

**TUGAS AKHIR PROGRAM MAGISTER (TAPM)**

**ANALISIS DAMPAK PERCEPATAN PROSES LAYANAN  
PRODUK '*SUPPLY CHAIN FINANCING*' PADA PT. BANK XYZ  
TERHADAP VOLUME TRANSAKSI DAN *FEE BASED INCOME***



UNIVERSITAS TERBUKA

**TAPM Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
Gelar Magister Manajemen**

**Disusun Oleh :**

**INDRIANI HERMITA**

**NIM. 500635733**

**PROGRAM PASCASARJANA**

**UNIVERSITAS TERBUKA**

**JAKARTA**

**2016**

## ABSTRACT

### ANALISIS DAMPAK PERCEPATAN PROSES LAYANAN PRODUK ‘*SUPPLY CHAIN FINANCING*’ PADA PT BANK XYZ TERHADAP VOLUME TRANSAKSI DAN *FEE BASED INCOME*

Indriani Hermita

[indrianihermita@gmail.com](mailto:indrianihermita@gmail.com)

Program Pascasarjana

Universitas Terbuka

Kata kunci : Percepatan proses, *Supply chain financing*, Volume transaksi, *Fee based income*

Perbankan mempunyai peranan yang sangat penting, dalam menjaga kestabilan moneter. Ditengah kondisi perekonomian yang belum stabil dan pangsa pasar yang semakin sempit. Saat ini bank-bank menghadapi risiko pasar yang cukup tinggi, dimana permintaan kredit belum menguat dan tren menurunnya kualitas asset produktif sehingga bank akan kesulitan untuk meningkatkan laba. Dalam upaya peningkatan laba bank harus mencari sumber atau produk baru diluar aktivitas utama salah satunya adalah dengan meningkatkan *fee based income*. Untuk meningkatkan pendapatan komisi-provisi sebagai salah satu unsur *fee based income* saat ini terdapat potensi bisnis yang cukup besar yaitu pembiayaan *invoice financing* dengan produk *supply chain financing (SCF)*. Persaingan memperebutkan pangsa pasar *SCF* semakin ketat dengan semakin fokusnya bank-bank pada pembiayaan ini. PT bank XYZ sebagai salah satu bank yang memasarkan produk *SCF* dalam upaya memenangkan persaingan melakukan perbaikan bisnis proses. Perbaikan bisnis proses yang dilakukan adalah mempercepat pemrosesan transaksi *SCF* dari 60 menit menjadi 30 menit. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah implementasi percepatan proses layanan produk *SCF* mendukung pemasaran produk *SCF* sehingga berpengaruh terhadap volume transaksi, apakah volume transaksi berpengaruh terhadap *fee based income* dan apakah implementasi percepatan proses layanan produk *SCF* dan volume transaksi secara bersama berpengaruh terhadap *fee based income*. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah data transaksi *SCF* 6 bulan pertama pada tahun 2015. Instrumen penelitian yang digunakan adalah pengukuran variabel dengan menggunakan skala interval, dan metode dokumentasi. Dari hasil analisis data dengan metode analisis regresi berganda (*multiple regression*) dengan menggunakan program SPSS ditemukan bahwa implementasi percepatan proses layanan *SCF* berpengaruh terhadap volume transaksi yang secara bersama berpengaruh terhadap *fee based income*. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa implementasi percepatan proses layanan *SCF* berpengaruh signifikan terhadap peningkatan volume transaksi yang secara bersama berpengaruh signifikan terhadap *fee based income* namun tingkat pengaruhnya belum maksimal, maka untuk peneliti selanjutnya diharapkan menambah variabel yang bisa mempengaruhi peningkatan volume transaksi dan *fee based income* dengan menggunakan metode penelitian yang terbaru sehingga hasil penelitian akan lebih akurat dan relevan.

## ABSTRACT

### IMPACT ANALYSIS OF ACCELERATE OF THE PROCESS PRODUCTS ' SUPPLY CHAIN FINANCING ' IN BANK XYZ TO VOLUME OF TRANSACTION AND FEE BASED INCOME

Indriani Hermita

[indrianihermita@gmail.com](mailto:indrianihermita@gmail.com)

Program Pascasarjana

Universitas Terbuka

Key words : Accelerate of the process, Supply chain financing, Volume of transaction, Fee based income

Banking has a very important role in maintaining monetary stability. Amid the economic conditions are not stable and increasingly narrow market share. Currently the banks are exposed to market risk is high enough, where demand for loans has not been strengthened and the trend decline in the quality of productive assets so that banks will be difficult to increase profits. In an effort to increase the bank's profit must find the source of a new product or activity outside the main one of which is to increase fee-based income. For increase commission income-provision as one element of fee-based income at this time there is potential for considerable business, namely the financing of invoice is products supply chain financing (SCF). Competition for market share SCF getting tougher with banks increasingly focus on this financing. PT Bank XYZ as one of the banks who market products in a bid to win the competition SCF doing business proses. Business improvement process aimed at accelerating transaction processing SCF from 60 minutes to 30 menit. This research aims to determine whether the implementation of the accelerated process of SCF product support services SCF marketing products that affect the volume of transaction, whether the transaction volume effect on fee-based income and whether the implementation of the accelerated process of SCF product service and transaction volumes collectively affect the fee-based income. The population used in this research is data transactions SCF first 6 months of the year 2015. Instrumen research is the measurement variables using an interval scale, and dokumentation. From methods of data analysis with multiple regression analysis (multiple regression) using SPSS found that the implementation of the accelerated process of SCF services affect the volume of transactions which collectively affect the fee-based income. From these results it can be concluded that the implementation of the accelerated process of service SCF significant effect on the increase in the volume of transactions which are jointly significant effect on fee-based income but a degree of influence is not maximized, then for further research is expected to add a variable that could affect the increase in the volume of transactions, and fee-based income using the latest research methods so that research results will be more accurate and relevant.

**UNIVERSITAS TERBUKA  
PROGRAM PASCASARJANA  
MAGISTER MANAJEMEN**

**PERNYATAAN**

TAPM yang berjudul **Analisis dampak percepatan proses layanan produk *Supply Chain Financing* pada PT Bank XYZ terhadap volume transaksi dan *fee based income*** adalah hasil karya saya sendiri, dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan adanya penjiplakan (plagiat), maka saya bersedia menerima sanksi akademik.

