dari 0,60, sehingga mereka dianggap reliabel, menurut hasil uji reliabilitas X dan Y. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa untuk setiap variabel, hipotesis alternatif diterima. Y= 0,2.714 + 0,369 (X_1) + 0,184 (X_2) + 0,324 (X_3) adalah persamaan regresi linier berganda yang diformulasikan. Variabel daya tarik wisata (X_1), fasilitas (X_2) dan pelayanan (X_3) memengaruhi kepuasan wisatawan (Y), dengan koefisien determinasi (R^2) sebesar 76,4%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pengunjung terhadap objek wisata Puncak Beliung di Kota Batam dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh pengujian hipotesis secara parsial dan sinkron pada variabel-variabel yang terdiri dari daya tarik wisata, fasilitas, dan pelayanan.
Kata Kunci: Daya Tarik Wisata, Fasilitas, Pelayanan, Kepuasan Wisatawan

Abstract

Batam City is located in the Riau Islands Province and has several tourist attractions, one of which is the Puncak Beliung destination which is an agro-tourism area in Batam City which prioritizes environmental tourism. The purpose of this research is to determine the influence of tourist attractions, facilities and services on visitor satisfaction at the Puncak Beliung tourist attraction, Batam City. This research took a quantitative approach and had 81 participants. Several approaches were used to collect data in this research, including questionnaires, interviews, observation and recording. The data analysis technique used is descriptive analysis. Multiple linear regression analysis with T test, F test, and R^2 was used in data processing. Based on the test results obtained with SPSS software, each question from all variables X_1, X_2, X_3, and Y is valid. All alpha values of the Cronbach variables X_1 (0.808), X_2 (0.793), shows that for each variable, the alternative hypothesis is accepted. Y= 0.2.714 + 0.369 (X_1) + 0.184 (X_2) + 0.324 (X_3) is the formulated multiple linear regression equation. The variables tourist attraction (X_1), facilities (X_2) and service (X_3) influence tourist satisfaction (Y), with a coefficient of determination (R^2) of 76.4%. The results of the research show that visitor satisfaction with the Puncak Beliung tourist attraction in Batam City is influenced positively and significantly by partial and synchronous hypothesis testing on variables consisting of tourist attractions, facilities and services.
Keywords: *Tourist Attraction, Facilities, Services, Tourist Satisfaction*

1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara dengan berbagai keunggulan yang dapat digunakan untuk meningkatkan keuangan, seperti yang berkaitan dengan pertanian, perdagangan, manufaktur, ekstraksi mineral, dan berbagai sektor lainnya, serta sektor pariwisata, yang berkontribusi terhadap peningkatan pertumbuhan ekonomi negara. Dari kawasan Sabang hingga Merauke, Indonesia menawarkan beragam wisata dan budaya, antara lain lokasi wisata spektakuler baik alam maupun buatan, wisata budaya, wisata gastronomi, dan lain-lain. Kekayaan alam dan kebudayaan yang

melimpah dan beragam dimiliki indonesia harus dikembangkan secara maksimal khususnya adalah Pariwisata (Ester et al., 2020).

Salah satu cara yang sangat strategis untuk mendorong pertumbuhan ekonomi negara adalah melalui sektor pariwisata. Menurut Prantawan P & Sunarta dalam (Handayani et al., 2019) Potensi pariwisata perlu digali dan dikembangkan lebih lanjut karena pariwisata merupakan salah satu industri yang dapat menyerap tenaga kerja dan merupakan salah satu bidang penyumbang devisa terbesar suatu negara. Selain menjadi sumber pemasukan asing yang cukup dapat diandalkan, industri ini dinilai mampu menyerap tenaga kerja dan mendorong perluasan investasi. Pemerintah berupaya keras untuk mengembangkan strategi dan peraturan yang mendorong perluasan industri ini. Menggali, menginventarisir, dan mengembangkan objek wisata yang ada sebagai daya tarik utama wisatawan adalah salah satu jenis kebijakan ini (Sari & Bachri, 2022). Dengan pertumbuhan pariwisata di suatu wilayah, berbagai bisnis dan jasa tambahan akan muncul, seperti perhotelan, restoran, penjualan souvenir, pramuwisata, agen perjalanan, dan sebagainya. Bisnis pariwisata harus memprioritaskan kepuasan pengunjung dengan banyaknya tempat wisata yang ada. Menurut Kirom dalam (Kalagis, 2014) Ada beberapa alasan mengapa kepuasan pengunjung harus diukur. Pertama, persaingan yang semakin ketat. Kedua, semakin banyak uang yang dikeluarkan bisnis untuk menerapkan inisiatif kepuasan pelanggan. Ketiga, terdapat perubahan periodik dalam ekspektasi konsumen.

Jumlah turis asing ke Batam sebanyak 98.268 pada Maret 2023, menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS). Tingkat kunjungan wisatawan tersebut meningkat 32% dibandingkan bulan februari yaitu 74.193 kunjungan. Kunjungan wisatawan juga bertambah signifikan hingga 9.776,18% dibandingkan bulan sebelumnya. Dimana hanya 995 wisatawan mancanegara yang berkunjung selama bulan Maret 2022.

Tabel 1. Jumlah Wisatawan Internasional yang Datang ke Kota Batam Tahun 2023

Pintu Masuk Wisman	**Jumlah Wisatawan Internasional yang Datang Tahun 2023**						
	Januari	**Februari**	**Maret**	**April**	**Mei**	**Juni**	**Juli**
Kepulauan Riau	120.648	93.085	126.527	118.817	99.359	171.453	121.100
Karimun	5.851	4.868	5.140	5.801	3.590	4.734	4.391
Bintan	14.988	11.285	19.032	18.547	15.001	26.345	17.619
Batam	94.774	74.193	98.268	89.140	77.348	134.280	95.063
Tanjungpinang	5.035	2.729	4.083	5.324	3.391	6.086	4.010

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Batam (2023)

Kepuasan wisatawan merupakan perasaan individu setelah berkunjung lalu merasakan dan membandingkan apa yang dirasakan sesuai dengan harapannya (Nurmala & Sullaida, 2022). Hal ini dapat mempengaruhi wisatawan dalam memilih tujuan wisata serta keputusan untuk datang kembali. Menurut Payangan dalam (Siagian & Mita, 2022) mempertimbangkan Harapan Menurut hipotesis diskonfirmasi, kesenangan atau ketidakpuasan pengunjung terhadap barang dan jasa yang disediakan dipastikan melalui proses penilaian dengan membandingkan kinerja suatu produk dengan harapan wisatawan. Menurut Laws dalam (Handayani et al., 2019) Ketika wisatawan mengunjungi banyak lokasi wisata, opini mereka terhadap produk dan layanan yang mereka peroleh akan dipengaruhi oleh variasi fasilitas, layanan, dan daya tarik di setiap destinasi. Menurut Damanik dan Weber dalam (Siagian & Mita, 2022) terdapat tiga elemen yang perlu diperhatikan ketika menawarkan produk pariwisata: atraksi, aksesibilitas, dan kenyamanan. Pernyataan ini berhubungan dengan penelitian yang dilakukan (Yoeti, 2008) menyatakan bahwa untuk memenuhi permintaan dan preferensi pengunjung, suatu lokasi pariwisata harus memiliki fasilitas, aksesibilitas, dan daya tarik.

Salah satu hal yang mempengaruhi seberapa puas wisatawan terhadap suatu lokasi wisata adalah daya tarik wisatanya. Untuk memenuhi kebutuhan tinggi yang diantisipasi wisatawan, upaya

harus dilakukan untuk mencapai kepuasan ini. Menurut (Ismayanti, 1972) mengatakan bahwa tujuan utama dari penggerak pariwisata suatu organisasi adalah atraksi wisatanya. Faktor utama yang memikat wisatawan untuk berkunjung ke suatu lokasi adalah daya tarik wisatanya. Menurut (Spillane, 1987), tiga penanda penting daya tarik pengunjung di sektor perjalanan adalah orisinalitas barang, daya tarik arsitektur, dan keramahan. Segala sesuatu yang mempunyai daya tarik untuk dilihat dan dialami dalam pasar pariwisata, baik yang berbentuk suatu daya tarik wisata maupun tidak, dianggap sebagai daya tarik wisata. Daya tarik bagi wisatawan adalah daya tarik yang bersifat konkrit, tidak berubah, dan dapat diakses tanpa adanya perencanaan terlebih dahulu. Sedangkan atraksi wisata merupakan hiburan berupa pertunjukan yang enak untuk dilihat, namun memerlukan pengaturan terlebih dahulu sebelum dapat dimulai (Sari & Bachri, 2022). Daya tarik wisata ini juga memerlukan sebuah strategi branding yang tepat untuk tiap destinasi wisata berdasarkan karakteristik pengunjung yang ditargetkan (Amalia et al., 2023).

Salah satu hal yang menarik wisatawan untuk mengunjungi sebuah tempat adalah fasilitasnya menurut Medlik dalam (Aprilia et al., 2017). Ketersediaan fasilitas dapat meningkatkan tingkat kenyamanan pengunjung, memperpanjang kunjungan, dan meningkatkan persepsi wisatawan terhadap destinasi wisata (Zaenuri, 2012). Menurut (Suryadana & Octavia, 2015) Sesuai dengan jenis dan sifat perjalanan yang dilakukan wisatawan, semua fasilitas yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan mereka ditempatkan dalam satu unit yang terhubung dan melengkapi fasilitas lainnya. Alhasil, selama melakukan perjalanan wisata, tidak ada satupun komponen yang bisa dipisahkan. Untuk memenuhi kebutuhan pengunjung begitu tiba di suatu destinasi wisata, ketersediaan fasilitas sangatlah penting. Dalam hal membuat pengunjung merasa nyaman dan puas, fasilitas memainkan peran penting dalam membentuk opini mereka terhadap suatu destinasi wisata.

Salah satu kebutuhan hidup dan hal yang tidak dapat dipisahkan darinya adalah pelayanan. Ini mungkin berarti bahwa layanan adalah aktivitas atau kinerja tidak berwujud yang membantu pihak yang memberikan layanan dan orang yang menerimanya. Menurut (Sinambela, 2006) Istilah "melayani" berasal dari "melayani", yang berarti membantu dalam menyediakan segala sesuatu yang diperlukan orang lain untuk melakukan tindakan melayani. Menurut (Zeithaml et al., 1996) lima ukuran kualitas layanan adalah bukti fisik, jaminan, daya tanggap, empati, dan ketergantungan. Gagasan berikut ini mendukung gagasan bahwa memberikan pelayanan adalah tindakan langsung, tidak berwujud, namun nyata yang mencoba memuaskan kebutuhan dan keinginan pengunjung. pelayanan berdampak terhadap kepuasan pengunjung karena apabila pelayanan diberikan kepada pengunjung secara ideal maka pengunjung akan merasa puas; jika tidak, pengunjung mungkin merasa tidak puas (Alana & Putro, 2020).

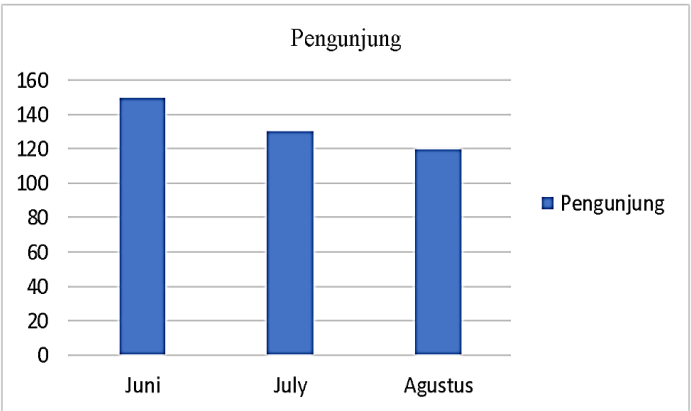
Pengelola lokasi wisata perlu mempertimbangkan sejumlah faktor antara lain fasilitas, pelayanan, dan atraksi agar dapat meningkatkan kepuasan pengunjung. Pelanggan akan lebih bahagia jika bisnis menawarkan layanan berkualitas. Jika pengunjung senang, mereka akan kembali lagi dan menceritakan lokasinya kepada orang lain. Destinasi yang memiliki karakter unik akan menarik wisatawan. Fasilitas bagi wisatawan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka selama berada di sana merupakan hal yang penting bagi lokasi wisata yang baik. Kota Batam merupakan salah satu daerah di Indonesia yang berusaha memanfaatkan potensi wisatanya yang luar biasa. Salah satu kota yang ada di Provinsi Kepulauan Riau adalah Kota Batam. Terletak di kawasan yang berkembang pesat baik pariwisata maupun industri, Kota Batam berbatasan dengan Singapura dan Malaysia. Selain letaknya yang menguntungkan, Kota Batam menawarkan kekayaan tempat wisata buatan dan alam.

Tabel 2. Nama Objek Wisata, Jenis dan Lokasi di Kota Batam

Objek Wisata	Jenis Objek Wisata	Alamat
Ocarina Park Batam	Wisata Hiburan & Rekreasi	Sadai, Bengkong Batam
Puncak Beliung	Wisata Hiburan & Rekreasi	Tj. Riau, Sekupang Batam
Pantai Mirota	Wisata Alam	Sinjantung, Pulau Galang Batam
Pantai Elyora	Wisata Alam	Galang Baru, Batam
Masjid Muhammad Cheng Hoo	Wisata Religi	Tj. Bantung, Bengkong Batam

Sumber: TribunBatam.id (2023)

Objek wisata puncak beliung merupakan salah satu objek wisata yang menarik dan *Instagramable* di Kota Batam. Objek wisata ini beralamat di Jl KH Ahmad Dahlan, Tanjung Riau, Sekupang, Kota Batam. Puncak beliung ini sudah dibuka sejak 2020. Objek wisata puncak beliung terbuka untuk umum dan menyediakan fasilitas yang membuat wisatawan merasakan kenyamanan. Selain menjadi ikon wisata baru di batam yang memiliki hutan dengan pemandangan yang indah dan bercahaya di malam hari, objek wisata ini juga terdapat banyak wahana permainan yang menantang salah satunya yang sempat viral adalah *Giant Swing* yaitu wahana untuk wisatawan merasakan sensasi melayang hingga ketinggian 5 meter di atas puncak bukit. Lokasi objek wisata puncak beliung ini seluas 10 hektar dan memiliki berbagai fasilitas rekreasi yang lengkap termasuk tersedianya tenda yang bisa digunakan wisatawan untuk menikmati pemandangan alam di sekitar puncak beliung. Harga tiket masuk ke objek wisata puncak beliung adalah 10.000 untuk wisatawan dewasa dan gratis untuk anak usia 5 tahun kebawah. Objek wisata ini beroperasional dari jam 8 pagi sampai 11 malam.



Gambar 1. Jumlah Wisatawan Berkunjung 3 Bulan Terakhir di Puncak Beliung
Sumber: Data diolah peneliti (2023)

Peneliti melakukan pra survei dan wawancara dengan petugas objek wisata puncak beliung dan memperoleh informasi objek wisata ini sangat ramai dikunjungi wisatawan dari berbagai kalangan dan usia. Dari hasil pra survei pada tanggal 21 September 2023 diketahui jumlah wisatawan yang datang berkisar 10 sampai 50 wisatawan per hari nya dan pernah terjadi tidak ada sama sekali wisatawan saat musim sepi pengunjung. Sekitar 150 wisatawan berkunjung perbulannya tergantung dengan *weekend* atau *weekday* dan wahana apa yang menjadi spot terbaru di objek wisata ini. Peneliti juga melakukan wawancara pada beberapa wisatawan saat melakukan pra survei. Wawancara dilakukan kepada Bapak Hermansyah, beliau termasuk wisatawan yang menyukai wisata alam dan sudah berkunjung sebanyak 3 kali di objek wisata puncak beliung. Alasan yang membuat bapak hermansyah berkunjung ke objek wisata puncak beliung yaitu karena selain harga masuk tempat wisata tidak terlalu mahal, beragam wahana permainan yang bisa dinikmati bersama keluarga, dan terdapat beberapa fasilitas dan pelayanan membuat wisatawan lebih nyaman. Menurut beliau mungkin wahana di tempat wisata ini ditambah lagi agar lebih banyak menarik kunjungan wisatawan, lebih meningkatkan fasilitas yang ada seperti penambahan penginapan dan peningkatan pelayanan dari petugas di objek wisata puncak beliung.

Pengelola objek wisata Puncak Beliung harus melakukan pembenahan fasilitas, pelayanan, dan daya tarik karena banyaknya wisatawan yang berkunjung ke lokasi tersebut. Ini akan memastikan bahwa situs sibuk dengan pengunjung dan memenuhi kebutuhan mereka. Mengingat latar belakang informasi yang diberikan, para peneliti bersemangat untuk melakukan penelitian di bawah judul ini **"Daya Tarik Wisata Puncak Beliung Batam: Pengaruh Amenitas, Pelayanan, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan"**

2. METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Tujuan penelitian, subjek penelitian, objek penelitian, sampel data, sumber data, dan metodologi pengumpulan data hingga analisis data hanyalah beberapa contoh dari spesifikasi yang sistematis, terencana, dan struktur yang jelas yang menjadi ciri dari jenis penelitian yang bersifat kuantitatif ini. Pendekatan ini melibatkan penggunaan alat penelitian untuk mengumpulkan data mengenai populasi dan sampel tertentu, diikuti dengan analisis statistik data untuk mengevaluasi asumsi yang terbentuk sebelumnya.

Populasi dan Sampel

Populasi menurut Sugiyono (2018) adalah bidang generalisasi yang terdiri dari item atau subjek yang atribut dan cirinya telah dipilih oleh peneliti untuk diperiksa dan dibuat temuannya. Wisatawan yang berkunjung ke Puncak Beliung Batam merupakan demografi yang dijadikan peneliti sebagai subjek penelitian. Dengan demikian, 400 wisatawan merupakan populasi keseluruhan penelitian ini.

Karena besarnya populasi, maka besar sampel penelitian ini akan ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin. Setiap orang yang berkesempatan bertemu di lokasi wisata Puncak Beliung akan mendapatkan kuesioner yang merupakan instrumen yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data. Peneliti menggunakan rumus Slovin untuk menghitung toleransi presisi terhadap akurasi rata-rata, yang diperkirakan tidak berbeda sebesar 10%, sehingga sampel dapat mencerminkan populasi secara akurat. Temuan sampel dalam penelitian ini berjumlah 80 responden berdasarkan perhitungan sampel yang dilakukan dengan metode Slovin; namun, peneliti menambahkan satu peserta sebagai bonus untuk menyelesaikan kuesioner penelitian. Dengan demikian, seluruh responden berpartisipasi dalam penelitian ini sebanyak 81 responden.

Jenis Data

Data primer, yaitu data yang dikumpulkan langsung dari sumber aslinya, itulah yang penulis gunakan untuk penelitian ini. Contoh sumber data primer antara lain informasi dari pengelola dan petugas objek wisata Puncak Beliung, pengunjung sebenarnya, data observasi objek wisata, dan kejadian. dan hasil tes (*item*). Oleh karena itu, untuk mengumpulkan data, peneliti menanggapi pertanyaan penelitian dengan menggunakan teknik survei dan menyelidiki objek dengan menggunakan metode observasi serta data yang diperoleh dari angket yaitu kuesioner atau daftar pertanyaan dari 81 responden yang berkunjung di objek wisata puncak beliung.

Data yang diperoleh secara tidak langsung digunakan sebagai data sekunder dalam penelitian ini yang berarti data tersebut sudah dikumpulkan dan disusun oleh pihak sebelumnya. Contoh dari data sekunder seperti jurnal, Badan Pusat Statistik, dan buku-buku yang berkaitan dengan penelitian ini.

Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, kuesioner, wawancara, observasi, dan pencatatan merupakan metode yang digunakan untuk mengumpulkan data. Purposive sampling digunakan dalam desain kuesioner penelitian ini untuk mencari responden yang pernah mengunjungi destinasi wisata Puncak Beliung. Selain menggunakan metodologi survei atau Google Forms sebagai sarana penyebaran data penelitian survei. Penelitian akan dilakukan melalui kunjungan *one-on-one* kepada wisatawan dan wawancara terorganisir dengan menggunakan kuesioner untuk memandu pertanyaan peneliti kepada pengunjung di lokasi objek wisata guna mengukur seberapa puas pengunjung terhadap Puncak Beliung Batam. Metode observasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengumpulan data primer melalui observasi langsung pada destinasi wisata untuk mendapatkan informasi lokasi Puncak Beliung, keadaan lingkungan, fasilitas yang tersedia, aksesibilitas menuju ke objek wisata, mengamati daya tarik dan aktivitas pengunjung di puncak beliung sebagai pertimbangan mengenai

kepuasan wisatawan. Kegiatan lokasi penelitian yang berhubungan dengan destinasi wisata yang diteliti menjadi sumber data sekunder penelitian ini yang dikumpulkan melalui dokumen. Contoh data dokumentasi antara lain gambar atau foto yang menggambarkan keadaan keseluruhan prasarana, sarana, dan kondisi umum lokasi penelitian. Selain itu, data dokumentasi berupa catatan yang mencakup pengelolaan, pemasaran, statistik wisata, dan informasi yang diperoleh dari pengelolaan.

Teknik Analisis Data

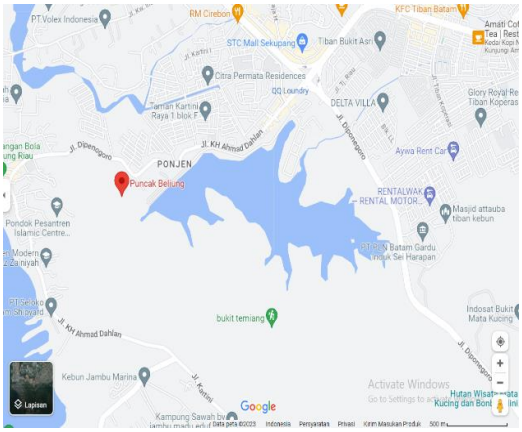
Bila menggunakan data statistik untuk analisis data, analisis deskriptif menggambarkan data yang diperoleh dalam bentuk aslinya tanpa berusaha menarik kesimpulan yang umumnya relevan dengan populasi (Sugiyono, 2018). Informasi akan dibahas dan variabel independen yaitu daya tarik wisata (X_1), fasilitas (X_2), dan pelayanan (X_3), diuraikan dalam analisis deskriptif. Selanjutnya, variabel terikat, kepuasan pelanggan (Y), akan dibahas. Pengujian hipotesis deskriptif digunakan dalam analisis deskriptif. Perhitungan rata-rata dan simpangan baku meliputi penyajian dalam bentuk tabel atau visual.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada obyek wisata Puncak Beliung Tj. Riau, Kec. Sekupang, Kota Batam, Kepulauan Riau. Masa studi dilakukan mulai dari Agustus hingga Oktober 2023. Salah satu destinasi wisata yang menarik dan menarik secara visual di Kota Batam adalah Puncak Beling. Destinasi wisata ini dapat ditemukan di Tanjung Riau, Sekupang, Kota Batam di Jl. KH Ahmad Dahlan. Puncak beliung ini sudah dibuka sejak 2020. Tetapi belum lama saat dibuka, pandemi covid-19 melanda sehingga objek wisata puncak beliung mendapatkan imbasnya ditutup cukup lama.





Gambar 2. Jumlah Wisatawan berkunjung 3 bulan terakhir di Puncak Beliung
Sumber: Google, n.d. (2023)

Objek wisata puncak beliung terbuka untuk umum dan menyediakan fasilitas yang membuat wisatawan merasakan kenyamanan seperti: toilet, gazebo, mushola, kantin, area parkir, tenda glamping, dan wahana permainan. Selain menjadi ikon wisata baru di batam yang memiliki hutan dengan pemandangan yang indah dan bercahaya di malam hari, objek wisata ini juga terdapat banyak wahana permainan yang menantang seperti: rainbow slide, Batam swing (ayunan raksasa), karpet terbang. Salah satunya yang sempat viral adalah Giant Swing yaitu wahana untuk wisatawan merasakan sensasi melayang hingga ketinggian 5 meter di atas puncak bukit. Selain itu wisatawan juga bisa berfoto dengan konsep tempat yang unik seperti : love and rose, Jepang *gate*, tangga Langit, sayap malaikat, Singapore *view* background, Indian *gate* unik, ketapel raksasa, bird nest, tangan dewa, batu berwarna, dan pelaminan sakira.



Gambar 3. Wahana Bermain dan Spot Foto di Puncak Beliung
Sumber: Data Dokumentasi Peneliti

Lokasi objek wisata puncak beliung ini seluas 10 hektar dan memiliki berbagai fasilitas rekreasi yang lengkap termasuk tersedianya tenda yang bisa digunakan wisatawan untuk menikmati pemandangan alam di sekitar puncak beliung. Harga tiket masuk ke objek wisata puncak beliung adalah 10.000 untuk wisatawan dewasa dan gratis untuk anak usia 5 tahun kebawah. Objek wisata ini beroperasional dari jam 8 pagi sampai 11 malam.

3.2. Pembahasan
Uji Validitas

Uji validitas digunakan dalam penelitian ini yang signifikan 10% yaitu dengan nilai 0,1 untuk taraf signifikansi, jika probabilitas hasil korelasi dinyatakan diatas 0,1 (10%) maka instrumen dikatakan tidak valid, tetapi jika probabilitas tinggi hasil korelasi dinyatakan dibawah 0,1 (10%) maka instrumen dikatakan valid (sah). Menilai validitas data berdasarkan kriteria berikut dan menentukan validitasnya :

a. Jika r_{hitung} lebih besar dari rt_{abel}, item pertanyaan dapat dianggap memiliki hubungan signifikan,
   dan kesimpulan dapat dianggap valid.
b. Jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel}, item pertanyaan dapat dianggap memiliki hubungan signifikan, dan kesimpulan dapat dianggap tidak valid.

Berikut merupakan hasil pengujian validitas terhadap variabel kepuasan wisatawan pada objek wisata puncak beliung.

Tabel 3. Hasil Validitas Variabel X1

Variabel	No Butir Instrumen	rhitung	rtabel	Keterangan
Daya Tarik Wisata	X1.1	0,829	> 0,258	Valid
	X1.2	0,828	> 0,258	Valid
	X1.3	0,804	> 0,258	Valid
	X1.4	0.839	> 0,258	Valid
	X1.5	0,754	> 0,258	Valid

Sumber: Data diolah peneliti (2023)

Tabel 4. Hasil Validitas Variabel X2

Variabel	No Butir Instrumen	r hitung	r tabel	Keterangan
Fasilitas	X2.1	0,740	> 0,258	Valid
	X2.2	0,701	> 0,258	Valid
	X2.3	0,743	> 0,258	Valid
	X2.4	0,780	> 0,258	Valid
	X2.5	0,792	> 0,258	Valid

Sumber: Data diolah peneliti (2023)

Tabel 5. Hasil Validitas Variabel X3

Variabel	No Butir Instrumen	r hitung	r tabel	Keterangan
Pelayanan	X3.1	0,767	> 0,258	Valid
	X3.2	0,756	> 0,258	Valid
	X3.3	0,803	> 0,258	Valid
	X3.4	0,793	> 0,258	Valid
	X3.5	0,819	> 0,258	Valid

Sumber: Data diolah peneliti (2023)

Tabel 6. Hasil Validitas Variabel Y

Variabel	No Butir Instrumen	r hitung	rtabel	Keterangan
Kepuasan Wisatawan	Y.1	0,805	> 0,258	Valid
	Y.2	0,667	> 0,258	Valid
	Y.3	0,785	> 0,258	Valid
	Y.4	0,769	> 0,258	Valid
	Y.5	0,844	> 0,258	Valid

Sumber: Data diolah peneliti (2023)

Semua item pernyataan atau pertanyaan dari variabel bukti fisik (X_1), fasilitas (X_2), pelayanan (X_3) dan kepuasan wisatawan (Y) adalah valid, karena nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Hal ini telah dibuktikan melalui uji validitas menggunakan software SPSS.

Uji Cronbach Alpha, yang menilai kelayakan seluruh skala penelitian, mengevaluasi reliabilitas penelitian. Peneliti dalam penelitian ini menggunakan skala likert dari 1 hingga 5. Jika nilai Cronbach Alpha instrumen lebih dari 0,6, instrumen tersebut dianggap sudah reliabel. Jika nilai Cronbach Alphanya kurang dari 0,6, instrumen tersebut dianggap tidak reliabel. Uji reliabilitas ini dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS versi 24. Berikut hasil pengujian reliabilitas terhadap variabel kepuasan wisatawan pada objek wisata puncak beliung.

