

“ PENGARUH PEMBERIAN KOMPENSASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT. BALAI PUSTAKA”

MULYADI

DOSEN TETAP MANAJEMEN STIE PERTIWI

ABSTRAK

Dalam meningkatkan kinerja karyawan perusahaan harus menempuh beberapa cara, melalui pemberian kompensasi yang layak sesuai dengan kontribusi perusahaan dan menciptakan kualitas hidup serta lingkungan yang kerja yang kondusif.

Penelitian ini bertujuan untuk dapat menggambarkan pengaruh pemberian kompensasi yang ada di PT. BALAI PUSTAKA (PERSERO) publishing & security printing, yang beralamat : Pulogadung Industrial Estate, East Jakarta. Jln. Pulo Kambing Kav. J 15, pada bulan Januari 2012 sampai dengan bulan Februari 2012. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dan studi kepustakaan serta menggunakan variabel X atau pengaruh pemberian kompensasi dan variabel Y atau kinerja karyawan, dapat terbukti dengan hasil perhitungan sampel pada penelitian adalah para karyawan PT. BALAI PUSTAKA (PERSERO) publishing & security printing di Jakarta sebanyak 20 orang karyawan yang dipilih secara acak dari 30 orang karyawan yang ada.

Analisis yang digunakan meliputi analisa regresi dari data yang telah diperoleh berupa persamaan sebagai berikut : $Y = 52,73 + 0,46 X$. Berdasarkan pengujian yang di lakukan melalui analisa korelasi $r = 0,70$, dapat disimpulkan bahwa korelasi hubungan antara pemberian kompensasi terhadap kinerja karyawan berpengaruh positif. Untuk mengetahui kontribusi seberapa besar kontribusi variabel x dan y maka dapat disimpulkan bahwa koefisien determinansi $r^2 = 0,49$. Ini mengandung arti bahwa Untuk mengetahui nilai korelasi menunjukkan hubungan sangat kuat dan negatif dilakukan uji hipotesis yaitu $t_{hitung} > t_{tabel} = 5,80 > 2,101$. Dan berdasarkan hasil dari analisis yang telah dijelaskan, maka dapat dilihat diketahui bahwa pemberian kompensasi mempunyai hubungan positif berpengaruh terhadap kinerja karyawan, berarti kompensasi yang diberikan dapat meningkatkan terjadi kinerja karyawan dalam bentuk bonus, insentif dan berupa tunjangan.

1. Pendahuluan

Dalam dunia globalisasi, kemajuan di bidang sumber daya manusia mengalami perkembangan yang sangat pesat dan kemampuannya dari segi kualitas dan kuantitas di perhitungkan kemampuannya dalam suatu perusahaan. Seiring dengan pertumbuhannya yang sangat pesat itulah perubahan, peningkatan peran dan fungsi suatu sumber daya manusia itu dilihat dari suatu pengukuran yang ditentukan dari keberhasilan. Dengan demikian, sumber daya manusia merupakan aset organisasi yang paling penting sehingga harus di kelola dengan baik, karena mereka memegang peranan penting dalam membentuk dan mencapai setiap tujuan organisasi. Dari situlah, sumber daya manusia merupakan aset yang sepatasnya mendapatkan

perlakuan sewajarnya, dalam memperoleh hak dan kewajibannya sesuai dengan tingkat kemampuan dan pengabdianannya.

Kondisi yang memungkinkan dinamika seperti yang terjadi, karena dalam perkembangannya terus-menerus mengalami kemajuan yang sangat pesat dan sesuai dengan perkembangan zaman. Dalam perkembangannya terdapat kemudahan-kemudahan dalam aktivitas kehidupan manusia yang lebih maju dan berkembang pesat yang berkaitan langsung dengan kualitas hidup manusia.

Dalam hubungan inilah peningkatan kualitas manusia menjadi prioritas yang utama, selanjutnya selain hal-hal tersebut kesadaran dan tanggung jawab juga merupakan hal yang paling mendasar dalam pembangunan sumber daya manusia, baik secara pribadi maupun sebagai anggota masyarakat. Untuk menunjang kualitas hidup manusia tersebut, adanya rasa puas dari dalam diri manusia apabila pekerjaan yang dilakukan mempunyai hasil yang terbaik, sehingga mendapatkan pengakuan dari orang lain, pengakuan tersebut dapat diwujudkan dalam bentuk reward apabila dianggap hasilnya baik dan memuaskan dan mendapatkan punishment apabila hasilnya tidak sesuai dengan apa yang semestinya atau bertentangan dengan apa yang diharapkan. Sistem dalam kepegawaian yang ada di setiap perusahaan dirancang secara baik akan berhasil apabila didukung oleh sumber daya manusia yang sesuai dengan penempatannya dengan tingkat kemampuan, wawasan, moralitas dan dedikasi yang tinggi. Kualitas hidup manusia yang terjadi sekarang harus diimbangi dengan balas jasa yang seimbang dengan hak dan kewajiban, juga tanggung jawab.

Untuk mewujudkan keseimbangan tersebut, hak dan kewajiban terpenuhi dari pemberian balas jasa salah satunya adalah pemberian kompensasi yang sesuai dengan kemampuan dan kontribusi para karyawan terhadap tugas dan tanggung jawabnya kepada perusahaan. Karena masalah pemberian kompensasi menjadi masalah yang sensitif untuk dibicarakan. Dalam kasus yang terjadi dalam hubungan kerja mengandung masalah kompensasi dan berbagai segi yang terkait seperti tunjangan, kenaikan kompensasi, struktur dalam kompensasi dan skala kompensasi dalam praktiknya belum memahami secara benar sistem kompensasi.

Sistem kompensasi membantu dalam memberi penguatan terhadap nilai-nilai kunci organisasi serta memfasilitasi pencapaian tujuan organisasi. Ada beberapa yang menganggap bahwa dengan melaksanakan kompensasi minimum sudah merasa memenuhi ketentuan kompensasi yang berlaku, sehingga mereka berharap bahwa adanya keadilan dalam memberlakukan sistem kompensasi yang berlaku dalam setiap perusahaan dan juga pengawasan yang dilakukan harus sesuai dengan prosedur dan tidak akan terjadi lagi masalah yang berkaitan dengan kompensasi pekerja.

Maka dalam kegiatannya, perusahaan harus mengetahui bagaimana tata cara dan prosedur yang berlaku dalam pemberian kompensasi harus sesuai dengan keadilan yang sesuai dengan kontribusinya kepada perusahaan. Maka dalam kegiatannya, perusahaan harus mengetahui bagaimana tata cara dan prosedur yang berlaku dalam pemberian kompensasi harus sesuai dengan keadilan yang sesuai dengan kontribusinya kepada perusahaan. Maka dalam kegiatannya, perusahaan harus mengetahui bagaimana tata cara dan prosedur yang berlaku dalam pemberian kompensasi harus sesuai dengan keadilan yang sesuai dengan kontribusinya kepada perusahaan.

1.1. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka diharapkan akan memperoleh suatu dasar bagi penulis untuk memfokuskan masalah yang tertuang dan dirumuskan permasalahannya dalam penelitian sebagai berikut :

“ Bagaimana pengaruh pemberian kompensasi terhadap kinerja karyawan pada PT. BALAI PUSTAKA (Persero) Publishing & Security Printing”

1.2. Ruang Lingkup Masalah

Berdasarkan dari beberapa masalah yang telah diuraikan diatas, penulis membatasi masalah hanya pada penerapan dalam pemberian kompensasi yang diberikan yang mempengaruhi kinerja karyawan.

1.3. Tujuan Dan Manfaat

1.4.1 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

- Untuk mengetahui bagaimana penerapan pemberian kompensasi

1.4.2 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat di ambil dari penelitian ini, antara lain :

- a) Bagi penulis
Dapat menambah ilmu pengetahuan sebagai hasil dari pengamatan dan member pemahaman mengenai hubungan pemberian kompensasi dengan kinerja karyawan
 - b) Dapat mengetahui penerapan yang dapat diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari.
1. Bagi perusahaan
 - a) Sebagai masukan atau saran dari hasil penelitian yang dilakukan penulis, sehingga dapat membantu dalam menentukan kebijakan yang diambil oleh perusahaan yang berhubungan dengan pemberian kompensasi karyawan.
 2. Bagi pembacanya
 - a) Penelitian dapat memberikan informasi bagi pembacanya pihak-pihak yang berkepentingan dalam mengetahui pengaruh pemberian kompensasi
 - b) Dapat menambah ilmu pengetahuan sebagai hasil pengamatan

2. TINJAUAN TEORITIS

2.1 PENGERTIAN PEMBERIAN KOMPENSASI

Kompensasi adalah segala sesuatu yang diterima para karyawan sebagai balas jasa untuk kerja mereka. Dalam penjelasan lain, kompensasi adalah seluruh *extrinsic reward* yang diterima oleh karyawan dalam bentuk upah atau gaji, insentif atau bonus, dan beberapa tunjangan (*benefit*). *Extrinsic reward* adalah imbalan yang dikontrol dan didistribusikan secara langsung oleh organisasi dan sifatnya terwujud. Dalam beberapa definisi yaitu menurut Handoko(2003:155), kompensasi adalah segala sesuatu yang diterima para karyawan sebagai balas jasa untuk kerja mereka Upah atau gaji pokok

adalah pembayaran yang diterima karyawan secara bulanan, mingguan, atau setiap jam sebagai hasil dari pekerjaan mereka.

Insentif merupakan imbalan yang ditambahkan terhadap upah atau gaji dan biasanya berkaitan secara langsung dengan prestasi kerja, (seperti : bonus, komisi, *profit sharing, piece rate plans*). Sedangkan benefit adalah imbalan yang diterima karyawan sebagai hasil dari pekerjaan dan posisi mereka dalam organisasi, (seperti pembayaran hari libur, asuransi kesehatan, asuransi jiwa, dan tunjangan pensiun). Pembayaran (*pay*) adalah penerimaan karyawan secara nyata sebagai hasil dari pekerjaan mereka.

Menurut Panggabean (2002: -), mengemukakan kompensasi dapat didefinisikan sebagai setiap bentuk penghargaan yang diberikan kepada karyawan sebagai balas jasa atas kontribusi yang mereka berikan kepada organisasi. Seperti tunjangan hari raya, uang pensiun, pakaian dinas, olahraga dan darma wisata (*family gathering*).

Dari penjelasan yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa, kompensasi adalah suatu balas jasa yang diberikan oleh perusahaan kepada karyawan dalam rangka kontribusi yang diberikan dalam bentuk, seperti upah atau gaji, reward, insentif atau bonus, komisi, dan lain-lain. Pemberian kompensasi yang diberikan diterima oleh karyawan secara bulanan, mingguan, atau setiap jam sebagai hasil dari pekerjaan sesuai dengan pengorbanan waktu, tenaga, pikiran yang telah mereka berikan kepada perusahaan.

Pemberian kompensasi dapat terjadi tanpa ada kaitannya dengan prestasi, seperti upah dan gaji. Upah adalah kompensasi dalam bentuk uang dibayarkan atas waktu yang telah dipergunakan, sedangkan gaji, adalah kompensasi dalam bentuk uang yang dibayarkan atas pelepasan tanggung jawab atas pekerjaan. Upah dipergunakan untuk memberikan kompensasi kepada tenaga kerja yang kurang terampil, sedangkan untuk tenaga terampil biasanya dipergunakan pengertian gaji. Namun, kompensasi dapat pula diberikan dalam bentuk insentif, yang merupakan kontra prestasi diluar upah atau gaji, dan mempunyai hubungan dengan prestasi sehingga dinamakan pula sebagai *pay for performance* atau pembayaran.

Kompensasi penting bagi karyawan sebagai individu, karena besarnya kompensasi yang mencerminkan ukuran nilai karya mereka diantara para karyawan itu sendiri, keluarga, dan masyarakat. Tingkat kompensasi absolut karyawan menentukan skala kehidupannya, sedangkan kompensasi relatif menunjukkan status, martabat dan “ harga” mereka. Oleh karena itu, bila para karyawan memandang kompensasi mereka tidak memadai, prestasi kerja, motivasi, dan kepuasan kerja mereka bisa turun secara dramatis. Disamping itu, kompensasi (dalam bentuk pengupahan dan balas jasa lainnya) sering merupakan komponen-komponen biaya yang paling besar dan penting.

Bila pengupahan dan penggajian tidak diadministrasikan secara tepat, perusahaan bisa kehilangan para karyawannya yang baik dan harus mengeluarkan biaya untuk menarik, menyeleksi, melatih dan mengembangkan penggantinya. Bahkan bila karyawan tidak ke luar, mereka mungkin menjadi tidak puas terhadap perusahaan dan menurunkan produktifitas mereka. Karena kompensasi mempengaruhi organisasi dan para karyawan, dalam penjelasan ini terutama akan menguraikan berbagai persyaratan penyusunan suatu sistem kompensasi yang efektif, serta sasaran-sasaran dan prosedur-prosedur yang digunakan untuk mengadministrasikan kompensasi. Kemudian akan dibahas berbagai bentuk rencana pembayaran insentif.

Program – program seperti ini dibuktikan lebih efektif dalam pemeliharaan tenaga kerja dengan memotivasi para karyawan mencapai tingkat prestasi kerja lebih

tinggi. Dalam hal ini, sistem kompensasi membantu dalam memberi penguatan terhadap nilai-nilai kunci organisasi serta memfasilitasi pencapaian tujuan organisasi. Apabila upah atau gaji diberikan sebagai kontra prestasi atas kinerja standar pekerja, dalam insentif merupakan tambahan kompensasi atas kinerja diatas standar yang ditentukan. Adanya insentif diharapkan menjadi faktor pendorong untuk meningkatkan prestasi diatas standar.

Disamping upah, gaji, dan insentif kepada pekerja dapat diberikan rangsangan lain berupa penghargaan atau reward. Perbedaan antara insentif dan reward adalah bersifat memberi motivasi agar pekerja lebih meningkatkan prestasinya, pada reward, pekerja lebih bersifat pasif. Atas prestasi kerjanya, atasan memberikan penghargaan tambahan lain kepada pekerja. Bentuk kompensasi lain berupa tunjangan, yang pada umumnya tidak dikaitkan dengan prestasi kerja. Tunjangan lebih banyak dikaitkan dengan pemberian kesejahteraan dan penciptaan kondisi kerja sehingga pekerja menjadi lebih merasa nyaman dan merasa mendapat perhatian atasan.

Jadi kompensasi adalah suatu pemberian berupa penghargaan dan juga suatu apresiasi kepada hasil kerja dari para bawahannya, maka para manajer mempunyai standar yang berupa sistem kompensasi berpengaruh dalam kinerja, karena kinerja karyawan menyangkut hasil akhir dari penilaian- yang menjadi pertimbangan bagi manajer perusahaan untuk mengevaluasi seluruh kegiatan dalam perusahaan dan juga manajer mempunyai wewenang untuk memberikan suatu kompensasi berupa : penghargaan (reward), naik jabatan, naik gaji dan lain-lain.

2.2. Jenis – jenis Kompensasi

Kompensasi/ balas jasa yang diberikan oleh perusahaan kepada karyawannya secara umum dapat digolongkan menjadi dua yaitu kompensasi langsung biasanya terdiri dari upah, gaji, dan insentif serta kompensasi tidak langsung atau lebih dikenal dengan program kesejahteraan karyawan/program tunjangan karyawan. Dalam penjelasan lain, menurut Panggabean dalam tulisan Edy Sutrisno (2009), kompensasi dapat dibedakan menjadi dua, yaitu :

1. Kompensasi Langsung adalah kompensasi yang langsung dirasakan oleh penerimanya, yakni berupa gaji, tunjangan, insentif merupakan hak karyawan dan kewajiban perusahaan yang pasti :
 - a) Gaji adalah balas jasa yang dibayar secara periodik kepada karyawan tetap serta mempunyai jaminan yang pasti.
 - b) Tunjangan adalah kompensasi yang diberikan perusahaan kepada para karyawannya tersebut dianggap telah ikut berpartisipasi dengan baik dalam mencapai tujuan perusahaan.
 - c) Insentif adalah kompensasi yang diberikan kepada karyawan yang tertentu, karena keberhasilan prestasinya di atas standar.
2. Kompensasi tidak langsung adalah kompensasi yang tidak dapat dirasakan secara langsung oleh karyawan, yakni benefit dan services (tunjangan pelayanan). Benefit dan services adalah kompensasi tambahan (financial atau non financial) yang diberikan berdasarkan kebijaksanaan perusahaan terhadap semua karyawan dalam usaha meningkatkan kesejahteraan mereka.

2.3. TUJUAN DAN PENTINGNYA KOMPENSASI

Kompensasi mempunyai beberapa tujuan utama :

2.3.1. Menarik pelamar kerja potensial

Dalam hubungannya dengan upaya rekrutmen dan seleksi organisasi, program kompensasi dapat membantu memastikan bahwa pembayaran cukup untuk menarik orang yang tepat, pada waktu yang tepat, untuk pekerjaan yang tepat.

2.3.2. Mempertahankan karyawan yang baik

Bila program kompensasi dirasakan tidak adil, karyawan yang baik (yang dibutuhkan dalam organisasi) mungkin keluar.

Untuk mencegah turnover karyawan, pengaupahan atau penggajian harus dijaga agar tetap kompetitif dengan perusahaan-perusahaan yang lain.

2.3.3. Meraih keunggulan kompetitif

Untuk meraih keunggulan kompetitif, suatu organisasi mungkin memilih menggunakan system computer sebagai pengganti tenaga kerja, atau pindah ke daerah yang tenagakerjanya lebih murah.

2.3.4. Meningkatkan produktifitas

Imbalan yang tidak bersifat keuangan dimungkinkan bisa mempengaruhi motivasi dan kepuasan karyawan, disamping pembayaran yang berkaitan dengan keuangan. Selain itu, karena perbedaan-perbedaan dan kesukaan individu, suatu organisasi harus menentukan bauran yang tepat antara imbalan yang bersifat keuangan dan yang tidak bersifat keuangan.

2.3.5. Melakukan pembayaran sesuai dengan antara hukum (undang-undang ketenagakerjaan).

2.3.6. Menjamin keadilan

Administrasi pengupahan atau penggajian berusaha untuk memenuhi prinsip keadilan. Keadilan atau konsistensi internal dan eksternal sangat penting diperhatikan dalam penentuan tingkat kompensasi.

2.3.7. Memudahkan sasaran strategis

Suatu organisasi mungkin ini ingin menciptakan kultur yang menguntungkan dan kompetitif, atau mungkin ingin menjadi tempat kerja yang menarik, sehingga dapat merekrut pelamar-pelamar terbaik. Bila karyawan termotivasi, suatu organisasi lebih memungkinkan mencapai sasaran strategisnya. Kalau pembayaran berdasarkan nilai jabatan atau keterampilan yang relevan dengan jabatan, organisasi memiliki kemungkinan yang lebih besar untuk menarik, memotivasi, dan mempertahankan karyawannya.

Imbalan non moneter menjadi lebih penting dalam mencapai sasaran ini pada saat imbalan moneter menurun. Tabel II.1 menyediakan contoh dari kedua tipe imbalan tersebut, sebagai berikut :

Imbalan moneter	
Kompensasi Langsung	Tunjangan dan pelayanan (Kompensasi tidak langsung)

Tabel II.1
Imbalan Moneter dan Imbalan Non Moneter

G a j i P o k o k	Pembayaran Berdasarkan Kinerja <ul style="list-style-type: none"> • Pembayaran insentif • Pembayaran penghasilan atas risiko • Stock option 	Bayaran Saat tidak Bekerja <ul style="list-style-type: none"> • Pelatihan • Cuti kerja • Cuit sakit • Liburan • Hari libur • Masa istirahat • Ganti pakaian 	Program perlindungan pribadi <ul style="list-style-type: none"> • Pensiun • Tunjangan hari tua • Tunjangan pengobatan • Asuransi 	Tunjangan siklus hidup <ul style="list-style-type: none"> • Pengasuhan • Tunjangan pendidikan • Tunjangan perumahan • Bantuan hukum • Konseling keuangan 	Program Kompensasi Yang disyaratkan secara legal <ul style="list-style-type: none"> • Jaminan sosial • Perlindungan terhadap orang cacat 	Pelayanan lain-lain <ul style="list-style-type: none"> • Rekreasi • Cafeteria • Penyediaan uang makan • THR • Beasiswa untuk anak karyawan • Toko eceran • Koperasi
	Imbalan non Moneter					
Imbalan karir <ul style="list-style-type: none"> • Keselamatan • Pengembangan diri • Fleksibilitas karir • Peluang kenaikan penghasilan 				Imbalan sosial <ul style="list-style-type: none"> • Simbol status • Pujian dan pengakuan • Kenyamanan tugas • Persahabatan 		

Sumber : Manajemen SDM sebagai dasar meraih keunggulan Bersaing, Siti Al Fajar dan Tri Heru,UPP STIM PN

Dari beberapa tujuan utama yang menjadi dasar pemberian kompensasi, maka dalam penjelasan, menurut Malayu S.P. Hasibuan (2002), tujuan pemberian kompensasi (balas-jasa) antara lain adalah:

1. Ikatan Kerja Sama

Dengan pemberian kompensasi terjalinlah ikatan kerja sama formal antara majikan dengan karyawan. Karyawan harus mengerjakan tugas-tugasnya dengan baik, sedangkan pengusaha/majikan wajib membayar kompensasi sesuai dengan perjanjian yang disepakati.