Jakarta, 25 Mei 2016

Yang menyatakan



(Indriani Hermita)

NIM 500635733

**UNIVERSITAS TERBUKA**  
**PROGRAM PASCASARJANA**  
**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN**

**LEMBAR LAYAK UJI**

Yang bertandatangan di bawah ini, Saya selaku pembimbing TAPM dari Mahasiswa :

Nama/NIM : Indriani Hermita/500635733  
Judul TAPM : ANALISIS DAMPAK PERCEPATAN PROSES LAYANAN  
PRODUK '*SUPPLY CHAIN FINANCING*' PADA PT BANK  
XYZ TERHADAP VOLUME TRANSAKSI DAN *FEE*  
*BASED INCOME*.

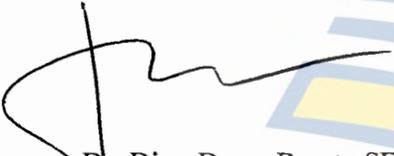
Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa TAPM dari mahasiswa yang bersangkutan sudah/ baru \*) selesai sekitar 80 % sehingga dinyatakan sudah layak uji/belum layak uji dalam Ujian Sidang Tugas Akhir Program Magister (TAPM).

Demikian keterangan ini dibuat untuk menjadikan periksa.

Jakarta, 26 Mei 2016

Pembimbing II

Pembimbing I,

  
Dr. Dion Dewa Barata SE,MSM  
NIDN : 031 803 7803

  
Dr. Taufani C. Kurniatun, M.Si  
NIP : 19681107 199802 2001

PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM STUDI : MAGISTER MANAJEMEN

PENGESAHAN

Nama : Indriani Hermita  
NIM : 500635733  
Program Studi : Magister Manajemen  
Judul Tesis : Analisis dampak percepatan proses layanan produk supply chain financing pada PT Bank XYZ terhadap volume transaksi dan fee based income.

Telah dipertahankan di hadapan Sidang Panitia Penguji Tesis Program Pascasarjana, Program Studi Magister Manajemen, Universitas Terbuka pada:

Hari/Tanggal : Sabtu / 23 Juli 2016  
W a k t u : 18:00 WIB

dan telah dinyatakan LULUS

PANITIA PENGUJI TESIS

Ketua Komisi Penguji : Drs. Irlan Soelaeman, M.Ed

Penguji Ahli : Aryana Satrya, M.M., Ph.D

Pembimbing I : Dr. Taufani C. Kurniatun, M.si

Pembimbing II : Dr. Dion Dewa Barata, SE, MSM



.....  
.....  
.....  
.....

**LEMBAR PERSETUJUAN TAPM**

Judul TAPM : Analisis dampak percepatan proses layanan produk supply chain financing pada PT Bank XYZ terhadap volume transaksi dan fee based income.

Penyusun TAPM : Indriani Hermita

NIM : 500635733

Program Studi : MAGISTER MANAGEMEN

Hari/Tanggal : Sabtu / 23 Juli 2016

Menyetujui :

Pembimbing II.



Dr. Dion Dewa Barata SE.MSM  
NIDN : 031 803 7803

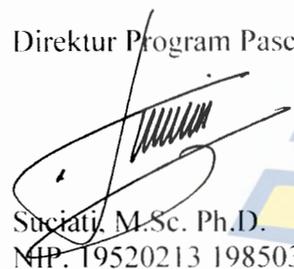
Pembimbing I.



Dr. Taufani C. Kurniatun, M.si  
NIP : 19681107 199802 2001

Mengetahui.

Direktur Program Pascasarjana



Suciati, M.Sc. Ph.D.  
NIP. 19520213 198503 2 001

Ketua Bidang Ilmu Ekonomi dan Manajemen



Mohamad Nasoha, SE., M.Sc  
NIP. 19781111 200501 101

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya yang tidak terhingga, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir program magister ini yang berjudul ‘Analisis dampak percepatan proses layanan produk *supply chain financing* pada PT Bank XYZ terhadap volume transaksi dan *fee based income*.’ Tugas akhir program magister ini diajukan untuk melengkapi syarat lulus pendidikan program Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Terbuka untuk mendapat gelar Magister Manajemen.

Penulis yakin tanpa bantuan dan dorongan dari semua pihak, maka penulisan tugas akhir program magister ini tidak dapat diselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan dorongan bagi penulis. Ucapan terima kasih penulis sampaikan khususnya kepada :

1. Ibu Dr.Taufani C.Kurniatun, M.Si selaku pembimbing I yang dengan sabar membimbing, mengkoreksi dan memberikan konsultasi kepada penulis selama menyelesaikan tugas akhir program magister ini.
2. Bapak Dr. Dion Dewa Barata SE,MSM selaku pembimbing II yang ditengah kesibukannya meluangkan waktu mengarahkan penulis dalam proses penyelesaian tugas akhir program magister.
3. Bapak dan Ibu dosen pengajar program pascasarjana Universitas Terbuka yang telah memberikan ilmunya, memberikan pendapat dan arahan melalui diskusi menarik di kelas.

4. Bapak Rori Achir dan Bapak Edi Surachman selaku pimpinan PT Bank XYZ yang telah memberikan dukungan dan fasilitas kepada penulis dalam menyusun tugas akhir program magister ini.
5. Ibu Rashimah dan Ibu Endang selaku pegawai administrasi program pascasarjana magister manajemen Universitas Terbuka yang dengan sabar memberikan penjelasan-penjelasan dan dukungan serta fasilitas kepada penulis.
6. Seluruh rekan satu angkatan dalam kelas magister manajemen program pascasarjana Universitas Terbuka atas kerjasamanya, saling membantu, saling mendukung saling bertukar pikiran serta selalu memberi semangat dalam proses belajar.
7. Keluarga tercinta, suami Abdul Sakur SH, Ibunda Sumik Harmiati, anak-anakku Ernisa Nuraida Kurniati, Ardiansyah Haris Kurniawan dan adik-adikku semua yang telah memberikan dukungan, semangat serta doa dalam menyelesaikan tugas akhir program magister ini.
8. Serta kepada semua pihak yang penulis tidak dapat sebutkan satu persatu namanya. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan Bapak/Ibu.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa penulisan tugas akhir program magister ini masih jauh dari sempurna dan banyak kekurangannya. Oleh karena itu segala saran dan kritik akan penulis terima dengan senang hati. Penulis berharap semoga penelitian ini bermanfaat bagi penelitian selanjutnya.