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Y

Variabel	Alpha	Cronbach's Alpha	Keterangan
Daya Tarik wisata (X_1)	0,808	0,60	Reliabel
Fasilitas (X_2)	0,793	0,60	Reliabel
Pelayanan (X_3)	0,803	0,60	Reliabel
Kepuasan Wisatawan (Y)	0,800	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah peneliti (2023)

Semua nilai Cronbach Alpha variabel X_1 (0,808), X_2 (0,793), X_3 (0,803) dan Y (0,800) memiliki nilai yang lebih besar dari 0,60, menurut hasil uji reliabilitas di atas. Oleh karena itu, semua instrumen pengukuran yang digunakan adalah reliabel.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		81
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.23766566
Most Extreme Differences	Absolute	.081
	Positive	.081
	Negative	-.073
Test Statistic		.081
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]

a. Test distribution is Normal.

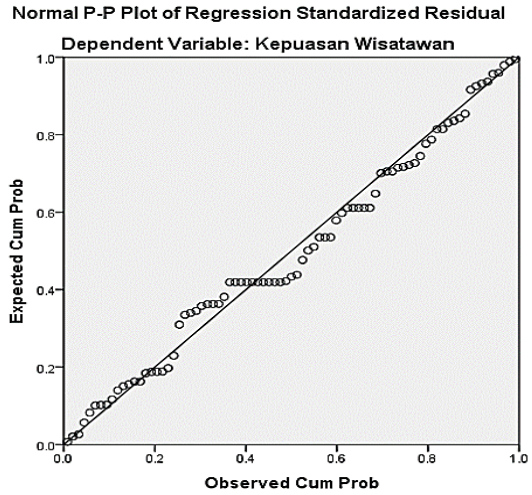
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

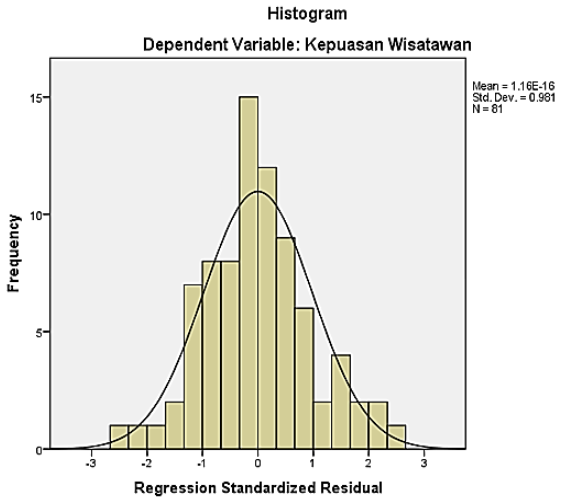
Gambar 4. Hasil Uji Normalitas
Sumber: Data diolah peneliti (2023)

Hasil uji normalitas dari angket kuesioner dinyatakan normal, menurut tabel hasil uji normalitas yang diolah menggunakan SPSS di atas, yang menunjukkan bahwa sig 0,200 lebih besar dari 0,1.



Gambar 5. Plot Hasil Uji Normalitas
Sumber: Data diolah peneliti (2023)

Menurut hasil uji normalitas menggunakan plot probabilitas, jika titik-titik mengikuti arah garis diagonal, maka data dinyatakan berdistribusi normal. Hal ini dapat dipahami dari gambar di atas karena titik-titik di sini mengikuti garis diagonal, sehingga data dikatakan normal.



Gambar 6. Histogram Uji Normalitas
Sumber: Data diolah peneliti (2023)

Hasil uji histogram normalitas di atas menunjukkan bahwa data yang diuji berbentuk gunung atau lonceng terbalik; oleh karena itu, data yang digunakan berdistribusi normal.

Dalam analisis regresi linier berganda, uji multikolinearitas adalah bagian dari uji asumsi klasik. Digunakan untuk mengetahui apakah ada korelasi antara variabel independen. Jika tidak ada korelasi antara variabel satu dengan yang lainnya, maka model regresi tersebut baik.

Model		t	Sig.	Collinearity Statistics	
				Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.373	.020		
	Daya Tarik Wisata	3.977	.000	.283	3.531
	Fasilitas	1.791	.077	.270	3.708
	Pelayanan	3.518	.001	.339	2.951

Gambar 7. Hasil Uji Multikolinearitas
Sumber: Data diolah peneliti (2023)

Hasil uji multikolinier di atas menunjukkan bahwa nilai tolerabilitas X_1 (283), X_2 (270), dan X_3 (339) lebih besar dari 0,10, dan nilai VIF X_1 (3,531), X_2 (3,708), dan X_3 (2,951) lebih rendah dari 10,00. Jadi, gejala multikolinearitas tidak terjadi dalam model regresi.

Untuk memastikan apakah faktor X_1 (daya tarik wisata), X_2 (fasilitas), dan X_3 (pelayanan) berpengaruh terhadap variabel Y (kepuasan wisatawan), dilakukan pengujian hipotesis. Uji analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Apabila nilai signifikansi uji t lebih dari 0,10 maka H_0 tidak berhasil ditolak, hal ini menunjukkan bahwa faktor yang berhubungan dengan daya tarik wisata, amenitas, dan pelayanan tidak ada pengaruhnya pada kesenangan pengunjung. Hal yang sama juga berlaku sebaliknya, jika H_a tidak diterima, maka H_0 diterima.

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.420	1.140		4.753	.000
	Daya Tarik Wisata	.739	.056	.829	13.165	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan

Gambar 8. Hasil Uji t Terhadap Variabel Daya Tarik Wisata (X_1)
Sumber: Data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan gambar di atas, kita tahu bahwa nilai sig (X_1) 0,00 < 0,10, dan bahwa nilai t_{hitung} 13.165 lebih besar dari 2.375, sehingga kita dapat mengatakan bahwa H_{a1} diterima, dan bahwa X_1 mempengaruhi Y.

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.933	1.337		3.690	.000
	Fasilitas	.763	.066	.793	11.580	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan

Gambar 9. Hasil Uji t Terhadap Variabel Fasilitas (X_2)
Sumber: Data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan gambar di atas, kita tahu bahwa nilai sig (X_2) 0,00 < 0,10, dan bahwa nilai t_{hitung} 11.580 lebih besar dari 2.375, jadi kita dapat mengatakan bahwa H_{a2} diterima dan bahwa X_2 mempengaruhi Y.

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.828	1.302		3.708	.000
	Pelayanan	.778	.065	.803	11.972	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan

Gambar 10. Hasil Uji t Terhadap Variabel Pelayanan (X_3)
Sumber: Data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan gambar di atas, kita tahu bahwa nilai sig (X_3) 0,00 < 0,10, dan bahwa nilai t_{hitung} 11.972 lebih besar dari 2.375, jadi kita dapat mengatakan bahwa H_{a3} diterima dan bahwa X_3 mempengaruhi Y. Pelayanan wisata ini bisa diperbaiki dengan memberikan pelatihan bagi para karyawan di tempat wisata tersebut terutama dalam hal komunikasi menggunakan bahasa inggris untuk dapat menarik minat wisatawan asing (Supardi et al., 2023). Penelitian lain juga menyebutkan betapa pentingnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung (As Shiddiqi et al., 2023).

Uji Pengaruh Simultan (Uji-F) digunakan untuk menunjukkan hubungan antara ketiga variabel X dengan variabel Y secara bersamaan. Sistem pengujiannya adalah jika nilai signifikan uji F lebih besar dari 0,10 menunjukkan bahwa variabel independen secara bersama tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap variabel dependen; sebaliknya, jika nilai signifikan uji F kurang dari 0,10 menunjukkan bahwa variabel dependen tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap variabel independen.

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	395.924	3	131.975	82.925	.000[b]
	Residual	122.545	77	1.591		
	Total	518.469	80			

a. Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan

b. Predictors: (Constant), Pelayanan, Daya Tarik Wisata, Fasilitas

Gambar 11. Hasil Uji F Terhadap Semua Variabel X
Sumber: Data diolah peneliti (2023)

Nilai F hitung 82.925 lebih besar dari 2,16, dan nilai sig 0,00 lebih kecil dari 0,10, seperti yang ditunjukkan pada gambar di atas. Jadi, kepuasan wisatawan (Y) di objek wisata puncak beliung Kota Batam dipengaruhi oleh variabel daya tarik wisata (X_1), fasilitas (X_2) dan layanan (X_3).

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.874[a]	.764	.754	1.262

a. Predictors: (Constant), Pelayanan, Daya tarik wisata, Fasilitas

Gambar 12. Hasil Uji Koefisien Determinan
Sumber: Data diolah peneliti (2023)

Untuk mengetahui seberapa besar variabel daya tarik wisata (X_1), fasilitas (X_2), dan pelayanan (X_3) mempengaruhi variabel kepuasan wisatawan (Y), uji R^2 dilakukan. Berdasarkan hasil uji masing-masing koefisien, formulasi matematika untuk hubungan total variabel X dengan variabel Y dihasilkan melalui analisis regresi berganda. Menurut gambar di atas, rumus matematikanya adalah Y = 0,2.714 + 0,369 (X_1) + 0,184 (X_2) + 0,324 (X_3).

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.714	1.144		2.373	.020
	Daya Tarik Wisata	.369	.093	.414	3.977	.000
	Fasilitas	.184	.103	.191	1.791	.077
	Pelayanan	.324	.092	.335	3.518	.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan

Gambar 13. Hasil Uji R^2 Antara Seluruh Variabel X Terhadap Variabel Y
Sumber: Data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan data yang disajikan melalui gambar yang diperoleh dari SPSS versi 24, dapat disimpulkan bahwa variabel daya tarik wisata (X_1), fasilitas (X_2), dan pelayanan (X_3) memiliki pengaruh sebesar 76,4 persen terhadap variabel kepuasan wisatawan (Y). Nilai ini dapat diperoleh dengan menggunakan nilai R *square* sebesar 0,764, yang berarti bahwa 76,4 persen dari total variabel kepuasan wisatawan. Melihat hasil dari penelitian ini maka peneliti merekomendasikan agar pihak pengelola mulai merumuskan strategi pemasaran yang tepat untuk menaikkan minat wisatawan sekaligus segala variabel diatas yang telah diteliti. Berdasarkan penelitian bahwa untuk mengembangkan suatu destinasi wisata alam diperlukan strategi yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan para wisatawan (Simbolon et al., 2023).

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka bisa disimpulkan bahwa :

1. Hasil uji hipotesis secara detail dijelaskan sebagai berikut:
   a) H_{01}: Tidak diterima karena tidak sesuai dengan temuan penelitian
      H_{a1}: Diterima, karena terbukti bahwa daya tarik wisata mempengaruhi kepuasan wisatawan
   b) H_{02}: Tidak diterima karena tidak sesuai dengan temuan penelitian
      H_{a2}: Diterima, karena terbukti bahwa fasilitas mempengaruhi kepuasan wisatawan
   c) H_{03}: Tidak diterima karena tidak sesuai dengan temuan penelitian
      H_{a3} : Diterima, karena terbukti bahwa pelayanan mempengaruhi kepuasan wisatawan
   d) H_{04}: Tidak diterima karena tidak sesuai dengan temuan penelitian
      H_{a4}: Diterima, karena terbukti bahwa daya tarik wisata, fasilitas, dan pelayanan secara bersama – sama mempengaruhi kepuasan wisatawan
2. Formulasi hasil persamaan regresi linier berganda adalah Y = 0,2.714 + 0,369 (X_1) + 0,184 (X_2) + 0,324 (X_3). Berdasarkan persamaan ini maka semua jumlah pengunjung mendukung objek wisata tersebut.
3. Faktor kepuasan wisatawan memberikan pengaruh sebanyak 76,4 % dalam keputusan berkunjung, sisanya sebesar 23,6 % diluar dari variabel yang ditetapkan oleh penelitian ini.

Ucapan Terima Kasih

Kami mengucapkan terima kasih kepada semua orang yang telah membantu penelitian ini. Kepada pihak pengelola wisata puncak beliung yang sudah meluangkan waktunya kepada peneliti, kami ucapkan banyak terimakasih, serta pihak lainnya yang tidak bisa kami jabarkan secara detail.

5. DAFTAR PUSTAKA

Alana, P. R., & Putro, T. A. (2020) 'Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Goa Lowo Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek', *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan*, *5*(2), pp. 180–194. Available at: http://journal.stieken.ac.id/index.php/penataran/article/view/481

Amalia, E., Supardi, & Lubis, A. L. (2023) 'Strategi Branding Terpikat Pulau Penyengat sebagai Destinasi Wisata Sejarah, Budaya & Religi di Kepulauan Riau', *DIMENSI*, 12(01), pp.212–229. Available at: https://doi.org/https://doi.org/10.33373/dms.v12i1.5000

Aprilia, E. R., Sunarti, & Pangestuti, E. (2017) 'Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan di Pantai Ampenan Mataram', *Jurnal Administrasi Bisnis*, 51(2), pp. 16–21. Available at: administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id%0A16

As Shiddiqi, R., Supardi, & Lubis, A. L. (2023) 'Analisis Keterampilan Pribadi Room Attendant Untuk Meningkatkan Kepuasan Pengunjung the Golden Bay Hotel Batam', *Jurnal Mekar*, *2*(1), pp. 28–33. Available at: https://doi.org/10.59193/jmr.v2i1.159

Badan Pusat Statistik Kota Batam. (2023) *Jumlah Wisatawan Mancanegara yang Datang (Kunjungan) 2023*. Available at: https://kepri.bps.go.id/indicator/16/29/1/jumlah-wisatawan-mancanegara-yang-datang.html

Ester, A., Syarifah, H., & Saida Zainurossalamia ZA. (2020) 'Pengaruh Daya Tarik Wisata Citra Destinasi dan Sarana Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Citra Niaga Sebagai Pusat Cerminan Budaya Khas Kota Samarinda', *Jurnal Manajemen*, 12(1), pp. 145–153. Available at: http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN

Google. n.d. (2023) *Puncak Beliung*. Available at: https://www.google.com/maps/place/Puncak+Beliung/@1.09812,103.9412118,15z/data=!4m6!3m5!1s0x31d98d5759a5d213:0xeb18b979bb0028d7!8m2!3d1.09812!4d103.9412118!16s%2Fg%2F11hzhr88mg?hl=en&entry=ttu [Diakses pada10 Oktober 2023

Handayani, S., Khairiyansyah, & Wahyudin, N. (2019) 'Fasilitas, Aksesibilitas dan Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan', *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, *20*(2), pp. 123–133. Available at: https://doi.org/10.30596/jimb.v20i2.3228

Ismayanti. (1972) *Pengantar Pariwisata* (1st ed.). Grasindo.

Kalagis, D. (2014) *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pengunjung di Objek Wisata Puncak Temboan Desa Rurukan Satu Kota Tomohon*. *Universitas Sam Ratulangi*.

Nurmala, & Sullaida. (2022) 'Nurmala 1 Sullaida 2 1,2 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh'. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, *23*(2), pp.73–78.

Sari, U. P., & Bachri, S. (2022) Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Fasilitas Layanan terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan'. *JAMUT (Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako)*, *8*(3), pp. 204–210. Available at: http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/mbisnis%0

Siagian, S., & Mita, M. M. (2022) 'Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Fasilitas layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Wisata Pamah View, Kabupaten Langkat', *TOBA: Journal of Tourism, Hospitality and Destination*, 1(2), pp. 82–88. Available at: https://doi.org/10.55123/toba.v1i2.564

Simbolon, S. O., Lubis, A. L., & Wibowo, A. (2023) 'Strategi SWOT Untuk Mengembangkan Potensi Destinasi Wisata Pantai Melayu di Kota Batam', *Jurnal Ilmiah Pariwisata Agama dan Budaya*, *8*(2), pp. 81–95. Available at: http://ojs.uhnsugriwa.ac.id/index.php/parbud/article/view/3067

Sinambela, L. P. (2006) *Reformasi Pelayanan Publik : Teori, Kebijakan, dan Implementasi* (1st ed.). Bumi Aksara.

Spillane, J. J. (1987) *Pariwisata Indonesia: Sejarah dan Prospeknya* (1st ed.). Kanisius.

Sugiyono. (2018) Buku Metode Penelitian (pp. 32–41).

Supardi, Lubis, A. L., Wibowo, A., & Zaharafatimah. (2023) Pelatihan Layanan Perjalanan Wisata Berbahasa Inggris Di SMK Negeri 2 Batam. *Jurnal Keker Wisata*, 1(2), pp.153–162. Available at: https://doi.org/https://doi.org/10.59193/jkw.v1i2.172

Suryadana, M. L., & Octavia, V. (2015) *Pengantar Pemasaran Pariwisata* (1st ed.). Alfabeta.

TribunBatam.id. (2023) *Puncak Beliung Batam, Tempat Wisata Instagramable di Kepri*. Tribun News Batam. Available at: https://batam.tribunnews.com/2023/01/15/puncak-beliung-batam-tempat-wisata-instagramable-di-kepri

Yoeti, O. A. (2008) *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata.* Pradnya Paramita.

Zaenuri, M. (2012) *Perencanaan Strategis Kepariwisataan Daerah Konsep dan Aplikasi* (1st ed.). e-Gov Publishing.

Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). 'The Behavioral Consequences of Service Quality'. *Journal of Marketing*, 60(2), pp. 31–46. Available at: https://doi.org/10.2307/1251929

Vol. 7, No. 2; December 2023
P-ISSN: 2614-5510 E-ISSN: 2655-8173
Pages 798-822
DOI: http://dx.doi.org/10.37484/jmph.070211

The Effect of The Work Environment on Front Office Employees' Performance at The Pacific Palace Hotel Batam

[1]Rahel Natasya Sagala, *[2]Arina Luthfini Lubis, [3]Supardi

[1,2,3]Politeknik Pariwisata Batam, Indonesia

***Correspondence:**
a.luthfinilubis@gmail.com

Submission History:
Submitted: August 10th, 2023
Revised: August 28th, 2023
Accepted: October 31st, 2023
Available Online: December 31st, 2023

This article is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

Abstract

Moreover, the city of Batam is strategically located near two national borders, namely Singapore and Malaysia, this is a big opportunity in the tourism sector, especially in the world of hotels. This research aims to analyze whether the work environment has an influence on the effectiveness of employee performance, especially in the front office environment at the Pacific Palace Hotel Batam. The research method used is a quantitative approach with simple regression analysis techniques to assess the relationship between 2 variables, work environment variables (as independent variables) and employee performance (as dependent variables). Data processing uses simple regression analysis which includes normality test, T test and F test, and R^2 test using SPSS statistical software. The results are valid. In the hypothesis test results, H1 is accepted, this can also be seen from the significance results in tcount which has a result of 0.01. Overall the research results show that the hopethesis test on the work environment as a variable (X) has a positive effect on employee performance as a variable (Y) both partially and simultaneous. The result of the regression equation is Y = 21.098 + 0.752X. The coefficient of determination (R2) results were 74.6%, which means employee performance being influenced by other variables outside of this research test. Therefore, it is important for hotel management to prioritize improving working environment conditions, including employee training and development, so that maintaining employee welfare through the work environment can improve employee performance results which ultimately can maintain competitiveness in the competitive hospitality industry.

INTRODUCTION

Employees are the foundation of a company's success, they form the core of every successful organization. Like valuable assets, employees bring added value through their skills, dedication and experience. Investing in employee development is a long-term investment that produces productivity and innovation. In general, companies have the goal

of achieving optimal profits by minimizing operational costs. To achieve these goals, it is important for companies to take into account various factors of production, including capital, labor, natural resources, and expertise. In carrying out its operations according to plan, the company must be able to manage these production factors effectively and efficiently, so that the goals that have been set can be achieved successfully (Suprihati, 2014). The success of a company is not only determined by the facilities and efficiency of production machines, but also by the human aspect. In the context of a company organization, employees who have skills, abilities and responsibilities are very valuable assets. They are the backbone of the company and have great potential to increase work productivity in accordance with established standards. Therefore, it is important to recognize the value of employees as a workforce that can optimize company performance. Realizing this human potential will have a positive impact on the growth and survival of the company (Suprihati, 2014). One effort to maximize the potential of hotel employees is to provide appropriate training so that they can increase their competency (Susila & Arianti, 2017).

Performance reflects a person's real achievements in carrying out tasks in accordance with the standards set by the organization. Each employee has a unique level of ability, so their performance is individual. Management has the responsibility to assess the performance of each employee based on their achievements in carrying out their duties in accordance with applicable standards. By conducting this evaluation, management can identify each employee's strengths and areas of development, which in turn can help improve the overall efficiency and productivity of the organization. Performance appraisal is an important instrument that allows organizations to appreciate and utilize the individual potential of employees to achieve common goals (Paputungan, 2013). This consistent employee performance can help the company achieve its strategic goals. The performance they provide plays a key role in maintaining the company's successful values which can take the company to the peak of achievement. This is also in line with the definition of employee performance according to Alex Nitisemito in (Kasmawati, 2014) said that the work environment is everything around workers that can influence them in carrying out their duties, therefore it is very important for company management to pay attention to it.

The qualities provided by employees have a significant impact on the development of the company, because they are the driving force behind achievements and achieving company goals. Therefore, understanding work methods and the factors that influence them is key to achieving optimal performance. Knowing more about how a person works and the factors that influence his or her performance is essential to achieving the best results

(Satwika & Himam, 2014). The performance provided by employees plays a key role in the company's success, therefore its quality must be maintained. Another opinion states that there are several factors that influence the quality of employee performance, namely clear communication regarding company goals, effective leadership to provide them with guidance in carrying out their work, availability of adequate technology to carry out their work, as well as the quality of employees in discipline and maintaining standard operational procedures. has been determined by the company.

As the years go by, the number of new hotels in the hospitality industry continues to increase. This makes hotels compete to improve the quality of their hotels so they can compete in attracting customers' attention. Starting from offering competitive prices, unique facilities, quality services and attractive marketing strategies are the keys to winning this fierce competition. Competing hotels also consist of various classifications ranging from 1 star to 5 stars. The star of this hotel has a big influence on guests' decision to stay. Because this star is a marker of quality standards that guide potential guests about the service they will receive during their stay at the hotel. The following is data on hotel room occupancy rates based on stars in the Riau Islands province from July 2022 and June – July 2023.

Table 1. Occupancy Level Data Based on Hotel Star Classification

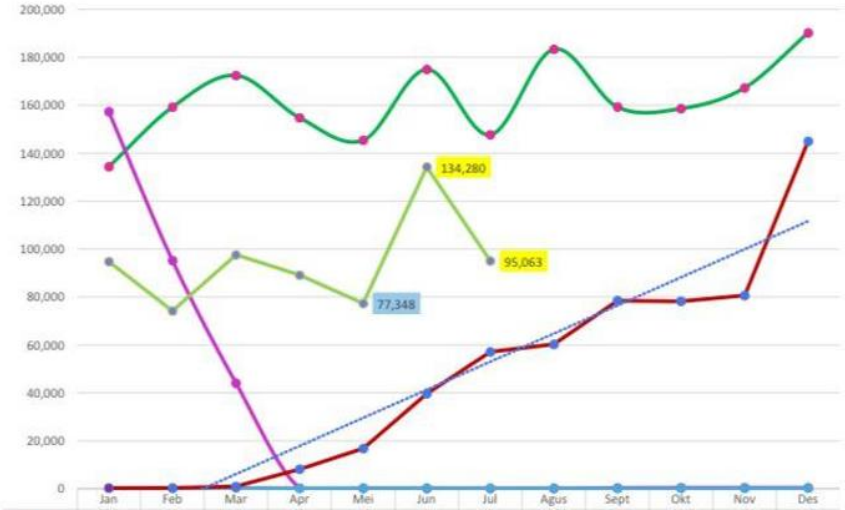
No.	Star Classification	OLD (%)	
		June 2023	July 2023
1.	1 Star	22,96	-
2.	2 Star	48,43	41,20
3.	3 Star	49,02	36,49
4.	4 Star	66,12	43,27
5.	5 Star	35,71	33,54
All Stars		36,78	41,87

Source: (BPS Batam, 2023)

From this data it can be seen that in July 2023 hotels with a 4 Star classification ranked highest in terms of hotel occupancy rates while 3 Star hotels ranked lowest in terms of occupancy rates, and in July hotels with a 4 star classification experienced a decline in occupancy rates, although there was a decline but 4 star hotels are still superior to others. From the Batam Central Statistics Agency data table, in July 2023 it can be concluded that 4 star hotels are the choice of tourists, this is because 4 star hotels occupy the highest ranking of tourist occupancy rates in these hotels.

The Riau Islands province, especially Batam, has enormous potential to be visited by tourists from abroad. This is because Batam is very close to two countries, namely Malaysia and Singapore, only needing to travel 1 hour by ferry. Moreover, Singapore is a country that

has a high level of visits from various foreign tourists, so there is a possibility that these tourists will visit Batam City. The following is data on the development of foreign tourist visits to the city of Batam from January 2019 – July 2023.



	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agus	Sept	Okt	Nov	Des
2019	134,415	159,248	172,461	154,810	145,447	175,001	147,690	183,401	159,331	158,619	167,288	190,232
2020	157,306	95,270	44,078	242	233	97	83	123	362	434	459	471
2021	261	158	347	214	245	251	161	165	144	158	234	313
2022	240	329	995	8,149	16,761	39,671	57,139	60,249	78,498	78,220	80,667	145,018
2023	94,774	74,193	97,617	89,140	77,348	134,280	95,063					

Figure 1. Number of Foreign Tourist Visits to Batam City
Source: (BPS Batam, 2023)

From data from the Central Statistics Agency, it can be seen that in July 2023, the number of foreign tourist visits reached 95,063, showing a decrease of 29.21 percent compared to the previous month June 2023 which recorded 134,280 visits. When compared with July 2022, there is an increase of 66.37%. During July 2023, foreign tourists visiting Batam City were dominated by Singaporean tourists, who accounted for 58.70% of the total foreign tourist visits during that month. This opportunity makes hotels in Batam compete in improving facilities and services so that their quality can convince tourists to try and even come back to stay at their hotel.

With visits from various tourists, both local and foreign, it can provide opportunities for hotels to develop (Yulhaslinda & Bukittinggi Akpar Paramitha, 2019). Therefore, to make guests come back, good service must be created so that guests want to visit the hotel again. There are many factors that influence customers to return to accommodation they have previously visited, one of which is the level of service (Fatimah et al., 2023). The feeling of wanting to stay again proves that guests are satisfied with the services provided by the hotel. This creates an opportunity for the hotel to be known from the stories of the experiences of guests who have stayed with potential guests who hear reviews from these guests. This

feeling of wanting to stay again is channeled from the services provided by the performance of human resources at the hotel.

Human resources who have direct contact with guests who are able to influence guest assessments of hotel quality include: front liners, room attendants and housekeepers. Each department of hotel department employees tries to maximize their performance in providing services so as to give guests an unforgettable impression in the hope that the hotel will become better known and the hotel's goals will be achieved. Increasing the performance of hotel employees will have a direct impact on improving service to guests (Jefri et al., 2023). The better the employee's performance, the visitor satisfaction will increase so that the possibility of guests returning to stay will be greater (As Shiddiqi et al., 2023). The enthusiasm of employees in carrying out their work influences the results of their performance later. When employees feel enthusiastic about doing their work, they tend to be more productive, creative, and focused in carrying out their duties. This passion can be gained in a variety of ways, including recognition of accomplishments, development opportunities, and support from coworkers and management, all of which are components of the work environment. According to (Afandi, 2018) there are several performance indicators, namely quantity of work results, quality of work results, efficiency in carrying out tasks, work discipline, initiative, thoroughness, leadership, honesty and creativity.

It can be seen that the work environment plays a major role in increasing this work morale. The quality of work productivity is greatly influenced by the work environment which is the most important part of employees' working lives. Apart from a conducive work environment, hotel employee productivity is also influenced by the career development programs in place at the workplace (Lubis et al., 2023). The work environment includes social, physical and psychological aspects in an organization that have a direct impact on employee performance. Therefore, the work environment is a crucial factor that determines whether the results of employee performance provide good or bad results (Ahmad et al., 2022). When hotels create an environment that is supportive, inclusive and values employee contributions, morale can develop naturally. Therefore, companies that invest in managing a positive and supportive work environment are important for the company because they will get a significant increase in maximizing the performance potential of their employees. In the work environment, leaders have an important role in demanding that their employees do their work so that work can be orderly and structured under the auspices of the leader (Amalia Yunia Rahmawati, 2020). In hotels, especially in the front office, this leader is the manager and under the manager there is a supervisor. These two positions lead employees

in hotels, especially the front office, in supervising and providing direction to employees in carrying out their work. The supervisor's performance in supervising his staff is one measure of guest satisfaction at a hotel (Putri et al., 2023). Being a leader is not only using power to order subordinates to do work, but being a leader, providing attention and protecting employees in every difficulty employees have in doing their work (Albino, 2013). With attention from leaders, employees become open and create good relationships between superiors and subordinates. Good relationships between superiors and subordinates are also part of the work environment indicators. The better the leadership carried out and the provision of motivation will improve the performance of hotel employees (Artayasa et al., 2022).