2. Kepuasan Kerja

Dengan balas jasa, karyawan akan dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan fisik, status sosial, dan egoistiknya sehingga memperoleh kepuasan kerja dari jabatannya.

3. Pengadaan Efektif

Jika program kompensasi ditetapkan cukup besar, pengadaan karyawan yang *qualified* untuk perusahaan akan lebih mudah.

4. Motivasi

Jika balas jasa yang diberikan cukup besar, manajer akan mudah memotivasi bawahannya.

5. Stabilitas Karyawan

Dengan program kompensasi atas prinsip adil dan layak serta eksternal konsistensi yang kompentatif maka stabilitas karyawan lebih terjamin karena *turn-over* relatif kecil.

6. Disiplin

Dengan pemberian balas jasa yang cukup besar maka disiplin karyawan semakin baik. Mereka akan menyadari serta mentaati peraturan-peraturan yang berlaku.

7. Pengaruh Serikat Buruh

Dengan program kompensasi yang baik pengaruh serikat buruh dapat dihindarkan dan karyawan akan berkonsentrasi pada pekerjaannya.

8. Pengaruh Pemerintah

Jika program kompensasi sesuai dengan undang-undang perburuhan yang berlaku (seperti batas upah minimum) maka intervensi pemerintah dapat dihindarkan.

Dari berbagai pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa tujuan-tujuan kompensasi di atas bukan merupakan aturan-aturan, tetapi lebih sebagai pedoman-pedoman. Semakin padu dengan pedoman-pedoman itu, administrasi pengupahan dan penggajian akan semakin efektif. Selain itu, tujuan dari tujuan pemberian balas jasa ini hendaknya memberikan kepuasan kepada semua pihak, sehingga karyawan dapat memenuhi kebutuhannya, pengusaha mendapat laba, peraturan pemerintah harus ditaati, dan konsumen mendapat pelayanan yang baik, dengan harga yang pantas. Dari beberapa tujuan yang telah dijelaskan diatas, maka ada manfaat yang diambil menurut Menurut Rita Swietenia (2009) manfaat kinerja pegawai antara lain adalah untuk menganalisa dan mendorong efisiensi produksi, untuk menentukan target atau sasaran yang nyata, lalu untuk pertukaran informasi antara tenaga kerja dan manajemen yang berhubungan terhadap masalah-masalah yang berkaitan.

2.4 Kebijaksanaan kompensasi

Kebijaksanaan kompensasi baik besarnya, susunannya, maupun waktu pembayarannya dapat mendorong gairah kerja dan keinginan karyawan untuk mencapai prestasi kerja yang optimal sehingga membantu terwujudnya sasaran perusahaan. Oleh karena itu, kebijaksanaan kompensasi hendaknya disusun dengan unsur-unsur yang terdiri dari kompensasi langsung (gaji, upah dan upah insentif), dan kompensasi tidak langsung (kesejahteraan baik berupa uang maupun barang (natura), agar dapat merangsang gairah dan kepuasan kerja serta mendorong terwujudnya sasaran perusahaan

Kebijakan-kebijakan tertentu harus diformulasikan terlebih dahulu sebelum sistem kompensasi dikembangkan dan diterapkan dengan sukses. Sejumlah kebijakan tentu saja akan dipengaruhi oleh sasaran organisasi dan lingkungan. Kebijakan yang diambil harus dapat menyesuaikan dengan isu-isu berikut ini :

1. Tingkat pembayaran maksimum dan minimum (dengan mempertimbangkan nilai pekerjaan, kemampuan membayar, aturan-aturan pemerintah, pengaruh serikat pekerja, dan tekanan pasar).
2. Hubungan umum diantara tingkat pembayaran (misal, antara manajemen senior dan manajemen operasi, para karyawan penyelenggara dan pengawas)
3. Pembagian dari kompensasi keseluruhan (seperti, berapa banyak yang diterapkan sebagai gaji pokok, untuk insentif, dan yang ditentukan untuk tunjangan).

Disamping ketiga isu di atas, organisasi harus dapat memutuskan berapa banyak pembayaran yang akan diterapkan untuk tahun depan, siapa yang akan merekomendasikan, dan berapa banyak kenaikan secara umum.

Keputusan penting lainnya yang perlu dipikirkan adalah apakah informasi pembayaran akan dirahasiakan atau diumumkan secara terbuka. Banyak organisasi yang tidak terbuka dalam hal sistem pembayaran. Melakukan kerahasiaan pembayaran (pay secrecy) biasanya untuk menghindari ketidakpuasan yang mungkin muncul dari karyawan yang bayarannya lebih sedikit. Lebih jauh, khususnya karyawan penerima pembayaran yang lebih banyak, dengan sangat kuat merasakan bahwa pembayaran mereka bukan urusan orang lain.

Dilain pihak, kerahasiaan pembayaran akan mempersulit karyawan untuk mengetahui keterkaitan pembayaran dengan kinerja mereka, dan juga dapat menyebabkan adanya anggapan bahwa teman kerja mereka dibayar lebih banyak, atau pengawas (supervisor) dibayar lebih sedikit dari yang seharusnya. Juga ketiak manajer menolak untuk terbuka dalam hal pembayaran, tentu saja karyawan menjadi curiga dan sering menyimpulkan bahwa manajer menyembunyikan sesuatu. Suatu kesepakatan yang bagus tentang masalah pay secrecy ini, adalah perlunya dilakukan sistem pembayaran yang terbuka., tentu saja pembayaran yang disesuaikan dengan berbagai level pekerjaan atau jabatan dalam organisasi.

2.5 Keadilan Pembayaran

Teori keadilan (equity theory) pada dasarnya menyatakan bahwa karyawan memiliki kebutuhan yang kuat untuk menjaga suatu keseimbangan antara apa yang mereka terima sebagai sumbangan mereka terhadap pekerjaan mereka, dan apa yang mereka terima dari pekerjaan mereka dalam bentuk imbalan.

Dalam teori ini, karyawan yang menerima ketidakadilan akan melakukan tindakan meniadakan atau mengurangi kontribusi mereka terhadap pekerjaan. Keadilan pembayaran berfokus pada apakah karyawan percaya bahwa mereka secara adil? Ada beberapa dimensi keadilan yang dipertimbangkan untuk memperhatikan keadilan pembayaran.

Keadilan internal berarti bahwa besarnya kompensasi harus dikaitkan dengan nilai relatif pekerjaan-pekerjaan dan pembayaran karyawan yang satu dibandingkan dengan pembayaran karyawan yang lain dalam organisasi yang sama. Dengan kata lain pekerjaan-pekerjaan sejenis memperoleh pembayaran yang sama, sedangkan keadilan eksternal menyangkut pembayaran kepada para karyawan pada tingkat yang layak atau sama dengan pembayaran yang diterima para karyawan yang serupa di perusahaan-perusahaan lain. Perusahaan harus memperhatikan prinsip keadilan dalam penetapan keadilan kebijaksanaan kompensasinya.

Bila seorang karyawan menerima dari perusahaan, persepsi keadilan menerima kompensasi dari perusahaan, persepsi keadilan dipengaruhi oleh faktor : (1) ratio kompensasi dengan masukan-masukan (inputs) seseorang yang berupa tenaga, pendidikan, pengalaman, latihan, daya tahan, dan sebagainya. Dan (2) perbandingan ratio tersebut dengan ratio-ratio yang diterima orang-orang dengan siapa kontak langsung selalu terjadi. Keadilan biasanya ada bila seorang karyawan memandang ratio penghasilannya terhadap masukan-masukan adalah seimbang (ekuilibrium), baik secara internal maupun dalam hubungannya dengan karyawan-karyawan lain.

Keadilan atau konsistensi internal berarti bahwa besarnya kompensasi harus dikaitkan dengan nilai relatif pekerjaan-pekerjaan. Dengan kata lain, pekerjaan-pekerjaan sejenis memperoleh pembayaran yang sama. Sedangkan keadilan atau konsistensi eksternal menyangkut pembayaran kepada karyawan pada tingkat yang layak atau sama dengan pembayaran yang diterima para karyawan yang serupa di perusahaan-perusahaan lain.

Ketidakpuasan sebagian besar karyawan terhadap besarnya kompensasi sering diakibatkan adanya perasaan tidak diperlakukan dengan adil dan layak dalam pembayaran mereka. Kompensasi diberikan dengan adil dan sesuai dengan kontribusinya karyawan terhadap perusahaan, Menurut Panggabean (2002), agar pemberian kompensasi terasa adil maka proses yang harus dilakukan adalah :

1. Menyelenggarakan survey kompensasi
2. Menentukan nilai tiap pekerjaan dalam perusahaan melalui evaluasi pekerjaan (untuk menjamin keadilan)
3. Mengelompokkan pekerjaan yang sama pula untuk menjamin keadilan karyawan
4. Menyesuaikan tingkat kompensasi dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku menjamin kompensasi (layak dan wajar).

2.6. Proses kompensasi

Proses kompensasi adalah suatu jaringan berbagai sub proses yang kompleks dengan maksud untuk memberikan balas jasa kepada karyawan bagi pelaksanaan pekerjaan dan untuk memotivasi mereka agar mencapai tingkat prestasi kerja yang diinginkan. Diantara komponen-komponen proses ini adalah pembayaran upah dan gaji dan pemberian kompensasi pelengkap, seperti pembayaran asuransi, cuti, dan sakit, dan sebagainya. Berbagai peralatan, sistem dan kebijaksanaan secara khusus digunakan untuk mempermudah administrasi proses kompleks itu. Diantara sarana-sarana tersebut adalah

analisis pekerjaan, evaluasi pekerjaan, survei pengupahan dan penggajian, rencana kompensasi variable, penilaian prestasi kerja, dan banyak kebijaksanaan yang menyangkut tingkat dan administrasi upah dan benefits.

2.7. Evaluasi Pekerjaan

Sebagai langkah pertama untuk menyusun sistem pengupahan yang adil, manajemen perlu menetapkan suatu hubungan konsisten dan sistematis di antara tingkat-tingkat kompensasi dasar bagi semua pekerjaan dalam organisasi. Proses ini disebut dengan evaluasi pekerjaan. Evaluasi pekerjaan (job evaluation) adalah berbagai prosedur sistematis untuk menentukan nilai relatif pekerjaan-pekerjaan. Proses ini digunakan untuk merancang struktur pembayaran, bukan untuk penilaian prestasi karyawan yang melaksanakan pekerjaan.

Dalam evaluasi pekerjaan, manajemen berupaya untuk mempertimbangkan dan mengukur masukan-masukan para karyawan yang diperlukan (keterampilan, usaha, tanggung jawab, dan sebagainya) untuk prestasi kerja minimum, dan untuk menterjemahkan ukuran-ukuran itu menjadi satuan-satuan moneter tertentu. Sasaran langsung evaluasi pekerjaan adalah untuk mendapatkan keadilan atau konsistensi internal dan eksternal. Konsistensi internal berkaitan dengan konsep pengupahan relative dalam perusahaan. Sedangkan, konsistensi eksternal berkaitan dengan tingkat relative struktur penggajian suatu organisasi yang diinginkan dibandingkan dengan struktur yang ada dalam masyarakat, industry, atau negara. Organisasi bisa memilih untuk membayar upah dengan tingkat rata-rata, lebih besar, atau lebih kecil daripada tingkat upah yang berlaku di luar. Berbagai survey pengupahan dan penggajian mungkin perlu bagi penentuan konsistensi eksternal.

Dengan tercapai konsistensi internal dan eksternal sebagai sasaran, manajemen dapat mengharapkan evaluasi pekerjaan akan memberikan kepuasan baik perusahaan, maupun karyawan dalam pengupahan dan penggajian. Dalam pengukuran nilai pekerjaan, terdapat sejumlah persyaratan yang perlu diperhatikan. Pertama, perusahaan harus mempunyai deskripsi dan spesifikasi setiap pekerjaan (jabatan) yang jelas dan akurat untuk memberikan data tentang faktor-faktor yang diukur. Kedua, suatu keputusan harus diambil dengan memperhatikan kelompok golongan karyawan dan pekerjaan yang dicakup oleh sistem evaluasi tunggal. Syarat terakhir adalah perlunya gagasan evaluasi pekerjaan diketahui oleh semua karyawan dalam sistem.

Penyebaran ini dimaksudkan untuk membuat para karyawan memahami arti penting evaluasi pekerjaan.

2.8. ASAS-ASAS DAN TUJUAN KOMPENSASI

1. Asas Kompensasi

Perusahaan harus menetapkan program-program kompensasi yang didasarkan atas keadilan serta asas kelayakan dan kewajiban, dengan memperhatikan undang-undang perburuhna yang berlaku. Perusahaan harus memperhatikan keseimbangan antara kondisi-kondisi internal dan eksternal, guna menjamin perasaan puas bagi karyawan, agar karyawan tetap termotivasi untuk bekerja dengan baik bagi perusahaan.

Berikut ini akan diuraikan asas-asas yang penting untuk diterapkan dalam pemberian kompensasi, yaitu :

1.1. Asas Keadilan

Kondisi mempengaruhi perilaku karyawan dalam organisasi sehingga pemberian kompensasi yang tidak berdasarkan asas keadilan akan mempengaruhi kondisi kerja karyawan. Yang dimaksud dengan asas keadilan ialah adanya konsistensi imbalan bagi para karyawan yang melakukan tugas dengan bobot yang sama. Dengan kata lain, kompensasi disuatu jenis pekerjaan dengan kompensasi karyawan di jenis pekerjaan yang lainnya, yang mengerjakan pekerjaan dengan bobot yang sama, relatif akan memperoleh besaran kompensasi yang sama. Jadi kompensasi dikatakan adil Bukan berarti setiap karyawan menerima kompensasi yang sama besarnya.

Tetapi berdasarkan asas adil, baik itu dalam penilaian, perlakuan, pemberian hadiah, maupun hukuman bagi setiap karyawan. Sehingga dengan asas keadilan akan tercipta suasana kerja yang baik, motivasi kerja, disiplin, loyalitas, dan stabilitas karyawan yang lebih baik.

1.2 Asas Kelayakan dan Kewajaran

Kompensasi yang diterima karyawan harus dapat memenuhi kebutuhan dirinya beserta keluarganya, pada tingkatan layak dan wajar. Sehingga besaran kompensasi yang akan diberikan akan mencerminkan status, pengakuan, dan tingkat pemenuhan kebutuhan yang akan dinikmati karyawan beserta keluarganya. Tolak ukur layak yang bersifat relatif, tetapi penerapan besaran minimal kompensasi yang akan diberikan oleh perusahaan harus mengacu pada standar hidup daerah, dengan berpijak pada standar Upah Minimum Regional (UMR), baik di tingkat provinsi, maupun tingkat kota/kabupaten.

Sedangkan kompensasi yang wajar berarti besaran kompensasi harus mempertimbangkan faktor-faktor seperti prestasi kerja, pendidikan, jenis pekerjaan, risiko pekerjaan, tanggung jawab, jabatan, dan lain-lain.

2.9. Tantangan-Tantangan Yang Mempengaruhi Kebijakan Kompensasi

Penentuan besarnya kompensasi menurut Handoko (2003: 158) di pengaruhi oleh beberapa tantangan :

1. Suplai dan permintaan tenaga kerja
beberapa jenis pekerjaan mungkin harus dibayar lebih tinggi daripada yang ditunjukkan oleh nilai relatifnya karena desakan kondisi pasar.
2. Serikat karyawan
Lemah atau kuatnya serikat karyawan mencerminkan kemampuan organisasi karyawan tersebut untuk menggunakan kekuatan pengaruh mereka pada penentuan tingkat kompensasi.
Semakin kuat kekuatan serikat berarti semakin kuat posisi perundingan karyawan dalam penetapan upah mereka.
3. Produktifitas

Perusahaan harus memperoleh laba untuk menjaga kelangsungan hidup dan tumbuh, tanpa hal ini perusahaan tidak akan bisa bersaing. Oleh karena itu perusahaan tidak dapat membayar pada para karyawannya melebihi kontribusi mereka kepada perusahaan melalui produktifitas mereka.

4. Kesiediaan untuk membayar

Bukan merupakan suatu pernyataan yang berlebihan bahwa perusahaan sebenarnya ingin membayar kompensasi secara adil dan layak. Oleh karena itu, perusahaan juga merasa bahwa para karyawan melakukan pekerjaan sesuai dengan upah yang mereka terima. Manajemen perlu mendorong para karyawan untuk meningkatkan produktifitas mereka agar kompensasi yang lebih tinggi dapat dibayarkan.

5. Kemampuan untuk membayar

Tanpa memerhatikan semua factor lainnya, dalam jangka realisasi pemberian imbalan tergantung pada kemampuan membayar perusahaan. Kemampuan membayar tergantung pada pendapatan dan laba bersih yang diraih, dimana hal ini dipengaruhi oleh produktifitas karyawan yang tercermin dalam biaya tenaga kerja.

6. Berbagai kebijaksanaan pengupahan dan penggajian

Hampir semua organisasi mempunyai kebijaksanaan-kebijaksanaan yang mempengaruhi pengupahan dan penggajian. Salah satu kebijaksanaan yang umum adalah memberikan kenaikan upah yang sama besarnya kepada karyawan anggota serikat buruh maupun karyawan yang buka anggota serikat. Banyak perusahaan mempunyai kebijaksanaan pembayaran bonus (premium) diatas upah dasar untuk meminimalkan perputaran karyawan atau untuk menarik karyawan terbaik.

7. Kendala-kendala pemerintah

Tekanan-tekanan eksternal dari pemerintah dengan segala peraturan mempengaruhi penetapan kompensasi perusahaan. Peraturan upah minimum, upah kerja lembur, dan pembatasan umur untuk tenaga kerja anak-anak merupakan beberapa contoh kendala kebijaksanaan kompensasi yang bersal dari pemerintah.

2.10. PENGERTIAN KINERJA

Kinerja adalah suatu pengukuran hasil dari pekerjaan yang didalam terdapat suatu program yang mewujudkan sasaran berupa hasil/ output yang menjadi suatu hasil evaluasi yang dipertimbangkan oleh manajer untuk mengambil suatu keputusan. Selain itu, kinerja adalah merupakan implementasi dari rencana yang telah disusun tersebut. implementasi kinerja dilakukan oleh sumber daya manusia yang memiliki kemampuan, kompetensi, motivasi dan kepentingan.

Menurut Hani Handoko (2002), mengistilahkan kinerja (*performance*) dengan prestasi kerja yaitu proses melalui mana organisasi mengevaluasi atau menilai prestasi kerja karyawan. Dari penjelasan yang tertuang diatas bahwa Kinerja adalah suatu pengukuran hasil dari pekerjaan yang didalam terdapat suatu program yang mewujudkan sasaran berupa hasil/ output yang menjadi suatu hasil evaluasi yang dipertimbangkan oleh manajer untuk mengambil suatu keputusan. Selain itu, kinerja adalah merupakan implementasi dari rencana yang telah disusun tersebut. implementasi kinerja dilakukan oleh sumber daya manusia yang memiliki kemampuan, kompetensi, motivasi dan kepentingan. Dalam hal ini kinerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya.