Jakarta, Juni 2016

Penulis

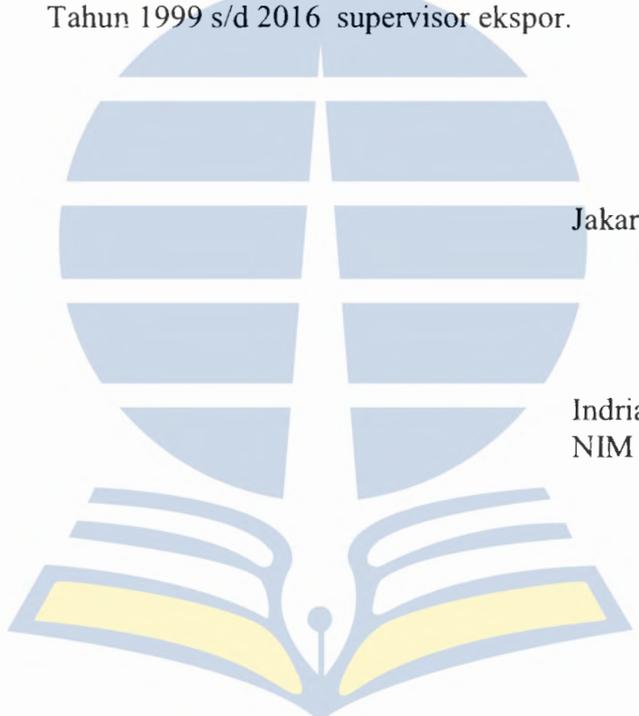
**UNIVERSITAS TERBUKA  
PROGRAM PASCASARJANA  
MAGISTER MANAJEMEN**

**Riwayat Hidup**

Nama : Indriani Hermita  
NIM : 500635733  
Program Studi : Magister Manajemen  
Tempat/Tgl lahir : Jakarta/06 November 1971

Riwayat Pendidikan : Lulus SD Ngagel Rejo II di Surabaya pada tahun 1984  
Lulus SMP XII di Surabaya pada tahun 1987  
Lulus SMAN 2 di Surabaya pada tahun 1990  
Lulus S1 STIESIA di Surabaya pada tahun 2000

Riwayat Pekerjaan : Tahun 1991 s/d 1999 karyawan Bank Exim  
Tahun 1999 s/d 2016 supervisor ekspor.



Jakarta, Juni 2016

Indriani Hermita  
NIM 500635733

## DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK .....	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
LEMBAR LAYAK UJI .....	iv
LEMBAR PENGESAHAN .....	v
LEMBAR PERSETUJUAN.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
RIWAYAT HIDUP.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
<b>BAB I</b> <b>PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	10
<b>BAB II</b> <b>TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Kajian Teori.....	12
1. Manajemen Operasi .....	12
2. Manajemen Pemasaran Jasa .....	14
3. Manajemen Perbankan.....	18
4. Manajemen Keuangan.....	20
5. Manajemen Kualitas Jasa.....	23
6. Strategi Produk dan Jasa.....	24
7. Strategi Proses.....	24
8. <i>Supply Chain Management</i> .....	29
9. <i>Supply Chain Financing</i> .....	31
10. <i>Fee Based Income</i> .....	33
B. Penulisan Terdahulu.....	35
C. Kerangka Berpikir.....	38
D. Operasionalisasi Variabel.....	41
1. Percepatan proses layanan transaksi SCF.....	43
2. Volume transaksi.....	43
3. Fee Based Income.....	44
E. Hipotesis Penelitian.....	44
<b>BAB III</b> <b>METODE PENELITIAN</b>	
A. Desain Penelitian.....	45
1. Metode Deskriptif.....	45
B. Populasi dan Sampel.....	48
1. Populasi.....	48
2. Sampel.....	49
C. Instrumen Penelitian.....	50

	D. Prosedur Pengambilan Data.....	55
	E. Metode Analisis Data.....	57
BAB IV	ANALISA DAN PEMBAHASAN	
	A. Objek Penelitian.....	63
	B. Hasil Analisa.....	78
	C. Pembahasan.....	108
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
	A. Kesimpulan.....	115
	B. Saran.....	118
	DAFTAR PUSTAKA.....	119
	LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	125



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Perhitungan <i>cash conversion</i> .....	36
Gambar 4.1. Alur proses transaksi <i>SCF</i> .....	69
Gambar 4.1. Ishikawa diagram/fishbone.....	71
Gambar 4.4. Hasil survey layanan 30 menit proses <i>SCF</i> tahun 2015.....	77
Gambar 4.5. Hasil survey akurasi dan ketepatan proses transaksi <i>SCF</i> th 2015.....	77
Gambar 4.6. .Skor delta durasi ( $X_1$ ).....	81
Gambar 4.7. Skor volume transaksi ( $X_2$ ).....	83
Gambar 4.8. .Skor <i>fee based income</i> ( $Y$ ).....	86
Gambar 4.9. Daerah penolakan $H_0$ pada pengujian secara bersama.....	105



## DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 1.1	Perolehan laba beberapa bank umum nasional.....	3
Tabel 4.1	Data pertumbuhan <i>SCF</i> th 2013-2015.....	74
Tabel 4.2	Hasil survey kepuasan pelanggan.....	75
Tabel 4.3	Gambaran delta waktu proses layanan <i>SCF</i> .....	80
Tabel 4.4	Skor delta durasi waktu proses layanan <i>SCF</i> .....	80
Tabel 4.5	Gambaran volume transaksi <i>SCF</i> .....	82
Tabel 4.6.	Skor volume transaksi <i>SCF</i> .....	82
Tabel 4.7	Gambaran <i>fee based income</i> .....	84
Tabel 4.8	Skor <i>fee based income</i> .....	85
Tabel 4.9	Uji Normalitas X1 terhadap X2.....	87
Tabel 4.10	Analisi korelasi sederhana X1 terhadap X2.....	88
Tabel 4.11	Pengujian hipotesis secara parsial (uji t) X1 terhadap X2.....	89
Tabel 4.12	Analisis regresi sederhana X1 terhadap X2.....	90
Tabel 4.13	Uji normalitas X1 terhadap Y.....	92
Tabel 4.14	Analisis korelasi sederhana X1 terhadap Y.....	93
Tabel 4.15.	Pengujian hipotesis secara parsial (uji t) X1 terhadap Y.....	94
Tabel 4.16	Analisis regresi sederhana X1 terhadap Y.....	95
Tabel 4.17	Uji normalitas X2 terhadap Y.....	97
Tabel 4.18	Analisis korelasi sederhana X2 terhadap Y.....	98
Tabel 4.19	Pengujian hipotesis secara parsial X2 terhadap Y.....	99
Tabel 4.20	Analisis regresi sederhana X2 terhadap Y.....	100
Tabel 4.21	Uji normalitas X1, X2 terhadap Y.....	102
Tabel 4.22	Analisis korelasi berganda X1,X2 terhadap Y.....	103
Tabel 4.23	Pengujian hipotesis secara overall (uji F).....	105
Tabel 4.24	Analisis regresi berganda.....	106