The researcher also read the findings of previous researchers and based on the theoretical studies read, it was found that research regarding the influence of the work environment on employee performance had conflicting results. Research results on (Dolly .P Sitanggang, 2021) shows that there is a significant influence of the work environment on employee performance at PT. Pekanbaru Clear Water, while research results (Hidayat, 2017) shows that the work environment does not have a significant influence on employee performance at the Pesona Makassar Hotel. Other research also states that the better the performance of a hotel employee will influence the employee's perception so that they are service oriented towards guests (Kloutsiniotis & Mihail, 2020).

With the results of differences in work environment variables between Dolly V.P Sitanggang and Indra Hidayat's research having contradictory research results, this makes researchers interested in conducting research again related to the same variables in order to see whether there are other influences from an internal or external perspective. From the results of observations made at the Pacific Palace Hotel Batam, the work environment can be considered quite good. However, the author is interested in conducting more in-depth research regarding the work environment at the hotel. So this research can be a consideration/benchmark for improving the work environment, which is expected to have a positive impact on employee performance in the future. Thus, future improvements in the work environment can have a significant positive impact on employee performance outcomes, which in turn will contribute to Hotel Pacific's future success. So, based on this background description, the author is interested in researching with the title " The Effect of The Work Environment on Front Office Employees' Performance at The Pacific Palace Hotel Batam ".

LITERATURE REVIEW

Companies are always related to employees, what happens to a company if it is not filled with employees? Of course the company did not run smoothly. Employees are the most important component in the company, they are the key in carrying out operational work activities in the company. Therefore, the work environment cannot be separated from employees, because the environmental atmosphere created is what influences employee performance results. By creating an effective & conducive environment, it can trigger enthusiasm and create a sense of comfort / flexibility in working. On the other hand, if the working atmosphere is uncomfortable and hampers productivity, it can make employees not focus on their work, thus disrupting their concentration in operations. That is why here the role of leadership in every company needs to pay attention to every work environment occupied by its employees in operations in order to maintain the concentration and productivity of the workers (Panjaitan, 2018).

What is meant by work environment is an environment where there is interaction between many people doing work (employees) which takes place every day and can then influence workers when carrying out their responsibilities. There are two types of work environment groupings in companies, namely physical and non-physical environments. The physical work environment is a tangible (visible) environmental condition around the work area which can have an impact on workers either directly or indirectly. The non-physical work environment is an atmosphere created by environmental conditions that can be felt, such as the relationship between employees and superiors or employees and fellow employees.

There are several aspects that influence the work environment, namely: lighting, work level, air circulation, relationships with fellow employees and others which will be described according to (Sunyoto, 2012) : (a) Relationships with fellow employees, namely the relationships created between employees include two types of relationships, namely relationships as individuals and relationships as a group; (b) The level of noise created in the work environment. If the noise is high, it can result in the following: Psychological changes and psychological impacts; (c) Work regulations, to create satisfaction and increase worker productivity. These good work regulations create convenience for employees to achieve thereby improving employee performance in achieving the company's goals; (d) Lighting does not only include electrical lighting sources, good lighting must also be exposed to natural light, namely sunlight; (e) Air circulation, because that is why the existing air quality

needs to be maintained; (f) Safety, if there are many dangerous factors, workers will be disturbed in their concentration at work and will not focus on doing their work.

The physical work environment is a condition obtained from the surrounding working atmosphere which can have an effect on workers in their activities, either directly or indirectly (Sedarmayanti, 2012). There are several aspects that influence the creation of a physical work environment, namely temperature, humidity, air circulation, level of calm, lighting, and a sense of security. By creating a healthy physical work environment, it certainly provides encouragement to workers in carrying out their work and makes it easier for workers to be productive.

The non-physical work environment is a series of activities in the form of relationships, these relationships include between employees and superiors and other employees (Sedarmayanti, 2012). From this environment, it can be seen how supportive conditions are created for each other. This psychosocial work environment can also influence employee work commitment (Teo et al., 2020). A high sense of mutual support in relationships between employees is a positive value so that it has high potential to achieve company goals. By creating a sense of support between each other, it can make it easier for each employee to do their work. Other non-physical environmental factors such as: organizational culture, the quality of human resources themselves, motivation and discipline also influence employee performance (Nugraha, 2021). Motivation and communication have also been studied previously and show their influence on the performance of employees working in hotels (Rinayanthi & Kuntariati, 2022).

Performance is generally defined as an employee's achievement in carrying out their duties, even though employee performance includes several other aspects such as morale at work, loyalty, business aspects and creativity (Rubiyanto, 2019). The most important support needed in every agency to experience positive improvements is human resources. The support provided by these employees is a result of the performance carried out in carrying out their duties. (Silaen et al., 2020) provides an explanation that performance is a result of work achieved by a person in completing his responsibilities. Employee success in carrying out their duties as a whole is also an understanding of performance. Apart from that, Torang in (Ginting, 2019) stated that "Performance is the quantity or quality of the work of individuals or groups within an organization in carrying out basic tasks and functions that are guided by norms, standard operating procedures, criteria and measures that have been determined or are applicable in the organization".

Mangkunegara in (Ginting, 2019) also stated that "Performance is the result of work in terms of quality and quantity achieved by an employee in carrying out his duties in accordance with the responsibilities given to him". The term regarding performance was also conveyed by Edison in (Ginting, 2019) states "Performance is the results obtained by an organization that are profit oriented and non-profit oriented which are produced over a period of time". From several terms that can be defined, employee performance is the obligation of every employee in a company to carry out the tasks that have been assigned to each of them according to the employee's level in the company. The division of work according to level also has an influence in achieving good performance results.

According to Goleman in (Susanty et al., 2019) states that emotional intelligence also influences employee performance. There are 5 components to emotional intelligence, namely motivation, self-awareness, self-regulation, social skills and empathy. The absence of overlap in carrying out work creates a comfortable atmosphere between employees because just imagine if the employee is carrying out tasks that are not in accordance with what they usually do, the work could become chaotic due to difficulties in carrying out the work and performance will decrease. Employee performance refers to the extent to which individuals in an organization achieve the goals and responsibilities that have been set for them (Sutama & Stiven, 2014). From this it can be assessed how effective and efficient employees are in carrying out their duties and achieving the expected results.

Measuring employee performance is generally based on various factors such as productivity, quality of work, ability to work in a team, initiative, punctuality, and the impact of their contribution to overall organizational goals. Employee performance evaluations are often carried out periodically, with the aim of providing feedback, recognition and, if necessary, development and improvement in their performance processes. Hotel employee performance can generally be improved by providing job training (Parhusip et al., 2023). In essence, the most important resource in every company is the employees (Christina Verawaty Situmorang, 2017). Employees are the most important role because employees are always involved in every movement of the organization in the company. When employees provide good performance while doing their jobs can help companies realize set goals.

METHOD

The design used as a guide in this research is a descriptive quantitative design. Because this type of data is quantitative, to obtain data results, researchers use a questionnaire as a forum that will be filled in by respondents regarding satisfaction with working in their work

environment. (Sugiyono, 2018) also provides an understanding that what is meant by Quantitative Method is "a method based on the philosophy of positivism, used to research certain populations or samples where data collection uses research instruments, statistical data analysis with the aim of describing and testing predetermined hypotheses".

Population is a generalized area consisting of objects or subjects that have certain qualities and characteristics determined by researchers to study and then draw conclusions (Sugiyono, 2018). It can be concluded that a population is a group of individuals, objects and elements that have the same characteristics or features and are the focus of research. There are many different populations and it usually depends on the topic being discussed and the questions you want to answer. Because the researcher wanted to analyze the work environment, the population taken was front office employees at the Pacific Palace Hotel Batam.

Sugiyono in (Syahputra, 2018) means that the sample is part of the number and characteristics of the population. Having a sample can make it easier for researchers to obtain data from a large number of existing populations. Samples allow researchers to make generalizations about the population more efficiently. Because data collection must be done carefully so that the research results are accurate. Because those studied were employees in the front office department, the researcher used a stratified sample. Sample stratification is where the population is divided into groups or literature based on certain characteristics (e.g. job position, age, department.) Then respondents are taken randomly from each stratum in appropriate proportions. Because there are only 10 front office employees, the sample was used as maximally as possible.

Independent variables in research refer to factors or conditions that are thought to have an influence or relationship on the dependent variable, but are not influenced by other variables in the context of the research. In research regarding the influence of the work environment on employee performance, the independent variable is the work environment. The company's values and cultural norms will influence employee motivation and behavior. An environment where employees feel aligned with the company's values and feel accepted within the culture will improve their performance. Indicators of this work environment are how to interact and collaborate, level of support and recognition, leadership style, management, facilities and physical environment.

The dependent variable in this research is employee performance. The dependent variable is the variable that will be researched and analyzed to see how changes in the independent variable (work environment) can affect the relationship with the dependent

variable (employee performance). This variable will be measured using several indicators including work productivity, quality of work results, and level of achievement of predetermined targets. This measurement provides an idea of how well employees carry out their duties.

In starting this research, the researcher created a thinking framework in order to understand the flow, stages and process of data analysis up to the research results stage. Of course, this also makes it easier for researchers to carry out research and collect data. From the framework of thinking it can also explain the relationship between variables. In this research variable, the relationship between variable (X) and variable (Y) is a cause and effect relationship. The framework of thinking can be seen in the image presented below as follows:

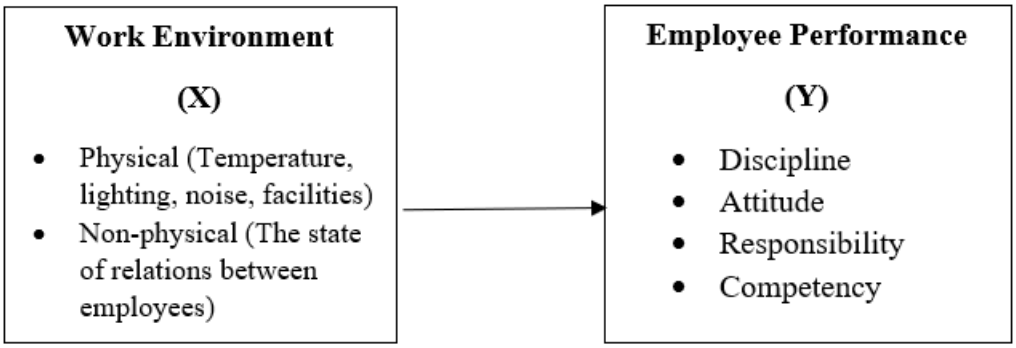


Figure 2. Thinking Framework

There are 2 types of data collected in this research, namely primary data and secondary data. Primary data is data collected directly by researchers for specific research purposes. In research regarding the influence of the work environment on employee performance effectiveness, primary data will include information obtained directly from sources relevant to the research. The method used to obtain primary data is the process of distributing questionnaires containing questions to be distributed to hotel front office employees as well as conducting direct observations to be able to provide certain information from the work environment that cannot be revealed through questionnaires. Secondary data is data that has been collected or is already in finished form owned by the research site which includes: A brief history of the company, the company's organizational structure and data that is necessary for this research. Having this data can help gain an initial understanding of the research topic which can be used to compare or validate research results.

For data collection methods, there are 3 techniques used, namely questionnaires, observation and documentation. The questionnaire contains questions that will be answered by front office employees. This questionnaire contains structured questions designed to

measure employees' perceptions of the work environment in developing their performance. Questions can cover aspects such as level of satisfaction with the work environment, relationships with coworkers, support from management, physical facilities, and so on. This questionnaire will then be filled in by the respondent and the data obtained will be analyzed. Observation is a method that involves direct observation of employee activities in their work environment. This can be an observation of interactions between employees, room layout, and use of work facilities. Observations can provide insight into certain aspects of the work environment that may not be revealed from questionnaires or interviews. Documentation is a technique for collecting data from various written or recorded sources related to the work environment and employee performance. This data can be in the form of reports in physical or digital form. By collecting data using documentation techniques, it can be complete and the research results will be more accurate and reliable.

A hypothesis is a statement or proposition proposed as a basis for further testing or investigation in research. A hypothesis states the relationship or influence between two or more variables that you want to test or analyze in a scientific study. Hypotheses are used to formulate predictions or estimates about what might happen. So, in general, a hypothesis is an explanation of what will be proven in a study based on the literature and the objectives of each study. This hypothesis is used as the basis for data collection to test whether this statement is proven or not, the following hypothesis is formulated :

H_0 : There is no significant influence between the work environment on the effectiveness of front office employee performance.

H_1 : There is a positive and significant influence between the quality of the work environment on the effectiveness of front office employee performance, so that increasing the quality of the work environment will be followed by an increase in the effectiveness of employee performance.

For data analysis, statistical tests were used in this research. The validity test provides conclusions from the processed data that provides valid and accurate results in accordance with existing rules. Data can be said to be valid if the results provided from the processed data provide the same or greater correlation value between each question item from the questionnaire (Nugroho, A. S.e. et al., 2018). The data obtained from interviews and questionnaires was carried out in the SPSS software application using the Cronbach' method. Reliability testing aims to ensure that the measurement instrument used is a consistent and reliable tool in data collection. The reliability test can measure the extent to which the questionnaire in this study produces consistent results when given to the same subjects

under the same conditions (Aprillyanti, 2020). This is an important step to ensure that study results are not affected by random variability. Reliability testing is usually carried out through calculating the Cronbach alpha coefficient.

After carrying out validity and reliability tests, proceed with simple linear regression analysis. Simple linear regression is a statistical technique used to understand and measure the relationship between two variables, namely the independent variable (X) and the dependent variable (Y). The use of this analysis can measure the extent to which work environment variables influence the moral effectiveness variable on employee performance. The computer program used by researchers is SPSS, through a statistical computer program namely SPSS (Statistical Package For The Social Sciences) version 22. Data collected through the SPSS program is tested and analyzed to provide a general picture of the role or influence of each independent and dependent variable in this research.

FINDING AND DISCUSSION

Pacific Palace Hotel is a 4 star hotel in the city of Batam which was founded on December 24 2003. This hotel has a unique shape, namely shaped like a ship, with a classy interior design with the concept of Greek mythology (Neptune, God of the Sea). This is related to the external shape The hotel is in the shape of a ship and this hotel is also located close to the sea. The owner of this unique hotel is Mr. Eddy Hendry, which is also managed by PT. Maswahana Citrabuana International. In the process of developing facilities, facilities and buildings, this hotel operates in the KTV & Discotheque sector, because from the beginning the aim of establishing this hotel was to become the main destination for tourists as the biggest entertainment venue in Batam and even the Sumatra area. The strategic location of this hotel, namely near the port and in the center of Batam city, makes it easy for tourists both from abroad and local to access the Pacific Palace Hotel. In maintaining guest comfort and satisfaction, Hotel Pacific always prioritizes their motto in providing services, namely "Clean, Friendly and Comfortable". The vision of this hotel is Become The Best One Stop Hotel Entertainment in Batam. This hotel's mission includes: A feel like home; Providing the best personalized service to guests; and Profitability for owner, management, & employees.



Figure 3. Front view of the Pacific Palace Hotel Batam

There are 180 rooms provided by Pacific Hotels covering various types. The cabin room is a standard type of room at the Pacific Palace Hotel with the bed size provided being a queen size bed and providing various types of views. Deluxe rooms, there are 4 types of deluxe rooms at the Pacific Hotel, namely Deluxe cabin with 43 rooms, original deluxe with 22 rooms, deluxe king with 55 rooms, and deluxe family with 24 rooms. Executive suites, there are 12 rooms provided of this type. This room has an area of 52 m^2, in this room living room facilities are provided with various types of views. Pacific suites, there are 4 rooms provided of this type, this room has an area of 80 m2 and provides living room and dining room facilities, this type of room is very suitable for families because it is spacious and has 2 bedrooms. Palace suites, for this type of room only 1 room is provided, the facilities provided include a kitchen set, private balcony, and beautiful views of the fishing village near the sea. Presidential suites, this type of room is the highest type of all types of rooms in Pacific hotels. There is only 1 room available but the facilities provided are very complete, apart from providing a living room and dining room, this room also provides a private sauna and private balcony.

Other facilities available: (1) Adorabella club, providing health facilities for guests, namely a spa & fitness center; (2) Meeting facilities, Pacific provides 7 meeting rooms that can be used by guests, namely Napoleon & Columbus, Marcopolo, Olympus ballroom, Ferdinand De Suez, Grand ballroom, Vasco Da Gama; (3) Internet network using Wifi; (4) Large parking area; (5) Pick-up is available for guests from the port or airport; and (6) Welcome drink for newly arrived guests.

The respondents of this research were all front office employees from the Pacific Palace Hotel. Respondents from employees at the Pacific Palace Hotel in the front office based on gender received equivalent results, namely 50%. When viewed in terms of age, respondents from employees at the Pacific Palace Hotel in the front office are more dominated by those aged 27 years and over. This can be seen from the table that there are 2 employees aged 20-26 compared to 8 employees aged 27-32 years and above. If we look at the length of time employees have worked, respondents from employees at the Pacific Palace Hotel in the front office section are on average new to working at the hotel. This can be seen from the data which shows that the level of work experience for 1-5 years is 7 employees, while the level of work experience for 6-10 years is 3 employees.

Validity testing plays an important role, because it can be a definite benchmark to explain that the instrument used in research really measures what is intended. Having a validity test can help research to ensure that the data obtained is measured correctly. Because the data obtained by this research is in the form of questionnaires, the validity test helps ensure that the questions in this questionnaire accurately measure variables in the work environment and variables in performance effectiveness.

Table 2. Work Environment Validity Test (X)

Variable	R_{value}	R_{table}	Explanation
X1	0,998	0,207	Valid
X2	0,778	0,207	Valid
X3	0,958	0,207	Valid
X4	0,941	0,207	Valid
X5	0,944	0,207	Valid
X6	0,881	0,207	Valid
X7	0,915	0,207	Valid
X8	0,980	0,207	Valid
X9	0,777	0,207	Valid
X10	0,980	0,207	Valid
X11	0,998	0,207	Valid
X12	0,925	0,207	Valid
X13	0,948	0,207	Valid
X14	0,910	0,207	Valid
X15	0,925	0,207	Valid

X16	0,980	0,207	Valid
X17	0,871	0,207	Valid
X18	0,980	0,270	Valid

Source: Data processed by researchers

In research, if the instrument used is a questionnaire, the questionnaire can be said to be valid if the questions & statements are able to state what has been measured (Sugiyono, 2018). In this research, SPSS was used to process the data measurement results from the questionnaire with the results for each variable as follows :

Table 3. Validity Test of Employee Performance Variables (Y)

Variable	R_{value}	R_{table}	Explanation
Y1	0,797	0,207	Valid
Y2	0,898	0,207	Valid
Y3	0,885	0,207	Valid
Y4	0,943	0,207	Valid
Y5	0,969	0,207	Valid
Y6	0,927	0,207	Valid
Y7	0,952	0,207	Valid
Y8	0,947	0,207	Valid
Y9	0,909	0,207	Valid
Y10	0,854	0,207	Valid
Y11	0,816	0,207	Valid
Y12	0,909	0,207	Valid
Y13	0,952	0,207	Valid
Y14	0,931	0,207	Valid
Y15	0,919	0,207	Valid
Y16	0,950	0,207	Valid
Y17	0,931	0,207	Valid

Source: Data processed by researchers

The table above shows that the results of the questionnaire data obtained regarding employee performance as variable Y obtained valid results, because these results show that the average answer from the questionnaire is greater than r table ($r_{Count} > r_{Table}$ (0.270).

Reliability testing is usually carried out through calculating the Cronbach alpha coefficient. The assessment of whether a research instrument is considered reliable or not is based on a comparison between the Cronbach alpha value and the reference value (r_{table}). If the Cronbach alpha value is greater than the r table value then the research instrument can be considered a reliable tool.

Table 4. Reliability Test Results

Variable	Alpha	Item	Cronbach's Alpha	Note
Work Environment (X)	0,988	18	0,6	Reliable
Employee Performance (Y)	0,986	17	0,6	Reliable

Source: Data processed by researchers

The table above shows that the results of the questionnaire data obtained regarding the work environment as variable 0,988 > 0,6, and on employee performance as a variable (Y) to get results 0,986 > 0,6.

The normality test is the most important component, this is because the normality test can identify whether the data is normally distributed data or not. Data that follows a normal distribution has the characteristic that the mean value, mode value, & median value have the same value. Therefore, if the data is assumed to follow a normal distribution then analysis can be carried out. In this study, the Kolmogorov-Smirnov statistical test was used to see whether the data was normal or not.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		10
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.84400485
Most Extreme Differences	Absolute	.151
	Positive	.130
	Negative	-.151
Test Statistic		.151
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.

Figure 4. Normality Test Results

Referring to the results listed from this SPSS, it can be seen that the SPSS results state that the normality test results obtained were 0, 200 > 0.05. Which means that the test results meet the standards as normal data.

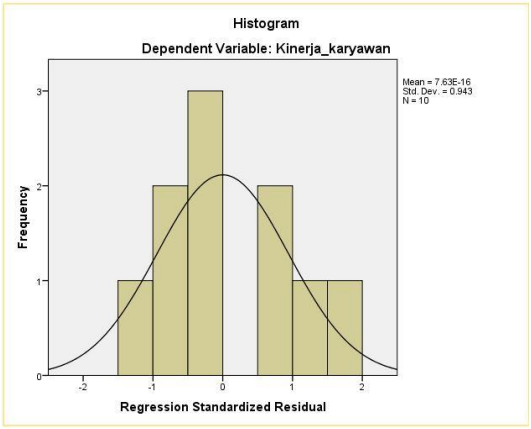


Figure 5. Normality Test Results in Histogram Form

From the picture above it can be seen that the results of the regression model show a normal distribution. This can be seen from the bell-shaped results so that it can be concluded that it meets the normality assumption.

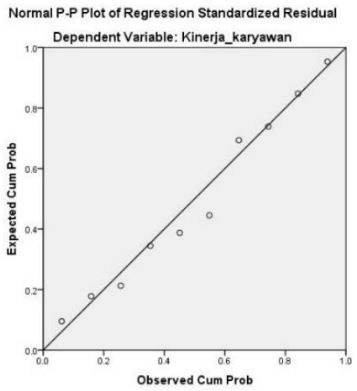


Figure 6. Probability Plot for Normality Test

Apart from data in the form of a histogram, there is data in the form of a graph, this graph is called a probability plot, from the results of the SPSS data calculations it can be seen that the points follow & approach the diagonal line. If the point follows the diagonal, this means that the calculated data is normally distributed.

Hypothesis testing plays a key role in testing statements expressed regarding population parameters. The hypothesis being tested is usually the null hypothesis (H_0). By testing the null hypothesis you can state whether the statement of H_0 is accepted or rejected. Hypothesis testing is also often referred to as a t test, where the basic rules applied in the t test decision are :

1. If there is a value from the calculated t that is greater than the t table value then there is an influence of the work environment as a variable (X) on employee performance as a variable (Y).
2. If the opposite happens, the value of the calculated t is smaller than the t table then this indicates that there is no influence of the work environment as a variable (X) on employee performance (Y).

With the T Test, it can be made easier to find out whether there is a dependent relationship between the independent variable (X) and the dependent variable (Y) with a significant t-table of 5% which was tested with SPSS with the following results :

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	21.098	12.259		1.721	.124
	Lingkungan_kerja	.752	.165	.849	4.553	.002

a. Dependent Variable: Kinerja_karyawan

Figure 7. T test results

From the picture presented regarding the results of the T Test via SPSS, it can be seen that the results obtained show that the work environment as a variable (x) t is 4,553. To find out the t-table value, this is done using the formula, the following formula is used: Value a / 2 = 0.05 / 2 = 0.025, where Df = N – 1 = 9. Value 0.025; 9, with these results it can be seen in the distribution of t table values, the resulting t table value is 2,262. Based on the results of data processing using the SPSS 24 software program, the regression equation can be Y = 21.098 + 0.752X. The value of the constant is 21.098 and is positive. This states that the work environment is (0), then the value of employee performance at the Pacific Palace Batam Hotel is 21,098. The figure 0.752 from this result can be interpreted as meaning that the

work environment as an independent variable has a positive influence on employee performance.

The significance value of 0.01 is smaller than 0.05, indicating that if the work environment (X) is zero or does not increase, employee performance (Y), and it can be explained that H0 is rejected and H1 is accepted. If the work environment is improved by one unit, there will also be an increase in employee performance (Y). The results of testing the F value in the spss calculation can be seen in the results called Anova in the Sig section, here are the conditions for viewing the sig value, namely (1) If the sig value is less than 0.05, this indicates that the hypothesis is acceptable; (2) On the other hand, if the Sig. more than 0.05 indicates that the hypothesis is rejected, simultaneously it can be interpreted that variable x has no effect on variable y.

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	467.946	1	467.946	20.734	.002[b]
	Residual	180.554	8	22.569		
	Total	648.500	9			

a. Dependent Variable: Kinerja_karyawan

b. Predictors: (Constant), Lingkungan_kerja

Figure 8. F Test Results

From the output results obtained, it shows that the Sig is 0.01. This indicates that the sig value of 0.01 is smaller than 0.05 so it can be said that the hypothesis is accepted, which means that variable x simultaneously has a positive effect on variable y. Meanwhile, there is also a search for the f test value by comparing the calculated F value and the F table value. For the calculated f there is 20.734, while to find out the value of the f table, a formula is needed, namely: F table = (K ; n-k), K is the symbol for the number of independent variables, in this study the independent variable is the work environment (1), for n is the symbol for the number respondents, in this study there were 10 respondents, and for k is 1, namely the work environment, if entered into the formula, namely: F table = (1 ; 10-1) = (1 ; 9). The results obtained can be used as a reference in viewing the F distribution in statistical tables. With this, the f table value is 5,12.

The comparison value of calculated f and table F is (1) If the value of calculated F is greater than table F, this indicates that variable x simultaneously influences variable y; (2) If

the calculated F value is smaller than table F, this indicates that simultaneously there is no influence of variable x on variable y. With this it can be stated that f table = 5.12 and f calculated = 20.734. Because the result of f count is 20.734 > f table 5.12, this indicates that the work environment as variable X has an influence on employee performance as variable Y.

The adjusted R2 test in research functions as a measure in research to assess the extent to which the work environment influences the effectiveness of employee performance.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.849[a]	.722	.687	4.751

a. Predictors: (Constant), Lingkungan_kerja

Figure 9. Adjusted R^2 Test Results

Based on the results of the output data above, it can be seen that the r square coefficient value is 0.722. The resulting numerical value of the coefficient of determination from r square is 0.722 = 72.2%. The results of this figure mean that the influence exerted by the work environment on the effectiveness of employee performance is 74.6% with the remainder (100% - 72.2% = 27.8%) employee performance being influenced by other variables outside of this regression test.

With the results of the test output data, it can be seen that the work environment as a variable (X) partially influences employee performance as a variable (Y) significantly. This can be proven from the results of the r square coefficient test value of 0.722%, with this it can be concluded validly that the work environment has an influence on the effectiveness of employee performance, which is in accordance with the opinion (Panjaitan, 2018) who said that the work environment greatly influences work productivity. The development of employee performance at Hotel Pacific can be seen from the results of research conducted by (Suali, 2017) at the Pacific Palace Hotel Batam which is compared with the current research (2023) the performance of employees in the Pacific has also increased to become more optimal. From the results of this test, the results show that the work environment is one of the influences on the effectiveness of employee performance, providing reminders and awareness to maintain the work environment both physically and non-physically, so

that the smoothness and comfort of employees is maintained in an effort to provide optimal performance results.

CONCLUSION

Based on the research results presented in the previous chapter, there are several conclusions, namely :

1. From the results of the systematic calculations that have been carried out, it can be concluded that the work environment as a variable (X) has a significant influence on employee performance at the Pacific Palace Hotel Batam. This is shown through the spss calculation results from the T test with the t-count results being greater than the t-table, which indicates that the work environment has a significant effect on employee performance. The result of the regression equation is Y = 21.098 + 0.752X.
2. The results of the R-square coefficient test are 72.2%, this proves that the work environment has a 72.2% influence on the effectiveness of employee performance. This means that every time there is an increase in the quality provided by the work environment by 1, the performance of front office employees at the Pacific Palace Batam hotel will also experience an increase in quality by 72.2%. The better the work environment, the better the quality of performance provided by employees.
3. H_0 = Rejected because the work environment has no influence on the effectiveness of the performance of front office employees at the Pacific Palace Hotel, Batam
   H_1 = Accepted because the work environment has an influence on the effectiveness of employee performance.