Menurut Rita Swietenia (2009) manfaat kinerja pegawai antara lain adalah untuk menganalisa dan mendorong efisiensi produksi, untuk menentukan target atau sasaran yang nyata, lalu untuk pertukaran informasi antara tenaga kerja dan manajemen yang berhubungan terhadap masalah-masalah yang berkaitan.

2.11. Penilaian Kinerja

Penilaian kinerja adalah suatu penilaian yang dilakukan oleh manajer dalam melakukan sebuah evaluasi dalam menentukan tingkat kinerja dalam bentuk penilaian. Karyawan menginginkan dan memerlukan balikan berkenan dengan prestasi mereka dan penilaian menyediakan kesempatan untuk memberikan balikan kepada mereka. Jika kinerja tidak sesuai dengan standar, maka penilaian memberikan kesempatan untuk meninjau kemajuan karyawan dan untuk menyusun rencana peningkatan kinerja. Penilaian kinerja merupakan upaya membandingkan prestasi aktual karyawan dengan prestasi kerja dengan yang diharapkan darinya (Dessler 2000). Dalam penilaian kinerja karyawan tidak hanya menilai hasil fisik, tetapi pelaksanaan pekerjaan secara keseluruhan yang menyangkut berbagai bidang seperti kemampuan kerja, kerajinan, kedisiplinan, hubungan kerja atau hal-hal khusus sesuai dengan bidang dan level pekerjaan yang dijabatnya. Menurut Dessler (2000) ada lima faktor dalam penilaian kinerja yang populer, yaitu:

1. Prestasi pekerjaan, meliputi: akurasi, ketelitian, keterampilan, dan penerimaan keluaran
2. Kuantitas pekerjaan, meliputi: volume keluaran dan kontribusi
3. Kepemimpinan yang diperlukan, meliputi: membutuhkan saran, arahan atau perbaikan
4. Kedisiplinan, meliputi: kehadiran, sanksi, warkat, regulasi, dapat dipercaya/diandalkan dan ketepatan waktu
5. Komunikasi, meliputi: hubungan antar karyawan maupun dengan pimpinan, media komunikasi.

Menurut Hendri Simamora (2001: 415), penilaian kinerja adalah suatu proses dengannya suatu organisasi mengevaluasi pelaksanaan kerja individu. Kegiatan ini dapat memperbaiki keputusan-keputusan personalia dan memberikan umpan balik kepada para karyawan tentang pelaksanaan kerja mereka serta memungkinkan perusahaan mengetahui seberapa baik seorang-karyawan bekerja jika dibandingkan dengan standar-standar organisasi. Menurut Rita Swietenia (2009) manfaat kinerja pegawai antara lain adalah untuk menganalisa dan mendorong efisiensi produksi, untuk menentukan target atau sasaran yang nyata, lalu untuk pertukaran informasi antara tenaga kerja dan manajemen yang berhubungan terhadap masalah-masalah yang berkaitan.

Terdapat beberapa indikator kinerja karyawan yaitu :

1. Loyalitas

Setiap karyawan yang memiliki tingkat loyal yang tinggi pada perusahaan, mereka akan diberikan posisi yang baik, hal ini dapat dilihat melalui tingkat absensi ataupun kinerja yang mereka miliki.

2. Semangat kerja

Perusahaan harus menciptakan suasana dan lingkungan kerja yang kondusif hal ini akan meningkatkan semangat kerja karyawan dalam menjalankan tugas di suatu organisasi.

3. Kepemimpinan

Pimpinan merupakan leader bagi setiap bawahannya, bertanggungjawab dan memegang peranan penting dalam mencapai suatu tujuan. Pimpinan harus mengikutsertakan karyawan dalam mengambil keputusan sehingga karyawan memiliki peluang untuk mengeluarkan pendapat, ide dan gagasan demi keberhasilan perusahaan.

4. Kerjasama

Pihak perusahaan perlu membina dan menanamkan hubungan kekeluargaan antar karyawan sehingga memungkinkan karyawan untuk bekerjasama dalam lingkungan perusahaan.

5. Prakarsa

Prakarsa ini perlu dibina dan dimiliki baik itu dalam diri karyawan ataupun dalam lingkungan perusahaan.

6. Tanggung jawab

Tanggung jawab ini harus dimiliki oleh setiap karyawan baik ia berada pada level jabatan yang tinggi atau pada level yang rendah.

7. Pencapaian target

Dalam pencapaian target biasanya perusahaan mempunyai strategi-strategi khusus misalnya mereka memberikan pelayanan yang baik pada konsumennya. Standar merupakan salah satu ukuran yang digunakan untuk menilai prestasi kerja karyawan.

Adapun indikator kinerja karyawan menurut Bambang Guritno dan Waridin (2005) adalah sebagai berikut :

1. Mampu meningkatkan target pekerjaan
2. Mampu menyelesaikan pekerjaan tepat waktu
3. Mampu menciptakan inovasi dalam menyelesaikan pekerjaan
4. Mampu menciptakan kreativitas dalam menyelesaikan pekerjaan
5. Mampu meminimalkan kesalahan pekerjaan

2.12. HUBUNGAN ANTARA PEMBERIAN KOMPENSASI DENGAN KINERJA KARYAWAN

Dalam kegiatan perusahaan, pemberian kompensasi merupakan kewajiban suatu perusahaan, karena- pemberian kompensasi menentukan kinerja seseorang yang dapat menimbulkan suatu prestasi yang merupakan tujuan perusahaan. Pemberian kompensasi harus jelas dan adil sesuai dengan kontribusi karyawan terhadap perusahaan, didalam kompensasi terdapat sistem insentif yang menghubungkan kompensasi dengan kinerja. Dengan kompensasi kepada pekerja diberikan penghargaan berdasarkan kinerja dan bukan berdasarkan senioritas atau jumlah jam kerja menurut Werther dan Davis,(1996 : 408). Menurut Simamora (2004) mengatakan bahwa kompensasi dalam bentuk finansial adalah penting bagi karyawan, sebab dengan kompensasi ini mereka dapat memenuhi kebutuhannya secara langsung, terutama kebutuhan fisiologisnya. Namun demikian, tentunya pegawai juga berharap agar kompensasi yang diterimanya sesuai dengan pengorbanan yang telah diberikan dalam bentuk nonfinansial juga sangat penting bagi pegawai terutama untuk pengembangan karir mereka.

Dilihat dari cara pemberiannya, kompensasi dapat merupakan kompensasi langsung dan kompensasi tidak langsung :

1. Kompensasi tersebut. kompensasi langsung langsung merupakan kompensasi manajemen, seperti upah dan gaji atau pay for performance, seperti insentif dan ghaisharing.
2. Sementara itu, kompensasi tidak langsung dapat berupa tunjangan atau jaminan keamanan dan kesehatan. Pemberian kompensasi dapat terjadi tanpa ada kaitannya dengan prestasi, seperti upah dan gaji. Upah adalah kompensasi dalam bentuk uang yang dibayarkan atas waktu yang telah dipergunakan sedangkan gaji, adalah kompensasi dalam bentuk uang yang dibayarkan atas pelepasan tanggung jawab atas pekerjaan. Upah dipergunakan untuk memberikan kompensasi kepada tenaga kerja yang kurang terampil, sedangkan tenaga terampil biasanya digunakan pengertian gaji.

3. METODE PENELITIAN

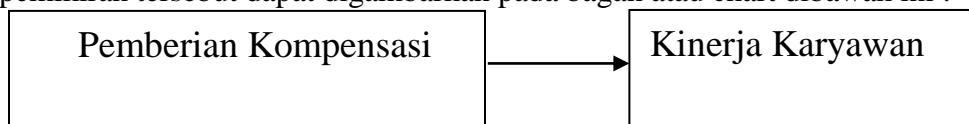
3.1. KERANGKA PEMIKIRAN

Salah satu yang menjadi dasar untuk pemberian kompensasi yaitu mengenai bagaimana seorang manajer melihat dampak dari pemberian kompensasi tersebut berdampak terhadap kinerja karyawan dan dari segi kebutuhan dasar karyawannya, juga di mana tingkat tinggi/rendahnya kinerja karyawan berkaitan erat dengan sistem pemberian kompensasi yang dilihat dari tercerminnya tingkat kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh karyawan dalam melaksanakan tugas sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan tidak kalah pentingnya adalah antara bagaimana seorang bawahan dapat menyelesaikan tugas dengan segenap kemampuannya, ketepatan waktu, mendapatkan kepuasan dan dapat meningkatkan kinerja yang sesuai dengan efektifitas dan efisiensi dalam bekerja.

Dalam hal ini, tidak kalah penting adalah pemberian kompensasi adalah suatu program yang diberikan kepada manajer untuk mencerminkan upaya organisasi untuk mempertahankan sumber daya manusianya. Disamping itu pemberian kompensasi yaitu suatu kebutuhan yang terpenuhi untuk memberi motivasi yang lebih untuk melaksanakan tugas sesuai dengan kemampuan dan juga kontribusi yang diberikan karyawan terhadap perusahaan.

Hubungan pemberian kompensasi dengan kinerja karyawan, pemberian kompensasi dilihat input dan output yang diberikan oleh karyawan. Dalam hal pemberian kompensasi harus dilakukan sesuai dengan sistem yang berlaku.

Dalam setiap perusahaan, sistem dalam pemberian kompensasi berbeda satu sama lain, karena setiap pemberian kompensasi dilakukan satuan ataupun borongan. Dari kerangka pemikiran tersebut dapat digambarkan pada bagan atau chart dibawah ini :



3.2. Hipotesis

berdasarkan permasalahan yang diuraikan sebelumnya maka yang menjadi hipotesis adalah apabila pemberian kompensasi sesuai dan secara adil maka diduga kinerja karyawan akan mengalami peningkatan.

Ho ; $\rho = 0$: tidak ada pengaruhnya antara pemberian kompensasi terhadap kinerja karyawan

Ha : $\rho \neq 0$: adanya pengaruh antara pemberian kompensasi terhadap kinerja karyawan.

3.3. Asumsi

Diharapkan dengan adanya pemberian kompensasi yang sesuai dan juga adil dapat meningkatkan kinerja karyawan sehingga dapat tercipta tujuan perusahaan yang secara nyata.

3.4. Definisi Operasional Variabel

Kompensasi adalah segala sesuatu yang diterima para karyawan sebagai balas jasa untuk kerja mereka. Dalam penjelasan lain, kompensasi adalah seluruh *extrinsic reward* yang diterima oleh karyawan dalam bentuk upah atau gaji, insentif atau bonus, dan beberapa tunjangan (*benefit*).

Kinerja adalah suatu pengukuran hasil dari pekerjaan yang didalam terdapat suatu program yang mewujudkan sasaran berupa hasil/ output yang menjadi suatu hasil evaluasi yang dipertimbangkan oleh manajer untuk mengambil suatu keputusan.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Instrumen dalam teknik pengumpulan yang digunakan untuk penelitian yang merupakan alat bantu untuk mengumpulkan data yang diperlukan :

3.5.1 Survei

Kuesioner adalah metode pengumpulan data dengan cara memberikan pertanyaan secara tertulis kepada subyek penelitian untuk di jawab sehingga diperoleh data yang diperlukan.

3.5.2 Studi kepustakaan

Studi kepustakaan adalah pengumpulan data dengan membaca dan mempelajari buku-buku, dan majalah-majalah yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

3.6. Teknik Analisis Data

Untuk menjawab permasalahan hubungan antara pemberian kompensasi dengan kinerja karyawan, penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel bebas dalam hal ini pengaruh pemberian kompensasi dan variabel terikatnya adalah kinerja karyawan.

Bertitik tolak dari sebuah hipotesis yang telah dikemukakan oleh maka teknik analisis penelitian ini menggunakan teknik Analisa Korelasi, Regresi dan Determinasi yang penjelasannya sebagai berikut :

a. Analisa Regresi

Analisa Regresi adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara hubungan variable X (pemberian kompensasi) terhadap Variabel Y (kinerja karyawan). Koefisien Regresi dinyatakan dalam bentuk persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + bx$$

Dimana:

$$a = \frac{(\sum Y) \cdot (\sum X^2) - (\sum X) \cdot (\sum X \cdot Y)}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{n \sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Keterangan :

Y = Kinerja Karyawan

X = Pemberian kompensasi

a = Nilai Konstanta

b = Koefisien Regresi

n = Jumlah Responden

b. Analisa Koefisien Korelasi

Analisa Koefisien Korelasi adalah analisa untuk mengetahui hubungan yang terjadi antara variable X (Pemberian Kompensasi) dan variable Y (Kinerja).

Koefisien Korelasi dinyatakan dalam bentuk persamaan sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{n \sum X^2 - (\sum X)^2} \cdot \sqrt{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Keterangan :

r = Koefisien Korelasi

n = Jumlah Responden

X = Pemberian kompensasi

Y = Kinerja Karyawan

Dari hasil perhitungan koefisien korelasi diatas, apabila nilai r = 0 atau mendekati 0, maka hubungan antara X dan Y sangat lemah atau tidak ada hubungan sama sekali. Apabila nilai r = +1 atau mendekati 1 maka hubungan antara variable X dan Y dikatakan sangat kuat dan positif. Apabila nilai r = -1 atau mendekati -1 maka hubungan antara variable X dan Y sangat kuat tetapi negatif. Apabila nilai r positif maka hubungan variable X dan Y bersifat searah, artinya kenaikan/ penurunan nilai X akan diikuti oleh kenaikan/penurunan nilai Y.

Sebaliknya apabila nilai r negative maka korelasi variable x dan variable Y bergerak secara bertolak belakang artinya bila terjadi kenaikan pada variable X maka pada variable Y justru terjadi penurunan pada waktu yang bersamaan atau bila- terjadi penurunan pada variable x maka akan terjadi kenaikan pada variable Y pada waktu yang bersamaan pula. Sebagai acuan untuk menilai tinggi atau rendah nilai r, dapat dilihat pada table interpretasi nilai r, berikut ini :

Tabel 3.1
Pedoman interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat hubungan
0,00 – 0,45	Sangat rendah
0,46 – 0,63	Rendah
0,64 – 0,77	Sedang
0,78 – 0,89	Tinggi
0,90 – 1,00	Sangat Tinggi

Sumber : Metode Riset Bisnis, Moh. Pabundu Tika, 2006

c. . Koefisien Determinasi (r^2)

Koefisien determinasi yaitu untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variable X (pemberian kompensasi) dapat mempengaruhi Y (kinerja karyawan), maka dilakukan perhitungan dengan koefisien determinasi/ koefisien penentu, dengan menggunakan persamaan sebagai berikut di bawah ini :

$$KP = r^2 \times 100\%$$

d. Uji hipotesis

Meskipun nilai korelasi sudah menunjukkan hubungan yang sangat kuat dan negative antara perubahan tingkat harga dan penjualan, yang dibuktikan juga dengan nilai koefisien penentu/ koefisien determinasi yang cukup besar, namun perlu adanya pembuktian yang lebih lanjut untuk menguji kebenarannya, yaitu dengan menggunakan uji hipotesis, dengan ketentuan sebagai berikut :

r = koefisien korelasi sebenarnya

H : $\rho = 0$, tidak ada hubungan antara hubungan antara variable X dan Y

A : $\rho = 0$, ada hubungan antara hubungan antara variable X dan Y

A : $\rho > 0$, ada hubungan positif antara variable X dan variable Y

A : $\rho < 0$, ada hubungan negative antara variable X dan variable Y.

t = Nilai Observasi .

Adanya untuk mencari nilai t-nya adalah menggunakan rumus sebagai berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Untuk melakukan uji hipotesis terhadap hasil dari rumus diatas, digunakan tingkat kesalahan 5%, semakin kecil tingkat kesalahan, maka semakin besar tingkat ketepatan data yang dianalisis. Tingkat kesalahan tersebut juga biasa disebut dengan α , maka $\alpha = 5\%$. Penggunaan teknik ini tetap karena penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara pola hubungan satu atau variable independen atau bebas dengan sebuah variabel dependen atau variable terikat. Untuk menjawab permasalahan hubungan pemberian kompensasi kinerja terhadap kinerja karyawan, data yang dikumpulkan melalui sebuah kuesioner.

3.7. Populasi dan Sampel

Populasi adalah suatu himpunan atau objek yang banyaknya terbatas dan tidak terbatas. Menurut Sugiyono dalam bukunya Metode penelitian Bisnis, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.

Jadi, populasi bisa terdiri dari atas orang dan dapat pula berupa objek tertentu seperti luas dan jenis tanah, penggunaan sawah, perusahaan jenis, dan sebagainya. Dalam penelitian ini penulis menentukan populasi dalam penelitian ini adalah di **PT. BALAI PUSTAKA** Jakarta yang berjumlah 30 orang karyawan. Sedangkan, Sampel adalah bagian suatu subjek atau objek yang mewakili populasi. Pengambilan sampel harus sesuai dengan kualitas dan karakteristik suatu populasi.

Pengambilan sampel yang tidak sesuai dengan kualitas dan karakteristik populasi akan menyebabkan suatu penelitian menjadi bias, tidak dipercaya dan kesimpulannya pun bisa keliru. Hal itu karena tidak dapat mewakili populasi. Pengambilan sampel yang penulis lakukan dalam penelitian ini adalah karyawan yang bekerja dibagian produksi dan juga administrasi yang terlibat dalam perusahaan dan juga para karyawan merasakan kompensasi yang diberikan perusahaan kepada mereka, sehingga dapat mengisi kuesioner sesuai dengan fakta yang ada. Berdasarkan pembatasan tersebut, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 20 orang.

3.8. Lokasi dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di wilayah kawasan industri Pulogadung di **PT. BALAI PUSTAKA (Persero) Publishing & Security Printing**, dan akan dimulai pada bulan Januari

2012 dengan melakukan studi pendahuluan, observasi serta orientasi lapangan. Kegiatan dilanjutkan dengan tahap pengumpulan dan analisis data.

3.9. Variabel Penelitian

Dalam pembahasan ini penulis menggunakan satu macam variabel sebagai dasar pengujian hipotesis. Variabel tersebut adalah :

- a. Variabel independen (x) : pemberian kompensasi adalah suatu balas jasa yang diberikan oleh pimpinan kepada bawahan atas kerja keras yang dilakukan sesuai dengan kontribusi bawahan atas tugas dan kewajiban yang dilakukan, dengan indikator-indikator : kompensasi langsung dan tidak langsung.
- b. Variabel dependen (y) : Kinerja adalah suatu pengukuran hasil dari pekerjaan yang didalam terdapat suatu program yang mewujudkan sasaran berupa hasil/ output yang menjadi suatu hasil evaluasi yang dipertimbangkan oleh manajer untuk mengambil suatu keputusan. Variabel indikator : performance (kinerja), ketelitian, kedisiplinan, tanggung jawab, absensi karyawan, ketaatan, kejujuran. Seperti yang dilihat pada tabel 3.2 :

Tabel 3.2

Variabel –Variabel Dalam Indikator

Sumber : Kisi – Kisi Pengolahan Data

Pengukuran pemberian kompensasi karyawan yang dianggap mewakili di

NO	VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR
1.	Pemberian Kompensasi	1. Kompensasi Langsung	1. Gaji 2. Insentif 3. Tunjangan
		2. Kompensasi tak langsung	1. Penghargaan 2. Naik jabatan
2.	Kinerja	- Faktor penilaian kinerja	1. Performance (kinerja) 2. Ketelitian kerja 3. Kedisiplinan kerja 4. Absensi karyawan 5. Tanggung jawab 6. Ketaatan 7. Kejujuran

gunakan model skala Likert, Operasi pengukurannya sebagai berikut : Tanggapan responden yang dilakukan dalam menentukan jawaban dan juga hasil perhitungan yang dapat dilihat dalam tabel 3.3, sebagai berikut :

Tabel 3.3

Jawaban Responden Bobot Nilai

No.	Jawaban Pertanyaan	Singkatan	Bobot/nilai
-----	--------------------	-----------	-------------

1.	Sangat setuju	SS	5
2.	Setuju	S	4
3.	Ragu	R	3
4.	Tidak Setuju	TS	2
5.	Sangat Tidak Setuju	STS	1

4. PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1. SEJARAH SINGKAT PERUSAHAAN

1. Landasan Hukum

Balai Pustaka berdiri pada tanggal 22 September 1917 sebagai kelanjutan dari Commisie voor Inlandsche School en Volkslectuur yang dibentuk oleh Pemerintah Hindia Belanda tanggal 14 September 1908. Dalam perjalanannya, Balai Pustaka mengalami beberapa kali perubahan status dan fungsi. Pada tanggal 27 Juni 1963, berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 1963, status Balai Pustaka diubah dari Dinas Penerbitan menjadi Perusahaan Negara (PN). Dengan adanya Peraturan Pemerintah Nomor 48 Tahun 1985 tanggal 28 Desember 1985, Balai Pustaka beralih bentuk dari Perusahaan Negara (PN) menjadi Perusahaan Umum (PERUM) Penerbitan dan Percetakan Balai Pustaka.