**DAFTAR LAMPIRAN**

		Halaman
Lampiran 1	Skor variabel penelitian.....	124
Lampiran 2	Output SPSS.....	128



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Bank mempunyai fungsi dan peranan penting dalam perekonomian nasional. Pada mulanya kegiatan perbankan dimulai dari jasa penukaran uang. Dalam perkembangan selanjutnya kegiatan perbankan berkembang menjadi tempat penitipan uang, yang saat ini di kenal dengan kegiatan simpanan (tabungan). Selanjutnya kegiatan perbankan bertambah lagi sebagai tempat peminjaman uang. Kegiatan perbankan terus berkembang seiring dengan perkembangan masyarakat, dimana bank tidak lagi sekedar sebagai tempat menukar uang atau tempat menyimpan dan meminjam uang. Bank juga berfungsi memperlancar lalu lintas keuangan yang berperan kepada mobilitas pertumbuhan ekonomi suatu negara.

Hal ini sejalan dengan Undang-undang No 10 tahun 1998 bahwa bank merupakan lembaga keuangan, yang bertugas untuk menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dengan berbagai alternatif investasi dalam rangka meningkatkan taraf hidup orang banyak. Dari hasil penelitian Pradita, Mokhamad Yanuar. (2010) bahwa fungsi intermediasi perbankan sangat berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. Perbankan mempunyai peranan yang sangat penting, dalam menjaga kestabilan moneter. Keberadaan bank sangat

mempengaruhi perkembangan ekonomi masyarakat, hingga tingkat negara, dan bahkan sampai tingkat internasional.

Menurut Menteri Koordinator Perekonomian Indonesia Chairul Tanjung, diperkirakan tahun 2015 sampai tahun 2016 adalah tahun berat bagi perekonomian Indonesia dan Negara berkembang pada umumnya. Pertumbuhan ekonomi diprediksi masih melambat. Hal senada juga disampaikan oleh ekonom Raden Pardede bahwa pertumbuhan ekonomi pada tahun 2015 masih diprediksi mengalami peningkatan tipis bertumbuh disekitar 5,2 % dibanding tahun sebelumnya (Swa, Oktober 2014).

Ditengah kondisi pertumbuhan ekonomi yang melambat, saat ini bank-bank menghadapi risiko pasar yang cukup tinggi. Dimana permintaan kredit belum menguat, dan tren menurunnya kualitas aset produktif. Karena kondisi tersebut perbankan berupaya untuk meningkatkan efisiensi, namun mengalami kesulitan karena biaya operasional dan tenaga kerja yang justru cenderung mengalami kenaikan. Dengan pertumbuhan kredit yang masih melambat, mengakibatkan pendapatan bunga bersih menurun. Kondisi tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat peningkatan rasio biaya operasional dibandingkan dengan pendapatan operasional (BO/PO). Menurut data Biro Riset Infobank (birL), per September 2015, dari 118 bank umum yang ada, 86 bank yang mengalami peningkatan rasio BO/PO-nya. Sesuai data tersebut meskipun rasio BO/PO-nya naik sebagian bank masih ada yang bisa mendapat kenaikan laba. Sedangkan untuk 54 bank lainnya menderita penurunan laba.

Sementara itu kondisi perekonomian global masih dipengaruhi kenaikan suku bunga acuan *The Federal Reserve*, pelemahan ekonomi Tiongkok, penurunan harga komoditas dan potensi keluarnya aliran modal dari Indonesia ke negara lain. Dengan kondisi makro-ekonomi yang tidak stabil tersebut akan mempengaruhi sektor riil dan imbasnya kepada ekspansi kredit. Kredit baru akan sulit disalurkan karena permintaan masih lemah dan risiko masih tinggi. Sesuai penjelasan di atas dengan kondisi perekonomian yang belum stabil, apabila bank hanya mengandalkan pendapatan yang dihasilkan dari bunga kredit maka akan sulit meningkatkan laba. (Infobank Januari 2016).

Sebagai gambaran berikut adalah tabel perolehan laba beberapa bank umum 2 (dua) tahun terakhir :

Tabel 1 .1 Perolehan Laba beberapa Bank Umum Nasional  
(Rp Juta)

Nama Bank	BO/PO (%)		Kredit yang diberikan Sept 2015	Laba Th Berjalan		
	Sept 2014	Sept 2015		Sept 2014	Sept 2015	$\Delta$ (%)
BRI	66.01	69.4	518,965,538.00	18,030,746.00	18,285,316.00	1.41
Mandiri	64.95	70.26	502,779,253.00	14,013,263.00	14,448,889.00	3.11
BCA	63.07	64.88	364,920,826.00	11,775,881.00	12,919,541.00	9.71
BNI	70.63	78.59	290,119,493.00	7,420,968.00	5,807,802.00	-21.74
Danamon	74.74	85.17	106,372,173.00	3,952,621.00	1,738,759.00	-56.71
Permata	87.93	91.76	132,750,878.00	1,247,488.00	944,472.00	-24.29
UOB	92.05	95.8	58,823,290.00	383,081.00	347,623.00	-9.26
CIMB Niaga	81.59	97.93	173,644,294.00	2,376,660.00	238,456.00	-89.97
DBS	81.09	100.75	43,424,399.00	366,050.00	(178,965.00)	-148.89

Sumber : OJK dan Biro Riset Infobank  
Januari 2016

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui dengan meningkatnya biaya operasional dibandingkan dengan pendapatan operasional beberapa bank mengalami penurunan laba yang cukup signifikan dari tahun 2014 ke tahun 2015, meskipun masih ada beberapa bank yang dapat menaikkan laba. Dengan kondisi perekonomian yang belum stabil dan pangsa pasar yang semakin sempit karena banyaknya jumlah bank saat ini serta risiko kredit yang masih relatif cukup tinggi bank akan kesulitan untuk meningkatkan laba atau *profitabilitas*.