ACKNOWLEDGMENTS

With great gratitude and humility, the author would like to begin this foreword by giving thanks to Almighty God, who has provided guidance, convenience and blessings to the author in carrying out this research. This research is the result of collaboration between many parties who sincerely support and contribute to the smooth running of this research so that the author would like to express his deepest gratitude to: My supervisor Mrs. Arina Luthfini Lubis, who guided me with great patience and positive energy which was contagious for gave me enthusiasm for work and all his invaluable knowledge. Pacific Hotel front office managers and front office employees who were willing to give up their time were respondents to this research despite their busy work schedule. Without their cooperation and participation this research would not have been possible. I don't forget to thank my

parents and friends who gave me positive encouragement and prayers. My best friends Sarah, Ikin, & Qori worked together on this final assignment with great happiness. It is hoped that this research will be a source of useful insight and can be a source of inspiration for the world of hospitality.

REFERENCES

Afandi. (2018). Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Unit Pelaksana Teknis Latihan Kerja. *Ekonomi Bisnis*, 35–36.

Ahmad, A. J., Mappamiring, & Mustari, N. (2022). Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai di Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Bulukumba. *Kajian Ilmiah Mahasiswa Admnistrasi Publik*, *3*(1), 287–298.

Albino, M. (2013). Analisa Pengaruh Gaya Kepemimpinan Otoriter dan Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Departemen Room Division Swiss-Bellinn. *Hospitality Management*, *4*(2), 469–472.

Amalia Yunia Rahmawati. (2020). *Penilaian Kinerja Receipsionist Pada Front office Department di Harris Ressort Waterfront Batam*. *July*, 1–23.

Aprillyanti, B. (2020). Pengaruh Stress Kerja dan Kompensasi Karyawan Terhadap Turnover Intention Dengan Lingkungan Kerja Fisik Sebagai Moderasi. *E-Jurnal Manajemen Unud*, *9*(5), 1758–1777.

Artayasa, I. M. R., Sulastri, I. A. P., & Wiantara, I. G. N. (2022). Pengaruh Kepemimpinan dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan di Novotel Bali Benoa Badung. *Jurnal Manajemen Pelayanan Hotel Akademi*, *6*(1), 177–182.

As Shiddiqi, R., Supardi, & Lubis, A. L. (2023). Analisis Keterampilan Pribadi Room Attendant Untuk Meningkatkan Kepuasan Pengunjung the Golden Bay Hotel Batam. *Jurnal Mekar*, *2*(1), 28–33. https://doi.org/10.59193/jmr.v2i1.159

BPS Batam. (2023). Perkembangan Pariwisata Kota Batam Juli 2023. *Badan Pusat Statistik Kota Batam*, *09*, 1–4.

Christina Verawaty Situmorang. (2017). Pengaruh Pemberian Motivasi dan Pelatihan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Kewiraushaan*, *3*(2), 50–58.

Dolly .P Sitanggang. (2021). Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Bagian Kantor Pada Pt. Air Jernih Pekan Baru Riau. *Skripsi*, 1–126.

Fatimah, Z., Rita, R., & Lubis, A. L. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Hotel (Studi Kasus Pasific Palace Hotel Batam Tahun 2017-2021). *Remittance: Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Perbankan*, *4*(1), 54–60. https://doi.org/10.56486/remittance.vol4no1.319

Ginting, H. A. (2019). Analisis Kinerja Pegawai Kantor Kelurahan Lau Cimba Kabanjahe. *Journal of Chemical Information and Modeling*, *53*(9), 1689–1699.

Hidayat, I. (2017). Pengaruh Kualitas Kehidupan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Hotel Pesonna Makassar. *Feb Umm*.

Jefri, Supardi, & Lubis, A. L. (2023). Peranan Room Attendant Dalam Upaya Meningkatkan. *Jurnal Mekar*, *2*(1), 34–38. https://doi.org/https://doi.org/10.59193/jmr.v2i1.150

Kasmawati. (2014). *Pengaruh Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT.*

Sermani Steel Makassar. 1–79.

Kloutsiniotis, P. V., & Mihail, D. M. (2020). The Effects of High Performance Work Systems in Employees' Service-Oriented OCB. *International Journal of Hospitality Management*, *90*(May), 102610. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102610

Lubis, A. L., Gunawan, A. A., & Wardhani, G. S. (2023). Implikasi Program Pengembangan Karir Terhadap Produktivitas Karyawan di Hotel HS Batam. *Jurnal Manajemen Rekayasa Dan Inovasi Bisnis*, *2*(1), 1–11. https://journal.iteba.ac.id/index.php/jmrib/article/view/143/109

Nugraha, S. (2021). Pengaruh Budaya Organisasi, Kualitas Sumber Daya Manusia, Motivasi, dan Disiplin Terhadap Kinerja Karyawan (Studi pada North Wing Canggu Resort). *Jurnal Manajemen Pelayanan Hotel*, *5*(2), 95–102. https://www.ejournal.lembahdempo.ac.id/index.php/STIE-JE/article/view/105

Nugroho, A. S.e., M. I., Tanoyo, K., & Yudha, T, W. (2018). Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Hotel Majapaahit. *Journal of Chemical Information and Modeling*, *53*(9), 1689–1699.

Panjaitan, M. (2018). Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan. *Jurnal Manajemen*, *3*(2), 1–5.

Paputungan, F. R. (2013). 1821-ID-motivasi-jenjang-karir-dan-disiplin-kerja-pengaruhnya-terhadap-kinerja-karyawan. *Jurnal EMBA*, *1*(4), 679–688.

Parhusip, F. A., Wibowo, A., & Lubis, A. L. (2023). Kinerja Karyawan Departemen Housekeeping Di Swiss-Belhotel Harbor Bay Batam Hasil Pelatihan Kerja. *Jurnal Mekar*, *2*(1), 15–20. https://doi.org/10.59193/jmr.v2i1.153

Putri, S. P. A., Wibowo, A., & Lubis, A. L. (2023). Analisis Pengaruh Kinerja Pengawas Kamar Terhadap Kepuasan Tamu di Hotel Pacific Palace Batam. *Jurnal Mata Pariwisata*, *2*(1), 29–33. https://doi.org/https://doi.org/10.59193/terapan_pariwisata_5

Rinayanthi, N. M., & Kuntariati, U. (2022). Pengaruh Motivasi dan Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan Housekeeping di Hard Rock Hotel Bali. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis*, *6*(1), 160–167. https://doi.org/10.22334/paris.v1i10.200

Rubiyanto, A. (2019). *Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Kepemimpinan dan Pemberdayaan Sebagai Variabel Moderasi Pada Akpelni Semarang*. *21*(1).

Satwika, P. A., & Himam, F. (2014). Kinerja Karyawan Berdasarkan Keterbukaan terhadap Pengalaman, Organizational Citizenship Behavior dan Budaya Organisasi. *Jurnal Psikologi*, *41*(2), 205. https://doi.org/10.22146/jpsi.6950

Sedarmayanti. (2012). Lingkungan Kerja Fisik. *Pengaruh Lingkungan Kerja Fisik Dan Non Fisik Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada PT Asuransi Wahana Tata Cabang Palembang*, *9*, 4.

Silaen, N. R., Syamsuriansyah, & Chaerunnisah, R. (2020). Kinjerja Karyawan. In *Suparyanto dan Rosad (2015* (Vol. 5, Issue 3).

Suali. (2017). Pengaruh Komitmen Organisasi, Disiplin Kerja dan Motivasi terhadap Kinerja Pegawai Hotel Pasifik Batam. *Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam*, *5*(2), 88–97.

Sugiyono. (2018). Buku Metode Penelitian. In *Metode Penelitian* (pp. 32–41).

Sunyoto, D. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (1st ed.). CAPS.

Suprihati. (2014). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kinerja Karyawan Perusahaan

Sari Jati di Sragen. *Jurnal Paradigma Universitas Islam Batik Surakarta*, *12*(1), 93–112.

Susanty, L. A., Soelton, M., Wahyudiono, B., & Hatmo, B. (2019). Membentuk kinerja karyawan dengan meminimalkan perilaku mengeluh karyawan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, *5*(2), 266.

Susila, B. P. E., & Arianti, N. P. O. (2017). Pengaruh Pelatihan dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan di Maxone Hotel Seminyak - Bali. *Jurnal Manajemen Pelayanan Hotel*, *1*(1), 36–51. https://doi.org/10.37484/manajemen_pelayanan_hotel.v1i1.32

Sutama, C. D., & Stiven, F. (2014). Analisis Pengaruh Kepuasan Kerja dan Karyawan Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Komitmen Organisasional di Kowloon Palance International Restaurant Surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, *2*(2), 139–153.

Syahputra, E. (2018). *Pengaruh Lingkungan Kerja dan Pengawasan Terhadap Efektivitas Kerja Pegawai Pada UPT. Samsat Medan Utara*.

Teo, S. T. T., Bentley, T., & Nguyen, D. (2020). Psychosocial Work Environment, Work Engagement, and Employee Commitment: A Moderated, Mediation Model. *International Journal of Hospitality Management*, *88*(October 2019), 102415. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.102415

Yulhaslinda, & Bukittinggi Akpar Paramitha. (2019). Strategi Peningkatan Kinerja Receptionis Dalam Pelayanan Tamu Dinuansa Maninjau Resort Hotel. *Menara Ilmu*, *XIII*(10), 1–106.

KARAKTERISTIK PENGUNJUNG OBJEK WISATA PIUGUS RESORT DESA BELIBAK DI KEPULAUAN ANAMBAS RIAU

Paten Safira[1], Andri Wibowo[2], Arina Luthfini Lubis[3*]
[1, 2, ,3] Program Studi Manajemen Divisi Kamar, Politeknik Pariwisata Batam
Jl. Gajah Mada, Tiban Lama, Kec. Sekupang, Kota Batam, Kepulauan Riau 29425
e-mail: [1]patensafira9@gmail.com, [2] andreewibowo.pku85@gmail.com ,
[3]a.luthfinilubis@gmail.com*

Abstract

Belibak is a village in Palmatak District, Anambas Islands Regency, Riau Islands Province. Belibak was designated as a "new tourism" village by Mr. Abdul Haris, the regent of Anambas Regency in 2015. Among those small islands, Anambas has five big separate lands that could be new tourism potential, namely Belibak, Piugus, Pidik, Mantang Besar and Mantang Kecil. Piugus Resort in Belibak village is known for its calm and quiet beach which attracts tourists to come to visit. In this research the author analyzes the characteristics of visitors to the Piugus Resort tourist attraction in Belibak village. The atmosphere of Piugus Resort, which is not as busy as other tourist attractions, encourage this research to be carried out. This research aims to determine the characteristics of visitors based on the characteristics of travel patterns. The method used in this research is a qualitative descriptive method and data was collected using a direct interview method with the management of Piugus Resort. The results of this research show that tourists visiting Piugus Resort have varying characteristics. In terms of destination, tourists who come to visit Piugus Resort have the aim of vacationing and resting. Visitors who come to Piugus Resort are mostly foreign tourists. The travel to get to Piugus Resort is five minutes by speedboat from Belibak village or 15 minutes by sea-motorbike. In term of length of stay at Piugus Resort is more than 24 hours to a month's stay. Most tourists who come to visit Piugus Resort to stay overnight, travel and spend holidays together, especially with colleagues or with family.

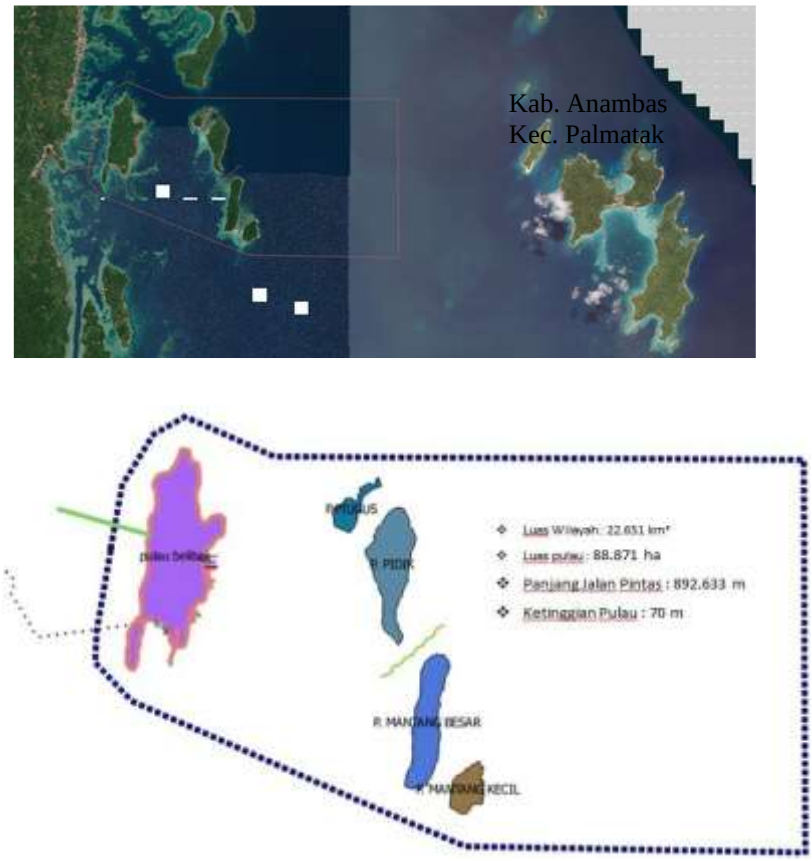
Keywords: Characteristics of visitor, Tourist Attractions, Piugus Resort, Anambas Islands

Pendahuluan

Pengembangan pariwisata pada suatu daerah tujuan wisata sangat erat kaitannya dengan peran pengunjung. Dengan kata lain, pengunjung akan selalu memberikan keuntungan dan manfaat bagi sektor pariwisata. Pada dasarnya pariwisata berpegang teguh pada keunikan, kekhasan, dan keaslian alam serta *culture* yang ada dalam suatu masyarakat daerah. Dalam pengembangan pariwisata harus mengutamakan hubungan yang seimbang antara Tuhan Yang Maha Esa, hubungan antara sesama manusia dengan manusia dan hubungan manusia dengan alam. Menurut (Yoeti, 2008) pariwisata merujuk pada perjalanan sementara yang diorganisir dari satu lokasi ke lokasi lain, dengan tujuan bukan untuk berbisnis atau mencari nafkah, melainkan untuk menikmati perjalanan tersebut, bersosialisasi, rekreasi, atau memenuhi berbagai keinginan.

Belibak merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Palmatak, Kabupaten Kepulauan Anambas, Provinsi Riau. Desa Belibak berada di laut China Selatan, tepatnya arah timur laut ibukota Provinsi Riau Tangjung Pinang. Belibak dan pulau-pulau kecil lainnya di kabupaten Anambas termasuk pulau terdepan atau terluar Indonesia yang berjajar di perbatasan antara Indonesia dengan Malaysia dan Vietnam. Anambas merupakan hasil pemekaran dari kepulauan Natuna yang berada di sisi timurnya. Bahkan belakangan Anambas dan Natuna sedang dipersiapkan menjadi provinsi karena letaknya yang strategis ditambah keindahan pesisirnya. Oleh sebab statusnya sebagai pulau terluar, tidak mengherankan jarak dari Anambas ke Kuala Lumpur, Serawak, Brunei Darussalam atau Bangkok lebih dekat

dibandingjan ke ibukota Jakarta. Belibak ditetapkan sebagai desa “wisata baru” oleh Bupati Kepulauan Riau pada tahun 2015. Denah Kabupaten Anambas ditampilkan pada gambar di bawah ini.



Gambar 1 Kabupaten Anambas, Provinsi Kepuauan Riau
Sumber : (Fitri Yeni & Hambali, 2022)

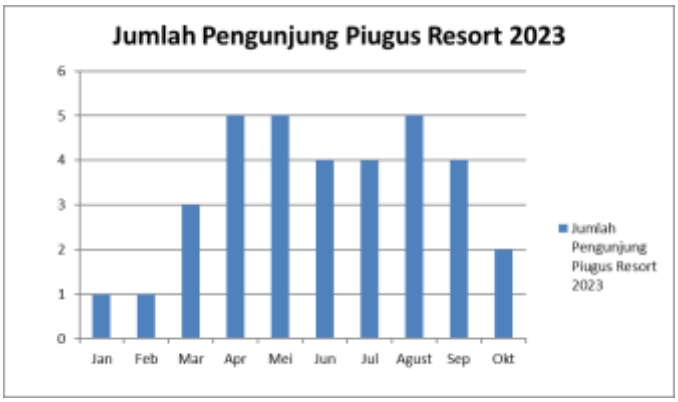
Untuk meningkatkan promosi suatu destinasi wisata maka diperlukan strategi *branding* yang kuat untuk menarik pengunjung (Amalia et al., 2023). Selain strategi branding yang kuat, suatu objek wisata memerlukan dukungan dari pokdarwis agar bisa bersinergi memajukan wisata wilayah tersebut (Wibowo, 2022). Secara tidak langsung hal ini menyebabkan terjadinya lonjakan wisatawan domestik untuk datang berkunjung ke desa Belibak. Bahkan Abdul Haris, bupati saat itu, berkeyakinan bahwa desa Belibak akan tumbuh sebagai destinasi yang berkembang bilamana mendapat apresiasi oleh kelompok melek wisata yang ada. Ditambahkan pula bahwa peluang ekonomi masyarakat turut terbangun jika berpartisipasi melirik bisnis di bidang pariwisata dan mengembangkan potensi yang dimiliki desa wisata Belibak ini (Putut, 2018).



Gambar 2. Wajah Desa Belibak
Sumber: (Liputan Warta, 2022)

Piugus Resort merupakan resort yang ada di desa Belibak. Pada awalnya Piugus Resort berdiri pada tahun 2015, lalu mulai beroperasional pada tahun 2016. Piugus Resort sangat dapat dikatakan recommended untuk mencari kenyamanan dan ketenangan. Walaupun bisa dibilang sepi dibandingkan resort lain yang ada di Kabupaten Kepulauan Anambas, Piugus memiliki potensi wisata bawah laut yang tidak kalah dengan pantai lain. Selain itu, dari hasil interview yang dilakukan oleh peneliti dengan salah satu staff di Piugus Resort mengatakan bahwa Piugus Resort memiliki keaslian, panorama dan nuansa "private island" yang tidak dimiliki oleh pantai lain. Piugus Resort adalah salah satu destinasi wisata yang terletak di seberang desa Balibak, Kabupaten kepulauan Anambas.

Pantai ini masih dalam tahap pengembangan wisata dimana semestinya bisa dikembangkan potensinya melalui strategi SWOT (Simbolon et al., 2023). Wisatawan yang datang berkunjung ke Piugus tentu saja mendapatkan pengalaman yang berbeda dari lingkungan tempat tinggalnya. Saat berwisata pengunjung di ajak untuk mengenali budaya lokal, pemandangan, nilai dan gaya hidup lokal, seni pertunjukan, tradisi dan kuliner dari masyarakat lokal. Oleh sebab itu, pariwisata lekat dari pengunjung atau wisatawan dalam perkembangan wisata. Jumlah kunjungan wisatawan domestik dan mancanegara ke wisata Piugus Resort, desa Belibak tahun 2023 ditampilkan gambar berikut.



Gambar 3. Jumlah Pengunjung Piugus Resort 2023

Karakteristik merupakan ciri khusus yang memiliki sifat khas yang sesuai dengan perwatakan tertentu. Karakteristik pengunjung dapat dilihat secara garis besar berdasarkan tiga kelompok yaitu karakteristik geografis, karakteristik demografis, dan karakteristik psikografis. Pengunjung tentu mempunyai karakteristik dan sifat yang berbeda dalam memilih

resort sebagai tempat menghabiskan waktu luang bersama keluarga, teman bahkan menghabiskan waktu dengan diri sendiri yang sering *gen z* sebut dengan *me time*.

Berdasarkan latar belakang yang tertera diatas, penulis tertarik untuk melakkan peneliti tentang karakteristik pengunjung pada perkembangan objek wisata piugus resort. Bagaimana karakteristik pengunjung yang cocok untuk berwisata di Piugus Resort dan dapat meningkatkan nilai tambah dan pengembangan wisata piugus resort. Dengan penelitian ini dapat memberikan peluang besar bagi pengurus piugus resort untuk mengetahui hal apa saja yang dapat menarik pengunjung untuk berkunjung ke Piugus resort.

Kajian Pustaka dan Landasan Teori

Berdasarkan definisi yang lebih luas, pariwisata merupakan perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain yang bersifat sementara yang dilakukan individu atau kelompok untuk mencari keseimbangan dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, alam, budaya dan ilmu. Menurut (Budihatmojo & Nugroho 2020), pariwisata adalah perjalanan yang dilakukan oleh individu atau kelompok dari tempat asalnya ke tempat lain dengan tujuan melakukan kunjungan wisata dan tidak untuk bekerja atau mencari penghasilan dari tempat tujuan. Kunjungan itu bersifat sementara dan pada waktu tertentu akan kembali ke tempat tinggal asalnya. Dari beberapa definisi pariwisata yang telah dipaparkan di atas, maka dapat diambil suatu pengertian pariwisata yaitu suatu kegiatan perjalanan yang melibatkan manusia dengan tujuan untuk mencapai kesenangan dan memenuhi rasa ingin mengetahui sesuatu yang baru dalam hidupnya.

Perjalanan dilakukan bertujuan untuk memenuhi berbagai keinginan. Dalam pengembangan pariwisata, perlu dibedakan antara pariwisata dengan jenis pariwisata lainnya sehingga jenis pariwisata yang dikembangkan akan dapat berwujud seperti yang diharapkan. Menurut (Yoeti, 2008) jenis pariwisata dibedakan yaitu: (1) Letak geografis, (2) tujuan perjalanan, (3) jumlah wisatawan, (4) waktu berkunjung. Menurut letak geografis dibedakan menjadi: Pariwisata lokal, Pariwisata regional, Pariwisata nasional, Pariwisata regional internasional, dan pariwisata internasional. Menurut alasan/tujuan perjalanan dibagi menjadi beberapa alasan diantaranya: *Business tourism, Vacational tourism, Educational tourist, Familiarization tourism, Special mission tourist, Scientific tourism, Hunting tourism.* Menurut jumlah orang yang melakukan perjalanan, ada beberapa kategori yaitu Individual tourism, Family group tourism, dan Group tourism. Berdasarkan waktu berkunjung, ada 2 jenis yaitu Seasonal tourism adalah pariwisata yang terjadi pada musim tertentu dan Occasional tourism yang perjalanannya dikaitkan dengan peristiwa *occasion* (kegiatan yang berkaitan dengan kepariwisataan).

Menurut Karyono (1997 : 17-19) dalam (Hapsari, 2018), setidaknya ada 11 jenis pariwisata. Pertama, Wisata Budaya, merupakan individu yang melakukan perjalanan wisata dengan tujuan mempelajari adat istiadat, budaya, *culture* kehidupan masyarakat dan kebiasaan yang ada di daerah atau negara tempat mereka kunjungi. Kedua, Wisatawan Kesehatan, yang sering disebut dengan wisata pulih sembuh artinya seseorang yang melakukan perjalanan dengan tujuan untuk sembuh dari suatu penyakit atau memulihkan kesegaran jasmani dan rohani. Ketiga, Wisata Olahraga, seseorang melakukan perjalanan dengan maksud untuk mengikuti kegiatan olahraga, misalnya olimpiade. Keempat, Wisatawan Komersil, istilah lain dari wisata bisnis. Jenis wisatawan ini adalah mereka yang melakukan perjalanan dengan tujuan yang bersifat komersial atau dagang. Kelima, Wisata Industri, perjalanan yang dilakukan oleh rombongan pelajar atau mahasiswa untuk mengunjungi industri yang besar guna mempelajari atau meneliti industri tersebut. Contohnya : rombongan pelajar atau mahasiswa berkunjung ke Grand Rohan Jogja hotel untuk melihat proses *making bed.* Keenam, Wisata Politik, seseorang yang mengunjungi negara dengan maksud aktif dalam kegiatan politik. Misalnya kunjungan kenegaraan menghadiri pelantikan presiden negara lain. Ketujuh, Wisata Konvensi, merupakan perjalanan atau kunjungan ke suatu daerah atau negara

dengan maksud mengikuti konvensi/konferensi, misal KTT Non-blok. Kedelapan, Wisata Sosial, merupakan kegiatan wisata yang diselenggarakan dengan tujuan non-profit atau tidak mencari keuntungan. Kesembilan, Wisata Pertanian, merupakan perjalanan wisata yang mengunjungi pertanian, perkebunan untuk riset atau studi banding. Kesepuluh, Wisata Maritim atau Bahari, wisata bahari tidak jarang dikaitkan dengan olahraga air seperti berselancar, menyelam, berenang serta objeknya adalah pantai atau laut. Kesebelas, Wisata Cagar Alam merupakan wisatawan yang datang berkunjung ke daerah wisata cagar alam.

Pariwisata tidak merupakan gejala yang tunggal. Istilah ini menggambarkan bentuk perjalanan dan penginapan sesuai dengan motivasi yang mendasari kepergian tersebut. Orang melakukan perjalanan dengan tujuan yang berbeda-beda. Pariwisata dibagi menjadi empat bagian. Pertama, Menurut asal wisatawan, yaitu wisatawan lokal dan wisatawan asing. Wisatawan lokal juga sering disebut dengan wisatawan domestik sedangkan wisatawan asing dikenal dengan wisatawan mancanegara. Kedua, Wisatawan asing dijamin membawa mata uang asing, sesuai neraca pembayaran. Masuknya uang asing ini mempunyai dampak menguntungkan terhadap neraca pembayaran suatu negara. Ketiga, lamanya pengunjung tetap berada di suatu tempat ditentukan berdasarkan lamanya ia berkunjung, sehingga menimbulkan kata short-term Tourism dan Over Time Tourism. Keempat, jumlah wisatawan dihitung berdasarkan jumlah pengunjung yang datang, baik secara tunggal maupun rombongan. Ada juga kata wisata individu dan kelompok.

Objek wisata merupakan daya tarik wisata yang memiliki potensi tersembunyi bagi wisatawan dan juga memiliki upaya untuk beristirahat dan memulihkan diri serta berusaha untuk menumbuhkan rasa cinta alam. Daya tarik wisata merupakan *manifestasi* dari ciptaan Tuhan, tatanan hidup, seni budaya dan sejarah serta tempat-tempat atau kondisi alam yang menarik wisatawan untuk berkunjung Fandeli dan Mukhlison (2000) dalam (Purnama et al., 2018). Potensi pariwisata adalah berbagai sumber daya yang dimiliki oleh suatu daerah dan dapat dikembangkan menjadi daya tarik wisata yang digunakan untuk kepentingan ekonomi dengan tetap memperhatikan aspek lain Pendit, (2006) dalam (Purnama et al., 2018). Piugus Resort memiliki sumber daya alam yang alami dan terjaga. Menurut informasi dari masyarakat setempat, Piugus Resort seringkali dikunjungi oleh wisatawan lokal maupun wisatawan asing.

Objek wisata merupakan potensi yang mendorong kehadiran wisatawan di suatu destinasi wisata. Keberadaan objek dan daya tarik dikelompokkan menjadi 3 yaitu (a) Eksploitasi objek dan atraksi wisata alam; (b) Eksploitasi objek dan atraksi budaya pariwisata; (c) Eksploitasi objek dan atraksi wisata kepentingan khusus (Suwantoro (dalam Nini Febriana et al., 2015). Untuk menentukan tempat wisata yang bagus maka perlu dirancang dan dibangun atau dikelola secara profesional sehingga menarik wisatawan yang datang. Pembangunan sebuah objek wisata harus dirancang sedemikian rupa berdasarkan kriteria tertentu.

Ada tiga jenis tempat wisata. Pertama, sumber daya dari alam seperti garis pantai, pegunungan, flora dan fauna, atau varian lainnya. Pantai Morosari Demak, Pantai Parangtritis, Gunung Ungaran, dan lain-lain adalah contohnya. Kedua, atraksi wisata budaya/manusia (sumber daya manusia) seperti museum, candi, kesenian, acara keagamaan, upacara adat, masjid, sejarah, dan lain sebagainya. Masjid Agung Demak misalnya, yang menjadi tempat diadakannya ritual Grebeg Agung. Ketiga, atraksi wisata buatan (man made resource) yang terkena dampak pergerakan manusia, seperti tempat ibadah, alat musik, dan kawasan wisata yang dikembangkan seperti Taman Impian Jaya Ancol, Taman Mini Indonesia Indah, dan lain-lain (Roslandari & Adikampana, 2018).

Karakteristik wisatawan dapat dibedakan menjadi dua, yaitu berdasarkan karakteristik perjalanannya (trip descriptor) dan karakteristik wisatawannya (tourist descriptor) (Seaton dan Bannet,1996) dalam (Nurhidayah, 2017). *Trip descriptor* merupakan jenis perjalanan yang dibedakan menjadi perjalanan rekreasi, mengunjungi teman atau keluarga (VFR = Visiting Friend and Relatives), perjalanan bisnis dan kelompok perjalanannya. Jenis perjalanan juga dapat dibedakan berdasarkan lama perjalanan, jarak yang ditempuh, waktu melakukan

perjalanan, pengorganisasian perjalanan, jumlah pengeluaran dan lainnya. Tourist descriptor berfokus pada wisatawan yang biasanya digambarkan dengan *"who wants what, why, when, where, and how much?"*.