Pada tanggal 4 November 1996, berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 66 Tahun 1996 Balai Pustaka kembali berubah bentuk dari Perusahaan Umum (PERUM) menjadi Perusahaan Perseroan (PERSERO). Status terakhir dikukuhkan Melalui Akta Notaris Pendirian Perusahaan Perseroan Penerbitan dan Percetakan Balai Pustaka disahkan oleh Menteri Kehakiman melalui Keputusan No: C2-1820HT.01.01 Tahun 1997 tanggal 17 Maret 1997.

2. Landasan Operasional

Landasan Operasional PT Balai Pustaka (Persero) adalah :

- a) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2003 tanggal 19 Juni 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara.
- b) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 1995 tentang Perseroan Terbatas.

4.2. VISI

Visi perusahaan adalah: *'Terdepan dalam membangun generasi cerdas dan*

4.3. MISI

Untuk dapat mewujudkan visi tersebut, maka dirumuskan misi berikut:

1. Mencerdaskan dan membangun karakter bangsa serta mengembangkan budaya berbasis kearifan lokal dan global (*local & global wisdom*) melalui buku dan multimedia.
2. Meningkatkan efektivitas, efisiensi, dan keuntungan korporasi bagi pemangku kepentingan (*stakeholders*) berbasis *good corporate governance* (GCG).
3. Mengembangkan sumberdaya manusia (*human capital*) bagi terwujudnya tim kerja yang kompeten, profesional, dan transformative

4.4. TUJUAN

1. Kompeten dan berjejaring kuat dalam menggali, preservasi, mengembangkan dan menyebarkan konten pendidikan dan budaya bangsa

2. Menjadi korporasi efektif berbasis system teknologi informasi terintegrasi
3. Memiliki tim kerja yang kuat dan memegang teguh budaya korporasi

4.5 BUDAYA KORPORASI

Budaya perusahaan sebagai landasan sikap serta budaya kerja manajemen dan karyawan adalah sebagai berikut :

1. Integritas (Kecerdasan Spiritual/SQ)
2. Kompetensi (Kecerdasan Intelektual/IQ)
3. Determinasi (Kecerdasan Mental/AQ)
4. Sinergi (Kecerdasan Emosi/EQ)

4.6. KEGIATAN USAHA

1. Aktivitas Utama

Aktivitas bisnis perusahaan meliputi penerbitan/pengembangan konten buku, pengembangan konten multimedia, dan percetakan dengan rincian sebagai berikut:

a. Penerbitan/Pengembangan Konten Buku

Produk penerbitan meliputi buku-buku sastra & budaya, serta buku pendidikan & umum. Buku sastra budaya mencakup buku-buku sastra klasik, sastra modern, sejarah Nusantara, sejarah peradaban, cerita rakyat, budaya daerah, serta ensikopedi budaya. Adapun buku pendidikan & umum mencakup buku-buku pendidikan karakter, pendidikan anak usia dini, ketrampilan dan pengembangan, referensi dan kamus, panduan pendidik, serta buku spiritual.

b. Pengembangan Konten Multimedia

Aktivitas multimedia mencakup pengembangan konten pendidikan dan budaya melalui melalui moda multimedia seperti penerbitan digital, pengembangan *mobile content*, sistem layanan berbasis komputer pribadi, *note book*, maupun e-reader, perpustakaan digital, sistem pengajaran digital, portal budaya, sinema dan serial TV animasi 3D, Buku Sekolah Elektronik (BSE) Interaktif, dan Pusat Siswa Belajar Virtual (PSBV).

c. Percetakan

Percetakan mencakup produk-produk sekuritas serta umum. Produk sekuritas mencakup materi ujian nasional, ijazah, rapor, buku nikah, dan dokumen lain. Sedangkan percetakan umum mencakup buku dan produk lain.

d. Pemasaran

Aktivitas pemasaran adalah untuk mendukung ketiga aktivitas utama tersebut di atas.

2. Aktivitas Lain

Selain menjalankan aktivitas tersebut di atas, korporasi juga menjalankan sejumlah aktivitas lain baik yang bernilai komersial maupun non komersial. Di antara aktivitas tersebut adalah:

- a) Pengembangan perpustakaan
- b) Pelatihan menulis dan pengembangan karakter
- c) CSR perbukuan
- d) Bina lingkungan dan kegiatan sosial

4.7. STRUKTUR ORGANISASI, DEWAN KOMISARIS DAN DIREKSI

1. Dewan Komisaris

Dewan Komisaris PT Balai Pustaka (Persero) terdiri atas seorang Komisaris Utama dan dua orang Komisaris, yang diangkat berdasarkan Keputusan Menteri Negara Badan

Usaha Milik Negara nomor : KEP-26/MBU/2006 tanggal 28 Februari 2006 dan nomor : KEP-12/MBU/2008 tanggal 8 Januari 2008, dengan susunan sebagai berikut :

1. Komisaris Utama
2. Komisaris
3. Komisaris

2. Direksi

Direksi diangkat berdasarkan Surat Keputusan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor : KEP-68/MBU/2007 tanggal 24 April 2007, dengan susunan sebagai berikut :

1. Direktur Utama
2. Direktur Keuangan dan Administrasi
3. Direktur Operasional dan Komersil

3. Struktur Organisasi

Struktur Organisasi sebagaimana telah ditetapkan dalam SK Direksi nomor 019/SET/SK.6.2011 tanggal 24 Juni 2011 dengan susunan sebagai berikut :

- Direktur Utama
Membawahi langsung Direktur Keuangan dan Administrasi serta Direktur Operasional dan Komersil, Satuan Pengawas Intern (SPI), Sekretaris Perusahaan dan Staf Ahli
- Direktur Administrasi dan Keuangan
Membawahi langsung Divisi Administrasi dan Umum, Divisi Multimedia, dan Divisi Perencanaan dan Pengembangan
- Direktur Operasional dan Komersil
Membawahi langsung UBS Percetakan, Divisi Penerbitan Sastra Budaya, Divisi Penerbitan Pendidikan, dan Divisi Pemasaran

4.8. Gambaran Responden

Apabila pelaksanaan manajemen personalia dilakukan secara baik, maka perusahaan akan mampu membentuk sumber daya manusia yang berkualitas, loyalitas dan berdedikasi tinggi yang pada gilirannya mampu meningkatkan kinerja karyawan. Kinerja karyawan ini menunjukkan hasil dari sebuah kemampuan didalam melaksanakan sebuah tugas dan kewajiban yang diemban untuk meningkatkan sumber penghasilan atau pendapatan yang nantinya akan berpengaruh terhadap pemberian kompensasi. Untuk itu PT. BALAI PUSTAKA dalam meningkatkan kinerja karyawan dapat melakukan beberapa cara, yaitu :

- a. melaksanakan tugas dan kewajiban yang telah diberikan
- b. disiplin kerja yang tinggi
- c. bekerjasama dalam mengurangi kesenjangan diantara karyawan yang bekerja

Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan cara penyebaran kuesioner kepada 20 orang pegawai yang aktif di PT. BALAI PUSTAKA di Kawasan Industry Pulogadung.

1. Gambaran umum profil responden dapat ditinjau dari beberapa segi :
 - a. Klasifikasi berdasarkan jenis kelamin

Tabel 4.1
Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Jumlah	%
Laki-laki	18	90 %
Perempuan	2	10 %
Jumlah	20	100 %

Sumber : pengolahan data

Dari hasil analisis penelitian tersebut mayoritas sebagian besar adalah laki-laki sebesar 90 % karena sebagian besar berada di bagian produksi yang menciptakan produksi , sedangkan sekitar 10% yaitu perempuan yang berada di dalam perusahaan adalah sebagian besar diperkirakan berada di bagian Accounting atau administrasi

b. Klasifikasi berdasarkan usia responden

Tabel 4.2
Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	%
≤ 40 tahun	12	0.60
40 tahun	8	0.40
Jumlah	20	100

Sumber : Pengolahan Data

Dari hasil analisis mengenai jmlah responden yang berdasarkan usia, dapat diketahui bahwa usia responden adalah kurang dari 40 tahun, dalam table menunjukkan 0,60 % responden berusia 40 tahun, dan 0,40% berumur diatas 40 tahun. Dengan demikian usia termuda 20 tahun dan yang tertua 40 tahun.

Demikian usia responden dianggap sebagai usia produktif dan sehingga pemberian kompensasi yang diberikan masih memerlukan perhatian dan juga sesuai dengan kontribusi yang diberikan sesuai dengan umur.

Klasifikasi mengenai berdasarkan lama bekerja

Table 4.3
Klasifikasi Jawaban Responden berdasarkan Usia

Tahun bekerja	Lama bekerja	%
0 - 2 tahun	5	25 %
2 - 5 tahun	1	5 %
5 - 10 tahun	2	10 %
10 -15 tahun	11	55 %
> 15 tahun	1	5 %
Jumlah	20	100 %

Sumber : Pengolahan Data

Dari penelitian lama bekerja, yaitu dapat diketahui bahwa pada tabel diatas menunjukkan mayoritas pekerja sudah bekerja antara 10 – 15 tahun yaitu berkisar 55% dan yang lama bekerja antara kurang 5 tahun dan lebih dari 15 tahun adalah 5 %. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas lama bekerja dalam kurun waktu 10 -15 tahun, karena sebagian besar berada dalam tingkat pendidikan yang diperkirakan SMA dan juga sarjana S1.

c. Klasifikasi jawaban responden mengenai pemberian kompensasi

Table 4.4

Klasifikasi jawaban responden mengenai pemberian kompensasi

JUMLAH RESPONDEN	Jumlah pertanyaan	Jawaban	Skor nilai	Jumlah nilai
20 Responden	23 item pertanyaan	SS	5	155
		S	4	223
		RG	3	34
		TS	2	33
		STS	1	8
Jumlah skor yang di dapat				453

Sumber : Pengolahan Data

KETERANGAN :

Skor nilai data terendah : $1 \times 23 \times 20 = 460$

Skor nilai data tertinggi : $4 \times 23 \times 20 = 1840$

Perolehan data = 2300

Presentase nilai skor data yang didapat :

$$\frac{1856}{2300} \times 100\% = 80,69\%$$

Dari hasil analisis tersebut pada kolom terdahulu, maka nilai presentasi nilai data yang didapat menunjukkan bahwa pemberian kompensasi yang diberikan oleh perusahaan Setuju, karena kompensasi adalah yang diberikan oleh perusahaan sudah memenuhi standar yang layak bagi karyawan yang ada di PT. BALAI PUSTAKA.

d. Klasifikasi responden mengenai kinerja karyawan

Table 4.5

Klasifikasi responden mengenai kinerja karyawan

JUMLAH RESPONDEN	Jumlah pertanyaan	Jawaban	Skor nilai	Jumlah nilai
20 Responden	23 item pertanyaan	SS	5	163
		S	4	246
		RG	3	27
		TS	2	11
		STS	1	4
Jumlah skor yang di dapat				451

Sumber : Pengolahan Data

Keterangan :

Skor nilai data terendah : $1 \times 23 \times 20 = 460$

Skor nilai data tertinggi : $4 \times 23 \times 20 = 1840$

Perolehan data = 2300

Presentase nilai skor data yang didapat :

$$\frac{1925}{2300} \times 100\% = 83,69\%$$

Dari hasil analisis tersebut pada halaman sebelumnya, maka persentase nilai data yang

didapat menunjukkan pada daerah criteria cukup kinerja karyawan. Dalam hal ini kinerja berperan sangat vital dalam perusahaan semua penilaian yang dilakukan cukup untuk mewakili gambaran mengenai kinerja dalam perusahaan. Dalam hal ini kinerja dalam penelitian perusahaan menerapkan : kedisiplinan, loyalitas karyawan, absensi karyawan, ketelitian dan tanggung jawab yang ditugaskan kepada karyawan sehingga kinerja karyawan mempengaruhi pemberian kompensasi yang diberikan.

4.9. Analisis Data

Dalam pembahasan dan pengidentifikasian data yang di ambil, penulis menggunakan teknik analisis data menggunakan analisa regresi, korelasi, koefisien determinasi dan juga Uji validitas (Uji t). Berikut ini adalah data yang akan disajikan dalam bentuk tabel yang telah dianalisis :

Tabel 4.6
Perhitungan Responden

NO.	X	Y	X ²	Y ²	X.Y
1	85	91	7225	8281	7735
2	45	72	2025	5184	3240
3	99	97	9801	9409	9603
4	65	102	4225	10404	6630
5	91	101	8281	10201	9191
6	84	98	7056	9604	8232
7	78	70	6084	4900	5460
8	88	84	7744	7056	7392
9	88	86	7744	7396	7568
10	96	96	9216	9216	9216
11	104	104	10816	10816	10816
12	102	106	10404	11236	10812
13	105	105	11025	11025	11025
14	103	102	10609	10404	10506
15	101	101	10201	10201	10201
16	109	102	11881	10404	11118
17	102	104	10404	10816	10608
18	104	103	10816	10609	10712
19	105	100	11025	10000	10500
20	102	101	10404	10201	10302
JUMLAH	1856	1925	176986	187363	180867

Sumber : pengolahan data responden

a. Analisa Regresi

$$a = \frac{(\sum Y) \cdot (\sum X^2) - (\sum X) \cdot (\sum X \cdot Y)}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{n \sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Keterangan :

Y = Kinerja Karyawan
 X = Pemberian kompensasi
 a = Nilai Konstanta
 b = Koefisien Regresi
 n = Jumlah Responden

Hitungannya yaitu :

$$a = \frac{(\sum 1925) \cdot (\sum 176986) - (1856) \cdot (180867)}{20 \cdot 176986 - (1856)^2}$$

$$a = \frac{340698050 - 335689152}{3539720 - 3444736}$$

$$a = \frac{5008898}{94984}$$

$$a = 52,73$$

$$b = \frac{20 \cdot 180867 - 1856 \cdot 1925}{20 \cdot 176986 - (1856)^2}$$

$$b = \frac{3617340 - 3572800}{3539720 - 3444736}$$

$$b = \frac{44540}{94984}$$

$$b = 0,46$$

Persamaan regresi linier sederhana antara pemberian kompensasi terhadap kinerja karyawan sebagai berikut :

$$Y = a + b x$$

$$Y = 52,73 + 0,46 x$$

Dari hasil analisis ini, dapat disimpulkan bahwa :

1. Koefisien Regresi (a) bernilai positif sebesar 52,73 yang berarti bahwa bila tidak ada variabel bebas maka nilainya konstan (tetap) sebesar 52,73 satuan dan bila ada atau tidaknya pemberian kompensasi kinerja karyawan berlaku bagi karyawan.
2. Koefisien Regresi (b) nilai koefisien X sebesar 0,46 yang berarti bahwa nilai peningkatan kompensasi 1 kali, maka akan terjadi kenaikan kompensasi sebesar 0,46.

b. Analisa korelasi sederhana

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{n \sum X^2 - (\sum X)^2} \cdot \sqrt{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Keterangan :

r = Koefisien Korelasi
 n = Jumlah Responden
 X = Pemberian kompensasi
 Y = Kinerja Karyawan

$$r = \frac{20 \cdot 180867 - (1856) \cdot (1925)}{\sqrt{20 \cdot 176986 - (1856)^2} \cdot \sqrt{20 \cdot 187636 - (1925)^2}}$$

$$r = \frac{3617340 - 3572800}{\sqrt{3539720 - 3444736.3747260 - 3705625}}$$

$$r = \frac{44540}{\sqrt{94984.41635}} \quad r = 0,70$$

Dari hasil perhitungan yang telah dianalisis, dengan mengetahui nilai yaitu $r = 0,70$, menunjukkan antara kedua variabel yang diteliti bernilai positif ($>0,5$). Berarti hubungan antara kedua variabel bersifat positif, yaitu bahwa hubungan antara pengaruh pemberian kompensasi terhadap kinerja karyawan saling berhubungan karena pemberian kompensasi yang sesuai, maka terjadi kepuasan yang menjadi ukuran untuk peningkatan kinerja.

c. Koefisien Determinasi (r^2)

Koefisien determinasi yaitu untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variable X (pemberian kompensasi) dapat mempengaruhi Y (kinerja karyawan), maka dilakukan perhitungan dengan koefisien determinasi/ koefisien penentu, Dari hasil yang dijelaskan dapat kita lihat perhitungannya sebagai berikut :

$$KP = r^2 \times 100\%$$

Hitungannya sebagai berikut :

$$KP = 0,70^2 \times 100\% \quad KP = 0,49$$

Hasil tersebut berarti kinerja karyawan 49% ditentukan oleh pemberian gaji dan 51% ditentukan oleh faktor yang lainnya.

d. Uji hipotesis

Meskipun nilai korelasi sudah menunjukkan hubungan yang sangat kuat dan negative antara perubahan tingkat harga dan penjualan, yang dibuktikan juga dengan nilai koefisien penentu/ koefisien determinasi yang cukup besar, namun perlu adanya pembuktian yang lebih lanjut untuk menguji kebenarannya, yaitu dengan menggunakan uji hipotesis, dengan ketentuan sebagai berikut :

r = koefisien korelasi sebenarnya

H : $\rho = 0$, tidak ada hubungan antara hubungan antara variable X dan Y

A : $\rho = 0$, ada hubungan antara hubungan antara variable X dan Y

A : $\rho > 0$, ada hubungan positif antara variable X dan variable Y

A : $\rho < 0$, ada hubungan negative antara variable X dan variable Y.

t = Nilai Observasi .

Adanya untuk mencari nilai t-nya adalah menggunakan rumus sebagai berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Untuk melakukan uji hipotesis terhadap hasil dari rumus diatas, digunakan tingkat kesalahan 5%, semakin kecil tingkat kesalahan, maka semakin besar tingkat ketepatan data yang dianalisis. Tingkat kesalahan tersebut juga biasa disebut dengan α , maka $\alpha = 5\%$. Penggunaan teknik ini tetap karena penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara pola hubungan satu atau variable independen atau bebas dengan sebuah variabel dependen atau variable terikat. Untuk menjawab permasalahan hubungan pemberian kompensasi kinerja terhadap kinerja karyawan, data yang dikumpulkan melalui sebuah kuesioner.

Untuk meyakinkan taraf hubungan, perlu digunakan rumus t sebagai berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad t = \frac{0,70\sqrt{20-2}}{\sqrt{1-0,70^2}} = \frac{0,70 \cdot \sqrt{18}}{\sqrt{1-0,70^2}} \quad t = \frac{0,70 \cdot 4,24}{\sqrt{1-0,49}} = \frac{2,96}{0,51}$$

$$t = \frac{2,96}{0,51} = 5,80$$

berdasarkan tabel untuk tingkat kesalahan 5% uji pihak dk = 20 - 2 = 18 diperoleh t tabel 2,101.

Gambar 4.1
Grafik uji t hipotesis



Sumber : pengolahan data

Dari hasil analisis yang dilakukan oleh penulis, $t_{hitung} > t_{tabel}$ berarti H_0 ditolak H_a diterima artinya variabel X mempengaruhi secara signifikan dengan variabel, dari hasil analisa yang dilakukan $5,80 > 2,101$ artinya variabel pemberian kompensasi mempengaruhi secara signifikan dengan variabel kinerja karyawan, sehingga H_a diterima karena pengaruh dari pemberian kompensasi mempunyai kinerja karyawan kesimpulan yang dapat diambil dari hasil hipotesis yang diilustrasikan bahwa hasil hipotesis tersebut menyatakan menolak H_0 .