Untuk itu dalam upaya meningkatkan *profitabilitas*, bank harus mencari sumber-sumber atau produk-produk lainnya diluar aktivitas utama, salah satunya adalah dengan meningkatkan pendapatan '*Fee Based Income*'. Menurut Kasmir (Priyatmoko 2008), *Fee Based Income* merupakan usaha-usaha yang berkaitan dengan pemberi jasa keuangan yaitu keuntungan yang diperoleh dari transaksi yang diberikan dalam jasa-jasa bank lainnya selain *spread based*. Unsur-unsur pendapatan operasional yang masuk dalam *fee based income* adalah pendapatan komisi dan provisi, pendapatan dari hasil transaksi valuta asing atau devisa dan pendapatan operasional lainnya.

Sesuai uraian di atas dan kondisi perekonomian pada umumnya, salah satu tantangan perbankan saat ini adalah meningkatkan pendapatan *Fee Based Income (FBI)*. Menurut Dian M (2011) salah satu keunggulan *fee based income* adalah menghasilkan pendapatan dengan risiko yang lebih kecil dibandingkan dengan pendapatan bunga. Pendapatan komisi dan provisi dari pembiayaan transaksi perdagangan internasional maupun lokal yaitu transaksi ekspor, impor dan surat kredit berdokumen dalam negeri (SKBDN) adalah merupakan transaksi primadona perbankan dalam meningkatkan pendapatan *Fee Based Income*.

Pembiayaan transaksi perdagangan tersebut hanya fokus diberikan kepada para eksportir dan importir saja. Untuk meningkatkan pendapatan komisi dan provisi sebagai salah satu unsur *fee based income* saat ini terdapat potensi bisnis yang jauh lebih besar yakni pembiayaan yang diberikan tidak saja kepada eksportir dan importir, tetapi pembiayaan dapat juga di berikan kepada para *supply chain* mereka, mulai dari *distributor, reseller,retailer, supplier*, perusahaan logistik sampai dengan para *manufacturer*.

Untuk memfasilitasi pembiayaan tersebut, beberapa bank meluncurkan produk pembiayaan *invoice financing* yaitu produk *Supply Chain Financing (SCF)*. Produk *SCF* tersebut merupakan sebuah produk perbankan yang bersifat integratif untuk mendukung perusahaan yang bergerak dalam sebuah sistem rantai pasokan melalui akuisisi *value chain*. Untuk memasarkan produk *SCF* ini bank dan lembaga-lembaga keuangan terus meningkatkan potensinya secara maksimal dengan melakukan kerjasama dengan beberapa perusahaan korporasi untuk pembiayaan kepada distributor-distributornya dan supplier-supliernya. Perusahaan korporasi atau yang di sebut *Principal* adalah perusahaan industri yang memiliki potensi pasar yang besar dan jalur distribusi yang kuat merupakan target market untuk pembiayaan ini.

Persaingan memperebutkan pangsa pasar transaksi *SCF* semakin ketat dengan semakin fokusnya bank-bank pada pembiayaan ini. Dalam persaingan yang ketat tersebut, semua kompetitor telah dan akan terus berupaya untuk memenangkan pasar dengan jalan meningkatkan *customer delivered value (CDV)* dari semua sisi bauran pemasaran, baik *product, process, people, place, price*, maupun *promotion*. Saat ini semua bank berupaya memberikan produk yang

paling lengkap dan fleksibel. Sementara itu dari sisi *pricing*, bank akan dihadapkan pada kemungkinan munculnya perang tarif. yang berpotensi memunculkan pertarungan *red ocean*. (Materi Inovasi Opexcon *SCF*, 2014).

Atas dasar hal tersebut untuk memenangkan persaingan bank dituntut untuk terus melakukan inovasi dan pengembangan produk-produknya, tentunya dengan tetap berlandaskan kepada prinsip kehati-hatian. Strategi dalam rangka menuju keunggulan bersaing, menurut Heizer dan Render (2004), perusahaan – perusahaan umumnya dianjurkan untuk mencapai misi melalui 3 cara konseptual : 1). Diferensiasi yaitu peluang yang di miliki perusahaan dalam menciptakan ciri khas dalam pengembangan produk, proses aktivitasnya atau layanannya 2). Kepemimpinan harga, dimana dengan strategi biaya rendah dengan pemanfaatan fasilitas secara efektif dan 3). Respons yang cepat. Persaingan melalui respon sering dikaitkan dengan respon yang fleksibel, cepat serta konsisten. Sejalan dengan strategi differensiasi Michael E. Porter.(2007) perusahaan lebih memusatkan pada usahanya dalam menciptakan ciri produk yang khas, sehingga dapat memenangkan persaingan dengan membuat citra yang khas pada konsumen. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa keunggulan bersaing adalah implikasi penciptaan sebuah sistim atau proses yang mempunyai keunggulan khas atas para pesaingnya.

Sejalan dengan strategi bersaing Heizer dan Render (2004) dan Michael E. Porter.(2007). PT Bank XYZ sebagai salah satu bank yang memasarkan produk *SCF* melakukan perbaikan bisnis proses. Perbaikan bisnis proses yang dilakukan yaitu mempercepat waktu pemrosesan transaksi *SCF* dari 1 jam menjadi 30 menit. Dari sisi produk dengan waktu pemrosesan 30 menit ini dapat membuat

citra yang khas produk *SCF* PT Bank XYZ. Dari sisi proses percepatan layanan ini di harapkan dapat memberikan *customer delivered value* yang optimal bagi nasabah, karena dengan kualitas proses yang handal, akurat, cepat dan tepat waktu dapat memberikan *customer delivery value* yang lebih tinggi kepada nasabah. Dari sisi pemasaran, percepatan proses ini untuk mendukung unit bisnis dalam memasarkan produk *SCF*, sehingga dapat meningkatkan volume transaksi yang ujungnya diharapkan dapat meningkatkan *fee based income*. Dengan inovasi percepatan proses yang dilakukan ini diharapkan PT Bank XYZ dapat memenangkan persaingan, tidak dari sisi pricing, namun dari sisi kualitas dan proses. (Materi Inovasi Opexcon *SCF*, 2014)

Terkait pembiayaan *Supply Chain Financing* dan *Fee Based Income*, terdapat beberapa penelitian terdahulu. Gunawan Muhamad (2012) meneliti pengaruh pembiayaan *supply chain financing* terhadap efektifitas *financial flow* dengan fokus kepada perusahaan distributor *consumer goods* yang merupakan salah satu komponen utama *supply chain*. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa program *supply chain financing* memberikan dampak optimalisasi *financial flow* dengan menurunkan *cash conversion cycle* dan peningkatan *days working capital* dan *days payable outstanding* serta penurunan *days sales outstanding* dan *day inventory*. Selanjutnya Gultom, Andy Nahil (2009) meneliti skema *operasional lending model distributor financing consumer goods industry* sebagai salah satu cara peningkatan *portofolio loan business banking*. Hasil penelitian menunjukkan skema *operasional lending model distributor financing consumer goods industry* perlu dipertahankan dan dikembangkan, dengan memberikan rekomendasi sebagai tindak lanjut pelaksanaan skema operasional

lending model distributor *financing consumer goods industry* dimasa mendatang. Peneliti selanjutnya R.Suharto,Devie (2013) meneliti pengaruh *Supply Chain Management (SCM)* terhadap keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan. Hasil penelitian membuktikan adanya hubungan yang signifikan antara *SCM* terhadap keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan.