Wisatawan memiliki sifat yang unik dan dapat dilihat dari berbagai pendekatan (Kotler, 2006 dan Cooper, 2005) dalam (Nurhidayah, 2017) diantaranya : (1) Karakteristik wisatawan berdasarkan psikografi yaitu kepribadian, *lifestyle,* dan kelas sosial; (2) Karakteristik wisatawan menurut aspek sosio-demografi berdasarkan usia, latar belakang pendidikan, pendapatan, dan jenis kelamin; (3) Karakteristik wisatawan berdasarkan aspek geografi. yaitu lokasi tempat tinggalnya seperti desa, kota, provinsi, maupun negara asalnya; (4) Karakteristik berdasarkan pola perjalanan yaitu manfaat perjalanan, tujuan perjalanan, tingkat loyalitas dan fasilitas yang digunakan untuk mengunjungi daerah tujuan, sehingga pengunjung dapat memperoleh pelayanan yang baik.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Menurut (Sugiyono, 2020) penelitian kualitatif adalah penelitian yang melakukan analisis dan interpretasi terhadap teks dan hasil *interview* dengan tujuan untuk menemukan makna dari suatu fenomena. Menurut (Sugiyono, 2020) istilah penelitian kualitatif mencakup semua bentuk metodologi penelitian yang digunakan untuk menyelidiki kehidupan sosial yang alami. Informasi yang dikumpulkan dalam penelitian ini diteliti secara kualitatif (non-kuantitatif). Secara individu atau kelompok, informasi dapat berupa transkrip wawancara, catatan lapangan, makalah, dan/atau sumber visual seperti gambar, film, materi online, dan dokumentasi lain mengenai keberadaan manusia.

Sumber dan jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sumber data primer dan data sekunder. Menurut (Sugiyono, 2020) data primer adalah sumber data yang dapat memberikan data langsung kepada pengumpul data. Data dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber atau objek utama dari tempat penelitian dilakukan. Data primer menggunakan wawancara yang dilakukan dengan Ibu Murni selaku pengelola Piugus Resort kemudian dilanjutkan dengan observasi dan dokumentasi. Menurut (Sugiyono, 2020) data sekunder merupakan data yang didapatkan melalui pihak lain dan tidak langsung didapatkan oleh peneliti dan subjek penelitiannya. Data sekunder juga dapat didefinisikan sebagai sumber yang bisa memberikan informasi atau data tambahan yang dapat memperkuat data pokok.

Pengumpulan data adalah cara yang paling umum dilakukan dalam sebuah penelitian. Tujuan utama dari penelitian yaitu memperoleh data, oleh sebab itu pengumpulan data merupakan hal yang penting dalam suatu penelitian. Pertama, wawancara untuk mendapatkan informasi tentang sebuah isu atau tema yang diangkat dalam penelitian. Proses wawancara dilakukan dengan pengelola Piugus Resort. Pada penelitian ini penulis akan melakukan dokumentasi dengan menggunakan dokumentasi berupa gambar yang berhubungan dengan objek yang dilakukan sebagai upaya dokumentasi objek wisata Piugus Resort. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan observasi langsung. Peneliti akan memperjelas bagaimana karakteristik pengunjung Piugus Resort sebagai hal yang utama. Data yang diharapkan dari observasi ini adalah perkembangan yang dialami oleh Piugus Resort dari tahun ke tahun dan mengetahui hambatan perkembangannya.

Menurut Sugiyono (2020) analisis data adalah tindakan mencari dan menggabungkan data yang dikumpulkan dari catatan lapangan, wawancara, dan sumber lain secara cermat sehingga mudah dipahami dan dibagikan kepada orang lain. Analisis data melibatkan pengorganisasian data, memecahnya menjadi komponen-komponen, menganalisisnya, mengorganisasikannya ke dalam pola, memutuskan apa yang signifikan dan apa yang akan diselidiki, dan menarik temuan yang dapat dikomunikasikan kepada orang lain. Kegiatan analisis data disusun menjadi tiga tahap utama. Pertama, reduksi data adalah kegiatan merangkum, memilah hal pokok, memfokuskan pada hal penting dan mencari tema serta

polanya. Gambaran yang lebih jelas akan dihasilkan setelah data direduksi. Kedua, penyajian data ini bertujuan untuk mengumpulkan informasi yang tersusun guna menarik kesimpulan. Untuk meningkatkan pemahaman terhadap suatu kasus yang diteliti, maka diperlukan adanya pemaparan data atau penyajian data pada suatu penelitian. Ketiga, penarikan kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.

Hasil dan Pembahasan

Secara geografis, luas wilayah desa Belibak adalah 22.651 km dengan kondisi lima daratan yang terpisah. Adapun jumlah daratan terpisah di Desa Belibak sebanyak lima daratan. Dua diantaranya daratan berpenghuni yakni Desa Belibak dan Piugus Resort, dimana terdapat 2 RW dan 4 RT, sedangkan tiga daratan lainnya tidak berpenghuni. Daratan yang tidak berpenghuni diberi sebutan oleh masyarakat yaitu Pidik, Mantang Besar dan Matang Kecil.

Tabel 1. Wilayah Desa Belibak

No	Nama-Nama Daratan	Berpenghuni	Keterangan
1	Belibak	√	Berpenghuni
2	Piugus	√	Berpenghuni
3	Pidik	x	Tidak berpenghuni
4	Matang Besar	x	Tidak berpenghuni
5	Matang Kecil	x	Tidak berpenghuni

Desa Belibak berbatasan dengan desa lainnya di Kecamatan Palmatak dan Kecamatan Siantan Tengah. Di bagian utara, Desa Belibak berbatasan dengan desa Ladan sedangkan di selatan desa Belibak dibatasi oleh desa Lidi. Desa Tebang berada di timur desa Belibak sementara desa Tebang dan Candi ada di bagian barat. Perbatasan desa Belibal ditampilkan pada tabel 2 berikut.

Tabel 2 Batas Wilayah Desa Belibak

Batas	Desa/kelurahan	Kecamatan
Sebelah Utara	Desa Ladan	Kec. Palmatak
Sebelah Selatan	Desa Lidi	Kec. Siantan Tengah
Sebelah Timur	Desa Tebang	Kec. Palmatak
Sebelah Barat	Desa Tebang dan Desa Candi	Kec. Palmatak

Sumber : (Desa Balibak, 2022)

Piugus Resort tepatnya berada di Desa Belibak. Desa Belibak merupakan desa dengan luas 22.651 km. Sebagian besar luas wilayah tersebut didominasi oleh laut. Berdasarkan dari data yang didapatkan, pada 2022 jumlah penduduk Desa Belibak adalah 290 jiwa, terdiri dari 151 laki-laki dan 139 perempuan. Dengan jumlah 290 jiwa. Desa Belibak mendapatkan julukan sebagai Desa Wisata Baru pada tahun 2015 oleh Haris Haris sebagai bupati kepulauan Anambas saat itu. Piugus Resort merupakan resort yang didirikan oleh Heri Pang dan juga dikenal dengan Kiong-kiong pada tahun 2015 dan mulai beroperasional pada tahun 2016. Piugus Resort termasuk dalam destinasi wisata yang memiliki keindahan alam yang luar biasa. Keindahan alam tersebut dapat dilihat dari lautan luas dan biru yang dapat dinikmati secara bebas dengan mata telanjang.



Gambar 4. Tampak Depan Piugus Resort
Sumber : (Agoda.com, 2020)

Piugus Resort yang mulai beroperasi sejak tahun 2016 dan dikembangkan untuk dijadikan sebagai tempat destinasi wisata yang menarik. Piugus Resort merupakan sebuah pulau yang ada di desa Belibak. Pantai yang jernih berwarna biru membuat wisatawan dapat melakukan snorkling ataupun diving sehingga bisa melihat keindahan taman di bawah laut yang disuguhkan oleh Piugus Resort. Piugus memiliki pemandangan laut yang luas, terdapat ayunan di setiap pendopo dan tersedia *homestay* untuk menginap. Terdapat empat deluxe room dan lima standard room. Tentu saja setiap room dikenakan tarif yang berbeda. Pada malam hari, pantai ini menambah keindahannya karena terdapat lampu-lampu yang menyala.

Pada tahun 2017 Pantai piugus masih sepi pengunjung dan belum berkembang seperti sekarang, bahkan hanya mencapai 10 pengunjung lokal. Tapi sejak tahun 2018 pengunjung mulai meningkat sekitar 20 pengunjung asing dan lokal. Dengan service yang diberikan oleh pengelola Piugus Resort, tidak sedikit pengunjung yang datang kembali untuk berwisata di Pantai Piugus Resort ini. Pengunjung memberikan *feedback* yang baik untuk Pantai Piugus dengan mengunggah kegiatan mereka di laman media sosial mereka. Hal ini menarik wisatawan untuk datang berkunjung ke piugus resort. Dengan kekuatan media sosial, pada 2023 pengunjung asing yang berkunjung ke Piugus Resort mencapai lebih dari 30 pengunjung.

Hasil wawancara dengan pengelola Wisata Pantai Piugus Resort, ibu Murni mengatakan bahwa *"Piugus Resort ini pantai yang privat, tidak bebas" maksudnya setiap orang yang mau datang berkunjung harus melakukan reservasi terlebih dahulu. Piugus ini kalau tamu luar (asing) masuk, betul-betul jadi tempat istirahat, mereka mencari ketenangan".* Dengan mengampu konsep *privat island,* objek wisata yang disediakan hanyalah objek wisata yang jika kegiatannya dilaksanakan tidak mengganggu ketenangan pengunjung lain, seperti *snorkeling* dan *berjongkong* (perahu kecil khas masyarakat Anambas).

Piugus Resort menjadi objek wisata alam primadona Desa Belibak. Untuk wisatawan yang menginginkan berlibur dengan suasana sepi namun dengan kondisi tempat wisata yang bersih, alami serta dihiasi pepohonan maka Piugus Resort adalah jawabannya. Piugus Resort memiliki objek dan fasilitas wisata yang sangat potensial bagi para pengunjung. Berikut beberapa objek dan fasilitas Piugus Resort : (1) Tempat Menginap (*room*), (2) Ruang tunggu, (3) Loket penerimaan tamu, (4) Pantai Piugus, (5) Transportasi.

Struktur bangunan Piugus Resort mempunyai nilai estetika dan *stylish.* Tampilan dalam kamar yang *fresh* menunjukkan bahwa Piugus Resort mengambil tema *modern.* Kamar dengan *Sea view* menjadi daya tarik Piugus Resort yang sangat digemari oleh pengunjung asing. Piugus Resort menyediakan dua jenis kamar, yaitu Deluxe Room dan Standar Room. Pengawas kamar sangat dibutuhkan dan ditingkatkan keterampilannya demi menjaga kualitas

pelayanan kamar (As Shiddiqi et al., 2023). Dengan tampilan yang sangat nyaman, tarif kamar di Piugus Resort dibilang sangat terjangkau. 1.154.000,00 untuk Deluxe room dan 935.000,00 untuk Standar room. Harga yang ditetapkan sudah *include s*arapan, makan siang dan makan malam.



Gambar 5. Fasilitas Kamar
Sumber : Hasil Observasi, 2023

Sama halnya dengan ruang tunggu yang biasanya dihampiri para pengunjung sebelum masuk ke kamar untuk beristirahat. Selain diharapkan sebagai sarana yang nyaman, ruang tunggu juga ditujukan sebagai tempat sejenak wisatawan melepaskan penat selama perjalanan.



Gambar 6. Ruang Tunggu dan Loket Penerimaan Tamu
Sumber : Hasil Observasi, 2023

Loket penerimaan tamu merupakan tempat proses check-in tamu. Misalnya dengan memberi kunci atau kartu masuk kamar, menjawab berbagai pertanyaan dari tamu. Untuk melayani tamu yang masuk tersedia front desk agent yang stand by pada loket resepsionis dengan pemahaman yang mumpuni (Adela & Wibowo, 2019). Fasilitas ini sudah dikatakan layak untuk dilakukan operasional dan sangat memadai.



Gambar 7. View Piugus Resort
Sumber : (Nuansa_biru, 2021)

Daya tarik alami yang melengkapi objek wisata Piugus Resort yaitu adalah pantai yang jernih dengan keindahan alam bawah laut yang menawan. Alam bawah laut pula yang mendorong pendirian Piugus Resort. Daya tarik inilah yang menjadi tujuan wisata oleh wisatawan ketika datang ke Piugus Resort, yaitu menikmati tenangnya ombak dan angin yang sendu.



Gambar 9. Transportasi Piugus Resort
Sumber : (Lenimarliza, 2018)

Selain daya tarik lainnya bagi para wisatawan adalah ketersesdiaan alat transportasi menuju dan kembali dari Piugus Resort. Balibak menyediakan transportasi (*speed boat*) sebagai alat untuk mobilisasi dari tempat asal wisatawan ke Piugus Resort. Sebagian besar pengunjung memanfaatkan transportasi speedboat yang disediakan oleh Piugus Resort seperti ditunjukkan tabel 3 di bawah ini.

Tabel 3. Kendaraan yang Digunakan Wisatawan

Kendaraan	**Jumlah Wisatawan**
Speedboat	29
Motor Laut	1

Melalui teknik pengamatan langung dimana peneliti turun ke lapangan diperoleh sejumlah hasil pengamatan dan mesti diperkuat dengan pelaksanaan wawancara dengan pihak

yang dipandang memahami dan mengetahui seluk-beluk pengunjung Piugus Resort. Berikut daftar informan yang diwawancarai untuk mendapatkan data yang sahih.

Tabel 4. Deskripsi Informan Penelitian

No	Nama	Umur	Pekerjaan	Pendidikan	Inisial
1	Murni	47 Tahun	Karyawan Piugus Resort	SMP	MR
2	Anita	42 Tahun	Karyawan Piugus Resort	SD	AN
3	Ibrahim	53 Tahun	Karyawan Piugus Resort	SD	IB

Hasil pengamatan dan wawancara diolah untuk dapat disajikan secara sistematis terkait karakteristik pengunjung Piugus Resot. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan hasil pembahasan dipaparkan sebagai berikut. Pertama, peneliti menganalisis berdasarkan karakteristik perjalanan wisata. Lama waktu perjalanan terbagi menjadi dua yaitu waktu menuju ke Piugus Resort, dan waktu berada di Piugus Resort. Dari hasil wawancara, dapat diketahui bahwa para wisatawan yang datang berkunjung di Piugus Resort membutuhkan waktu sekitar 15 menit dengan menggunakan transportasi *speedboat.* Dari hasil wawancara yang dilakukan, wisatawan yang datang berkunjung ke Piugus Resort membutuhkan waktu berada di Piugus Resort tentu berbeda-beda. Ada yang membutuhkan waktu tujuh (7) hari, dua minggu bahkan satu bulan. Wisatawan yang berada di Piugus Resort dalam waktu yang cukup lama biasanya mengunjungi desa Belibak dan sekitarnya untuk mengeksplor kawasan tersebut tanpa diburu waktu. *"Jadi kalau tamu menginap disini, mereka jalan-jalan ke pulau lain. Misal ke Penyali, Penjalin. Wisatawan asing yang datang berkunjung disini pun tidak pernah sebentar, 2 minggu, 10 hari kadang ada yang sampai sebulan"* pernyataan dari pengelola Piugus Resort, Murni 2023.

Tabel 5. Tenggang Waktu Berkunjung Wisatawan

Lama Berkunjung	Jumlah Wisatawan
< 7 hari	20
< 14 hari	5
< 1 bulan	5

Kedua, pengunjung dianalisis berdasarkan asal daerah. Dari hasil wawancara, wisatawan yang berkunjung ke Piugus Resort sebagian besar berasal dari luar negeri atau sering dikenal dengan WISMAN (wisatawan mancanegara) yaitu sebanyak 30 orang dan lebih dari 10 kepala keluarga. Untuk wisatawan domestik yang datang berkunjung ke Piugus Resort biasanya berasal dari masyarakat Anambas dimana wilayah Piugus Resort berada. Masyarakat Anambas yang datang ke Piugus Resort biasanya dari Tarempa, desa Ladan desa Belibak.

Ketiga, analisis pengunjung berdasarkan tujuan perjalanan menunjukkan bahwa tujuan wisatawan mengunjungi Piugus Resort adalah untuk "*istirahat*". Istirahat menjadi tujuan utama mereka mengunjungi Piugus Resort karena disini mereka dapat menikmati alam dengan tenang tanpa adanya suara riuh kota yang mengganggu mereka. Ada pula para wisatawan yang melakukan perjalanan dengan tujuan sekadar untuk liburan semata dengan orang-orang terkasih mereka dapat dilihat dari diagram di bawah ini.

Tabel 6. Tujuan Wisatawan Berkunjung

Tujuan Perjalanan	Jumlah Wisatawan
Liburan	29
Pendidikan	1

Keempat, pengunjung dilihat berdasarkan dari alasan kebutuhan menginap atau tidak. Wisatawan yang berkunjung di Piugus Resort sebagian besar akan menginap. Bagi wisatawan

ziarah yang bermalam, tujuan mereka tidak hanya mengunjungi objek wisata Piugus Resort saja, mereka juga dapat dengan leluasa menikmati kemegahan alam Piugus Resort dan mengunjungi pantai-pantai tetangga lainnya. Wisatawan yang tidak menginap di Piugus Resort seringkali memperpanjang perjalanannya ke destinasi wisata lain seperti Pantai Penyali dan Pulau Durai, dimana tidak memungkinkan untuk bermalam dan perjalanan selanjutnya juga akan memakan waktu lama.

Tabel 7. Kebutuhan Wisatawan Menginap

Kebutuhan Menginap	**Jumlah Wisatawan**
Menginap	29
Tidak Menginap	1

Kelima, peneliti juga melihat apa saja akomodasi yang digunakan oleh para pengunjung. Dari hasil wawancara yang dilakukan, diketahui sebagian besar menggunakan kamar resort yang ada di Piugus untuk beristirahat. Bagi wisatawan yang ingin menginap di Piugus Resort harus menghubungi pengelola terlebih dahulu, hal ini dikarenakan jumlah kamar yang terbatas. Walaupun jumlah kamar terbatas, namun kualitas dari kamar Piugus Resort sangat memadai.



Gambar 10. Tampak Depan Kamar Tamu
Sumber : Hasil Observasi, 2023

Keenam, pengunjung juga dianalisis berdasarkan jenis transportasi yang digunakan menuju tempat wisata. Dari hasil observasi dan wawancara dapat diketahui sebagian besar tamu menggunakan *speedboat* sebagai alat transportasi mereka untuk ke Piugus Resort. Hal ini disebabkan wisatawan tidak memiliki kendaraan pribadi dan juga untuk mereka berkunjung ke objek wisata lain di daerah setempat. Tidak hanya speedboat, kapal laut juga tidak jarang dijadikan sebagai alat kendaraan pribadi khususnya bagi wisatawan domestik. Tentu berbeda dari *speedboat*, waktu perjalanan yang digunakan kapal laut untuk sampai ke tujuan lebih lambat. Waktu perjalanan yang diperlukan dari dari Desa Ladan yang berseberangan dengan Piugus Resort sekitar 30 menit. Tarif harga pulang pergi (pp) sebesar Rp.50,000.

Wisatawan yang berasal dari luar pulau Anambas seperti Batam, maka harus menempuh waktu lebih lama untuk sampai ke Piugus Resort. Wisatawan luar dari Anambas seperti Batam dapat menggunakan transportasi kapal laut seperti Roro dan Ferry. Harga dan waktu perjalanan antara kedua transportasi ini juga sangat berbeda. Apabila wisatawan menggunakan kapal Roro, maka wisatawan harus ke Tanjung Uban terlebih dahulu karena kapal Roro tujuan Anambas hanya ada di Tanjung Uban. waktu yang dibutuhkan dari Tanjung

Uban untuk untuk sampai di Anambas adalah selama 18 jam perjalanan. Misalnya kapal Roro berangkat pada 02 oktober 2023 jam 19.00 maka akan tiba di pelabuhan Roro Matak, Anambas pada 03 oktober 2023 jam 11.00. Harga tiket untuk kapal Roro sebesar Rp. 200,000. Harga tiket kapal Ferry berbeda dengan Roro, hal ini karena wisatawan memerlukan waktu lebih cepat jika dibandingkan dengan kapal Roro. wisatawan hanya memerlukan waktu 8 jam untuk sampai di Anambas dan tidak perlu ke Tanjung Uban, karena layanan Ferry ada di kota Batam tepatnya di Pelabuhan Punggur dan akan berlabuh di pelabuhan Ferry Tarempa, Anambas. Untuk harga tiket Ferry dengan tujuan Batam-Anambas sebesar Rp.550,000.

Ketujuh, pengunjung juga dilihat berdasarkan siapa yang menjadi teman perjalanan wisata para wisatawan. Dari hasil wawancara dan observasi peneliti, wisatawan yang datang berkunjung ada yang datang dengan keluarga dan ada yang datang dengan rombongan. Hal ini bisa diartikan dengan rombongan tempat mereka bekerja. Wisatawan bepergian bersama anggota keluarga serta kelompok teman kerja. Apabila wisatawan datang bersama rombongan keluarga dekat, biasanya akan lebih mudah untuk mengatur jadwal perjalanan karena jumlah individu yang menghadiri kunjungan lebih sedikit dibandingkan jika mereka pergi bersama rombongan. Ada juga wisatawan yang datang sendiri ke Piugus Resort. Pasalnya, para pengunjung tersebut ingin menikmati perjalanannya tanpa diganggu orang lain, atau di era sekarang ini biasa disebut dengan *me time.*

Tabel 8. Teman Perjalanan Wisatawan

Teman Perjalanan	**Jumlah Wisatawan**
Rombongan	15
Keluarga	15

Kedelapan, wisatawan dianalisis juga berdasarkan pengorganisasian perjalanan. Dari hasil wawancara dan observasi, sebagian besar wisatawan berkunjung ke Piugus Resort bersama keluarga. Namun tidak sedikit juga yang berkunjung dengan rombongan. Untuk itu sangat dibutuhkan juga pengembangan keterampilan terutama dalam hal berbahasa inggris untuk bisa melayani wisatawan dari mancanegara (Supardi et al., 2023). Tujuan pengunjung berwisata bersama orang tercintanya adalah untuk memudahkan koordinasi perjalanan selama perjalanan. Hal ini terjadi karena jumlah pengunjung yang mengikuti tur lebih sedikit dibandingkan jumlah orang yang berkunjung secara berkelompok. Wisatawan kelompok adalah sekelompok teman kerja, teman sekolah, dan teman kerja. Biasanya, pengunjung menugaskan satu individu untuk bertanggung jawab atas kesulitan keberangkatan wisata kelompok, seperti mencari mobil dan akomodasi semalam, dan sebagainya. Hal itu dilakukan supaya perjalanan lebih efektif dan meminimalisir keributan.

Simpulan dan Saran

Dapat disimpulkan dalam penelitian ini bahwasannya karakteristik pengunjung pada objek Wisata Piugus Resort desa Belibak merujuk pada 5 simpulan. Pertama, durasi waktu perjalanan dipisahkan menjadi dua kategori yakni (a) saat menuju Piugus Resort, hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar wisatawan yang berkunjung ke Piugus Resort memerlukan waktu transit kurang lebih 5 menit dengan menggunakan speedboat; dan (b) Wisatawan memerlukan jangka waktu yang berbeda-beda untuk sampai di Piugus Resort. Ada sepuluh hari, dua minggu, dan satu bulan. Kedua, asal usul daerah wisata. Berdasarkan hasil wawancara, mayoritas tamu yang berkunjung ke Piugus Resort berasal dari luar negeri (wisatawan asing). Ketiga, pertimbangkan tujuan perjalanan. Wisatawan melakukan perjalanan untuk rekreasi dan relaksasi. Keempat, Sebagian besar wisatawan yang mengunjungi Piugus Resort yang berkunjung untuk menginap. Kelima, Transportasi yang digunakan wisatawan untuk berkunjung ke Piugus Resort adalah *speedboat* sebagian besar

wisatawan yang berkunjung ke Piugus Resort bersama dengan keluarga dan rombongan seperti teman kerja.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disarankan pengembangan yang lebih baik untuk wisata Piugus Resort, perlu perhatian secara khusus dalam rangka mengembangkan obyek-obyek yang ada wisata Piugus Resort agar dapat menarik perhatian lebih banyak pengunjung. Juga diperlukan peningkatan pelayanan wisatawan untuk menumbuhkan rasa nyaman dan aman di lokasi wisata terutama jika pengunjung membawa balita untuk menginap, sebaiknya diadakan fasilitas untuk *toddler* agar tidak bosan.

Daftar Pustaka

Adela, L. R., & Wibowo, A. (2019). Penerapan Knowledge Management Terhadap Kinerja Front Desk Agent di Vanilla Hotel Batam. *Journal of Tourism Science, Technology and Industry*, 36–41. https://journal.isi-padangpanjang.ac.id/index.php/JTST

Agoda.com. (2020). *Piugus Resort*. Agoda.Com. https://www.agoda.com/piugus-resort-standard-01/hotel/anambas-islands-id.html?cid=1844104&ds=cWbzkj2LZsBXS9ui

Amalia, E., Supardi, & Lubis, A. L. (2023). Strategi Branding "Terpikat Pulau Penyengat" Sebagai Destinasi Wisata Sejarah, Budaya & Religi di Kepulauan Riau. *DIMENSI*, *12*(01), 212–229. https://doi.org/https://doi.org/10.33373/dms.v12i1.5000

As Shiddiqi, R., Supardi, & Lubis, A. L. (2023). Analisis Keterampilan Pribadi Room Attendant Untuk Meningkatkan Kepuasan Pengunjung the Golden Bay Hotel Batam. *Jurnal Mekar*, *2*(1), 28–33. https://doi.org/10.59193/jmr.v2i1.159

Desa Balibak. (2022). *Profile Desa Balibak Pulau Pangeran*.

Fitri Yeni, U. A., & Hambali. (2022). Anambas Island Coastal Empowerment Strategy For Development Facilities And Infrastructure. *Progress In Social Development*, *3*(1), 21–32. https://doi.org/10.30872/psd.v3i1.35

Hapsari, D. D. (2018). Strategi Promosi dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Agrowisata Sondokoro Kabupaten Karanganyar. *Angewandte Chemie International Edition*, *9*(1), 10–27.

Lenimarliza. (2018). *Dermaga Piugus Resot, Matak Anambas Kepulauan Riau*. Instagram.

Liputan Warta. (2022). *Wisata Desa Belibak Masuk Desa Kreatif Indonesia*. Liputanwarta.Com. https://www.liputanwarta.com/anambas/page/20

Nafila, O. (2013). Peran Komunitas Kreatif dalam Pengembangan Pariwisata Budaya di Situs Megalitikum Gunung Padang. *Journal of Regional and City Planning*, *24*(1), 65. https://doi.org/10.5614/jpwk.2013.24.1.5

Nini Febriana, Chair, I. M., & Waryono. (2015). Persepsi Wisatawan Tentang Daya Tarik Wisata Pemandian Tirta Alami Kab.Padang Pariaman. *Jurnal Pariwisata*, *151*, 10–17.

Nuansa_biru. (2021). *Unggah Bersama*. Instagram.

Nurhidayah. (2017). *Karakteristik Pengunjung Pada Objek Wisata Danau Cipogas Kabupaten Rokan Hulu*. *4*(2), 1–14.

Purnama, Siahaan, S., & Widiastuti, T. (2018). Potensi Daya Tarik Wisata Alam Riam Sungai Manah Di Desa Sungai Muntik Kecamatan Kapuas Kabupaten Sanggau. *Jurnal Hutan Lestari*, *6*(1), 191–197.

Putut. (2018). *Belibak Jadi Desa Wisata*. Batampos.Co.Id.

Roslandari, L. P. R., & Adikampana, I. M. (2018). Pemetaan Atraksi Wisata Sepanjang Jalur Penghubung (Transit Route) Badung-Bedugul. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, *5*(2), 180. https://doi.org/10.24843/jdepar.2017.v05.i02.p01

Simbolon, S. O., Lubis, A. L., & Wibowo, A. (2023). Strategi SWOT Untuk Mengembangkan Potensi Destinasi Wisata Pantai Melayu di Kota Batam. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Agama Dan Budaya*, *8*(2), 81–95. http://ojs.uhnsugriwa.ac.id/index.php/parbud/article/view/3067

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Pariwisata (Kuantitatif, Kualtatif, Kombinasi, R&D)*

(1st ed.). Alfabeta CV.
Supardi, Lubis, A. L., Wibowo, A., & Zaharafatimah. (2023). Pelatihan Layanan Perjalanan Wisata Berbahasa Inggris Di SMK Negeri 2 Batam. *Jurnal Keker Wisata*, *1*(2), 153–162. https://doi.org/https://doi.org/10.59193/jkw.v1i2.172
Wibowo, A. (2022). Pemberdayaan Pokdarwis dalam Pengembangan Desa Wisata Kampung Kalembak Nongsa Kota Batam. *Jurnal Kewarganegaraan*, *6*(3), 6578–6583.
Yoeti, O. A. (2008). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Pradnya Paramita.