Kompensasi yang menjamin kepuasan dalam bekerja. Sedangkan untuk kinerja, karyawan harus memiliki standar dan prosedur yang layak untuk melakukan penilaian yang objektif agar dapat dilakukan secara adil dan ketentuan yang berlaku dalam perusahaan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari rangkaian pembahasan bab-bab terdahulu secara umum dapat ditarik kesimpulan adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan analisis yang telah dijabarkan melalui perhitungan dapat disimpulkan $Y = 52,73 + 0,46 x$, yang berarti 52,73 adalah nilai konstanta yang konstan (tetap). Sedangkan nilai koefisien dari 0,46 adalah apabila terjadi kenaikan pemberian kompensasi sebesar 1 kali, maka akan terjadi kenaikan 0,46 kali.
2. Kompensasi dalam hal ini berhubungan langsung dengan kinerja karyawan berpengaruh kuat $r = 0,70$, berdasarkan hasil tersebut bahwa hasil dari koefisien korelasi adalah kuat & positif. Maka dapat disimpulkan pemberian kompensasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Bahwa apabila kompensasi yang diberikan naik sehingga kinerja juga meningkat.
3. Berdasarkan koefisien determinasi sebesar 49%, berarti bahwa variabel kompensasi dapat memberikan kontribusi terhadap kinerja sebesar 49%, dan sedangkan sebesar 51% berpengaruh terhadap variabel lain. Maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh pemberian kompensasi dapat mempengaruhi kinerja karyawan.
4. Hasil dari perhitungan uji t yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ adalah $5,80 > 2,101$ pada $dk = n-2$, maka $20-2 = 18$, berarti H_0 ditolak, maka H_a diterima karena menyatakan adanya pengaruh yang positif dan juga signifikan antara pengaruh pemberian kompensasi terhadap kinerja karyawan.

5.2 Saran-Saran

1. Dalam pemberian kompensasi yang ada belum semuanya terpenuhi, karena kompensasi yang diberikan hanya kompensasi langsung yang diberikan oleh perusahaan berupa: gaji, tunjangan seperti uang makan, sedangkan kompensasi tidak langsung belum sepenuhnya diberikan, sehingga harus diberikan sesuai dengan kontribusi. Untuk itu belum terdapat kepuasan yang diterima oleh karyawan dan kelayakannya belum sepenuhnya terpenuhi. Perusahaan juga harus mensosialisasikan tentang kompensasi yang diberikan agar para karyawan mengetahui apa yang menjadi kebijakan pemberian kompensasi yang diberikan.
2. Kinerja karyawan sudah cukup positif, karena itu lebih di tingkatkan agar performance karyawan dapat meningkat. Tanggung jawab yang diberikan sudah menjadi suatu menjadi evaluasi diri. Dan juga perusahaan mendengarkan gagasan yang positif untuk keberlangsungan dari perusahaan berupa ide-ide atau gagasan yang menjadi evaluasi perusahaan, sehingga perusahaan dapat menjadi lebih baik dalam waktu yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Fajar, Siti dkk, 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia Sebagai Dasar Meraih Keunggulan Bersaing*, UPP STIM YKPP
- Dessler, Gary. 2000. *Human Resource Management 8th Edition*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Fahmi, Irham, *Manajemen Kinerja Teori dan Aplikasi*, Penerbit : Alfabeta , Bandung, 2010
- Hani Handoko, 2002. *Manajemen Personalia dan Sumberdaya Manusia*. Yogyakarta: BPFE.
- Ribhan, 2003. Hubungan Karakteristik Individu Dengan Kinerja Karyawan Melalui Komitmen Organisasi Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus pada PT Chandra Superstore Tanjung Karang Bandar Lampung) *Jurnal Bisnis dan Manajemen, Vol. 4 No.2 Januari 2008*
- Simamora, Henry. 2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: SIE YKPN.
- Sutrisno, Edy, 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Penerbit: Kencana Prenada Media Group, Jakarta
- Wirawan, 2009. *Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia Teori, aplikasi*, Penerbit : Salemba Empat, Jakarta
- Tika, Moh. Pabundu, 2006. *Metode Riset Bisnis*, Penerbit Bumi Aksara, Jakarta
- Rita Swietenia. 2009. “Analisis Pengaruh Kepemimpinan, Kompensasi dan Karakteristik Pekerjaan Terhadap Disiplin Kerja Serta Implikasinya Terhadap Kinerja Pegawai (Studi Pada Kantor Pertanahan Kota Semarang).” *Jurnal Ekonomi – Manajemen – Akuntansi*, No. 26, Th. XVI, pp. 96-116
- Fullchis Nurtjahjani.2008. pengaruh kompensasi terhadap kinerja karyawan Di PT PLN (PERSERO) APJ MALANG. *Jurnal Administrasi Dan Bisnis Volume 2, Nomor 1, Juni 2008, ISSN 1987-726X, <http://pdii.lipi.go.id/admin/jurnal/21085263>*

“Hubungan Atmosfer toko dengan kepuasan pelanggan Toko Buku Gramedia Matraman”

FAKHRURAZI, SE, MM.
DOSEN TETAP MANAJEMEN STIE PERTIWI

ABSTRAK

Hubungan Atmosfer Toko Dengan Kepuasan Pelanggan Toko Buku Gramedia Matraman . Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pertiwi ,Jakarta 2011

Suatu perusahaan jasa jika ingin tetap bertahan dan bersaing serta mampu mengembangkan bisnisnya harus lebih meningkatkan atmosfer toko agar tercipta suatu kepuasan. Toko Buku Gramedia Matraman sebagai perusahaan yang bergerak di bidang Ritel yang menawarkan produk-produk baik buku maupun stasionery mulai berbenah diri dengan meningkatkan atmosfer toko yang baik dimata konsumen, hal itu dilakukan dengan harapan kepuasan konsumen terpenuhi sehingga mampu bersaing dengan perusahaan ritel sejenis lainnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan data yang valid atas hubungan atmosfer toko dengan kepuasan pelanggan di Toko Buku Gramedia Matraman yang beralamat di JL. Raya Matraman No. 46-50 Jakarta pada Januari sampai dengan bulan Februari 2012. Metode penelitian yang digunakan adalah teknik survei dengan penyebaran kuesioner kepada konsumen yang datang. Jumlah sample sebanyak 50 orang konsumen dengan teknik random sampling. Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner berbentuk skala Likert dengan kategori nilai 1-5.

Teknik analisa data yang dipakai adalah menggunakan korelasi sederhana untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan antara atmosfer toko dan kepuasan pelanggan ,Koefisien determinan di gunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara kedua variabel,Persamaan Regresi digunakan mengetahui pengaruh atmosfer toko terhadap kepuasan pelanggan,serta uji t untuk mengetahui koefisien korelasi yang diperoleh signifikan atau tidaknya.

Dari hasil analisis korelasi sederhana, didapat nilai r adalah sebesar 0,5654 , nilai tersebut terletak diantara $0,5 < 0,75$ yaitu menunjukkan bahwa hubungan antara atmosfer toko terhadap kepuasan adalah sedang atau cukup kuat dan positif searah,Nilai koefisien determinasi (KD) diperoleh (r^2) dikali 100 %, yaitu didapat hasil sebesar 31,9 %, yang artinya besarnya kontribusi atmosfer toko sebesar 31,9 % dari nilai kepuasan pelanggan saat ini di Toko Buku Gramedia Matraman sebesar 83%. Berdasarkan perhitungan dan analisa yang telah dilakukan, terbukti bahwa $t_{hitung} = 4,6686$ ternyata lebih besar dari $t_{tabel} = 2,0106$ atau $4,6686 > 2,0106$ untuk tingkat kesalahan 5%, maka dapat dinyatakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara atmosfer toko dengan kepuasan pelanggan.

1. Pendahuluan

Peta persaingan bisnis semakin meningkat tajam, preferensi dan perilaku pelanggan berubah serta teknologi informasi berkembang dengan cepat mendorong organisasi bisnis untuk lebih fokus menanggapi kepuasan pelanggan untuk menjamin pengembangan bisnis.Disamping kualitas produk dengan harga yang bersaing hal yang wajib mendapat perhatian bagi para pelaku

bisnis dalam mengembangkan dunia bisnisnya adalah dengan menciptakan atmosfer toko yang menyenangkan dan nyaman di dalam toko. Atmosfer toko yang menyenangkan dan nyaman akan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada waktu berkunjung ke sebuah toko, hal ini akan mempengaruhi pelanggan apakah dia akan berkunjung ulang atau tidak. Salah satu alasan mengapa makin banyak pusat belanja modern dibangun antara lain dikarenakan pelanggan tidak hanya mencari barang kebutuhannya. Menurut Christian F. Guswai (2009:161) Atmosfer toko atau yang dikenal dengan store ambience adalah segala sesuatu yang bisa dijangkau oleh indera pelanggan. Itu akan berarti segala sesuatu yang dapat pelanggan lihat, dengar, rasa dan cium.

Yang dapat pelanggan lihat dengan mata tentunya desain toko, penataan barang, kebersihan toko dan sebagainya. Hal yang dapat didengar oleh pelanggan meliputi musik yang diputar dan informasi dari announcement yang dilakukan oleh operator. Sesuatu yang dapat dirasakan oleh pelanggan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah apa yang bisa dirasakan lewat kulit pengunjung toko yaitu suhu udara toko atau kondisi air conditioner (AC ruangan). Segala sesuatu yang dapat dicium oleh pelanggan yang dimaksud adalah bau yang tercium di dalam ruangan.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu konsep yang telah lama di kenal dalam ilmu pemasaran. Di saat persaingan semakin ketat, produsen berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan menawarkan berbagai produknya, dampaknya konsumen memiliki banyak pilihan, kekuatan tawar-menawar konsumen semakin besar, yang mendorong setiap perusahaan harus menempatkan orientasinya pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utamanya. Produsen semakin yakin bahwa kunci sukses untuk memenangkan persaingan terletak pada kemampuannya memberikan total customer value yang dapat memuaskan pelanggan melalui penyampaian produk yang berkualitas dengan harga bersaing. Seorang pelanggan yang puas adalah pelanggan yang merasa mendapatkan value dari pemasok, produsen atau penyedia jasa. Value ini bisa berasal dari produk, pelayanan, sistem atau sesuatu yang bersifat emosi. Dalam konteks Consumer Behaviour, kepuasan lebih banyak didefinisikan dari perspektif pengalaman konsumen setelah mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Menurut Richard Oliver yang penulis kutip dari buku 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan karya Handy Irawan, 2002 : ‘ ‘ Kepuasan adalah respon pemenuhan dari konsumen. Kepuasan adalah hasil dari penilaian konsumen bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang’ ’.

Toko Buku Gramedia Matraman merupakan salah satu retail yang sangat memperhatikan betapa besar dan penting dari kepuasan para pelanggannya, karena hal itulah maka di ciptakan suatu atmosfer toko yang menyenangkan dan nyaman bagi para pelanggan. Saat ini tingkat kepuasan pelanggan di Toko Buku Gramedia Matraman adalah sebesar 83% yang di sumbangkan oleh berbagai aspek. Atmosfer toko yang selama ini sudah ada perlu dilakukan pengukuran untuk mengetahui respon dari para pelanggan.

1.1. Perumusan Masalah

Berdasarkan pengamatan penulis, maka permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana atmosfer toko di Toko Buku Gramedia Matraman saat ini.
2. Berapa besar hubungan atmosfer toko dengan kepuasan pelanggan di Toko Buku Gramedia Matraman.

1.2. Ruang Lingkup Masalah

Penelitian ini mempunyai ruang lingkup sebagai berikut :

Penelitian ini akan meneliti hubungan atmosfer toko (*store atmosphere*) yang meliputi dari 3 (tiga) dimensi dengan kepuasan pelanggan, yaitu :

- 1) Dimensi yang dapat di lihat : Desain interior toko , display produk , serta kebersihan toko.
- 2) Dimensi yang dapat di dengar : Musik yang dimainkan
- 3) Dimensi yang dapat dirasa : Suhu Udara atau *Air Conditioner (AC)*

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana atmosfer toko saat ini di Toko Buku Gramedia Matraman.
2. Untuk menguji seberapa besar hubungan atmosfer toko dengan kepuasan pelanggan di Toko Buku Gramedia Matraman.

Sedangkan manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Dengan melakukan penelitian ini diharapkan menambah pengetahuan penulis mengenai seberapa besar hubungan atmosfer toko dengan tingkat kepuasan pelanggan.
2. Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi manajemen pemasaran jasa dalam menciptakan atmosfer toko yang nyaman guna memenuhi kepuasan pelanggan.
3. Penelitian ini diharapkan berguna bagi penelitian selanjutnya atau yang akan datang sebagai bahan/sumber pengembangan penelitian tersebut.

2. TINJAUAN TEORITIS

2.1 Atmosfer Toko (*Store Atmosphere*)

Menurut Christian F. Guswai (2009:161) **Atmosfer toko** atau yang dikenal *store ambience* adalah segala sesuatu yang bisa dijangkau oleh indera pelanggan. Itu akan berarti segala sesuatu yang dapat pelanggan lihat, dengar, rasa dan cium. Yang dapat pelanggan lihat dengan mata tentunya desain toko, penataan barang, kebersihan toko dan sebagainya. Hal yang dapat didengar oleh pelanggan meliputi musik yang diputar dan informasi dari *announcement* yang dilakukan oleh operator. Sesuatu yang dapat dirasakan oleh pelanggan yang di maksud dalam penelitian ini adalah apa yang bisa dirasakan lewat kulit pengunjung toko yaitu suhu udara toko atau kondisi *air conditioner* (AC ruangan). Segala sesuatu yang dapat dicium oleh pelanggan yang dimaksud adalah bau yang tercium di dalam ruangan. Atmosfer toko mempunyai peranan yang sangat penting dalam mewujudkan terciptanya kepuasan pelanggan.

Ujang Sumarwan (2002:279) Lingkungan fisik toko dapat berbentuk lingkungan informasi dan lingkungan toko. Dimana lingkungan informasi yang dimaksud adalah segala bentuk informasi yang berhubungan dengan produk. Sedangkan lingkungan toko yang dimaksud adalah lokasi toko, *layout* atau penempatan barang, musik, display produk dan kesesakan.

Sopiah dan Syihabudhin (2008:148) menjelaskan bahwa suasana atau atmosfer di dalam toko merupakan salah satu dan berbagai unsur dalam *retail marketing mix*.

Toko kecil yang tertata rapi dan menarik akan lebih mengundang pembeli dibandingkan toko yang ditata biasa saja. Suasana yang dimaksud adalah dalam arti atmosfer dan ambience yang tercipta dari gabungan unsur-unsur sebagai berikut:

- a. Desain toko, pada intinya bertujuan memenuhi syarat fungsional sembari menyediakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan sehingga mendukung terjadinya transaksi.
- b. Perencanaan toko, mencakup:
 - 1) *Lay out* (tata letak), ada beberapa macam lay out yaitu tata letak lurus disebut *gridiron layout (grid layout)*, tata letak arus bebas (*free flow layout atau curving*

layout), layout butik (*boutique layout*), dan tata letak arus berpenurun (*guided shopper flows*).

2) Alokasi ruang yang terbagi kedalam beberapa jenis ruang dan area yaitu *selling space*, *merchandise space*, *customer space*, dan *personnel space*.

c. Komunikasi visual

Komunikasi peritel dengan pelanggannya tidaklah selalu dengan media massa, seperti suara di radio, tulisan dan gambar, majalah dan Koran, ataupun media suara dan gambar di televisi. Komunikasi bisa terjadi melalui gambaran visual ditoko milik peritel.

d. Penyajian *merchandise*

Penyajian *merchandise* berkenaan dengan teknik penyediaan barang-barang dalam toko untuk menciptakan situasi dan suasana tertentu. Penyajian *merchandise* seringkali dikaitkan dengan teknik *visual merchandising*. Kedua penyajian tersebut bertujuan memikat pelanggan dari segi penampilan, suara, dan aroma, bahkan rupa barang yang bisa disentuh konsumen.

Banyak dari pelanggan yang memutuskan datang ke suatu tempat dikarenakan lingkungannya yang enak, suasananya nyaman, dan berbagai alasan lain yang tidak ada hubungannya secara langsung dengan barang dan jasa yang mereka cari, namun mampu menyentuh pelanggan secara emosi. Emosi yang dimaksud diatas adalah perasaan puas dengan atmosfer toko yang menyenangkan.

Menurut Hendry Ma'ruf (2005:206-207) Suasana atau atmosfer dalam gerai merupakan salah satu dari berbagai unsur dalam *retail marketing mix*. Gerai kecil yang tertata rapi dan menarik akan lebih mengundang pembeli dibandingkan dengan gerai yang diatur biasa saja. Atmosfer dapat tercipta melalui aspek-aspek berikut ini :

- a. *Visual*, yang berkaitan dengan pandangan: warna, *brightness* (terang tidaknya), ukuran, bentuk.
- b. *Tactile*, yang berkaitan dengan sentuhan tangan atau kulit: *softness*, *smoothness*, temperature.
- c. *Olfactory*, yang berkaitan dengan bebauan/aroma: *scent*, *freshness*.
- d. *Aural*, yang berkaitan dengan suara: volume, *pitch*, tempo

Selain itu menurut C. Widya utami dalam bukunya *Manajemen Ritel* (2006: 239-241), bahwa **penciptaan suasana** (*atmospherics*) berarti desain lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, wangi-wangian untuk merancang respon emosional dan persepsi pelanggan dan untuk mempengaruhi pelanggan dalam membeli barang. Penciptaan suasana dapat dilakukan melalui berikut ini:

a. Komunikasi visual

Komunikasi visual terdiri atas grafik, papan tanda, efek panggung, baik di toko dan jendela toko membantu meningkatkan penjualan dengan memberikan informasi tentang produk dan menyarankan pembeli barang.

b. Pencahayaan

Pencahayaan toko bukan merupakan hal yang sederhana. Pencahayaan digunakan untuk memberikan sorotan (*highlight*) pada barang dagangan. Pencahayaan toko yang baik akan mempengaruhi keinginan pelanggan untuk berbelanja.

c. Warna

Penggunaan warna yang kreatif bisa meningkatkan kesan ritel dan membantu menciptakan suasana hati. Penelitian menunjukkan bahwa warna-warna hangat (merah dan kuning) menghasilkan efek psikologis dan fisiologis yang berlawanan dari warna-warna dingin (biru dan hijau), yang berlawanan pada spektrum warna. Warna hijau dan biru adalah warna

tenang, damai, dan menyenangkan. Warna-warna dingin paling efektif bagi ritel dalam menjual produk-produk dengan harga yang mahal atau jasa seperti yang ada pada ruangan dokter gigi.

d. Musik

2.2 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan bukanlah konsep baru, sampai saat ini kepuasan pelanggan masih merupakan konsep yang sangat relevan. Logika sederhana dari pelaku bisnis adalah apabila pelanggannya puas, pastilah akan terjadi sesuatu yang lebih baik untuk bisnis mereka di masa mendatang. Pelanggan yang puas adalah pelanggan yang akan berbagi kepuasan dengan produsen atau penyedia jasa. Bahkan pelanggan yang puas akan berbagi rasa dan pengalaman dengan pelanggan lain. Ini akan menjadi referensi bagi perusahaan yang bersangkutan. Oleh karena itu, baik pelanggan maupun produsen, akan sama-sama diuntungkan apabila kepuasan terjadi. Dengan melihat hubungan ini, jelaslah bahwa kepuasan pelanggan haruslah menjadi salah satu tujuan dari setiap perusahaan.

Handy Irawan (2002:1) mendefinisikan **kepuasan** sebagai persepsi terhadap produk atau jasa yang telah memenuhi harapannya. Karena itu, pelanggan tidak akan puas, apabila pelanggan mempunyai persepsi bahwa harapannya belum terpenuhi. Pelanggan akan merasa puas jika persepsinya sama atau lebih dari yang diharapkan.

Dari hal ini terlihat bahwa yang penting dalam kepuasan pelanggan adalah persepsi dan bukan aktual. Jadi, bisa terjadi bahwa secara aktual, suatu produk mempunyai potensi untuk memenuhi harapan pelanggan tetapi ternyata hasil dari persepsi pelanggan tidak sama dengan yang diinginkan oleh produsen. Kedua, kepuasan pelanggan sangat tergantung pada harapan pelanggan. Oleh karena itu, strategi kepuasan pelanggan haruslah didahului dengan pengetahuan yang detail dan akurat terhadap harapan pelanggan. Harapan pelanggan, kadang-kadang dapat dikontrol oleh perusahaan. Yang lebih sering, produsen tidak mampu mengontrol harapan pelanggan. Hal inilah yang membuat kepuasan pelanggan menjadi dinamis. Yang perlu dicatat, kepuasan pelanggan adalah hasil akumulasi dari konsumen atau pelanggan dalam menggunakan produk atau jasa. Oleh karena itu, setiap transaksi atau pengalaman baru, akan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Menurut Philip Kotler & Kevin Lane Keller (2008:138-139) bahwa **kepuasan** (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, maka pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, maka pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, maka pelanggan akan sangat puas atau senang.