Penelitian mengenai *fee based income* Putra,Feryza (2007) meneliti strategi peningkatan *Fee Based Income* Bank Mandiri dengan hasil penelitian *Fee Based Income* dapat ditingkatkan dengan memberikan pelayanan yang berkualitas dan menyediakan berbagai variasi produk/jasa yang beragam yang bertujuan untuk memuaskan nasabah dan memaksimalkan transaksi nasabah. Peneliti selanjutnya Atik Masita (2012) meneliti variabel-variabel yang mempengaruhi *Fee Based Income* (studi kasus pada bank pemerintah dan bank asing di Indonesia). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel provisi, komisi, fee, pendapatan transaksi valuta asing dan pendapatan lainnya berpengaruh secara simultan yang signifikan terhadap *fee based Income*.

Sejalan dengan strategi bersaing yang telah dijelaskan di atas, dan hasil penelitian sebelumnya mengenai produk *SCF* dan *Fee Based Income*. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut. Apakah benar implementasi percepatan proses layanan produk *SCF* mendukung pemasaran produk *SCF* sehingga berpengaruh terhadap volume transaksi dan apakah volume transaksi berpengaruh terhadap *fee based income* ?

## B. Rumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang masalah di atas, maka permasalahan penelitian ini dapat di rumuskan sebagai berikut :

1. Apakah implementasi percepatan proses layanan transaksi *supply chain financing* berpengaruh terhadap volume transaksi ?
2. Apakah implementasi percepatan proses layanan transaksi *supply chain financing* berpengaruh terhadap *fee based income* ?
3. Apakah volume transaksi pembiayaan *supply chain financing* berpengaruh terhadap *fee based income* ?
4. Apakah implementasi percepatan proses layanan *supply chain financing* dan volume transaksi secara bersama-sama berpengaruh terhadap *fee based income* ?

## C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan dilakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh implementasi percepatan proses layanan transaksi *supply chain financing* terhadap volume transaksi.
2. Untuk mengetahui pengaruh implementasi percepatan proses layanan transaksi *supply chain financing* terhadap *fee based income* ?

3. Untuk mengetahui pengaruh volume transaksi *supply chain financing* terhadap *fee based income* ?
4. Untuk mengetahui pengaruh implementasi percepatan proses layanan *supply chain financing* dan volume transaksi secara bersama-sama terhadap *fee based income* ?

#### D. MANFAAT PENELITIAN

Hasil dari penelitian mengenai dampak percepatan pemrosesan transaksi *SCF* terhadap volume transaksi dan *fee based income* ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain :

##### 1. Manfaat Akademis.

Secara teoritis diharapkan dapat memperkaya khasanah kepustakaan manajemen, khususnya pengaruh implementasi percepatan proses suatu layanan dengan *fee based income*. Hasil penelitian dapat dijadikan rujukan bagi upaya pengembangan dalam bidang Manajemen Pemasaran khususnya bidang ilmu *Supply Chain Management* dan berguna juga untuk menjadi referensi bagi mahasiswa yang melakukan kajian terhadap mata rantai *supply chain management*.

##### 2. Manfaat Praktis.

Bagi penulis, manfaat praktis yang diharapkan adalah bahwa seluruh tahapan penelitian serta hasil penelitian yang diperoleh dapat memperluas

wawasan dan sekaligus memperoleh pengetahuan empirik mengenai penerapan Ilmu Manajemen Pemasaran yang diperoleh selama mengikuti kegiatan perkuliahan. Bagi pihak-pihak yang berkepentingan dengan hasil penelitian ini, penulis berharap manfaat penelitian dapat diterima sebagai masukan yang berguna untuk meningkatkan layanan proses bisnis dan pengembangan skema produk pembiayaan *SCF* terhadap perusahaan *supplier-principal-distributor*.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Kajian Teori

Kajian teori dalam yang digunakan dalam penelitian ini meliputi teori mengenai pengertian manajemen operasi, manajemen pemasaran jasa, manajemen perbankan, manajemen keuangan, manajemen kualitas jasa, strategi produk dan jasa, strategi perbaikan proses dengan menggunakan metode SIPOC analysis , *Root cause analysis* dan metodologi *4-DX*, pengertian *Supply Chain Management*, dan *Supply chain financing*, teori mengenai *Fee Based Income*, dan kerangka pikir penelitian serta definisi operasional penelitian.

##### 1. Manajemen Operasi

Manajemen operasi oleh beberapa ahli didefinisikan dengan rangkaian kata yang beragam, berikut ini beberapa definisi manajemen operasi. Menurut Heizer & Render (2005) merupakan sekumpulan aktivitas yang berkaitan dengan penciptaan barang dan jasa melalui transformasi input menjadi output. Menurut Pangestu Subagyo (2000), manajemen operasi adalah penerapan ilmu manajemen untuk mengatur kegiatan produksi atau operasi agar dapat dilakukan secara efisien. Definisi lain menurut Edy Herjanto (2003), manajemen operasi adalah suatu proses yang berkesinambungan dan efektif menggunakan fungsi-fungsi manajemen untuk mengintegrasikan berbagai sumber daya secara efisien dalam rangka mencapai tujuan. Sesuai beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa manajemen operasi adalah penerapan fungsi-fungsi manajemen, perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian terhadap sekumpulan aktivitas yang berkaitan dengan penciptaan barang dan jasa melalui

transformasi input menjadi output yang menciptakan nilai tambah bagi suatu produk atau pelayanan.