Zero : Jurnal Sains, Matematika, dan Terapan
E-ISSN : 2580-5754
P-ISSN : 2580-569X
Vol. 6, No. 2, December 2022
pp. 118-126

The Impact of Fundamental Elements on Stock Prices of Subsidiary Pulp & Paper Manufacturing Firms Listed on The Indonesia Stock Exchange

Zaharafatimah[1], Arina Luthfini Lubis[3],
[1,3] Room Division Management Study Program, Batam Tourism Polytechnic, Batam, Indonesia

Article Info

Article history:

Keywords:

Stock, Return On Aset, Debt to Equity, Return On Equity and Book Value per Share

ABSTRACT

Predicting stock prices is contained in the basic approach is fundamental and technical analysis which is needed by entrepreneurs who invest their capital, this analysis is to determine the company's financial performance and must continue to be carried out, to carry out this analysis we use the help of several financial ratios where several types of ratios Return on Assets, Debt to Equity Ratio, Return on Equity, and Book Value per Share are some examples. The authors applied a quantitative descriptive approach to companies listed on the Indonesia Stock Exchange in the Pulp & Paper sector for this study. According to the Correlation and Regression tables, all of the variables ROA, ROE, DER, and BVS have an effect on stock prices, but the stock session obtained on the variables ROA, ROE, and DER has a very significant effect on stock prices but has no significant effect on stock prices on the BVS variable. So in the long term the company must implement one of two policies, namely low solvency means using less debt than own capital and a low solvency policy will not cause high interest expenses to be borne by the company so that it will affect growth.

This is an open access article under the CC BY-SA license.

Corresponding Author:

Zaharafatimah,
Room Division Management Study Program, Batam Tourism Polytechnic, Batam, Indonesia
Email: zaravirgo2579@gmail.com

1. INTRODUCTION

Studies (Listyarti, 2019) show that company fundamentals play an important role in the decision-making process, accurate stock valuation can minimize risk while helping investors get reasonable profits, considering that stock investors in the capital market are a type of investment that is quite high risk even though it promises high returns. relatively large. The fundamental approach provides a theoretical basis for calculating intrinsic value, which can be determined based on the company's fundamental factors, such as profits, dividends, ratio structure, and company growth potential. Fundamental analysis focuses on company financial reports with the goal of detecting differences in security stock prices and their intrinsic value.

The fundamental factors used to predict stock returns or stock prices are market ratios and financial ratios. In order to examine the fairness of stock prices and determine the level comparable pricing when compared to other stock prices, financial ratios such as ROA (Return On Assets), DER (Debt Equity Ratio), ROE (Return On Equity), and BVS (Book Value per Share) are utilized. Previous research that linked fundamental factors (ROA, DER, BVS, PBV) to stock prices showed inconsistent results, some researchers concluded that the effect of fundamental factors on stock prices (Tikesari, 2018) conducted research and obtained results that the variables Fundamentals have an influence on stock prices. Meanwhile, research conducted by (Kodir, 2013) proved that fundamental factors do not affect stock prices. Research (Aulia Rizki, Basri and Musnadi, 2014) concluded that fundamental factors were not used significantly where the level of use of these fundamental factors was getting smaller after the economic crisis. This research was

conducted to examine the effect of fundamental variables on stock prices as a continuation of previous research because there are still inconsistencies in the results. Due to a scarcity of researchers gathering data for 2018, this study is a replication of earlier studies that evaluate fundamental determinants and systematic risk of stock prices in manufacturing companies that go public on the Jakarta Stock Exchange. The authors wish to continue this writing with different years of research, where the difference between this research and previous research is that previous research discussed the independent variables ROA, DER, BVS and Beta Shares, data from 2007-2010 for all manufacturers listed on the Indonesian Stock Exchange, while in this study the independent variables were ROA, DER, ROE and BVS, but further reduced the scope of manufacturing specifically for pulp and paper as well as data from 2018-2021 entitled " The Impact of Fundamental Elements on the Stock Prices of Manufacturing Companies, Specifically Pulp & Paper Listed on the Indonesia Stock Exchange (Period 2018 - 2021)".

2. RESEARCH METHOD

The analytical model will be used as a tool in testing the study's hypotheses in order to form research results. This research was carried out in an organized research phase through good research stages. According to the research's goals, which include analyzing how fundamental factors affect stock prices, the research method employed in this study is an explanatory method called causal explanations or relationships between variables, which aims to determine how the characteristics of one variable affect other variables and evaluate hypothesized relationships between variables.

To evaluate the validity of the research hypothesis and examine the impact of stock prices, Price Earning Ratio (PER), Price to Book Value (PBV), Net Profit Margin (NPM), Return on Equity (ROE), and Net Profit Margin (NPM) using Path Analysis. Path analysis is a quantitative analytic technique that combines development and multiple linear regression, claims (Dr. Priyono, 2016). On comparison to linear regression, the path analysis technique (Path Analysis) has advantages since it can identify indirect effects in the relationship between variables through intermediary variables. The magnitude of each variable's influence will thus be determined by this route analysis and can be described in a variable structure diagram of the causative variables and the effect variables, which is referred to as a path diagram (path analysis).

3. RESULTS AND ANALYSIS

Overview of the Manufacturing Industry and the Indonesia Stock Exchange (IDX). The primary feature of the manufacturing industry is converting raw materials into finished goods through a manufacturing process. Businesses in this industry group engage in three main activities, including those listed in the Circular Letter from the Chairman of the Capital Market Supervisory Agency. Guidelines for the presentation and disclosure of Financial Statements of Issuers or Public Companies 2002) are: (1) Major activities to obtain or store inputs or raw materials; (2) Major activities to process, manufacture, or assemble raw materials into finished materials; and (3) Major activities to store or market finished goods. The financial measures considered in this study—ROA (Return on Assets), DER (Deby to Equity Ratio), ROE (Return On Equity), and BVS—can be identified and calculated using published financial records (Book Value per Share). between 2008 until 2021.

3.1. Financial Ratios of Pulp & Paper Companies listed on the IDX

The table below shows the financial ratios of the pulp and paper companies listed on the IDX:

Tabel 3.1 Financial Ratios of Pulp & Paper Companies listed on the IDX Year 2018-2021

Kode	Nama perusahaan	Jenis Rasio				
		ROA	DER	ROE	BVS	HS
FASW	PT. FAJAR SURYA WISESA Tbk	4,75	1,69	12,28	0,00	1617,50
INKP	PT. INDAH KIAT PULP & PAPER Tbk	0,83	1,66	0,69	0,00	1552,50
INRU	PT. TOBA PULP LESTARI Tbk.	0,93	1,37	1,85	0,00	313,75
KBRI	PT. KERTAS BASUKI RACHMAD INDONESIA Tbk	(2,21)	1,56	(9,25)	0,00	252,25
SAIP	PT. SURABAYA AGUNG INDUSTRI PULP & PAPER Tbk	4,40	(1,53)	18,88	(0,00)	162,00
SPMA	PT. SUPARMA Tbk	1,21	(0,78)	1,99	0,00	357,50
T KIM	PT. PABRIK KERTAS TJIWI KIMIA Tbk.	1,58	2,69	5,64	0,02	1570,00
JUMLAH		11.49	6.66	32.09	0.02	5,825.50
RATA – RATA		1.64	0.95	4.58	0.00	832.21

Based on the information in Table 3.1 above, the authors are able to explain how the company, on average each year, is able to generate profits from every rupiah of assets used. They are also able to provide a better

measure of company profitability because it demonstrates how effectively management uses assets to generate income and allows them to determine how effectively the company uses its assets in its operational activities. The ability of the company to pay all of its obligations from capital owned by the company and demonstrates the ability of the company's own capital to fulfill all of its obligations is shown by this ratio, which provides us with an indication of whether management is good or bad in carrying out cost control or managing its assets by 1.58 times annually. The smaller the ratio number, the better the company's solvency is, which is 2.69 times annually. Because a higher ratio means a stronger rate of return for shareholders' shares, the firm, PT. The Tjiwi Kimia Paper Factory, is better able to see in focus the amount of net profit that may be earned from the capital invested by shareholders. The company can issue shares 5.64 times annually. The company's capacity to recognize that the higher the book value of the shares, the higher the expectation for the market value of the shares, because the higher the BVS ratio for the shares will make them more appealing to investors, increasing the likelihood that the stock price will rise in this is the company PT. The Tjiwi Kimia Paper Factory is able to sell its shares for an average price of Rp. 1,570.00 each year and can issue 0.02 times every year.

3.2. Variable Analysis and Testing

In this study, the activities studied were Return On Assets, Return On Equity, Debt to Equity Ratio and Book Value per Share using this following formulas:

$$\text{ROI/ROA} = \frac{\text{Net Profit}}{\text{Total Assets}} \qquad \text{ROE} = \frac{\text{Net Profit}}{\text{Total Equity}} \qquad \text{DER} = \frac{\text{Total Amount of debt}}{\text{Total Equity}}$$

Assets = Capital + Debt

Table 3.2 below shows the results based on observations of ROA, ROE, DER, and BVS for Pulp & Paper companies listed on the Indonesia Stock Exchange.

Tabel 3.2 Financial Ratio Data of Pulp & Papper Companies Which are Listed on the IDX Year 2018-2021

No.	Kode	Nama perusahaan	Tahun	ROA	DER	ROE	BVS	HS
1	FASW	PT. FAJAR SURYA WISESA Tbk	2018	3.24	1.91	9.41	0.00	1520
			2019	0.98	1.84	2.79	0.00	1450
			2020	7.54	1.32	17.46	0.00	1600
			2021	7.25	1.70	19.45	0.01	1900
2	INKP	PT. INDAH KIAT PULP & PAPER Tbk	2018	1.67	1.82	4.71	0.00	880
			2019	3.39	1.78	9.41	0.00	1740
			2020	(2.73)	1.47	(7.96)	0.00	1740
			2021	0.98	1.58	(3.41)	0.00	1850
3	INRU	PT. TOBA PULP LESTARI Tbk.	2018	3.93	1.33	9.15	0.00	140
			2019	0.65	1.38	1.54	0.00	215
			2020	(1.86)	1.36	(4.39)	0.00	210
			2021	0.98	1.43	1.08	0.00	690
4	KBRI	PT. KERTAS BASUKI RACHMAD INDONESIA Tbk	2018	(5.07)	2.77	(26.54)	0.00	275
			2019	(8.68)	1.23	(19.38)	0.00	350
			2020	1.83	1.09	3.85	0.00	320
			2021	3.07	1.13	5.07	0.00	64
5	SAIP	PT. SURABAYA AGUNG INDUSTRI PULP & PAPER Tbk	2018	7.66	(0.00)	28.64	(0.00)	190
			2019	(17.23)	(3.20)	(37.92)	(0.00)	190
			2020	14.65	3.98	43.60	(0.00)	113
			2021	12.50	(6.90)	41.20	(0.00)	155
6	SPMA	PT. SUPARMA Tbk	2018	1.82	(6.90)	4.05	0.00	780
			2019	(0.91)	1.36	(2.16)	0.00	205
			2020	1.88	1.08	3.91	0.00	205
			2021	2.05	1.33	2.16	0.00	240
7	T KIM	PT. PABRIK KERTAS TJIWI KIMIA Tbk.	2018	0.46	2.81	1.77	0.00	780
			2019	2.28	2.65	8.33	0.01	1700
			2020	1.34	2.63	4.87	0.00	1800
			2021	2.25	2.68	7.60	0.05	2000
JUMLAH				45.92	26.64	128.29	0.09	23,302.00
RATA – RATA				1.64	0.95	4.58	0.00	832.21

3.2. Statistical Tests

Before we analyze the results of financial data from Pulp & Paper companies, we first perform statistical tests using SPSS software. In this study, normality tests, linearity tests and associative data analysis were carried out. For associative data analysis, correlation tests, regression tests, and hypothesis testing were carried out.

3.2.1. Data Normality Testing

The assumption that data is normally distributed is one of the important assumptions in conducting research with regression, normality testing is done using the Kolmogorov-Smirnov test. This test, which indicates that if the Kolmogorov-Smirnov value has a bigger probability than 0.05, then we can infer that the study variable can be stated to be normally distributed, is the most reliable test for the assumption of normality.

Table 3.3 Normality Testing

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		ROA	DER	ROE	BVS	HS
N		28	28	28	28	28
Normal Parameters[a]	Mean	1.6400	1.93679216610535E0	4.5818	.001840	832.21
	Std. Deviation	5.94086	1.845208609333678E0	1.68391E1	.0021042	718.301
Most Extreme Differences	Absolute	.207	.250	.209	.254	.249
	Positive	.171	.220	.209	.254	.249
	Negative	-.207	-.250	-.168	-.151	-.162
Kolmogorov-Smirnov Z		1.095	1.322	1.104	1.343	1.318
Asymp. Sig. (2-tailed)		.181	.061	.175	.054	.062

a. Test distribution is Normal.

From table 3.3 above it can be seen that:

1) The Asymp.Sig (2-tailed) value for ROA = 0.181 is typical when it is higher than the significant value of 0.05.
2) The Asymp.Sig (2-tailed) value for DER = 0.061 is typical when it is higher than the significant value of 0.05.
3) The Asymp.Sig (2-tailed) value for ROE = 0.175 is typical when it is higher than the significant value of 0.05.
4) The Asymp.Sig (2-tailed) value for BVS = 0.054 is typical when it is higher than the significant value of 0.05.
5) Asymp.Sig value (2-tailed) for HS = 0.062 is typical when it is higher than the significant value of 0.05.

Based on the Normality test table above, all data obtained on Asymp.Sig (2-tailed) is greater than 0.05 (5%), so all the data above is Normal.

3.2.2. Data Linearity Testing

According to Priyono, this test is typically employed as a pre-requisite in linear regression or correlation analysis. Its purpose is to assess whether the two variables we examined have a linear relationship or not significantly. With SPSS, we employ a test of linearity with a level of 0.05; if the result is significantly higher than 0.05, two variables are considered to have a linear connection.

From table 3.4 below can be seen that:

1) The value of Deviation from Linearity (Sig.) for ROA to HS = 0.462 above 0.05 means the data is linear.
2) The value of Deviation from Linearity (Sig.) for DER to HS = 0.445 above 0.05 means the data is linear.
3) The value of Deviation from Linearity (Sig.) for ROE to HS = 0.164 above 0.05 means the data is linear.
4) The value of Deviation from Linearity (Sig.) for BVS to HS = 0.853 above 0.05 means the data is linear.

Table 3.4 Linearity Testing

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
HS * ROA	Between Groups	(Combined)	1.324E7	25	529457.309	1.525	.472
		Linearity	121446.428	1	121446.428	.350	.614
		Deviation from Linearity	1.311E7	24	546457.762	1.574	.462
	Within Groups		694400.000	2	347200.000		
	Total		1.393E7	27			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
HS * DER	Between Groups	(Combined)	1.374E7	26	528289.239	2.705	.452
		Linearity	111748.032	1	111748.032	.572	.588
		Deviation from Linearity	1.362E7	25	544950.887	2.790	.445
	Within Groups		195312.500	1	195312.500		
	Total		1.393E7	27			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
HS * ROE	Between Groups	(Combined)	1.391E7	26	534870.489	22.102	.167
		Linearity	46351.571	1	46351.571	1.915	.398
		Deviation from Linearity	1.386E7	25	554411.246	22.910	.164
	Within Groups		24200.000	1	24200.000		
	Total		1.393E7	27			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
HS * BVS	Between Groups	(Combined)	1.285E7	25	513801.309	.946	.637
		Linearity	6577131.622	1	6577131.622	12.115	.074
		Deviation from Linearity	6267901.093	24	261162.546	.481	.853
	Within Groups		1085800.000	2	542900.000		
	Total		1.393E7	27			

All of the data obtained on the Deviation from Linearity (Sig.) is more than 0.05 (5%), which indicates that all of the data are linear based on the linearity test table above.

3.2.3. Associative Data Analysis

In social studies, variables typically do not exist in a vacuum but rather have relationships with one another and even influence one another, with the goal of analyzing relationships or forecasting the impact of independent (free) variables on the dependent variable (bound). Correlation and regression are the two types of associative data analysis.

Correlation

The goal of correlation analysis is to assess how closely the two research variables are related. The following information was gathered and created:

Table 3.5 Correlation Testing

Correlations

		ROA	DER	ROE	BVS	HS
ROA	Pearson Correlation	1	.562**	.969**	.080	.093
	Sig. (2-tailed)		.002	.000	.687	.637
	N	28	28	28	28	28
DER	Pearson Correlation	.562**	1	.516**	.042	.090
	Sig. (2-tailed)	.002		.005	.832	.650
	N	28	28	28	28	28
ROE	Pearson Correlation	.969**	.516**	1	.036	.058
	Sig. (2-tailed)	.000	.005		.854	.771
	N	28	28	28	28	28
BVS	Pearson Correlation	.080	.042	.036	1	.687**
	Sig. (2-tailed)	.687	.832	.854		.000
	N	28	28	28	28	28
HS	Pearson Correlation	.093	.090	.058	.687**	1
	Sig. (2-tailed)	.637	.650	.771	.000	
	N	28	28	28	28	28

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Based on Table 3.5 Knowing the significant test of the correlation coefficient for the two sides (2-tailed) of the output can be seen from the conclusion table below the value α = 0.05 is between profitability and solvency (ROA*DER), between fellow profitability (ROA*ROE), between solvency and profitability (DER*ROE) and between market prices and stock prices (BVS*HS). Consequently, H0 is disregarded and H1 is accepted, indicating that it has a large impact. In the absence of the aforementioned variables, if = 0.05, H0 is accepted and H1 is refused, indicating that it has no discernible impact.

Based on the calculation of strong and unidirectional correlation numbers shown by (DER*BVS), (ROE*BVS) and (ROE*HS). Correlation numbers that are quite strong but not unidirectional are shown by (ROA*BVS), (ROA*HS) and (DER*HS). And the variables mentioned above are declared low and not unidirectional.

Regression

With the use of the independent variable's value, regression analysis seeks to forecast changes in the value of the dependent variable. The information gathered is listed below:

Table 3.6 Regression Testing 1

Variables Entered/Removed[b]

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	BVS, ROE, DER, ROA[a]	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: HS

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.690[a]	.476	.385	563.346

a. Predictors: (Constant), BVS, ROE, DER, ROA

Based on Table 3.6 calculations, the R-Square number is 0.476. This shows a fairly strong relationship. The coefficient of determination, or R-Square, can also be written as 47.6%. This signifies that the variables ROA, DER, DER, and BVS account for 47.6% of the share price variable. The rest is explained by Other causes not examined in this study, namely by calculating the effect of the residual path, can be calculated Pe=1-R2=1- 0.4762 = 1- 0.227 = 0.773 or 77%. Table 3.7 below shows the value of the path coefficient along with the outcome:

Table 3.7 Regression Testing 2

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	361.340	189.242		1.909	.069
	ROA	7.623	77.992	.063	.098	.923
	DER	21.232	71.716	.055	.296	.770
	ROE	-2.403	26.515	-.056	-.091	.929
	BVS	232766.262	52416.902	.682	4.441	.000

a. Dependent Variable: HS

Based on table 3.7 of the Coefficiens table above (Standardized Coedisients column) it can be concluded that the regression coefficient values are:

1. Profitability Coefficient (ROA) is P1 = 0.063
2. The Solvency Coefficient (DER) is P2 = 0.055
3. Profitability Coefficient (ROE) is P3 = -0.056
4. The market price coefficient (BVS) is P4 = 0.682

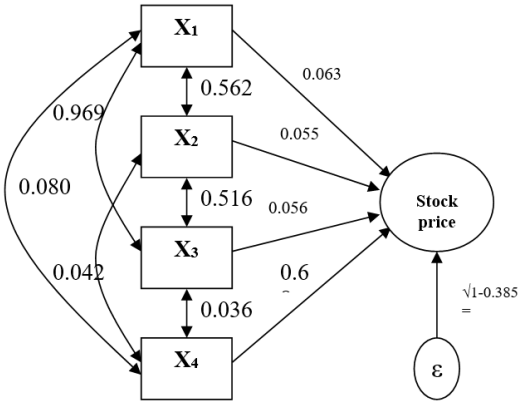
Based on Table 3.7 above, the results of the calculation of the structural path analysis above provide objective information as follows:

1. The amount of the Profitability contribution (ROA) directly affects the Share Price is 0.0632 = 0.397 or 39.7%
2. The amount of Solvability contribution directly affects the share price is 0.0552 = 0.303 or 30.3%
3. The amount of the Profitability contribution (ROE) directly affects the Share Price is -0.0562 = 0.314 or 31.4%
4. The magnitude of the contribution of the Market Price (BVS) directly affecting the Share Price is 0.6822 = 0.465 or 46.5%

5. The amount of the contribution of Profitability, Solvability and Market Price which directly affects the Share Price is 0.476 or 47.6% (the calculation is obtained by the R-Square figure). Other factors outside the scope of this study are responsible for 52.4% of the total.

Based on the outcome of the regression and correlation analysis above, the complete path diagram is as follows:

Figure 3.1. The influence of ROA, DOE, DER, and BVS variables on stock prices.



The equation for the path analysis model in the image above is::

$$Y = 0.063\ X_1 + 0.055\ X_2 + 0.056\ X_3 + 0{,}68\ X_4 + \varepsilon$$

3.2.4. Hypothesis Testing

The results of hypothesis testing with SPSS as shown in table 3.8 below:

Table 3.8 Hypothesis Testing 1

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6631584.037	4	1657896.009	5.224	.004[a]
	Residual	7299248.678	23	317358.638		
	Total	1.393E7	27			

a. Predictors: (Constant), BVS, ROE, DER, ROA

b. Dependent Variable: HS

The hypothesis put forward is:

H0 : Liquidity, solvency and activity do not significantly influence profitability.

H1: Liquidity, solvency and activity have a significant effect on profitability

The criteria for accepting/rejecting the hypothesis are by looking at the results of the SPSS table.

1. Reject H0, if the probability value F ≤ a significant level of 0.05 (Sig. ≤ α0.05): H1 is accepted
2. Accept H0, if the probability value F > significant level is 0.05 (Sig. > α0.05): H1 is rejected

Based on the results of the F test above, the probability value F (Sig) is 5.224 (Sig 0.005 ≤ α0.05). Thus H1 is accepted and H0 is rejecte. This shows that there is a significant influence between ROA, DER, ROE and BVS in Pulp & Paper companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2007-2010 amounting to 47.6%. To see the magnitude of the influence of liquidity, solvency, and activity variables on profitability partially, the t test is used with the following hypotheses:

H01 : Profitability is not much impacted by liquidity.

H11: The impact of liquidity on profitability is significant.

H02 : Profitability is not affected by solvency.

H12: Profitability is significantly influenced by solvency.

H03: Activity has no discernible impact on profitability.

H13: Profitability is significantly influenced by activity.

Criteria for acceptance/rejection of the hypothesis are as follows:.

1. If the probability value t is less than 0.05, reject H0 (Sig. ≤ α0.05): H1 is accepted.
2. Accept H0 if the probability value t > 0.05 is significant (Sig. > α0.05): H1 is rejected

Meanwhile, to see the magnitude of the influence, the number Beta or Standardized Coefficients is used in table 3.9 below.

Table 3.9 Hypothesis Testing 2

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	361.340	189.242		1.909	.069
	ROA	7.623	77.992	.063	.098	.923
	DER	21.232	71.716	.055	.296	.770
	ROE	-2.403	26.515	-.056	-.091	.929
	BVS	232766.262	52416.902	.682	4.441	.000

a. Dependent Variable: HS

Effect of profitability on stock prices

The probability value t (Sig) is 0.098 (Sig 0.923 > 0.05) for the effect of ROA on stock prices, according to the findings of the t test in table 3.9 above. H1 is therefore rejected whereas H0 is approved. This demonstrates that there is no discernible relationship between profitability (ROA) and the 39.7% share price. In the period from 2018 to 2021, the share prices of Pulp & Paper firms listed on the Indonesia Stock Exchange may rise or fall regardless of profitability.

It is clear from the t test findings in table 3.9 above that the probability value t (Sig) for the relationship between ROE and stock prices is 0.091 (Sig 0.929 > 0.05). H1 is therefore rejected whereas H0 is approved. This demonstrates that there is no discernible relationship between profitability (ROA) and the 31.4% share price. The share prices of Pulp & Paper firms that listed on the Indonesia Stock Exchange in 2018–2021 may rise or fall regardless of profitability, and vice versa.

Effect of solvency on stock prices

It is clear from the t test findings in table 4.16 above that the probability value t (Sig) for the effect of DER on stock prices is 0.296 (Sig 0.770 > 0.05). H1 is therefore rejected whereas H0 is approved. This demonstrates that there is no discernible relationship between solvency (DER) and the 30.3% share price. The share price of the Pulp & Paper companies listed on the Indonesia Stock Exchange may rise or fall in 2018 through 2021 regardless of solvency, although this is not a given.

Effect of Market Prices on Stock Prices

It is clear from the t test findings in table 4.16 above that the probability value t (Sig) for the relationship between ROE and stock prices is 4.441 (Sig 0.000 > 0.05). As a result, H1 is approved and H0 is refused. This demonstrates that the relationship between the Market Price (BVS) and the Share Price of 46.53% has a considerable impact. The share prices of Pulp & Paper businesses listed on the Indonesia Stock Exchange 2018–2021 may increase or drop, but this is not a guarantee.

4. DISCUSSION

A t value of 0.098 (Sig 0.923 > 0.05) based on the data from the test results above demonstrates that partially profitability (ROA) has no meaningful impact on stock prices. Increased or decreased profitability (ROA) in Pulp & Pupper firms listed on the Indonesia Stock Exchange in 2018–2021 is not a guarantee that it will be followed by increased or decreased profitability (ROA).

It is clear from the t test findings in table 4.15 above that the probability value t (Sig) for the effect of DER on stock prices is 0.296 (Sig 0.770 > 0.05). H1 is therefore rejected whereas H0 is approved. This demonstrates that there is no discernible relationship between solvency (DER) and the 30.3% share price. The share price of the Pulp & Paper companies listed on the Indonesia Stock Exchange may rise or fall in 2018 through 2021 regardless of solvency, although this is not a given. Long-term, the business can choose between two policies: low solvency, which entails utilizing less debt than its own capital. In order to prevent the company from suffering from high interest costs that would have an impact on profitability due to a poor solvency policy.

It is clear from the t test findings in table 4.15 above that the probability value t (Sig) for the relationship between ROE and stock prices is 4.441 (Sig 0.000 > 0.05). As a result, H1 is approved and H0 is refused. This demonstrates that the relationship between the Market Price (BVS) and the Share Price of 46.53% has a considerable impact. The share prices of the Pulp & Paper businesses listed on the Indonesia Stock Exchange 2018–2021 may increase or drop, but this is not a given. The ability of the company to understand

that the higher the book value of the stock, the higher the expectation of the stock market value because the higher the BVS ratio for the stock, the more appealing it will be to investors and the higher the stock price will be.

The findings of this study concur with those of Zulkifli, who analyzes the fundamental variables and systemic risk of stock prices in manufacturing companies that list on the Jakarta Stock Exchange. However, because researchers have not yet been able to obtain data for 2020, the authors would like to continue writing this article with a different research year. The differences between this study and previous research are that the former discussed the independent variables ROA, DER, BVS, and Stock Beta, as well as data from 2018 to 2021 for all manufacturers listed on the Jakarta Stock Exchange, whereas the latter more narrowly focused on manufacturing, specifically pulp and paper manufacturing, and used data from 2018 to 2021.

5. CONCLUSION

The Kolmogorov-Smirnov test is used to test for normality; this test is the most reliable test of the normality assumption. According to this method, if the probability of the Kolmogorov-Smirnov value is greater than 0.05, then the research variables ROA, DER, ROE, BVS, and the share prices can all be said to have a normal distribution because they are all above 0.05. This is in contrast to earlier research by Zulkifli (2006), which found that ROA and DER had no impact whereas BVS alone had an impact on stock prices.

The resulting correlation and regression tables show that all of the ROA, ROE, DER, and BVS variables have an impact on stock prices, but the BVS variable has the most bearing on stock prices. Because the two ratios are similar in nature and are therefore centered on net income, the presence of multicollinearity directs by eliminating variables that are indicated to have collinearity, namely Return On Assets (ROA) and Return On Equity (ROE), making the proposed model significantly influence the formation of stock prices.