Pelanggan yang merasa puas akan kembali membeli, dan mereka akan memberitahu yang lain tentang pengalaman baik mereka dengan produk tersebut. Kuncinya adalah menyesuaikan harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan. Perusahaan yang pintar bermaksud untuk memuaskan pelanggan dengan hanya menjanjikan apa yang dapat mereka berikan, kemudian memberikan lebih banyak yang mereka janjikan.

Fandy Tjiptono (2008:37) berpendapat bahwa konsekuensi kepuasan/kepuasan pelanggan sangat krusial bagi kalangan bisnis, pemerintah, dan konsumen. Bagi bisnis, kepuasan dipandang sebagai salah satu dimensi kinerja pasar. Peningkatan kepuasan pelanggan berpotensi mengarah pada pertumbuhan penjualan jangka panjang dan jangka pendek, serta pangsa pasar serta hasil pembelian ulang. Sementara itu, ketidakpuasan pelanggan memunculkan

sejumlah resiko, seperti boikot atau protes dari lembaga konsumen, intervensi pemerintah, reaksi pesaing, dan masuknya produk substitusi baru ke pasar. Ketidakpuasan pelanggan sesungguhnya dapat membantu perusahaan mengidentifikasi aspek-aspek yang menjadi kelemahan produk atau jasa yang tidak mampu memenuhi standar konsumen dan pemerintah. Modifikasi dapat dilakukan untuk memperbaiki kinerja produk dan jasa, sehingga masalah serupa tidak bakal terulang di masa datang. Bagi pemerintah, konsep kepuasan/ketidakpuasan pelanggan dapat membantu mereka dalam mengidentifikasi dan mengisolasi produk dan industri yang membutuhkan tindakan pemerintah dalam rangka meningkatkan kesejahteraan konsumen. Bagi konsumen, konsep kepuasan pelanggan bermanfaat dalam memberikan informasi lebih jelas tentang seberapa puas atau tidak puas konsumen lain terhadap produk atau jasa tertentu. Dengan informasi yang lebih berkualitas, konsumen diharapkan mampu membuat keputusan pembelian yang lebih 'bijaksana' dan mampu menghindari pengalaman buruk konsumen lainnya. Selain itu, konsumen juga diharapkan dapat benar-benar memahami posisinya, terutama dalam hal hak dan kewajiban konsumen, serta hak dan kewajiban pelaku usaha. Lebih rinci, manfaat-manfaat spesifik kepuasan pelanggan bagi perusahaan mencakup: dampak positif pada loyalitas pelanggan, berpotensi menjadi sumber pendapatan masa depan (terutama melalui pembelian ulang, *cross-selling*, *up-selling*), menekan biaya transaksi pelanggan di masa depan, rekomendasi *gethok tular* (*word of mouth*) positif, pelanggan cenderung lebih *respectif* terhadap *product-line extensions*, *brand extensions*, dan *new add-on services* yang ditawarkan perusahaan, meningkatnya *bargaining power* relative perusahaan terhadap jejaring pemasok, mitra bisnis, dan saluran distribusi.

2.3 Penelitian Sebelumnya

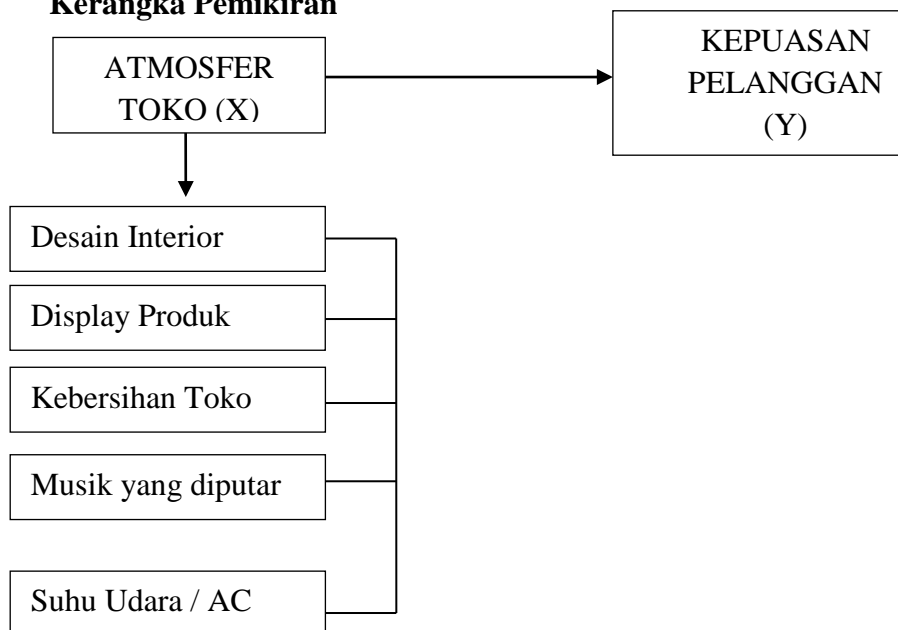
Intania, Yovita (2009) melakukan penelitian mengenai "*Pengaruh suasana lingkungan toko terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Buku Gramedia Taman Anggrek Jakarta*". Dalam penelitian tersebut diketahui bahwa variabel Atmosfer toko yang terdiri faktor sosial, faktor desain, dan faktor ambien secara parsial mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen.

2.4 Originalitas Penelitian

Pada penelitian sebelumnya variabel bebas atmosfer toko dihubungkan dengan keputusan pembelian konsumen sebagai variabel terikatnya. Selama ini belum ada penelitian yang membahas mengenai hubungan atmosfer toko sebagai variabel bebas dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat.

3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Kerangka Pemikiran



Toko Buku Gramedia secara keseluruhan merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang ritel yang sangat mepedulikan dan memperhatikan arti penting kepuasan pelanggan. Dalam hal ini penulis berusaha menggali sejauh mana faktor atmosfer toko mempunyai hubungan dengan kepuasan pelanggan di toko buku Gramedia Matraman.

3.2 Perumusan Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan tentatif mengenai parameter peubah acak. Kata hipotesis berasal dari gabungan dua kata, yaitu (1) *hipo* yang berarti tersembunyi, dan (2) *theses* yang berarti pernyataan. Hipotesis menurut asal katanya berarti pernyataan mengenai sesuatu yang tersembunyi, sesuatu yang tidak diketahui kebenarannya secara pasti Asep Saefuddin (2009:74). Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut diatas maka penulis mengajukan hipotesis bahwa “Terdapat hubungan yang positif antara atmosfer toko (*store atmosphere*) dengan kepuasan pelanggan di Toko Buku Gramedia Matraman”.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2006:72), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini populasi yaitu seluruh konsumen akhir (*end users*), dalam hal ini yang pernah berkunjung dan membeli produk di Toko Buku Gramedia Matraman.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (77), sample adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam pemilihan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *Probability Sampling*, adalah teknik pengambilan

sampel yang memberi peluang / kesempatanyang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

3.4 Metode Penentuan Sampel

Jumlah responden yang akan dijadikan sampel dalam penelitian ini ditetapkan berjumlah 50 responden, dengan penetapan ukuran sampel secara *random* (acak).

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sampel aksidental*. Menurut Sugiyono (2006:77), sampel aksidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang ditemui itu cocok sebagai sumber data yaitu yang pernah berkunjung dan membeli produk di Toko Buku Gramedia Matraman.

3.5 Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang berbentuk angka dari hasil pengisian kuesioner. Sedangkan sumber data adalah data primer, yaitu data yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang menjadi sampel penelitian yaitu konsumen atau pelanggan di Toko Buku Gramedia Matraman, Jakarta. Data primer berbeda dengan data sekunder, data sekunder adalah data yang telah tersedia (Sugiyono, 2006: 19).

3.6 Definisi Operasional

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	Sumber data
Atmosfer Toko (X)	1. Yang dapat dilihat	1. Desain Toko 2. Display Produk 3. Kebersihan Toko	Likert	Ordinal	Kuisisioner
	2. Yang dapat didengar 3. Yang dapat dirasa	4. Musik 5. Suhu Udara			
Kepuasan Pelanggan (Y)	1. Kesesuaian antara harapan dan kenyataan	1. Persepsi Pelanggan 2. Harapan Pelanggan 3. Kenyataan yang diterima Pelanggan 4. Kesan Baik Pelanggan	Likert	Ordinal	Kuisisioner

3.6.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian pengujian hipotesis. Penelitian pengujian hipotesis adalah penelitian yang umumnya menjelaskan karakteristik hubungan-

hubungan tertentu atau perbedaan-perbedaan antar kelompok atau independensi dari dua faktor atau lebih dalam satu situasi (Sekaran,2004).

3.6.2 Variabel dan Pengukuran

Variabel dibedakan menjadi dua yaitu :

a. Variabel bebas

Variabel bebas ialah variabel yang di perkirakan menjadi penyebab munculnya atau berubahnya variabel terikat. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah Atmosfer toko (X).

b. Variabel terikat.

Variabel terikat adalah variabel yang terjadi atau muncul atau berubah karena mendapatkan pengaruh atau disebabkan oleh variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah Kepuasan pelanggan (Y).

Atmosfer Toko (*Store Atmosphere*)

Atmosfer Toko (*Store Atmosphere*) diukur dengan tiga dimensi, yaitu: Dimensi yang dapat dilihat, yang dapat didengar dan yang dapat dirasa.

Dimensi yang dapat dilihat diukur dengan 3 item pernyataan. Semua item tersebut menggunakan 5 poin skala persetujuan, dimana 5 = sangat setuju dan 1 = sangat tidak setuju. Pernyataan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Desain interior toko buku Gramedia Matraman menarik
2. Display produk Toko buku Gramedia Matraman tertata rapi dan menarik
3. Kebersihan lingkungan toko terjaga

Dimensi yang dapat didengar diukur dengan 1 item pernyataan, dengan menggunakan 5 poin skala persetujuan, dimana 5 = sangat setuju dan 1 = sangat tidak setuju. Pernyataan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Musik yang dimainkan enak di dengarkan

Dimensi yang dapat dirasa diukur dengan 1 item pernyataan, dengan menggunakan 5 poin skala persetujuan, dimana 5 = sangat setuju dan 1 = sangat tidak setuju. Pernyataan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Penyejuk udara (AC) di toko ini cukup dingin dan nyaman

Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*)

Kepuasan konsumen (*Customer Satisfaction*) diukur dengan 4 item pernyataan. Semua item tersebut menggunakan 5 poin skala persetujuan, dimana 5 = sangat setuju dan 1 = sangat tidak setuju. Pernyataan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Gramedia Matraman menjadi toko buku favorit saya
2. Secara umum saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Gramedia Matraman
3. Saya merasa nyaman ketika berada di lingkungan Gramedia Matraman
4. Petugas di toko buku Gramedia Matraman selalu melayani dengan maksimal

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini konsumen sebuah perusahaan jasa yang bergerak dalam bidang ritel buku dijadikan sebagai responden. Sebanyak 50 orang konsumen dipilih sebagai responden. Kuesioner disebarkan dengan cara mendatangi konsumen yang sedang berbelanja di Toko Buku Gramedia Matraman.

Pengumpulan data, dilakukan dengan menggunakan dua cara yaitu:

- a. Penelitian langsung (*field research*), yaitu dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen yang ada di Toko Buku Gramedia Matraman Jakarta. Urut-urutan pelaksanaannya adalah sebagai berikut:
 - (1) Berbicara dengan calon responden untuk menjadi responden
 - (2) Meminta responden mengisi kuesioner secara langsung, yaitu kepada mereka yang bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner dan menanyai hal-hal yang sesuai dengan isi kuesioner.
- b. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*), yaitu studi kepustakaan untuk mengumpulkan data melalui buku-buku, jurnal, majalah dan literatur-literatur lainnya yang terkait dengan pokok permasalahan

3.8 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang dipakai adalah sebagai berikut :

1. Analisis Korelasi Sederhana

Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan atau korelasi antara atmosfer toko dengan kepuasan pelanggan. Untuk menghitung analisis ini maka digunakan rumus koefisien korelasi Pearson (*Pearson's product moment coefficient of correlation*) yaitu sebagai berikut :

$$r = \frac{n \sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{\sqrt{n \sum X^2 - (\sum X)^2} \times \sqrt{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Keterangan :

r = Koefisien Korelasi Pearson

X = Skor variabel bebas

Y = Skor variabel terikat

n = Ukuran Sampel

Koefisien korelasi ialah suatu nilai untuk mengukur kuatnya hubungan antara X dan Y (J. Supranto, 2006 :212) adapun kriteria besarnya nilai r adalah sebagai berikut :

1. < 0.5 hubungan lemah
2. $0.5 < 0.75$ hubungan sedang atau cukup kuat
3. $0.75 < 0.90$ hubungan kuat
4. $0.90 < 1$ hubungan sangat kuat

2. Analisis Koefisien Determinan (KD)

Untuk mengetahui seberapa erat hubungan variabel X terhadap Y, digunakan rumus koefisien determinasi (R^2) dengan cara "mengkuadratkan nilai koefisien korelasi (r) yang telah dihitung". Rumus yang digunakan adalah :

$$KD = r^2 \times 100 \%$$

Keterangan :

KD = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

3. Mencari Persamaan Regresi (Metode *Least Square*)

Untuk menguji hipotesis statistik penelitian terlebih dahulu dicari uji persamaan regresi. Adapun persamaan regresinya adalah $Y = a + bX$, dimana koefisien regresi b dan konstanta a dapat dicari dengan rumus :

$$b = \frac{n \cdot \sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

sedangkan
$$a = \frac{\sum Y - b(\sum X)}{n}$$

4. Uji Keberanian Koefisien Korelasi (Uji-t).

Untuk mengetahui apakah koefisien korelasi r yang diperoleh signifikan atau tidak, dilakukan pengujian dengan menggunakan analisa uji “t” atau t_{hitung} yang dikonsultasikan dengan t_{tabel} . Dari hasil perbandingan t_{hitung} dengan t_{tabel} dapat disimpulkan bahwa :

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ (Terima H_0 , Tolak H_a)

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ (Tolak H_0 , Terima H_a)

Kriteria : jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka tolak H_0 , terima H_a artinya korelasi berarti.

Hipotesis statistik :

$H_0 = r = 0$; ditolak, yang menyatakan bahwa tidak ada hubungan antara atmosfer toko dengan kepuasan pelanggan.

$H_a = r \neq 0$; diterima, yang menyatakan bahwa ada hubungan antara atmosfer toko dengan kepuasan pelanggan.

Adapun perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$t_{tabel} = t_{\alpha/2} (n-2)$$

3.9 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Toko Buku Gramedia Matraman, Jakarta. Waktu pelaksanaan penelitian sekitar 2 (dua) bulan yang dilakukan pada bulan Januari sampai dengan Februari 2012.

4. PEMBAHASAN

4.1 Obyek Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi obyek penelitian adalah atmosfer toko dan kepuasan pelanggan di Toko Buku Gramedia Matraman yang terletak di Jl.Raya Matraman No. 46-50 Jakarta Timur.

4.2 Sejarah Singkat Perusahaan

Toko Buku Gramedia Matraman berlokasi di Jl. Raya Matraman No. 46-50 Jakarta Timur. Di usianya yang ke 25 tahun, Toko Buku Gramedia Matraman saat ini merupakan toko buku terbesar di Asia Tenggara. Toko buku ini memiliki luas 7.097 m² terdiri dari 4 lantai area jual, memiliki 130.379 judul buku lokal dan *import*, serta didukung oleh 497 orang karyawan. Selain buku bacaan, Toko Buku Gramedia Matraman juga mendukung sarana penunjang pendidikan lainnya.

Sejak didirikan pertama kali tahun 1986, Toko Buku Gramedia Matraman telah mengalami beberapa peristiwa. Berikut ini adalah peristiwa – peristiwa yang menjadi catatan penting sejarah perjalanan Toko Buku Gramedia Matraman:

1. 01 Oktober 1986, *Soft Opening* Toko Buku Gramedia Matraman
2. 17 Oktober 1986, *Grand Opening* Toko Buku Gramedia Matraman yang diresmikan oleh Gubernur DKI Jakarta, saat itu Bpk. R. Suprpto.
3. 14 Mei 1998, Toko Buku Gramedia Matraman menjadi salah satu korban penjarahan dalam peristiwa kerusuhan Mei 1998
4. 15 Juni 1998, Toko Buku Gramedia Matraman kembali beroperasi setelah ditutup selama 1 bulan akibat penjarahan.
5. Tahun 1999, Toko Buku Gramedia Matraman, yang awalnya hanya memiliki 2 lantai area jual, ditingkatkan menjadi 3 lantai.
6. Mei 2007, Toko Buku Gramedia Matraman, mengalami renovasi total, kini tampil dengan lebih modern dan luas dengan 4 lantai area jual.
7. 28 Desember 2007, *Grand Opening* Toko Buku Gramedia Matraman yang diresmikan oleh Bpk. Presiden RI Susilo Bambang Yudhoyono.

4.3 Struktur Organisasi dan *Job Description*

4.3.1. *Job Description* Toko Buku Gramedia Matraman

Job Description jabatan pada Toko Buku Gramedia Matraman dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Kepala Toko

Kepala Toko bertanggung jawab untuk ikut serta menjalankan visi dan misi Toko Buku Gramedia Matraman, serta merencanakan, mengevaluasi dan mengambil kebijakan dengan tetap mengacu pada aturan perusahaan terhadap seluruh kegiatan operasional di Toko Buku Gramedia Matraman. Juga bertanggung jawab atas terlaksananya kebijakan – kebijakan perusahaan dan sistem manajemen mutu pada kantor cabang.

2. *Supervisor* RT

Membantu PSDM Pusat dan Kepala Toko untuk mengelola SDM di Toko Buku Gramedia Matraman

3. *Supervisor* Penjualan

Membantu Kepala Toko dalam operasional penjualan dan membawahi tenaga operasional di bagian penjualan.

4. *Supervisor* Administrasi

Mengelola dan mengawasi pelaksanaan pengendalian internal dan berjalannya prosedur – prosedur yang ada di Toko Buku Gramedia Matraman, bertanggung jawab terhadap proses keuangan dan laporan – laporan yang harus dikirim ke kantor pusat. Membantu staf administrasi, kasir besar dan kasir toko.