Manajemen Operasi sebagai salah satu fungsi dalam suatu organisasi ikut memberikan sumbangan yang cukup besar terhadap kinerja perusahaan. Apabila kegiatan operasi atau proses dikelola dengan baik tentu akan menghasilkan layanan atau jasa yang memiliki nilai tambah dan dapat menciptakan keunggulan bersaing bagi organisasi. Selain itu, keputusan dalam manajemen operasi adalah sangat penting untuk suksesnya pemasaran jasa. Karakteristik dari sistem manajemen operasi menurut Zulian Yamit (2003) adalah : 1). Mempunyai tujuan, yaitu menghasilkan barang dan jasa, 2) Mempunyai kegiatan, yaitu proses transformasi dan 3). Adanya mekanisme yang mengendalikan pengoperasian

Strategi manajemen operasi dalam rangka menuju keunggulan bersaing, menurut Heizer dan Render (2005), perusahaan pada umumnya dianjurkan untuk mencapai misi melalui 3 cara konseptual : 1). Diferensiasi yang sering dikaitkan dengan ciri khas, yaitu peluang yang dimiliki perusahaan dalam menciptakan ciri khas dalam pengembangan produk, proses aktivitasnya atau layanannya 2). Kepemimpinan harga, dimana dengan strategi biaya rendah dengan pemanfaatan fasilitas secara efektif dan 3). Respons yang cepat, persaingan melalui respon sering dikaitkan dengan respon yang fleksibel dan respon yang cepat serta konsisten. Respons di definisikan meliputi rentang keseluruhan dari nilai-nilai terkait dengan kecepatan dan ketepatan pengembangan produk dan penyampaian produk disamping penjadwalan yang handal dan kinerja yang fleksibel. Masing-masing dari ketiga strategi tersebut memberikan peluang bagi perusahaan untuk mencapai keunggulan bersaing. Keunggulan bersaing mengimplikasikan

penciptaan sebuah sistim atau proses yang mempunyai keunggulan khas atas para pesaingnya, (Wiratmoko, 2015).

Sejalan dengan strategi bersaing generik menurut M.Porter (2007), dimana strategi generik ini dibedakan sesuai dengan keunggulan bersaing yang dimiliki dan target pasar yang dituju, yaitu : 1) Strategi Keunggulan Biaya Menyeluruh (*Cost Leadership*), dimana strategi ini perusahaan berusaha untuk mencapai kemampuan biaya produksi dan distribusi yang paling rendah, sehingga dapat memberikan harga produk yang lebih rendah dari pesaing dan memenangkan persaingan dalam pangsa pasar yang besar. 2) Strategi diferensiasi (*Differentiation*), dalam strategi ini perusahaan lebih memusatkan pada usahanya dalam menciptakan ciri produk yang khas dalam program pemasarannya, sehingga dapat memenangkan persaingan dengan membuat citra yang khas pada konsumen. 3) Strategi fokus (*focus*), pada strategi ini perusahaan memusatkan usahanya untuk melayani sebagian kecil segmen pasar dan tidak melayani pasar secara luas. Strategi ini dilakukan dengan cara mengenali secara detail pasar yang dituju dan menerapkan keunggulan biaya menyeluruh atau diferensiasi pada segmen kecil tersebut, untuk dapat memenangkan persaingan, (<https://teorionline.wordpress.com/2012/09/08/michael-e-porter-strategi-bersaing/> diunduh dari situs *World Wide Web* tanggal 21 Mei 2016).

## **2. Manajemen Pemasaran Jasa**

### **a. Pengertian jasa**

Menurut Saladin (2007) jasa adalah kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Adapun menurut Gitosudarmo

(2008) pengertian jasa ialah produk yang tidak berwujud yang biasanya berupa pelayanan yang dibutuhkan oleh konsumen. Sedangkan menurut William J. Stanton (2009) jasa adalah yang dapat diidentifikasi secara terpisah tidak berwujud, ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Sedangkan definisi lain menurut Payne (2000) pengertian jasa sebagai suatu aktivitas ekonomi yang mempunyai sejumlah elemen nilai dan manfaat intangible yang berinteraksi dengan konsumen dan tidak menghasilkan perubahan kepemilikan. Dari uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa jasa merupakan kegiatan yang memberikan manfaat yang dapat ditawarkan kepada konsumen atau pelanggan, dimana jasa tersebut memiliki sifat tidak berwujud dan tidak dapat dipindah kepemilikannya.

#### **b. Proses**

Menurut Zeithalm dan Bitner (2010) menyatakan bahwa “*The actual procedures, mechanism and flow of activities by which the service is delivered the service delivery and operating system*”. Proses adalah semua prosedur aktual, mekanisme dan aliran aktivitas yang digunakan untuk menyampaikan jasa.

Proses ini mempunyai arti suatu upaya perusahaan dalam menjalankan dan melaksanakan aktifitasnya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Untuk perusahaan jasa, kerjasama antara bagian pemasaran dengan bagian operasional sangat penting dalam suatu proses layanan. Khususnya dalam melayani segala kebutuhan dan keinginan pelanggan. Pelanggan pasti menginginkan jasa yang berkualitas dan menghasilkan fungsi yang bermanfaat bagi pelanggan. Proses dalam industri jasa merupakan faktor utama dalam bauran pemasaran jasa. Seluruh aktifitas kerja adalah proses. Dalam suatu proses melibatkan prosedur-prosedur, tugas-tugas, jadwal-jadwal, mekanisme-

mekanisme, aktivitas-aktivitas dan rutinitas-rutinitas yang akan menghasilkan suatu produk jasa yang disalurkan pada pelanggan. Identifikasi manajemen proses sebagai aktifitas terpisah adalah prasyarat bagi perbaikan jasa. Pentingnya elemen proses ini khususnya dalam bisnis jasa disebabkan oleh persediaan jasa yang tidak dapat disimpan, (<http://nulz-e.blogspot.co.id/2012/04/manajemen-pemasaran-jasa-dan-bauran.html>, diunduh dari situs *World Wide Web* tanggal 11 Juni 2016 ).