REFERENCES

[1] Astuti, *et al*., "Analisis Laporan Keuangan", 2019.
[2] Aulia Rizki, L., Basri, H. and Musnadi, S.,"Pengaruh Faktor Fundamental Dan Mekanisme Corporate Governance Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia", Pascasarjana Universitas Syiah Kuala, 11(3), p. 35, 2014.
[3] Dr. Priyono, M., "Metode Penelitian Kuantitatif". Edisi Revi. Edited by T. Chandra. Zifatama, 2016.
[4] Edi Subiyantoro and Fransisca Andreani (2003) "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Harga Saham (Kasus Perusahaan Jasa Perhotelan yang Terdaftar di Pasar Modal Indonesia)", *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 5(2), p. pp.171-180. Available at: http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/man/article/view/15642.
[5] Gustina, D.L. and Wijayanto, A., "Analisis Rasio Keuangan Dalam Memprediksi Perubahan Laba", *Management Analysis Journal*, 2015.
[6] Herlambang, A., "Analisis Pengaruh Free Cash Flow Dan Financial Leverage Terhadap Manajemen Laba Dengan Gcg Sebagai Variabel Moderasi", *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), pp. 1689–1699, 2018.
[7] Houston, B.,"Local Government Finance and Bond Market", 2001.
[8] Kieso, "Intermedite Acounting", 2019.
[9] Kodir, M., "Pengaruh Faktor-faktor fundamental perusahaan, kurs dan tingkat bunga terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktor yang terdaftar di BEI", *J Conserv Dent.* 2013, 16(4), 2013. Available at: https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/23956527/.
[10] Listyarti, I., "Pengambilan keputusan investasi Investor di pasar modal indonesia ditinjau dari Teori reasoned action", *Journal of Business & Banking*, 7(2), pp. 237–250, 2019. Available at: https://doi.org/10.14414/jbb.v7i2.1461.
[11] Sudibyo, B., "Rasio Keuangan Organisasi Pengelola Zakat, Pusat Kajian Strategis – Badan Amil Zakat Nasional". Edited by A. Baznas. Jakarta Pusat: Pusat Kajian Strategis – Badan Amil Zakat Nasional (Puskas Baznas), 2019.
[12] Sudiyatno, B., "Peran Kinerja Perusahaan dalam menentukan pengaruh faktor Fundamental Makro Ekonomi, Resiko sistematis dan kebijakan perusahaan terhadap nilai perusahaan (Studi Empirik Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia)", *Disetrasi Undip Semarang [Preprint]*, 2010.
[13] Tikesari, W.& S.,"Pengaruh Faktor Fudamental Perusahaan, Risiko Sistematis dan GCG Terhadap Harga Saham", *Jurnal ilmiah dan riset manajemen*, Vol 7(No 4), 2014.

Remik: Riset dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer
Volume 7, Nomor 2, April 2023
http://doi.org/10.33395/remik.v7i2.12330
e-ISSN : 2541-1330
p-ISSN : 2541-1332

Pengaruh Keseimbangan Kehidupan Kerja, Lingkungan Kerja, dan Keterlibatan Kerja terhadap Kinerja Karyawan Kedai Kopi

[1]Tirta Mulyadi, [2]Eva Purnamasari, [3]Heliza Rahmania Hatta
[1]Politeknik Pariwisata Batam, [2]Politeknik Negeri Semarang, [3]Universitas Mulawarman
[1]tirta@btp.ac.id, [2]eva.purnamasari@polines.ac.id, [3]heliza@unmul.ac.id

*Penulis Korespondensi
Diajukan : 05/04/2023
Diterima : 20/04/2023
Dipublikasi : 20/04/2023

ABSTRAK
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh work-life balance terhadap kinerja karyawan, pengaruh lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan, pengaruh work engagement terhadap kinerja karyawan dan pengaruh work-life balance, lingkungan kerja, dan work engagement secara parsial dan sekaligus terhadap kinerja karyawan coffee shop di Perumahan Kota Wisata Lembang Kabupaten Bandung. Populasi dalam penelitian ini adalah 73 (tujuh puluh lima) orang karyawan coffee shop di Perumahan Kota Wisata Lembang Kabupaten Bandung dan berhasil mendapatkan 49 (lima puluh) orang responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik random sampling. Selama penelitian berlangsung, penulis mengunjungi 13 (empat belas) coffee shop yang berada di kawasan perumahan tempat tinggal penulis yaitu Kota Wisata Lembang, Kabupaten Bandung sebagai lokasi penelitian.

Kata kunci: Keseimbangan Kehidupan Kerja, Lingkungan Kerja, Keterlibatan Kerja

I. PENDAHULUAN

Sumber daya manusia merupakan bagian yang memiliki peran vital atau penting dalam sebuah organisasi, instansi atau perusahaan. Manusia dapat dikatakan sebagai sumber daya yang paling berharga dalam dunia manajemen dan ilmu pengetahuan telah membuktikan hal tersebut dengan memberikan berbagai macam teknik dan program yang telah dirancang untuk nantinya dapat digunakan sebagai acuan dalam memanfaatkan sumber daya alam yang lebih matang dan lebih dalam.

Potensi yang diperoleh sumber daya manusia dalam kaitannya dengan sistem operasional dalam suatu perusahaan atau organisasi pada prinsipnya merupakan modal utama untuk dapat berperan penting dalam mencapai suatu tujuan melalui sistem perencanaan personalia yang sistematis agar hasil kerja karyawan yang ada dapat ditingkatkan sesuai target perusahaan (Rachmawati dkk., n.d.).

Fenomena kehadiran kedai kopi di Indonesia bukanlah hal yang baru dan mengejutkan. Hampir

This is a Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Remik: Riset dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer
Volume 7, Nomor 2, April 2023
http://doi.org/10.33395/remik.v7i2.12330
e-ISSN : 2541-1330
p-ISSN : 2541-1332

di setiap tempat dan sudut kota besar dapat dijumpai kedai kopi dengan berbagai macam jenis dan tipe. Bahkan, jarang sekali kita akan menemukan kedai kopi dalam kondisi sepi, terutama di malam hari. Hal ini mencerminkan bahwa budaya minum dan ngopi, terutama secara bersama-sama, dapat dijadikan sebagai gaya hidup. Peneliti dapat mengatakan hal tersebut karena tolak ukur dalam mendirikan kedai kopi saat ini adalah memanjakan pelanggan atau customer dengan fasilitas yang lengkap. Misalnya dengan adanya layanan wi-fi gratis dari kedai kopi tersebut, area merokok yang dibalut dengan nuansa outdoor yang sejuk dengan banyaknya tanaman di sekitar area tersebut, dan lain sebagainya (Hidayatullah, Windhyastiti, Aristanto, Khouroh, Waris, dkk., 2019).

Pada dasarnya masyarakat Indonesia tidak pernah jauh dari kata kopi, mulai dari menanam biji kopi hingga meminum kopi. Kopi memang minuman yang sudah terkenal di seluruh dunia. Berawal dari hal tersebut, muncullah istilah atau sebutan kafe yang merujuk pada kedai kopi atau café atau warung kopi. Istilah kata café berasal dari bahasa Perancis yang berarti kopi (Gumulya & Helmi, 2017).

Lembang merupakan salah satu daerah di kabupaten Bandung yang masyarakatnya sangat responsif atau peka terhadap perubahan gaya hidup, termasuk budaya minum kopi tentunya. Perkembangannya sangat pesat dengan memanfaatkan tren atau gaya hidup mengkonsumsi kopi yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Mulai dari hanya membeli di kedai lalu pulang atau yang biasa disebut dengan sistem take away hingga membeli kopi lalu bercengkrama dengan teman atau kolega di kedai modern yang menghadirkan banyak fasilitas. Masyarakat mulai tertarik untuk mendirikan usaha kedai kopi di Perumahan Kota Wisata Lembang. Kedai kopi seperti Kedai Kopi Kulo, Dusty Coffee, Starbucks Coffee, Coffee Toffee, Wisata Malabar Coffee, dan Kama Coffee & Co. merupakan beberapa contoh kedai kopi yang berdiri di Perumahan Kota Wisata Lembang, Kabupaten Bandung. Dengan semakin banyaknya usaha kedai kopi di Kota Wisata Lembang membuktikan bahwa penikmat kopi di Kota Bandung sangat besar. Mulai dari kedai kopi besar seperti Starbucks Coffee yang menjual suasana premium, mewah dan bergengsi dalam meminum kopi hingga kedai kopi seperti Wisata Malabar Coffee yang menyajikan kopi dengan harga yang sangat terjangkau untuk kantong mahasiswa yang dibalut dengan vibes atau suasana yang sederhana namun tetap memperhatikan kenyamanan (Hidayatullah, Windhyastiti, Aristanto, Khouroh, & Kusdyah, 2019).

Dengan menjamurnya coffee shop di Indonesia, begitu juga di Kota Wisata Lembang Kabupaten Bandung, menjadikannya sebagai bagian dari gaya hidup sebagian besar masyarakat di negeri ini, pengunjung tidak hanya datang ke coffee shop untuk membeli menu kopi yang disediakan oleh coffee shop tersebut, tetapi ada hubungan atau sentuhan emosional yang diberikan oleh coffeeshop tersebut, dapat berupa gengsi atau perasaan bangga.

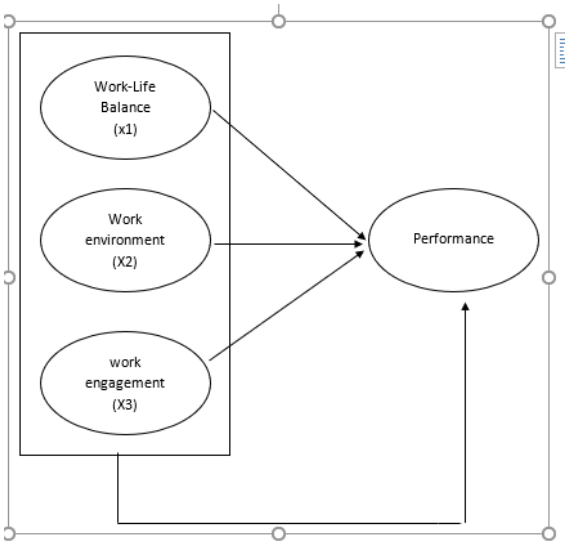
II. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian eksplanatori, terdapat 2 (dua) jenis variabel dalam penelitian ini dimana variabel independen (X) terdiri dari work-life balance (X1), lingkungan kerja (X2) dan keterlibatan kerja (X3) serta variabel dependen (Y) adalah kinerja. Populasi dalam penelitian ini adalah barista, kasir, headbar, penanggung jawab, supervisor dan store manager yang berjumlah 73 orang. Sedangkan siza sampel menggunakan metode sensus. Selama penelitian, peneliti mengunjungi 13 (empat belas) kedai kopi yang berada di daerah pemukiman yaitu Kota Wisata Lembang Kabupaten Bandung. Sebanyak 73 (tujuh puluh lima) target sampel berhasil diperoleh sebanyak 49 (lima puluh) responden. Teknik analisis data

This is a Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Remik: Riset dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer
Volume 7, Nomor 2, April 2023
http://doi.org/10.33395/remik.v7i2.12330
e-ISSN : 2541-1330
p-ISSN : 2541-1332

menggunakan uji t, uji F dan persamaan analisis linier berganda dengan menggunakan program IBM SPSS Statistics versi 22. Model dalam penelitian ini dapat disajikan pada Gambar 1 berikut ini:



Gambar 1. Kerangka Konsep Penelitian Gambar Kerangka Konsep Penelitian
Sumber: diolah dari berbagai artikel (2022)

Dari Gambar 1, dapat ditarik hipotesis penelitian:
1) Diduga work life balance berpengaruh terhadap kinerja
2) Diduga Lingkungan Kerja berpengaruh terhadap kinerja
3) Diduga Keterlibatan Kerja berpengaruh terhadap kinerja
4) Diduga work life balance, lingkungan kerja dan keterlibatan kerja berpengaruh terhadap kinerj

This is a Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Remik: Riset dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer
Volume 7, Nomor 2, April 2023
http://doi.org/10.33395/remik.v7i2.12330
e-ISSN : 2541-1330
p-ISSN : 2541-1332

Definisi operasional dari penelitian ini dapat dilihat pada tabel 1 di bawah ini

Tabel 1: Tabel Variabel dan Indikator Penelitian

No	Variable	No	Indicator	Items
1	Keseimbangan Kehidupan Kerja Keseimbangan kerja dan kehidupan di mana ada keseimbangan yang terikat antara tanggung jawab pekerjaan dan tanggung jawab dalam keluarga atau kehidupan nyata	1	Keseimbangan Waktu	• Kemampuan untuk membagi waktu kerja dengan waktu bersama keluarga • Memiliki waktu luang untuk melakukan hobi atau hobi
		2	Keseimbangan Keterlibatan	• Memiliki rasa tanggung jawab antara pekerjaan dan keluarga • Melakukan pembagian keterlibatan kerja dengan keluarga
		3	Keseimbangan Kepuasan	• Puas dengan peran pekerjaan dan keluarga • Berkontribusi dalam peran pekerjaan dan keluarga
2	Lingkungan Kerja adalah segala sesuatu yang ada di sekitar pekerja, yang dapat mempengaruhi seseorang pekerja dalam menjalankan tugas-tugas yang dibebankan.	1	Pekerjaan fisik lingkungan	• Suhu udara / ruangan • sirkulasi udara • Tata letak / tata ruang kerja • Tingkat / kualitas pencahayaan • Kebersihan kedai kopi
		2	Lingkungan pekerjaan non-fisik	• Hubungan dengan rekan kerja, atasan dan bawahan • Suasana kekeluargaan di tempat kerja

This is a Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Remik: Riset dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer
Volume 7, Nomor 2, April 2023
http://doi.org/10.33395/remik.v7i2.12330
e-ISSN : 2541-1330
p-ISSN : 2541-1332

3	Kondisi keterlibatan kerja secara mental Individu yang berhubungan dengan pekerjaannya positif dan dipenuhi dengan semangat, dedikasi dan penyerapan.	1	keterlibatan kerja sebagai energi psikis	• Rasakan pengalaman puncak dengan • adalah pada pekerjaan yang ada dan mengalir dalam • pekerjaan yang bersangkutan • Keseriusan tercipta ketika larut dalam pekerjaan (immersion), pergulatan dalam pekerjaan (*stripping*), penyerapan (*absorption*), dan fokus (*focus*)
		2	keterlibatan kerja sebagai energi perilaku	• Bekerja secara proaktif, akan mengantisipasi peluang Untuk mengambil tindakan sesuai dengan tujuan perusahaan • Karyawan yang terikat dan tidak terikat pada 'deskripsi pekerjaan' dan fokus pada tujuan dan berusaha untuk mencapai dengan cara Konsisten terhadap kesuksesan organisasi • Karyawan secara aktif mencari cara untuk mendapatkan memperluas kemampuan yang dimiliki dengan cara yang sesuai dengan visi dan misi perusahaan
4	Evaluasi hasil kinerja dari perbandingan individu pekerjaan dengan kriteria yang akan ditetapkan bersama	1	Kualitas	Proses atau hasil dari penyelesaian suatu kegiatan mendekati sempurna.
		2	Jumlah	Produksi yang dihasilkan dapat ditampilkan dalam mata uang, jumlah, atau siklus aktivitas saat ini

This is a Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Remik: Riset dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer
Volume 7, Nomor 2, April 2023
http://doi.org/10.33395/remik.v7i2.12330
e-ISSN : 2541-1330
p-ISSN : 2541-1332

		3	Tepat waktu	Kegiatan yang dapat diselesaikan atau hasil dari suatu produksi dapat dicapai pada awal waktu yang ditentukan secara bersama-sama koordinasi dengan produk lain
		4	Efektivitas Biaya	Sejauh mana sumber daya organisasi seperti manusia, bahan baku, dan teknologi dapat dimaksimalkan dalam arti, untuk mendapatkan unit keuntungan
		5	Hubungan *Interpersonal*	Sejauh mana seorang karyawan mampu mengembangkan perasaan saling menghormati, niat baik dan kerja sama di antara karyawan yang satu dengan karyawan lain serta kepada bawahan

Sumber: Berbagai jurnal dan artikel, diolah oleh penulis, 2022

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Karakteristik Responden

Dari hasil penelitian yang diperoleh melalui kuesioner, dapat dilihat pada tabel 2 karakteristik responden sebagai berikut:

Tabel 2. Tabel Karakteristik Responden

No	**Usia**	**Jumlah**	**Persentase**
1	0-20	20	40
2	20-30	25	52
3	> 30	4	8
	Total	49	100
No	**Jenis Kelamin**	**Jumlah**	**Persentase**
1	Man	34	68
2	Woman	15	28
	Total	49	100
No	**Pendidikan**	**Jumlah**	**Persentase**
1	SMA	40	80
2	Diploma	7	16
3	S-1	2	4

This is a Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Remik: Riset dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer
Volume 7, Nomor 2, April 2023
http://doi.org/10.33395/remik.v7i2.12330
e-ISSN : 2541-1330
p-ISSN : 2541-1332

	Total	49	100

Source: Processed Primary Data (2022)

3.2. Analisis Model Penelitian

Model struktural dalam penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1. Hasil pengujian dapat dilihat pada output SPSS seperti pada Tabel 3. sebagai berikut:

Table 3. Multiple Linear Regression Results
Tabel 3. Hasil Regresi Linier Berganda

Variabel	Informasi	Koef. Regression (B)	t count	Sig.
X_1	*Work-life Balance*	0.420	3,099	0.003
X_2	Work environment	0.273	2,338	0.024
X_3	Work Engagement	0.166	1,174	0.246
	Constant :	18022		
	R :	0.564		
	R Square :	0.319		
	F Count :	7,170		
	Sig. F :	0.000		
	N :	49		

Source: Processed SPSS Primary Data (2022)

Pembahasan

Pengaruh Work-Life Balance terhadap Kinerja Karyawan

Variabel work-life balance memiliki nilai thitung > ttabel yaitu 3.099 > 2.013, maka Ha diterima yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara work-life balance terhadap kinerja karyawan. Hal ini terlihat dari 0,003 < 0,05.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang menjelaskan hubungan antara work-life balance dengan kinerja karyawan, yang menjelaskan bahwa work-life balance adalah kecenderungan seorang individu untuk terlibat penuh dalam kinerja setiap peran yang dijalankan oleh individu tersebut agar mendapatkan keseimbangan dalam bekerja dan menciptakan kepekaan pikiran pada sistem diri secara keseluruhan seperti yang dijelaskan oleh (Hubbard et al., 2004). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara work-life balance terhadap kinerja karyawan (Sirgy & Lee, 2018). Penelitian lain juga memberikan hasil yang serupa bahwa terdapat pengaruh positif antara work-life balance terhadap kinerja karyawan (Ma'ruf, 2021),

Maka langkah selanjutnya untuk karyawan coffeeshop di Perumahan Kota Wisata Lembang harus lebih lagi dalam meningkatkan work-life balance demi tercapainya kinerja karyawan dan mewujudkan tujuan perusahaan secara maksimal.

Pengaruh Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan

Variabel lingkungan kerja (X_2) memiliki t hitung > t tabel yaitu 2,338 > 2,013 maka Ha diterima, yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara kinerja karyawan terhadap lingkungan

This is a Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Remik: Riset dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer
Volume 7, Nomor 2, April 2023
http://doi.org/10.33395/remik.v7i2.12330
e-ISSN : 2541-1330
p-ISSN : 2541-1332

kerja. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai signifikansi sebesar 0,024 < 0,05.
Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nabawi, 2019) (Rahayu et al., 2020), bahwa lingkungan kerja berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan. Lingkungan kerja yang nyaman menyebabkan tingkat konsentrasi karyawan dalam bekerja meningkat, dan kondisi tersebut menyebabkan tingkat produktivitas karyawan meningkat. Lingkungan kerja yang baik, baik fisik maupun non fisik, memberikan dukungan terhadap peningkatan kinerja karyawan.
Hubungan yang signifikan dan positif antara lingkungan kerja dengan kinerja karyawan. Hal ini memperkuat pandangan bahwa lingkungan kerja berpengaruh terhadap kinerja karyawan.
Maka langkah selanjutnya adalah karyawan coffeeshop di Perumahan Kota Wisata Lembang dapat meningkatkan aspek-aspek lingkungan kerja agar dapat mencapai kinerja karyawan dan mencapai tujuan perusahaan secara maksimal (Alvianna et al., 2021).

Pengaruh Keterlibatan Kerja terhadap Kinerja Karyawan
Variabel keterlibatan kerja (X^3) memiliki nilai thitung < ttabel yaitu 1,174
< 2,013 maka Ha ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara work engagement terhadap kinerja karyawan. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai signifikansi sebesar 0,246 > 0,05.
Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penjelasan mengenai work engagement menurut (Tyas & Nurhasanah, 2019) sebagai keadaan pikiran yang positif, memuaskan, dan berhubungan dengan pekerjaan yang mencakup konsep-konsep seperti antusiasme, dedikasi, dan penyerapan. Kemudian, penjelasan menurut (Kotler & Armstrong, 2018) yang menjelaskan bahwa work engagement adalah anggota organisasi dapat memanfaatkan perannya dengan baik dalam pekerjaannya dan dalam work engagement, orang menggunakan dan mengekspresikan dirinya secara fisik, kognitif, dan emosional ketika sedang melakukan pekerjaannya.
Maka langkah selanjutnya adalah karyawan coffeeshop di Perumahan Kota Wisata Lembang dapat berbuat lebih banyak lagi dalam meningkatkan aspek-aspek work engagement agar dapat mencapai kinerja karyawan yang maksimal.

Pengaruh secara simultan Work-Life balance Lingkungan Kerja dan Work engagement terhadap Kinerja Karyawan
Dari hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F, diketahui bahwa nilai signifikansi untuk pengaruh work-life balance, lingkungan kerja, dan ketepatan waktu secara bersama-sama terhadap kinerja karyawan adalah
0,000 < 0,05 dan nilai F hitung sebesar 7,170 > 2,80. yang berarti Ha diterima dan H0 ditolak, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara work-life balance, lingkungan kerja dan ketepatan waktu secara bersama-sama terhadap kinerja karyawan. Menurut (Mardiani & Widiyanto, 2021) Kinerja karyawan merupakan produktivitas dari setiap karyawan. Hal ini merupakan hasil dari seorang karyawan, yang diperolehnya sebagai imbalan dari hasil yang berwujud dan tidak berwujud (Suhartini, 2021).
Dalam penelitian ini, telah dibuktikan bahwa karyawan coffeeshop mampu menjalankan work-life balance, lingkungan kerja dan work engagement secara bersamaan sehingga dapat mencapai aspek-aspek kinerja karyawan dengan baik.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

This is a Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Remik: Riset dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer
Volume 7, Nomor 2, April 2023
http://doi.org/10.33395/remik.v7i2.12330
e-ISSN : 2541-1330
p-ISSN : 2541-1332

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian atau analisis data dari variabel work-life balance, lingkungan kerja dan work engagement terhadap variabel kinerja karyawan, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1) Keseimbangan kehidupan kerja berpengaruh terhadap kinerja karyawan,
2) Lingkungan kerja berpengaruh terhadap kinerja karyawan.
3) Keterlibatan kerja tidak berpengaruh terhadap kinerja karyawan.

Keseimbangan kehidupan kerja, lingkungan kerja dan keterlibatan kerja secara bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja karyawan. Implikasi dari kajian penelitian ini adalah agar coffee shop di perumahan Kota Wisata Lembang, Kabupaten Bandung tetap menjaga work-life balance dengan terus berinovasi dan menciptakan employee engagement yang dinamis, sehingga kinerja karyawan dapat terus meningkat. Namun, tidak hanya work-life balance, lingkungan kerja dan work engagement saja yang dapat mempengaruhi kinerja karyawan karena masih banyak faktor lain yang mempengaruhinya. Namun, penelitian ini telah mampu membuktikan secara empiris bahwa work-life balance dan lingkungan kerja merupakan faktor yang dapat mempengaruhi kinerja karyawan.

Saran

Selain itu, faktor kepemimpinan juga perlu diperhatikan dalam usaha meningkatkan kinerja (Permana et al., 2019) dan yang tidak kalah penting tetap menjaga motivasi karyawan (Meilani et al., 2021) (Ratnasari, 2017) (Abdullah et al., 2019) dan perilaku karyawan (Muizah et al., 2021). Selanjutnya dari sisi pelayanan, perusahaan juga dapat mempertahankan keunikan kedai kopi sehingga dapat membedakan antara kedai kopi yang satu dengan yang lainnya (Riyanto et al., 2021).

This is a Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

e-ISSN : 2541-1330
p-ISSN : 2541-1332

VI. DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, F., Manan, A., Sumarsono, T. G., & Hidayatullah, S. (2019). The Effect of Motivation , Competency and Compensation toward Performance. International Research Journal of Advanced Engineering and Science, 4(1), 51–55.

Alvianna, S., Husnita, I., Hidayatullah, S., Lasarudin, A., & Estikowati, E. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Panderman Coffeee Shop di Masa Pandemi Covid-19. Journal of Management and Business Review, 18(2). https://doi.org/10.34139/jmbr.v18i2.286

G Dacholfany, M. I., Khataybeh, A. M., Lewaherilla, N. C., Yusuf, M., Sihombing, H. B. M., & Chang, M. L. (2022). APPLICATION OF THE BALANCED SCORE CARD CONCEPT AS A HUMAN RESOURCE PERFORMANCE MEASUREMENT TOOL AT THE MINISTRY OF HIGHER EDUCATION IN INDONESIA. MULTICULTURAL EDUCATION, 8(04), 1-13.umulya, D., & Helmi, I. S. (2017). KAJIAN BUDAYA MINUM KOPI

INDONESIA. Jurnal Dimensi Seni Rupa Dan Desain. https://doi.org/10.25105/dim.v13i2.1785

Hidayatullah, S., Windhyastiti, I., Aristanto, E., Khouroh, U., & Kusdyah, I. (2019). PKM Kopi Rakyat Kelompok Wanita Tani (KWT) " Ngudi Rahayu " Desa Kebobang Wonosari Kabupaten Malang. 4(1), 130– 136.

Hidayatullah, S., Windhyastiti, I., Aristanto, E., Khouroh, U., Waris, A., & Fikry. (2019). Seduh kopi - Sedikit Dunia Haritage Kopi. Penerbit KBM Indonesia, 1.

Hubbard, M. C., MacDermid, J. C., Kramer, J. F., & Birmingham, T. B. (2004). Quantitative Vibration Threshold Testing in Carpal Tunnel Syndrome: Analysis Strategies for Optimizing Reliability. Journal of Hand Therapy. https://doi.org/10.1197/j.jht.2003.10.004

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Kotler & Armstrong, Principles of Marketing | Pearson. In Pearson.

Ma'ruf, R. (2021). Pengaruh Kompensasi dan Work Life Balance Terhadap Loyalitas Karyawan. Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi. https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v9i1.5671

Mardiani, I. N., & Widiyanto, A. (2021). Pengaruh work-life balance, Lingkungan Kerja dan Kompensasi terhadap Kinerja karyawan PT Gunanusa Eramandiri. Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah). https://doi.org/10.36778/jesya.v4i2.456

Meilani, Z., Hidayatullah, S., & Natsir, M. (2021). Organizational Performance Study: Evaluation of Work Motivation as Mediation with Antecedents Organizational Citizenship Behaviour Aspects. https://doi.org/10.36349/easjebm.2021.v04i06.002

Muizah, F., Natsir, M., & Hidayatullah, S. (2021). International Journal of Commerce and Management Research www.managejournal.com The effect of organizational climate on employee performance with organizational commitment as a mediation. 7(4), 19–23.

Nabawi, R. (2019). Pengaruh Lingkungan Kerja, Kepuasan Kerja dan Beban Kerja Terhadap Kinerja Pegawai. Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen.

This is a Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

https://doi.org/10.30596/maneggio.v2i2.3667

Nurhabiba, M. (2020). Social Support Terhadap Work-Life Balance Pada Karyawan. Cognicia.

Permana, G., Triatmanto, B., & Hidayatullah, S. (2019). The effect of work placement, leadership style, and work rotation toward the performance of employees. 1627–2455.

Rachmawati, I. K., Hidayatullah, S., Nuryanti, F., & Wulan, M. (n.d.). The Effect Of Consumer Confidence On The Relationship Between Ease Of Use And Quality Of Information On Online Purchasing Decisions.

Rahayu, D., Firdaus, M. A., & Rinda, R. T. (2020). PENGARUH LINGKUNGAN KERJA DAN UPAH KERJA TERHADAP KINERJA

KARYAWAN. Manager : Jurnal Ilmu Manajemen. https://doi.org/10.32832/manager.v2i4.3816

Ratnasari, K. C. K. R. T. (2017). Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia. In

Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia.