5. Bagian Pembelian

Bertanggung jawab dalam hal pengadaan barang dagangan dan pengelolaan persediaan yang ada di Toko Buku Gramedia Matraman

6. Bagian EDP

Bertanggung jawab terhadap keakuratan dan pengolahan data yang ada di Toko Buku Gramedia Matraman

7. Bagian Gudang

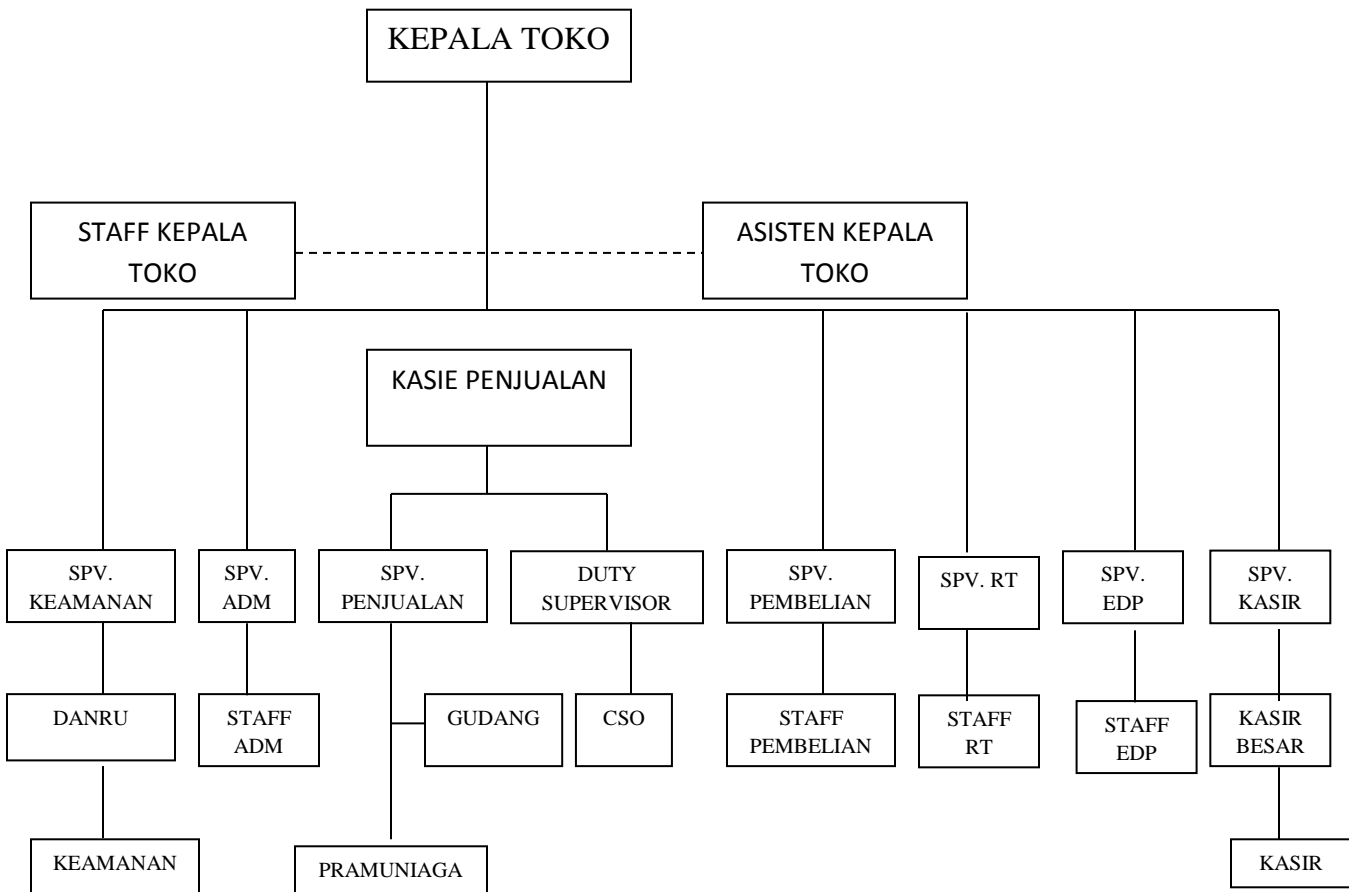
Bertanggung jawab terhadap Penerimaan dan Retur buku yang ada di Toko Buku Gramedia Matraman

8. Supervisor Keamanan

Bertanggung jawab terhadap kondisi keamanan di lingkungan Toko Buku Gramedia Matraman

4.3.2. Struktur Organisasi Toko Buku Gramedia Matraman

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Toko Buku Gramedia Matraman



Keterangan :

—————	= garis komando
-----	= garis koordinasi
SPV	= Supervisor
ADM	= Administrasi
RT	= Rumah Tangga
EDP	= Entry Data Process
DANRU	= Komandan Regu
CSO	= Customer Service Operational

Sumber : Arsip TB. Gramedia Matraman

4.4 Penyajian Data

Penyajian data dimaksudkan untuk mempermudah dalam melakukan analisis dan pembahasan secara mendetail. Data yang disajikan adalah data yang telah dikumpulkan Penulis, baik melalui teknik dokumentasi maupun dengan teknik kuesioner.

Data yang dikumpulkan Penulis melalui teknik dokumentasi menjabarkan mengenai kondisi perusahaan. Sedangkan teknik kuesioner dilakukan penulis untuk memperoleh data mengenai atmosfer toko dan kepuasan pelanggan, dengan cara membagikan angket/kuesioner kepada pelanggan Toko Buku Gramedia Matraman sebanyak 50 responden. Kuesioner tersebut terdiri dari 2 bagian yaitu kuesioner tentang atmosfer toko dan kepuasan pelanggan. Untuk kuesioner tentang atmosfer toko terdiri dari 5 pertanyaan sedangkan untuk kuesioner kepuasan pelanggan terdiri dari 4 pertanyaan yang dilengkapi dengan 5 pilihan jawaban, yaitu sangat setuju, setuju, cukup setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Setelah melakukan pengolahan atas angket atau kuesioner yang disebarkan kepada responden, maka diperoleh komposisi dan kelayakan responden sebagai sample.

Untuk mengetahui pengaruh dan mengetahui tingkat hubungan dari atmosfer toko terhadap kepuasan pelanggan di Toko Buku Gramedia Matraman, maka perlu dilakukan analisis seberapa jauh hubungan antara variabel atmosfer toko dengan kepuasan pelanggan. Untuk menentukan kriteria penilaian jawaban, berikut ini ditampilkan tabel skoring kriteria jawaban kuesioner yang diberikan oleh responden.

Tabel 4.1
Kriteria Penilaian Jawaban

No	Jumlah Nilai Jawaban/Skor	Kriteria Penilaian
1	201-250	Sangat baik
2	151-200	Baik
3	101-150	Cukup baik
4	51-100	Tidak baik
5	50	Sangat tidak baik

Sumber : Data yang diolah penulis

4.4.1. Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini, responden yang diteliti meliputi pelanggan Toko Buku Gramedia Matraman yang terbagi menjadi beberapa hal yaitu :

1. Berdasarkan jenis kelamin

2. Berdasarkan umur
3. Berdasarkan tingkat pendidikan
4. Berdasarkan pekerjaan
5. Berdasarkan jumlah pengeluaran

Untuk mengetahui lebih jelas, berikut ini ditampilkan tabel mengenai penggolongan dan jumlah responden yang diteliti, yaitu :

Tabel 4.2
Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Penggolongan Pelanggan	Jumlah	Prosentase
1	Laki-laki	24	48 %
2	Perempuan	26	52 %
	TOTAL	50	100%

Sumber : Data Olahan Penulis

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah pelanggan ditinjau berdasarkan jenis kelamin pelanggan adalah laki-laki sebesar 48 %, dan perempuan sebesar 52 %.

Tabel 4.3
Responden Penelitian Berdasarkan Umur

No.	Penggolongan Pelanggan	Jumlah	Prosentase
1	<15 tahun	1	2 %
2	16 – 25 tahun	34	68 %
3	26 – 35 tahun	6	12 %
4	36 – 45 tahun	4	8%
5	> 46 tahun	5	10 %
	TOTAL	50	100%

Sumber : Data Olahan Penulis

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah pelanggan ditinjau dari umur adalah <15 tahun sebesar 2 %, umur 16 – 25 tahun sebesar 68 %, umur 26 – 35 tahun sebesar 12 % , umur 36 – 45 tahun sebesar 8 % dan umur > 46 tahun sebesar 10%.

Tabel 4.4
Responden Penelitian Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No.	Penggolongan Pelanggan	Jumlah	Prosentase
1	SMA	28	56 %
2	Akademik / Diploma	9	18 %
3	Strata 1	7	14 %

4	Strata 2	4	8 %
5	Lainnya	2	4 %
	TOTAL	50	100%

Sumber : Data Olahan Penulis

Berdasarkan tabel di atas jumlah pelanggan berdasarkan pendidikan adalah SMA sebesar 56 %, Akademik / Diploma sebesar 18 %, Strata 1 sebesar 14 %, Strata 2 sebesar 8 % dan yang menjawab lainnya sebesar 4 %.

Tabel 4.5
Responden Penelitian Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah	Prosentase
1	Mahasiswa	7	14 %
2	Pegawai Negeri	3	6 %
3	Karyawan Swasta	33	66 %
4	Wiraswasta	3	6 %
5	Professional	3	6 %
6	Lainnya	1	2%
	TOTAL	50	100%

Sumber : Data Olahan Penulis

Berdasarkan tabel di atas jumlah pelanggan berdasarkan pekerjaan adalah Mahasiswa sebesar 14 %, Pegawai Negeri sebesar 6 %, Karyawan Swasta sebesar 66 %, Wiraswasta sebesar 6 % ,Profersional sebesar 6% dan yang menjawab lainnya sebesar 2 %.

Tabel 4.6
Responden Penelitian Berdasarkan Jumlah Pengeluaran

No.	Penggolongan Pelanggan	Jumlah	Prosentase
1	< Rp 4 Juta	40	80 %
2	Rp 4 Juta – Rp 6 Juta	3	6 %
3	Rp 6 Juta – Rp 8 Juta	2	4 %
4	Rp 8 Juta – Rp 10 Juta	2	4 %
5	>Rp 10 Juta	3	6 %
	TOTAL	50	100%

Sumber : Data Olahan Penulis

Berdasarkan tabel di atas jumlah pelanggan berdasarkan jumlah pengeluaran adalah < Rp 4 Juta sebesar 80 %, pengeluaran Rp 4 Juta – Rp 6 Juta sebesar 6 %, pengeluaran Rp 6 Juta – Rp 8 Juta sebesar 4 %, pengeluaran Rp 8 Juta – Rp 10 Juta sebesar 4 % dan pengeluaran >Rp 10 Juta sebesar 6 %.

4.4.2. Penilaian Responden Terhadap Variabel Atmosfer Toko (X)

Atmosfer toko adalah segala sesuatu yang bisa dijangkau oleh indera pelanggan. Itu akan berarti segala sesuatu yang dapat pelanggan lihat, dengar, rasa dan cium.

Indikator-indikator yang digunakan dalam mengukur atmosfer toko harus dapat mewakili dari definisi atmosfer toko seperti tersebut diatas.

Pada tabel–tabel berikut ini disajikan penilaian responden mengenai pertanyaan–pertanyaan yang diajukan penulis.

Tabel 4.7
Penilaian responden terhadap Desain Interior toko yang menarik

No	Jawaban Responden	Jumlah	Prosentase	Skor
1	Sangat setuju	19	38%	19 x 5 = 95
2	Setuju	26	52 %	26 x 4 = 104
3	Netral	5	10 %	5 x 3 = 15
4	Tidak setuju	-	-	-
5	Sangat tidak setuju	-	-	-
	TOTAL	50	100 %	214

Sumber : Data yang diolah penulis

Dapat diketahui dari tabel 4.7 bahwa dari 50 responden yang memberikan tanggapan mengenai Desain Interior toko yang menarik, sebanyak 19 responden menyatakan sangat setuju atau sebesar 38 %, sebanyak 26 responden menyatakan setuju atau sebesar 52 %, sebanyak 5 responden menyatakan netral atau sebesar 10 %, responden yang menyatakan tidak setuju tidak ada atau sebesar 0 %, dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada atau sebesar 0 %. Total skor adalah 214 yang berarti sangat baik.

Tabel 4.8
Penilaian responden terhadap display produk tertata rapi dan menarik

No	Jawaban Responden	Jumlah	Prosentase	Skor
1	Sangat setuju	26	52%	26 x 5 = 130
2	Setuju	16	32%	16 x 4 = 64
3	Netral	8	16%	8 x 3 = 24
4	Tidak setuju			-
5	Sangat tidak setuju			-
	TOTAL	50	100%	218

Sumber : Data yang diolah penulis

Dapat diketahui dari tabel 4.8 bahwa dari 50 responden yang memberikan tanggapan mengenai display produk tertata rapi dan menarik, sebanyak 26 responden menyatakan sangat setuju atau sebesar 52 %, sebanyak 16 responden menyatakan setuju atau sebesar 32 %, sebanyak 8 responden menyatakan netral atau sebesar 16 %, responden yang menyatakan tidak

setuju tidak ada atau sebesar 0 %, dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada atau sebesar 0 %. Total skor adalah 218 yang berarti sangat baik.

Tabel 4.9

Penilaian responden terhadap kebersihan lingkungan toko yang terjaga

No	Jawaban Responden	Jumlah	Prosentase	Skor
1	Sangat setuju	23	46%	$23 \times 5 = 115$
2	Setuju	20	40%	$20 \times 4 = 80$
3	Netral	7	14%	$7 \times 3 = 21$
4	Tidak setuju			-
5	Sangat tidak setuju			-
	TOTAL	50	100%	216

Sumber : Data yang diolah penulis

Dapat diketahui dari tabel 4.9 bahwa dari 50 responden yang memberikan tanggapan mengenai kebersihan lingkungan toko yang terjaga, sebanyak 23 responden menyatakan sangat setuju atau sebesar 46 %, sebanyak 20 responden menyatakan setuju atau sebesar 40 %, sebanyak 7 responden menyatakan netral atau sebesar 14 %, responden yang menyatakan tidak setuju tidak ada atau sebesar 0 %, dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada atau sebesar 0 %. Total skor adalah 216 yang berarti sangat baik.

Tabel 4.10

Penilaian responden terhadap penyejuk ruangan dingin dan nyaman

No	Jawaban Responden	Jumlah	Prosentase	Skor
1	Sangat setuju	15	30%	$15 \times 5 = 75$
2	Setuju	20	40%	$20 \times 4 = 80$
3	Netral	9	18%	$9 \times 3 = 27$
4	Tidak setuju	4	8%	$4 \times 2 = 8$
5	Sangat tidak setuju	2	4%	$2 \times 1 = 2$
	TOTAL	50	100%	192

Sumber : Data yang diolah penulis

Dapat diketahui dari tabel 4.10 bahwa dari 50 responden yang memberikan tanggapan mengenai penyejuk ruangan dingin dan nyaman, sebanyak 15 responden menyatakan sangat setuju atau sebesar 30 %, sebanyak 20 responden menyatakan setuju atau sebesar 40 %,

sebanyak 9 responden menyatakan netral atau sebesar 18 %, responden yang menyatakan tidak setuju 4 atau sebesar 8 %, dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju 2 atau sebesar 4 %. Total skor adalah 192 yang berarti baik.

Tabel 4.11
Penilaian responden terhadap musik yang dimainkan

No	Jawaban Responden	Jumlah	Prosentase	Skor
1	Sangat setuju	20	40%	20 x 5 = 100
2	Setuju	15	30%	15 x 4 = 60
3	Netral	12	24%	12 x 3 = 36
4	Tidak setuju	3	6%	3 x 2 = 6
5	Sangat tidak setuju	-	-	-
	TOTAL	50	100%	202

Sumber : Data yang diolah penulis

Dapat diketahui dari tabel 4.11 bahwa dari 50 responden yang memberikan tanggapan mengenai musik yang dimainkan, sebanyak 20 responden menyatakan sangat setuju atau sebesar 40 %, sebanyak 15 responden menyatakan setuju atau sebesar 30 %, sebanyak 12 responden menyatakan netral atau sebesar 24 %, responden yang menyatakan tidak setuju 3 atau sebesar 6 %, dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada atau sebesar 0 %. Total skor adalah 202 yang berarti sangat baik.

Berikut ini ditampilkan rekap tabulasi hasil penilaian responden terhadap variabel atmosfer toko (X) :

Tabel 4.12
Tabulasi Jawaban Responden Variabel atmosfer toko (X)

No.Responden	No. Item					Jumlah
	1	2	3	4	5	
1	3	4	4	4	3	18
2	4	4	5	5	3	21
3	5	5	5	5	5	25
4	4	3	4	5	4	20
5	4	5	5	4	4	22
6	4	4	4	4	4	20
7	4	5	4	4	5	22
8	3	3	3	3	3	15
9	4	5	4	4	4	21

10	4	4	4	4	4	20
11	4	4	4	4	3	19
12	4	4	3	3	3	17
13	3	3	3	3	3	15
14	3	3	3	2	2	13
15	4	5	5	3	4	21
16	4	3	4	5	5	21
17	5	5	5	5	5	25
18	4	3	4	4	3	18
19	4	4	4	4	3	19
20	4	4	3	3	3	17
21	3	4	3	3	2	15
22	4	5	4	3	5	21
23	5	5	5	5	5	25
24	4	4	4	4	4	20
25	5	5	5	5	5	25
26	4	3	4	2	3	16
27	5	5	5	5	5	25
28	4	5	4	4	3	20
29	5	5	5	5	5	25
30	5	5	5	4	5	24
31	4	4	3	3	4	18
32	4	4	4	4	5	21
33	4	4	4	4	4	20
34	5	5	5	1	2	18
35	5	5	5	1	5	21
36	4	5	5	2	4	20
37	5	5	5	3	3	21
38	5	5	5	4	5	24
39	5	5	5	4	4	23
40	5	5	5	5	5	25
41	4	4	4	4	4	20
42	4	3	4	4	4	19
43	4	4	4	4	4	20
44	5	5	5	5	5	25
45	5	5	5	5	5	25
46	5	5	5	5	5	25
47	4	4	5	5	5	23
48	5	5	5	4	5	24

49	5	5	4	2	4	20
50	5	5	5	5	5	25
Jumlah						1042

Sumber : Data yang diolah penulis

4.4.3. Penilaian Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Kepuasan pelanggan memegang peranan penting dalam suatu usaha bisnis. Oleh karena itu kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang harus diutamakan dalam mengambil kebijakan. Karena jika pelanggan puas maka akan menguntungkan perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung. Indikator-indikator yang digunakan dalam mengukur tingkat kepuasan pelanggan, harus dapat mewakili harapan dan keinginan pelanggan, sehingga perusahaan dapat memperbaiki kekurangan dan kelemahan yang ada ke arah yang lebih baik. Pada tabel-tabel berikut ini disajikan penilaian responden dari pertanyaan – pertanyaan yang diajukan penulis.

Tabel 4.13

Penilaian responden terhadap pernyataan Gramedia Matraman menjadi toko buku favorit saya

No	Jawaban Responden	Jumlah	Prosentase	Skor
1	Sangat setuju	27	54%	$27 \times 5 = 135$
2	Setuju	16	32%	$16 \times 4 = 64$
3	Netral	7	14%	$7 \times 3 = 21$
4	Tidak setuju			
5	Sangat tidak setuju			
	TOTAL	50	100%	220

Sumber :
diolah

Data yang
penulis

Dapat diketahui dari tabel 4.13 bahwa dari 50 responden yang memberikan tanggapan mengenai pernyataan Gramedia Matraman menjadi toko buku favorit saya, sebanyak 27 responden menyatakan sangat setuju atau sebesar 54%, sebanyak 16 responden menyatakan setuju atau sebesar 32%, sebanyak 7 responden menyatakan netral atau sebesar 14%, dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada atau sebesar 0 %. Total skor adalah 220 yang berarti sangat baik.

Tabel 4.14

Penilaian responden terhadap pernyataan secara umum puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Gramedia Matraman

No	Jawaban Responden	Jumlah	Prosentase	Skor
1	Sangat setuju	21	42%	$21 \times 5 = 105$
2	Setuju	27	54%	$27 \times 4 = 108$

3	Netral	2	4%	$2 \times 3 = 6$
4	Tidak setuju			
5	Sangat tidak setuju			
	TOTAL	50	100%	219

Sumber : Data yang diolah penulis

Dapat diketahui dari tabel 4.14 bahwa dari 50 responden yang memberikan tanggapan mengenai pernyataan secara umum puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Gramedia Matraman, sebanyak 21 responden menyatakan sangat setuju atau sebesar 42%, sebanyak 27 responden menyatakan setuju atau sebesar 54%, sebanyak 2 responden menyatakan netral atau sebesar 4%, dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada atau sebesar 0%. Total skor adalah 219 yang berarti sangat baik.

Tabel 4.15

Penilaian responden terhadap pernyataan merasa nyaman ketika berada di lingkungan Gramedia Matraman

No	Jawaban Responden	Jumlah	Prosentase	Skor
1	Sangat setuju	20	40%	$20 \times 5 = 100$
2	Setuju	23	46%	$23 \times 4 = 92$
3	Netral	7	14%	$7 \times 3 = 21$
4	Tidak setuju			
5	Sangat tidak setuju			
	TOTAL	50	100%	213

Sumber :
diolah

Data yang
penulis

Dapat diketahui dari tabel 4.15 bahwa dari 50 responden yang memberikan tanggapan mengenai pernyataan merasa nyaman ketika berada di lingkungan Gramedia Matraman, sebanyak 20 responden menyatakan sangat setuju atau sebesar 40%, sebanyak 23 responden menyatakan setuju atau sebesar 46%, sebanyak 7 responden menyatakan netral atau sebesar 14%, dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada atau sebesar 0%. Total skor adalah 213 yang berarti sangat baik.