Riyanto, E., Supriadi, B., & Hidayatullah, S. (2021). The Influence of Cognitive, Unique and Affective Attraction Images onLoyalty through Visitor Satisfaction:A Case Study of Sudimoro Coffee Center, Malang. Indonesia. International Journal of Advances in Scientific Research and Engineering, 07(09), 108–115. https://doi.org/10.31695/ijasre.2021.34078

Saepudin, A., & Yusuf, M. (2022). THE EFFECTIVENESS OF VILLAGE FUND POLICY ON INFRASTRUCTURE DEVELOPMENT. LITERACY: International Scientific Journals of Social, Education, Humanities, 1(3), 172-180

Salim, N. A., Sutrisno, S., Maango, H., Yusuf, M., & Haryono, A. (2022). Employee Performance And The Effects Of Training And The Workplace. Jurnal Darma Agung, 30(2), 549-558.

Sutaguna, I. N. T., Sampe, F., Dima, A. F., Pakiding, D. L., & Yusuf, M. (2022). Compensation and Work Discipline's Effects on Employee Achievement at Perumda Pasar Juara. YUME: Journal of Management, 5(3), 408-428.

Soukotta, A., Sampe, F., Putri, P. A. N., Cakranegara, P. A., & Yusuf, M. (2022). FINANCIAL LITERACY AND SAVINGS BEHAVIOR FEMALE ENTREPRENEURS IN KIARACONDONG MARKET, BANDUNG CITY. Jurnal Darma Agung, 30(2), 652-662.

Sirgy, M. J., & Lee, D. J. (2018). Work-Life Balance: an Integrative Review. In Applied Research in Quality of Life. https://doi.org/10.1007/s11382-017-9499-8

Suhartini. (2021). Pengaruh Work Life Balance dan Lingkungan Kerja Non Fisik terhadap Kinerja Karyawan di PT Polychem Indonesia Tbk. (Divisi Mesin). ECo-Buss.

Pudjowati, J., Cakranegara, P. A., Pesik, I. M., Yusuf, M., & Sutaguna, I. N. T. (2021). THE INFLUENCE OF EMPLOYEE COMPETENCE AND LEADERSHIP ON THE ORGANIZATIONAL COMMITMENT OF PERUMDA PASAR JUARA EMPLOYEES. Jurnal Darma Agung, 30(2), 606-613.

Tyas, A. A. W. P., & Nurhasanah, N. (2019). Model Keterkaitan Lingkungan Kerja ,

This is a Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

e-ISSN : 2541-1330
p-ISSN : 2541-1332

Kompetensi , terhadap Keterikatan Kerja melalui Self Efficacy di Balitbang Kementrian Hukum dan HAM RI. Conference Paper.

Yusuf, M., Haryono, A., Hafid, H., Salim, N. A., & Efendi, M. (2022). Analysis Of Competence, Leadership Style, And Compensation In The Bandung City Pasar Bermartabat. Jurnal Darma Agung, 30(1), 524-2.

Yusuf, M., Sutrisno, S., Putri, P. A. N., Asir, M., & Cakranegara, P. A. (2022). Prospek Penggunaan E-Commerce Terhadap Profitabilitas Dan Kemudahan Pelayanan Konsumen: Literature Review. Jurnal Darma Agung, 30(1), 786-801.

Yusuf, M., Fitria, H., & Mulyadi, M. (2020). The Influence of Teacher's Supervision and Professionalism on Teacher's Performance. Journal of Social Work and Science Education, 1(3), 234-240.

This is a Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

JURNAL ABDIMAS BINA BANGSA
Jurnal Abdimas

JABB, Vol. 4 No. 1 2023 p-ISSN : 2722-936X e-ISSN: 2722-9394
DOI Issue: 10.46306/jabb.v4i1 Doi Artikel: 10.46306/jabb.v4i1.418

OPTIMALISASI PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT MELALUI KELEMBAGAAN KEWIRAUSAHAAN DI DESA WISATA KAMPUNG KELEMBAK BATAM

Tirta Mulyadi[1]
[1]Politeknik Pariwisata Batam
Email: Tirta@btp.ac.id

Abstract

The institutional entrepreneurship strategy to optimize community-based tourism in Kampung Kelembak Tourism Village is divided into ideas and discourse. Strategic ideas are needed in managing Kampung Kelembak Tourism Village. By relying on community-based entrepreneurship. Of course, it is hoped that the development of Kampung Kelembak Tourism Village will have a direct influence on the community's economy. Collaboration with universities will accelerate this goal. Entrepreneurship will create product innovation as well as environmental preservation and cultural preservation programs with the community can be implemented. These strategic ideas must be implemented through discourses. There are two discourses to convey ideas, namely coordinative discourse and communicative discourse. communicative. Strategic ideas must be conveyed, communicated, negotiated elaborated, and sharpened in coordinative discourse. This research also shows that synchronization actions are required in the deliberation forum for the management of tourist villages on a regular basis. The deliberation forum is conducted at the beginning and on an ongoing basis to ensure the effectiveness of tourism village management. This is necessary to evaluate the implementation of activities and management of tourist villages to make them more controllable. more controllable.

Keywords*: Entrepreneurship, Tourism Village, Community-Based Tourism*

Abstrak

Strategi kewirausahaan kelembagaan untuk mengoptimalkan pariwisata berbasis masyarakat di Desa Wisata Kampung Kelembak dibedakan menjadi gagasan dan wacana. Ide-ide strategis dibutuhkan dalam mengelola Desa Wisata Kampung Kelembak. Dengan bersandar pada kewirausahaan yang berbasis pada masyarakat. Tentu harapan bahwa pengembangan Desa Wisata Kampung Kelembak mempunyai pengaruh langsung terhadap perekonomian masyarakat. Kolaborasi dengan perguruan tinggi akan menjadikan percepatan pada tujuan tersebut. Kewirausahaan akan menciptakan inovasi produk sekaligus program pelestarian lingkungan dan pelestarian budaya bersama masyarakat dapat dilaksanakan. Ide-ide strategis tersebut harus diimplementasikan melalui wacana-wacana. Ada dua wacana untuk menyampaikan gagasan, yaitu wacana koordinatif dan wacana komunikatif. komunikatif. Gagasan strategis harus disampaikan, dikomunikasikan, dinegosiasikan dielaborasi, dan dipertajam dalam wacana koordinatif. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa tindakan sinkronisasi diperlukan dalam forum musyawarah pengelolaan desa wisata secara rutin. Forum musyawarah dilakukan di awal dan secara berkelanjutan untuk memastikan efektivitas pengelolaan desa wisata. Hal ini diperlukan untuk mengevaluasi pelaksanaan kegiatan dan pengelolaan desa wisata agar lebih terkendali. lebih terkontrol.

Kata Kunci*: Kewirausahaan, Desa Wisata, Pariwisata Berbasis Masyarakat*

PENDAHULUAN

"*Selalu merasa sedih jika kita akan meninggalkan tempat yang telah kita kunjungi*" Demikian kutipan dari Gustave Flaubert, salah satu penulis mengenai laporan perjalanan yang cukup tersohor. Kurang lebih perasaan tersebut yang ingin disematkan jika para wisatawan mengunjungi Kota Batam, ada kesan yang tetap tersimpan dalam lorong-lorong hati. Dan seolah gayung bersambut ketika poros pembangunan saat ini menjadikan desa sebagai porosnya. Maka menjadikan desa wisata sebagai ufuk harapan bagi kesejahteraan masyarakat seolah dapat mewujud di Desa Wisata Kampung Kelembak, Kota Batam, Kepulauan Riau.

JURNAL ABDIMAS BINA BANGSA
Jurnal Abdimas
JABB, Vol. 4 No. 1 2023 p-ISSN : 2722-936X e-ISSN: 2722-9394
DOI Issue: 10.46306/jabb.v4i1 Doi Artikel: 10.46306/jabb.v4i1.418

Sektor pariwisata merupakan salah satu sumber devisa negara yang sangat penting dan mampu memberikan sumbangan yang cukup berarti bagi pembangunan(Rajab, 2020). Produk wisata konvensional mulai banyak ditinggalkan dan wisatawan beralih kepada produk wisata yang lebih menghargai lingkungan, alam, budaya dan atraksi secara spesial.Kepuasan wisatawan tidak lagi bersandar pada keindahan alam dan kelengkapan fasilitas wisata melainkan juga pada keleluasaandan intensitas interaksi dengan lingkungan dan masyarakat lokal(Setyoko & Ristarnado, 2021).

Berdasarkan fakta di atas maka perlu dirumuskan bentuk pembangunan pariwisata berkelanjutan yang lebih tepat di masa mendatang(Suraya et al., 2020). Konsep pariwisata perdesaan (*rural tourism*) dengan cirinya produk yang unik, khas serta ramah lingkungan kiranya dapat menjadi solusi baru bagi pengembangan kepariwisataan di dunia(Supriadi, 2020).

Sebagai respon atas pergeseran minat wisatawan tersebut maka di Indonesia pun tumbuh pilihan wisata baru berupa desa-desa wisata di berbagai provinsi di Indonesia. Pemahaman tentang desa wisata cukup beragam antara lain mengatakan adalah suatu bentuk lingkungan permukiman yang memiliki ciri khusus baik alam maupun budaya yang sesuai dengan tuntutan wisatawan dimana mereka dapat menikmati, mengenal, menghayati dan mempelajari kekhasan desa beserta segala daya tariknya(M.M, 2020). Dalam pelaksanaannya seringkali wisatawan tinggal di dalam atau dekat dengan suasana tradisional dan belajar tentang kehidupan desa dan lingkungan setempat, sehingga ada proses belajar (learning) dari masyarakat (*hosts*) kepada wisatawan (*guests*), sehingga para tamu mampu memberikan penghargaan (rewarding) kepada nilai-nilai lokal yang masih dianut oleh komunitas setempat(Sumantri, 2019).

Wisatawan yang datang ke desa wisata itu akan dapat menikmati alam perdesaan yang masih bersih dan merasakan hidup disuasana desa dengan sejumlah adat istiadatnya. Wisatawan tinggal bersama penduduk, tidur dikamar yang sederhana tapi bersih dan sehat, makanan tradisional merupakan hidangan utama yang hendak disajikan selama di desa wisata, wisatawan merasakan adanya kepuasan karena adanya penyambutan, dan pelayanan dari penduduk desa tersebut(Komang et al., 2021).

Selain didukung oleh fakta diatas, kecenderungan wisatawan sekarang ini lebih rasional dan memiliki karakter bahwa kepuasan wisatawan tidak hanya didasarkan pada fasilitas modern pariwisata akan tetapi juga pada keleluasaan dan intensitas interaksi dengan lingkungan dan masyarakat lokal(Stuono & Meitasari, 2021). Berdasarkan hal ini maka pembangunan desa wisata menjadikan arah baru bagi pengembangan pariwisata di Indonesia. Demikian juga penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan mengoptimalkan potensi suatu desa untuk menjadi desa wisata dalam hal ini Desa Wisata Kampung Kelembak.

Wisata berbasis masyarakat sedang dikembangkan di Kampung Kelembak Kelurahan Sambau Kecamatan Nongsa. Tentu selain menyiapkan fasilitas bagi para wisatawan ada hal yang mendasar yang ingin dijadikan pondasi agar Kampung wisata Kelembak mempunyai dampak positif bagi masyarakat. Yaitu mengoptimalkan daya dukung masyarakat. Masyarakat tidak hanya menjadi “terima tamu” ketika para wisatawan berkunjung, namun ada kewirausahaan yang mereka upayakan untuk ditawarkan kepada para wisatawan. Diharapkan para wisatawan tidak hanya menikmati lanskap dari Desa Wisata Kampung Kelembak namun direncanakan juga menjadi wisata edukasi.

JURNAL ABDIMAS BINA BANGSA
Jurnal Abdimas
JABB, Vol. 4 No. 1 2023 p-ISSN : 2722-936X e-ISSN: 2722-9394
DOI Issue: 10.46306/jabb.v4i1 Doi Artikel: 10.46306/jabb.v4i1.418

Rombongan turis yang datang disambut kompang dan tarian melayu. Kemudian dikawal ke bengkel Jong, gasing, dan permainan rakyat lainnya. Diharapkan para turis tidak hanya melihat tapi juga nanti belajar membuat dan memainkannya(Mediacenter, 2019).

Seperti kawasan wisata pada umumnya, di Kelembak juga akan tersedia tempat penjualan makanan dan buah tangan. Namun transaksi di Kelembak ini akan dirancang dengan menggunakan alat pembayaran khusus. Jadi pengunjung ketika datang langsung bisa menukarkan uang Rupiah dengan alat pembayaran ini. Dan uang khusus tersebut yang digunakan untuk transaksi di dalam kawasan wisata Kelembak.

METODE

Metode yang dipakai adalah pendekatan normatif sosisologis serta normatif empiris, dengan mengumpulkan data tidak saja dari kepustakaan tetapi juga dilapangan dan penelitian lapangan berarti berkomunikasi dengan masyarakat atas dasar pengamatan terhadap kegiatan pariwisata masyarakat miskin di desa, maka permasalahan yang diteliti adalah mengenai hubungan antara faktor sosiologis, psikologis. Metode pengumpulan data dilakukan langsung pada obyek-obyek penelitian yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti. Sebagai sumber informasi akan digali informasi yang terpercaya juga penelitian kepustakaan guna mendapatkan landasan teoritis berupa pendapat-pendapat pihak- pihak lain yang berwenang, kelompok- kelompok masyarakat dan aparatur pemerintah terkait.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pariwisata berbasis masyarakat merupakan filosofi dasar untuk mengembangkan desa wisata Kampung Kelembak ini. Dimana konsep ini mempertimbangkan pengelolaan masyarakat sebagai poin utama. Pihak eksternal seperti pemerintah pusat, daerah, dan desa hanya berperan sebagai fasilitator(Mariani & Wijaya, 2018). Beberapa aspek-aspek pengelolaan berbasis masyarakat untuk mengembangkan Desa Wisata Kampung Kelembak akan disajikan pada tabel 1. Berikut:

Tabel 1. Aspek Pengelolaan Desa Wisata Kampung Kelembak

Bentuk Gagasan	Tingkatan	Isi Gagasan
Pengelolaan desa wisata berbasis komunitas/masyarakat	Normatif	1. Masyarakat mengelola kegiatan pariwisata secara mandiri 2. Pengembangan pariwisata mengutamakan kelestarian lingkungan dan konservasi lingkungan dan budaya lokal 3. Manfaat ekonomi dari pariwisata didistribusikan secara merata di antara masyarakat 4. Pariwisata meningkatkan pembelajaran antara wisatawan dan dan masyarakat lokal 5. Pariwisata meningkatkan kesejahteraan sosial masyarakat

JURNAL ABDIMAS BINA BANGSA
Jurnal Abdimas
JABB, Vol. 4 No. 1 2023 p-ISSN : 2722-936X e-ISSN: 2722-9394
DOI Issue: 10.46306/jabb.v4i1 Doi Artikel: 10.46306/jabb.v4i1.418

Sumber:

Menurut Khadafi (2020) dibanding pariwisata buatan meski tentu lebih modern secara fasilitas namun konsep pengelolaan berbasis masyarakat sangat cocok untuk pengembangan pariwisata, dimana keberlanjutan pariwisata yang melibatkan masyarakat komunal seperti seperti desa wisata akan tetap berkelanjutan (Khadafi & Dina, 2020). Oleh karena itu, pengelola Desa Wisata Kampung Kelembak perlu memahami dan menanamkan aspek pengelolaan berbasis masyarakat sebagai panduan dalam menjalankan serangkaian pengembangan di desa wisata tersebut.

Sebagai subjek pariwisata, masyarakat harus berpegang pada prinsip kemandirian dalam mengelola desa wisata. Campur tangan pihak luar perlu dibatasi dengan tetap menjaga kerja sama yang konstruktif. Demikian juga, masyarakat perlu belajar bagaimana melakukan inovasi terhadap atraksi wisata agar kunjungan wisatawan tetap stabil atau bahkan meningkat. Interaksi antara wisatawan dan masyarakat perlu dibangun atas dasar saling belajar tentang budaya sehingga sehingga mereka dapat saling menghargai dan mendapatkan pengetahuan baru.

Menurut pendapat Sakti (2021) bahwa kepuasan wisatawan dapat ditentukan oleh tiga hal: sesuatu untuk dilakukan, sesuatu untuk dilihat, dan sesuatu untuk dibeli. Sesuatu untuk dilihat berasal dari potensi alam dan budaya yang sudah ada. Sementara itu, sesuatu untuk dilakukan dan beli harus diciptakan(Sakti, 2021). Desa wisata adalah destinasi wisata minat khusus yang mengakomodasi wisatawan untuk merasakan kehidupan desa secara langsung. Pemandangan alam dan budaya masyarakat merupakan sesuatu yang yang menarik wisatawan. Namun, esensi dari desa wisata terletak pada program *live-in* bagi wisatawan untuk tinggal selama beberapa hari di rumah penduduk setempat(Dewantara & Susanto, 2020).

Ada juga interaksi yang intens antara kedua belah pihak. Kesan ramah khas desa inilah yang nantinya kesan ramah inilah yang nantinya akan memberikan kepuasan kepada wisatawan.

Persoalan krusial yang sering dihadapi adalah rendahnya kesadaran masyarakat akan konservasi lingkungan dan sanitasi. Kondisi di sekitar rumah warga yang tidak bersih, pengelolaan sampah yang tidak tepat, penggunaan mata air untuk mencuci peralatan pertanian, dan kebiasaan buang air besar di sungai perlu segera ditangani(Widiastini et al., 2020).

Pasalnya, keberadaan objek wisata dan terjaganya kenyamanan, keamanan dan kesehatan lingkungan menilai kesiapan sebuah desa wisata dalam menerima wisatawan adalah gerbang informasi utama yang dicari para wisatawan sebelum berkunjung.

Dengan demikian, desa wisata dapat memberikan manfaat ekonomi dan sosial bagi masyarakat setempat. Hal ini dapat meningkatkan pendapatan baik sebagai sumber utama maupun tambahan. Sementara itu, manfaat sosial dapat menambah keterampilan dan pengetahuan masyarakat dalam pengelolaan pariwisata, penguasaan teknologi, pelestarian lingkungan, dan bahasa untuk meningkatkan kepercayaan meningkatkan kepercayaan diri dan kualitas hidup masyarakat(Syaifuddin & Purwohandoyo, 2019).

Hal tersebut menjadi tema bahasan antara para akademisi dengan kelompok-kelompok masyarakat. Seperti yang tampak pada gambar 1.

Gambar 1. Kegiatan dengan masyarakat dalam optimalisasi pengelolaan Desa Wisata Kampung Kelembak

JURNAL ABDIMAS BINA BANGSA
Jurnal Abdimas

JABB, Vol. 4 No. 1 2023 p-ISSN : 2722-936X e-ISSN: 2722-9394
DOI Issue: 10.46306/jabb.v4i1 Doi Artikel: 10.46306/jabb.v4i1.418





Pada akhirnya, menyeimbangkan desa wisata dengan menerapkan pengelolaan berbasis masyarakat dapat mengangkat harkat dan martabat masyarakat. Ditambahkan oleh 123 aspek-aspek pengelolaan berbasis masyarakat perlu dilakukan analisis terhadap tujuan dan permasalahan pengembangan desa wisata itu sendiri.

Bila sedikit melacak kebelakang menurut Suhariyanto (2023) perhatian terhadap desa adalah buah dari Undang Undang Desa. Padahal jika kita membaca Undang-undang Dasar 1945, disana secara eksplisit Desa tidak disebutkan. Bahwa Desa merupakan otonomi asli yang dijalankan dengan asas otonomi tidak satu pun terjelaskan di dalamnya. Aspek otonomi dalam konstitusi UUD 1945 berhenti hanya di Pemerintahan Daerah tidak sampai di Desa. Terdapat dua alasan menurut hemat penulis bahwa desa dan otonomi tidak disebutkan secara eksplisit dalam UUD 1945(Suhariyanto, 2023) .

JURNAL ABDIMAS BINA BANGSA
Jurnal Abdimas
JABB, Vol. 4 No. 1 2023 p-ISSN : 2722-936X e-ISSN: 2722-9394
DOI Issue: 10.46306/jabb.v4i1 Doi Artikel: 10.46306/jabb.v4i1.418

Pertama, setelah amandemen UUD 1945 pasca reformasi kedudukan Desa berada dan diatur dalam pemerintahan daerah kabupaten dan kota. Jadi setiap wilayah kabupaten dan kota dibentuk pemerintahan Desa berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku. *Kedua*, Desa selama ini dinegasikan atau disepadankan sebagai kesatuan masyarakat hukum adat, karena nomenklatur Desa sendiri berasal dari Jawa. Konsep Desa sendiri hanya dipakai di Jawa dan Madura, sedangkan di luar Jawa digunakan istilah yang sepadan seperti Gampong, Nagari, Kampung, Marga, Dusun dan lain sebagainya yang berkedudukan sama dengan Desa. Dengan begitu pengakuan konstitusi atas Desa lebih cenderung diartikulasikan kesatuan masyarakat hukum adat.

Maka sebagai penutup kita berharap Desa Wisata Kampung Kelembak akan mencapai tujuan yang diharapkan. Terutama peningkatan ekonomi oleh warga masyarakatnya. Dengan pengelolaan berbasis masyarakat setiap kendala yang dijumpai hambatan yang ditemui dapat diuraikan secara bersama-sama. Dan keberlanjutan Desa Wisata Kampung Kelembak menjadi mata air kesejahteraan bagi masyarakat sekitar.

KESIMPULAN

Strategi kewirausahaan kelembagaan untuk mengoptimalkan pariwisata berbasis masyarakat di Desa Wisata Kampung Kelembak merupakan tujuan dari meningkatkan potensi desa umumnya serta kesejahteraan mayarakat pada khususnya. Ide-ide strategis harus diimplementasikan melalui wacana-wacana. Ada dua wacana untuk menyampaikan gagasan, yaitu wacana koordinatif dan wacana komunikatif. Penelitian ini memiliki implikasi praktis bagi kelompok masyarakat terutama pengelola Desa Wisata Kampung Kelembak untuk senantiasa mengelola desa wisata untuk lebih peduli serta tindakan sinkronisasi diperlukan dalam forum musyawarah pengelolaan desa wisata secara rutin. Forum musyawarah dilakukan di awal dan secara berkelanjutan untuk memastikan efektivitas pengelolaan desa wisata. Hal ini diperlukan untuk mengevaluasi pelaksanaan kegiatan dan terkontrol.

REFERENSI

Dewantara, Y. F., & Susanto, P. (2020). Analisis Dampak Positif terhadap Kesejahteraan dan Pertumbuhan Ekonomi dalam Penerapan Konsep Desa Wisata di Desa Batulayang, Kabupaten Bogor. In *Destinesia : Jurnal Hospitaliti dan Pariwisata* (Vol. 2, Issue 1, pp. 9–19). Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI. https://doi.org/10.31334/jd.v2i1.1067

Khadafi, M., & Dina, D. (2020). Meningkatkan Kepuasan Wisatawan Berkunjung Kembali Pada Destinasi Bintan Lagoon Resort. In *Altasia Jurnal Pariwisata Indonesia* (Vol. 2, Issue 3, p. 323). Universitas Internasional Batam. https://doi.org/10.37253/altasia.v2i3.1016

Komang, T. D., Marsiti, C. I. R., & Masdarini, L. (2021). Identifikasi Pengembangan Desa Wisata Sambangan Ditinjau Dari Unsur Attraction. In *Jurnal BOSAPARIS: Pendidikan Kesejahteraan Keluarga* (Vol. 12, Issue 2, pp. 43–51). Universitas Pendidikan Ganesha. https://doi.org/10.23887/jjpkk.v11i2.27309

M.M, H. S. E. (2020). Inovasi Startup Business Kuliner Berbasis Budaya dalam Rangka Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Desa Wisata Peniwen, Kecamatan Kromengan, Malang, Jawa Timur. In *Society : Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat* (Vol. 1, Issue 1, pp. 64–69). Universitas Dinamika. https://doi.org/10.37802/society.v1i1.97

JABB, Vol. 4 No. 1 2023 p-ISSN : 2722-936X e-ISSN: 2722-9394
DOI Issue: 10.46306/jabb.v4i1 Doi Artikel: 10.46306/jabb.v4i1.418

Mariani, N. W. R., & Wijaya, A. A. G. (2018). Upaya Promosi Potensi Wisata Kota Denpasar Berbasis Media sosial. In *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya* (Vol. 9, Issue 2). Universitas Bina Sarana Informatika. https://doi.org/10.31294/khi.v9i2.5223

Mediacenter. (2019). *Kelembak Dikembangkan Jadi Kampung Wisata Mandiri*. Www.Mediacenter.Batam.Go.Id. https://mediacenter.batam.go.id/2019/01/28/kelembak-dikembangkan-jadi-kampung-wisata-mandiri/

Rajab, M. A. (2020). DAYA TARIK WISATA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN OBJEK WISATA BENTENG ROTTERDAM KOTA MAKASSAR. In *Pringgitan* (Vol. 1, Issue 2, pp. 68–73). Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo (STIPRAM) Yogyakarta. https://doi.org/10.47256/pringgitan.v1i02.38

Sakti, L. P. (2021). LOGIKA ELITE DESA DALAM PRAKTIK PEMBANGUNAN DESA WISATA PUJON KIDUL. In *Jurnal Pariwisata* (Vol. 8, Issue 1, pp. 32–42). Universitas Bina Sarana Informatika. https://doi.org/10.31294/par.v8i1.8943

Setyoko, J., & Ristarnado, R. (2021). Strategi Pemerintahan Desa Tanjung Alam Kecamatan Jangkat Timur Kabupaten Merangin Dalam Mengembangkan Wisata Telaga Biru. In *Jurnal Politik dan Pemerintahan Daerah* (Vol. 3, Issue 1, pp. 1–17). Universitas Muara Bungo. https://doi.org/10.36355/jppd.v3i1.24

Stuono, S., & Meitasari, K. (2021). Sistem Informasi Objek Wisata Di Kabupaten Cianjur Berbasis Media Sosial. In *Media Jurnal Informatika* (Vol. 13, Issue 1, p. 26). Universitas Suryakancana. https://doi.org/10.35194/mji.v13i1.1394

Suhariyanto, D. (2023). PKM PENGENALAN UU DESA : LANGKAH PEMERINTAH MENGGENAPI IKRAR KESEJAHTERAAN MELALUI. *Abdi Mas Bina Bangsa*, *4*(1), 426–436.

Sumantri, D. (2019). Strategi pengembangan desa wisata di Kelurahan Jelekong, Kabupaten Bandung. In *Jurnal Geografi Lingkungan Tropik* (Vol. 2, Issue 2). Universitas Indonesia, Directorate of Research and Public Service. https://doi.org/10.7454/jglitrop.v2i2.47

Supriadi, D. (2020). STRATEGI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI PENGEMBANGAN DESA WISATA SEMANGAT BERTANI DALAM UPAYA MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT DESA RAHARJA KECAMATAN TANJUNGSARI KABUPATEN SUMEDANG PROVINSI JAWA BARAT. In *VISIONER : Jurnal Pemerintahan Daerah di Indonesia* (Vol. 12, Issue 2, pp. 387–406). Goacademica Research and Publishing. https://doi.org/10.54783/jv.v12i2.287

Suraya, R. S., Arman, A., Nurtikawati, N., & Alias, A. (2020). ANALISIS POTENSI KECAMATAN WUNDULAKO SEBAGAI DAERAH TUJUAN WISATA BUDAYA DI KABUPATEN KOLAKA. In *ETNOREFLIKA: Jurnal Sosial dan Budaya* (Vol. 9, Issue 2, pp. 193–201). Universitas Halu Oleo. https://doi.org/10.33772/etnoreflika.v9i2.826

Syaifuddin, A., & Purwohandoyo, J. (2019). PENGARUH PERKEMBANGAN PARIWISATA TERHADAP KARAKTERISTIK EKONOMI MASYARAKAT DI SEKITAR CANDI BOROBUDUR. In *Jurnal Geografi Gea* (Vol. 19, Issue 1, pp. 18–31). Universitas Pendidikan Indonesia (UPI). https://doi.org/10.17509/gea.v19i1.14528

Widiastini, N. M. A., Rahmawati, P. I., & Koma, F. Y. I. (2020). Ragam Branding Desa dalam Mengembangkan Potensi Wisata Berbasis Budaya Masyarakat di Kabupaten

JABB, Vol. 4 No. 1 2023 p-ISSN : 2722-936X e-ISSN: 2722-9394
DOI Issue: 10.46306/jabb.v4i1 Doi Artikel: 10.46306/jabb.v4i1.418

Buleleng. In *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)* (p. 195). Universitas Udayana. https://doi.org/10.24843/jumpa.2020.v07.i01.p09