Tabel 4.16

Penilaian responden terhadap pernyataan petugas di toko buku Gramedia Matraman selalu melayani dengan maksimal

No	Jawaban Responden	Jumlah	Prosentase	Skor
----	-------------------	--------	------------	------

1	Sangat setuju	28	56%	28 x 5 = 140
2	Setuju	17	34%	17 x 4 = 68
3	Netral	5	10%	5 x 3 = 15
4	Tidak setuju			
5	Sangat tidak setuju			
	TOTAL	50	100%	223

Sumber : Data yang diolah penulis

Dapat diketahui dari tabel 4.16 bahwa dari 50 responden yang memberikan tanggapan mengenai pernyataan secara petugas di toko buku Gramedia Matraman selalu melayani dengan maksimal, sebanyak 28 responden menyatakan sangat setuju atau sebesar 56%, sebanyak 17 responden menyatakan setuju atau sebesar 34%, sebanyak 5 responden menyatakan netral atau sebesar 10%, dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada atau sebesar 0%. Total skor adalah 223 yang berarti sangat baik.

Berikut ini ditampilkan rekap tabulasi hasil penilaian responden terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) :

Tabel 4.17
Tabulasi Jawaban Responden Variabel kepuasan pelanggan (Y)

No.Responden	No. Item				Jumlah
	1	2	3	4	
1	5	4	3	3	15
2	4	4	5	5	18
3	3	4	4	4	15
4	4	5	5	4	18
5	4	4	5	5	18
6	4	4	4	4	16
7	5	4	5	4	18
8	4	4	3	3	14
9	4	4	4	5	17
10	5	4	4	4	17
11	5	4	4	4	17
12	3	4	3	4	14
13	3	3	3	3	12
14	5	5	5	5	20
15	4	4	4	5	17
16	3	4	4	5	16
17	5	5	5	5	20
18	5	4	5	4	18
19	4	5	4	4	17
20	4	5	5	5	19
21	3	4	4	3	14

22	4	5	5	5	19
23	5	5	5	5	20
24	4	5	5	4	18
25	5	5	4	5	19
26	4	4	4	4	16
27	5	5	4	5	19
28	3	4	3	5	15
29	5	5	5	5	20
30	5	4	4	4	17
31	4	4	3	3	14
32	4	4	4	4	16
33	5	5	4	5	19
34	5	5	4	5	19
35	5	5	5	5	20
36	5	5	4	5	19
37	5	5	5	5	20
38	5	5	5	5	20
39	4	4	4	5	17
40	5	5	5	5	20
41	4	3	4	4	15
42	3	4	3	4	14
43	5	4	4	4	17
44	5	5	5	5	20
45	5	4	5	5	19
46	5	5	5	5	20
47	5	4	4	4	17
48	5	5	5	5	20
49	5	4	4	5	18
50	5	4	4	5	18
Jumlah					875

Sumber : Data yang diolah penulis

4.4.4. Hasil Perhitungan Variabel X dan Y

Setelah diketahui nilai masing-masing antara variabel X dan Y, maka berikut ini ditampilkan tabel hasil perhitungan antara variabel X dan Y :

Tabel 4.18
Hasil Perhitungan Variabel X dan Variabel Y

No.	Atmosfer Toko (X)	Kepuasan Pelanggan (Y)	X ²	Y ²	XY
1	18	15	324	225	270
2	21	18	441	324	378
3	25	15	625	225	375
4	20	18	400	324	360
5	22	18	484	324	396
6	20	16	400	256	320
7	22	18	484	324	396
8	15	14	225	196	210
9	21	17	441	289	357
10	20	17	400	289	340
11	19	17	361	289	323
12	17	14	289	196	238
13	15	12	225	144	180
14	13	20	169	400	260
15	21	17	441	289	357
16	21	16	441	256	336
17	25	20	625	400	500
18	18	18	324	324	324
19	19	17	361	289	323
20	17	19	289	361	323
21	15	14	225	196	210
22	21	19	441	361	399
23	25	20	625	400	500
24	20	18	400	324	360
25	25	19	625	361	475
26	16	16	256	256	256
27	25	19	625	361	475
28	20	15	400	225	300
29	25	20	625	400	500
30	24	17	576	289	408
31	18	14	324	196	252

32	21	16	441	256	336
33	20	19	400	361	380
34	18	19	324	361	342
35	21	20	441	400	420
36	20	19	400	361	380
37	21	20	441	400	420
38	24	20	576	400	480
39	23	17	529	289	391
40	25	20	625	400	500
41	20	15	400	225	300
42	19	14	361	196	266
43	20	17	400	289	340
44	25	20	625	400	500
45	25	19	625	361	475
46	25	20	625	400	500
47	23	17	529	289	391
48	24	20	576	400	480
49	20	18	400	324	360
50	25	18	625	324	450
	$\sum X =$ 1.042	$\sum Y =$ 875	$\sum X^2 =$ 22.214	$\sum Y^2 =$ 15.529	$\sum XY =$ 18.412

Sumber : Data yang diolah penulis

$$\begin{aligned}
 n &= 50 & \sum X^2 &= 22.214 & (\sum X)^2 &= 1.085.764 \\
 \sum X &= 1.042 & \sum Y^2 &= 15.529 & (\sum Y)^2 &= 765.625 \\
 \sum Y &= 875 & \sum XY &= 18.412 & &
 \end{aligned}$$

4.5 Analisis Data

Dalam melakukan analisis data, penulis menetapkan dua variabel yang terkait dengan objek penelitian. Atmosfer toko sebagai variabel X dan kepuasan pelanggan sebagai variabel Y yang datanya diambil dari hasil kuesioner yang diberikan kepada pelanggan Toko Buku Gramedia Matraman..

Hubungan atmosfer toko dengan kepuasan pelanggan dapat diketahui melalui analisis yang dilakukan antara lain menggunakan analisis korelasi sederhana, analisis koefisien determinan, mencari persamaan regresi dan uji hipotesis.

Analisis korelasi sederhana digunakan untuk mengetahui bagaimana hubungan antara kedua variabel yang terjadi apakah memiliki hubungan yang kuat atau lemah, dan hubungan yang positif atau negatif. Analisis koefisien determinan atau penentu dipakai untuk mengetahui besarnya nilai kontribusi yang diberikan oleh variabel yang satu terhadap variabel lainnya. Mencari persamaan regresi berguna untuk mengetahui seberapa besar hubungan atmosfer toko yang diberikan Toko Buku Gramedia Matraman berdampak pada kepuasan pelanggan. Uji t atau uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah hipotesis bahwa atmosfer toko pada Toko

Buku Gramedia Matraman mempunyai hubungan yang positif dengan kepuasan pelanggan dapat diterima atau ditolak.

Berdasarkan data yang telah disajikan diatas, maka selanjutnya penulis melakukan analisis terhadap data-data tersebut.

Berikut ini adalah analisis yang penulis lakukan :

1. Analisis Korelasi Sederhana

Analisis korelasi antara atmosfer toko dengan kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut :

$$r = \frac{n \sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{\sqrt{n \sum X^2 - (\sum X)^2} \times \sqrt{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

$$r = \frac{50 \times 18.814 - 1.042 \times 875}{\sqrt{50 \times 22.214 - (1.042)^2} \times \sqrt{50 \times 15.529 - (875)^2}}$$

$$r = \frac{920.600 - 911.750}{\sqrt{1.110.700 - 1.085.764} \times \sqrt{776.450 - 766.625}}$$

$$r = \frac{8.850}{\sqrt{24.936} \times \sqrt{9.825}}$$

$$r = \frac{8.850}{157,91 \times 99,21}$$

$$r = \frac{8.850}{15.652} \quad \mathbf{r = 0,5654}$$

Dari perhitungan tersebut di atas terlihat bahwa besarnya $r = 0,5654$ berarti hubungan antara atmosfer toko dengan kepuasan pelanggan adalah sedang atau cukup kuat dan positif.

2. Analisis Koefisien Determinan (KD)

Menghitung Koefisien Determinasi (KD) dengan cara mengkuadratkan koefisien yang ditemukan. Jadi Koefisien Determinasi yang ditemukan adalah :

$$\begin{aligned} \text{KD} &= r^2 \times 100 \% \\ &= (0,5654)^2 \times 100 \% \\ &= 0,319 \times 100 \% \\ &= \mathbf{31,9 \%} \end{aligned}$$

Atas perhitungan tersebut di atas, hubungan atmosfer toko dengan kepuasan pelanggan adalah sebesar 31,9% dari indeks kepuasan pelanggan di Toko Buku Gramedia Matraman sebesar 83%, sedangkan yang lainnya merupakan sumbangan faktor-faktor lain diluar atmosfer toko yang memberikan kepuasan kepada pelanggan .

3. Mencari Persamaan Regresi (Metode Least Square)

Untuk menguji hipotesis statistik penelitian terlebih dahulu dicari uji persamaan regresi. Adapun persamaan regresinya adalah $Y = a + bX$, dimana koefisien regresi b dan konstanta a dapat dicari dengan rumus :

$$b = \frac{n \cdot \sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{50 \times 18.412 - 1.042 \times 875}{50 \times 22.214 - (1.042)^2}$$

$$b = \frac{960.600 - 911.750}{1.110.700 - 1.085.764}$$

$$b = \frac{8.850}{24.936}$$

$$b = \mathbf{0,35}$$

sedangkan

$$a = \frac{\sum Y - b(\sum X)}{n}$$

$$a = \frac{875 - 0,35(1.042)}{50}$$

$$a = \frac{875 - 364,7}{50}$$

$$a = \frac{510,3}{50}$$

$$a = \mathbf{10,206}$$

Jadi persamaan regresinya yaitu : $Y = a + b X$, $Y = 10,206 + 0,35 X$

4. Uji Keberanian Koefisien Korelasi (Uji-t).

Untuk mengetahui apakah koefisien korelasi r yang diperoleh signifikan atau tidak, dilakukan pengujian dengan menggunakan analisis uji “t” atau t_{hitung} yang dikonsultasikan dengan t_{tabel} . Dari hasil perbandingan t_{hitung} dengan t_{tabel} dapat disimpulkan bahwa :

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ (Terima H_0 , Tolak H_a)

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ (Tolak H_0 , Terima H_a)

Kriteria : jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka tolak H_0 , terima H_a artinya korelasi berarti.

Hipotesis statistik :

$H_0 = r = 0$; ditolak, yang menyatakan bahwa tidak ada hubungan antara atmosfer toko dengan kepuasan pelanggan.

$H_a = r \neq 0$; diterima, yang menyatakan bahwa ada hubungan antara atmosfer toko dengan kepuasan pelanggan.

Adapun perhitungannya adalah sebagai berikut, dimana diketahui :

$$n = 50 \quad r = 0,5654 \quad dk = 48 (50 - 2)$$

$$t_{hitung} = \frac{r \sqrt{n - 2}}{\sqrt{1 - r^2}}$$

$$t_{hitung} = \frac{0,5654 \sqrt{50 - 2}}{\sqrt{1 - (0,5654)^2}}$$

$$t_{hitung} = \frac{0,5654 \sqrt{48}}{\sqrt{1 - 0,31}}$$

$$t_{hitung} = \frac{0,5654 \times 6,92}{\sqrt{0,69}}$$

$$t_{hitung} = \frac{3,875}{0,83}$$

$$t_{hitung} = \mathbf{4,6686}$$

Hasil analisis uji “t” diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,6686. Untuk mengambil keputusan dari pengujian hipotesa tersebut di atas digunakan uji satu arah dengan tingkat nyata (α) sebesar 5 % dengan tingkat kepercayaan/keyakinan (signifikan level) 95 % dengan derajat kebebasan (dk) n-2. Karena uji yang dilakukan uji dua arah maka digunakan $t_{\alpha/2}$ atau dengan $\alpha/2$, yaitu 0,05 dibagi dua sebesar 0,025. Dengan demikian t_{tabel} dapat dicari dengan rumus :

$$t_{tabel} = t_{\alpha/2} (n-2)$$

$$t_{tabel} = t_{0,05/2} (50-2)$$

$$t_{tabel} = t_{0,025} (48)$$

$$t_{tabel} = \mathbf{2,0106}$$

Dari hasil tersebut diatas dapat dilihat bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4,6686 > 2,0106$. Maka H_0 ditolak, H_a diterima, dan berarti hipotesis tersebut dapat diterima.

4.6 Pembahasan

Berikut ini akan diuraikan pembahasan dari hasil analisa yang telah penulis sajikan di atas yaitu :

1. Pembahasan hasil analisis korelasi sederhana (r)

Dari hasil analisis korelasi sederhana, didapat nilai r adalah sebesar 0,5654 Nilai tersebut terletak diantara $0,5 < 0,75$ yaitu menunjukkan bahwa hubungan antara atmosfer toko terhadap kepuasan adalah sedang atau cukup kuat dan positif searah. Hubungan kedua variabel yang positif atau searah, artinya setiap kenaikan nilai atmosfer toko akan diikuti oleh kenaikan kepuasan pelanggan dan sebaliknya apabila terjadi penurunan pelayanan maka akan menurun pula kepuasan pelanggan.

2. Pembahasan hasil analisis koefisien determinan (KD)

Nilai koefisien determinasi (KD) diperoleh dari pengkuadratan nilai koefisien korelasi (r^2) dikali 100 %, yaitu didapat hasil sebesar 31,9 %, yang artinya besarnya kontribusi atmosfer toko terhadap kepuasan pelanggan di Toko Buku Gramedia Matraman adalah sebesar 31,9%. Tingkat kepuasan pelanggan di Toko Buku Gramedia Matraman saat ini adalah sebesar 83 %, sehingga atmosfer toko ini memberikan kontribusi yang cukup besar dalam kepuasan pelanggan.

3. Pembahasan hasil analisa persamaan regresi.

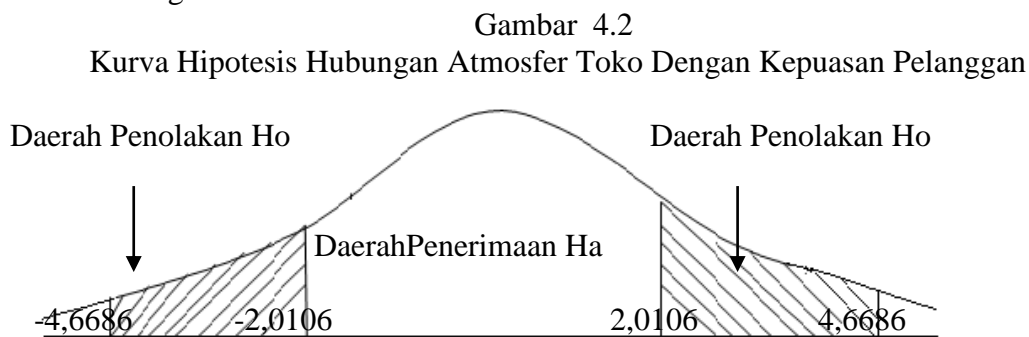
Dari hasil analisa regresi ditemukan $Y = 10,206 + 0,35 X$ yang berarti jika nilai atmosfer toko dinaikkan atau bertambah satu satuan, maka nilai kepuasan akan meningkat menjadi 0,35 kali pada konstanta 10,206.

4. Pembahasan hasil analisa uji keberanian koefisien korelasi (Uji-t).

Berdasarkan perhitungan dan analisis yang telah dilakukan, terbukti bahwa $t_{hitung} = 4,6686$ ternyata lebih besar dari $t_{tabel} = 2,0106$ atau $4,6686 > 2,0106$ untuk tingkat kesalahan 5%, maka

dapat dinyatakan H_0 ditolak, dan H_a diterima, dan berarti hipotesis yang menyatakan bahwa ada hubungan positif antara atmosfer toko dengan kepuasan pelanggan dapat diterima.

Hasil perhitungan analisis uji “t” yang dikonsultasikan dengan t_{tabel} dapat digambarkan dengan kurva sebagai berikut :



Sumber : Data yang diolah penulis

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Sesuai dengan identifikasi masalah yang diajukan penulis dalam penelitian ini, maka dari data yang diperoleh melalui survey dengan responden sebanyak 50 orang dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Bahwa atmosfer toko saat ini sudah sangat baik , hal ini di buktikan dengan hasil kuesioner mengenai atmosfer toko di Toko Buku Gramedia Matraman yang mendapatkan skor nilai sebagai berikut:
 - a) Desain interior toko mendapatkan skor 214 yang berarti sangat baik.
 - b) Display produk mendapatkan skor 218 yang berarti sangat baik.
 - c) Kebersihan Lingkungan toko mendapatkan skor 216 yang berarti sangat baik.
 - d) Penyejuk ruangan atau pendingin udara mendapatkan skor 192 yang berarti baik.
 - e) Musik yang dimainkan mendapatkan skor 202 yang berarti sangat baik.Dari seluruh skor diatas didapatkan rata-rata 208,4 sehingga bisa disimpulkan bahwa atmosfer toko saat ini sudah sangat baik.
2. Dari hasil penelitian terdapat hubungan yang signifikan antara atmosfer toko dengan kepuasan pelanggan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin baik atmosfer toko dalam sudut pandang konsumen maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan. Seluruh dimensi atmosfer toko yaitu Yang dapat

pelanggan lihat dengan mata tentunya desain toko, penataan barang, kebersihan toko dan sebagainya. Hal yang dapat didengar oleh pelanggan meliputi musik yang diputar dan informasi dari *announcement* yang dilakukan oleh operator. Sesuatu yang dapat dirasakan oleh pelanggan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah apa yang bisa dirasakan lewat kulit pengunjung toko yaitu suhu udara toko atau kondisi *air conditioner* (AC ruangan) mempunyai peran yang cukup besar terhadap kepuasan pelanggan sebesar 31,9% dari total kepuasan pelanggan sebesar 83%.

Kesimpulan ini didukung oleh hasil Uji t di mana terdapat kesimpulan ditolaknya H_0 . Dengan demikian, variabel atmosfer toko memiliki hubungan yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hubungan yang signifikan artinya jika atmosfer toko mengalami peningkatan maka kepuasan pelanggan pun akan mengalami peningkatan begitu juga sebaliknya.

5.2. Saran

Berikut ini akan disajikan saran dari hasil penelitian yang ditemukan, saran-saran tersebut adalah sebagai berikut :

- a) Bahwa dalam penelitian tersebut masih ada yang perlu di tingkatkan lagi untuk memberikan rasa nyaman kepada pengunjung yaitu penyejuk ruangan atau pendingin udara yang masih kurang dingin.
- b) Perlu dilakukan evaluasi yang berkala sehingga dapat diketahui kendala-kendala yang dihadapi dalam masalah atmosfer toko sehingga kepuasan pelanggan di masa mendatang terus mengalami peningkatan.
- c) Diperlukan penelitian lebih lanjut yang melibatkan responden yang lebih luas sehingga diperoleh kesimpulan yang lebih komprehensif.
- d) Penelitian ini dapat di generalisasi kepada obyek lain, tidak terbatas pada jenis usaha ritel saja, karena konsep atmosfer toko dan kepuasan pelanggan merupakan konsep umum sehingga hasil penelitian ini juga dapat digeneralisasi kepada jenis usaha lain.

Daftar pustaka

- Guswai, Christian F., *Basic Prinsiples of Retail Business*, Jakarta, Elexmedia Komputindo, 2009.
- Irawan, Handy. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, Jakarta, Gramedia Pustaka Utama, 2002.
- Kotler, Philip. dan Lane Keller, Kevin, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, Erlangga, 2008.
- Ma'ruf, Hendry., *Pemasaran Ritel*, Jakarta, Gramedia Pustaka Utama, 2005.
- Sekaran, Uma, *Research Methods for Business: A Skill Building Approach. Third Edition*. New York, John Willey and Sons, 2004.
- Sopiah dan Syihabuddin, *Manajemen Bisnis Ritel*, Yogyakarta, Andi Offset, 2008.
- Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, Bandung, Alfabeta, 2006.
- Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen*, Jakarta, Ghalia Indonesia, 2002.
- Supranto, J., *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, Jakarta, Rineka Cipta, 2006
- Tjiptono, Fandy. Chandra, Gregorius dan Andriana, Dedi. *Pemasaran Strategik*, Yogyakarta, Andi Offset, 2008.
- Whidya Utami, Chistina., *Manajemen Ritel (Strategi dan implementasi Ritel Modern)*, Jakarta, Salemba Empat, 2006.