### c. Strategi Pemasaran Jasa

Strategi pemasaran adalah serangkaian tindakan terpadu menuju keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Tujuan dari strategi pemasaran adalah kepuasan pelanggan sepenuhnya ("*total Customer Satisfaction*"). Kepuasan pelanggan sepenuhnya, maksudnya bukan berarti memberikan kepada pelanggan apa yang menurut kita adalah keinginan dari mereka, tetapi apa yang sesungguhnya mereka butuhkan, serta bagaimana produk atau jasa yang mereka inginkan. Oleh karena itu sebelum meluncurkan suatu produk baru ke pasar, sebuah perusahaan hendaknya merancang suatu strategi yang baik untuk produk tersebut agar produk yang dihasilkannya dapat mencapai sasaran yang diinginkan. Strategi pemasaran adalah rencana untuk memperbesar pengaruh terhadap pasar, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang, yang didasarkan pada riset pasar, penilaian, perencanaan produk, promosi dan perencanaan penjualan serta distribusi. Salah satu strategi pemasaran yang dapat diambil oleh perusahaan adalah bauran pemasaran (marketing mix). Pendekatan pemasaran tradisional dengan 4P's dapat digunakan dengan baik oleh bisnis barang berwujud, sedangkan untuk industri jasa terdapat tiga tambahan P's yaitu *people*, *physical evidence* dan *process*, (Astuti 2015)

#### d. Marketing mix (Bauran Pemasaran Jasa)

Salah satu strategi yang berhubungan dengan kegiatan pemasaran perusahaan adalah marketing mix strategy yang didefinisikan oleh Kotler (2010) yang menyatakan bahwa *marketing mix as the set of controllable marketing variables that the firm blends to produce the response it wants in the target market*". dapat diartikan bahwa bauran pemasaran merupakan variable-variabel terkendali yang digabungkan untuk menghasilkan tanggapan yang diharapkan dari pasar. Bauran pemasaran adalah sekumpulan alat pemasaran yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan pemasarannya. Adapun menurut Ratih Hurriyati (2010) definisi bauran pemasaran merupakan unsur-unsur pemasaran yang saling terkait, dibaurkan, diorganisir dan digunakan dengan tepat sehingga perusahaan dapat mencapai tujuan pemasaran dengan efektif sekaligus memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Menurut Zeithalm and Bitner yang dikutip oleh Ratih Hurriyati (2010) menyatakan bahwa konsep bauran pemasaran tradisional (*tradisional marketing mix*) terdiri dari 4P, yaitu : produk (*produc*), harga (*price*), tempat/lokasi (*place*) dan promosi (*promotion*). Untuk pemasaran jasa perlu bauran pemasaran yang diperluas (*expanded marketing mix for service*) dengan penambahan unsur non-tradisional *marketing mix*, yaitu : orang (*people*), fasilitas fisik (*physical evidence*) dan proses (*process*), sehingga menjadi tujuh unsur.

Masing-masing dari tujuh unsur bauran pemasaran tersebut saling berhubungan dan tergantung satu sama lainnya dan mempunyai suatu bauran yang optimal sesuai dengan karakteristik segmennya. Penambahan unsur bauran pemasaran jasa dilakukan antara lain karena jasa memiliki karakteristik yang

berbeda dengan produk, yaitu tidak berwujud, tidak dapat dipisahkan, beraneka ragam dan mudah lenyap. (<http://nulz-e.blogspot.co.id/2012/04/manajemen-pemasaran-jasa-dan-bauran.html>, diunduh dari situs *World Wide Web* tanggal 11 Juni 2016 ).

### **3. Manajemen Perbankan**

Sesuai undang-undang No 10 tahun 1998 peran utama bank sebagai lembaga intermediasi keuangan adalah mengalihkan dana dari pihak yang berlebihan dana kepada pihak yang kekurangan dana disamping menyediakan jasa-jasa keuangan lainnya. Oleh karena bank berfungsi sebagai lembaga intermediasi keuangan atau perantara keuangan, maka faktor kepercayaan dari masyarakat atau nasabah merupakan faktor utama dalam menjalankan bisnis perbankan. Selain faktor kepercayaan, bank sebagai lembaga intermediasi keuangan juga harus menjamin likuiditas, artinya mempunyai kemampuan dalam memenuhi kewajiban finansialnya yang segera harus dilunasi. Setiap saat bank harus dapat menyediakan dana kas bila ada di antara deposan yang akan menarik tabungannya.

Manajemen perbankan merupakan ilmu yang mengatur bagaimana perbankan melakukan kegiatan operasionalnya baik dalam hal penyaluran kredit kepada masyarakat dan juga mengatur bagaimana lalu lintas pembayaran agar lebih efektif dan efisien. Manajemen perbankan adalah ilmu dan seni dalam mengatur kegiatan pengumpulan dana, penyaluran kredit dan pelaksanaan lalu lintas pembayaran agar efektif mencapai tujuan. Di dalam manajemen perbankan akan dibahas hal- hal yang lebih spesifik yakni, 1) Manajemen dana bank (MDB) dengan fokus analisis meliputi penarikan dan pengumpulan data. 2) Manajemen

perkreditan bank dengan fokus meliputi penyaluran kredit. 3) Manajemen lalu lintas pembayaran dengan fokus analisis tentang pelaksanaan kliring transfer dan inkaso. 4) Manajemen sumber daya manusia dengan fokus analisis tentang masalah sumber daya manusia.

Pertumbuhan ekonomi suatu negara dapat ditandai dengan pertumbuhan industri perbankan yang ada dalam negara tersebut. Semakin berkembang industri perbankan maka semakin baik pula pertumbuhan ekonomi negara itu sendiri. Salah satu usaha jasa yang menawarkan berbagai kebutuhan masyarakat akan jasa pelayanan keuangan maka usaha jasa perbankan selain mengedepankan profesionalisme dalam pelayanan kepada masyarakat sebagai nasabah, juga harus mengedepankan kepercayaan, karena dapat dikatakan bahwa industri perbankan adalah merupakan industri jasa yang menjual kepercayaan kepada masyarakat sebagai nasabahnya. Masyarakat sebagai konsumen atau pasar yang dituju oleh industri perbankan memiliki berbagai pertimbangan dalam memilih usaha jasa perbankan yang akan digunakannya. Hal tersebut dapat dilihat dari faktor tingkat bunga penyimpanan dan tingkat bunga pinjaman yang ditawarkan oleh perbankan kepada masyarakat, tingkat kenyamanan yang dirasakan oleh masyarakat dalam hal penyimpanan uang pada bank tersebut, kemudahan dalam memperoleh pinjaman, serta kualitas jasa yang diberikan kepada nasabahnya.

Faktor-faktor tersebut yang menjadi dasar pertimbangan masyarakat untuk memilih jasa perbankan, baik secara langsung maupun tidak langsung dapat membentuk loyalitas pada diri masyarakat akan bank yang dijadikan sebagai pilihan yang dipercayainya. Keberadaan jasa perbankan dalam masyarakat sangat dibutuhkan dan menguntungkan terutama pada sektor perekonomian, di mana

para pelaku ekonomi lebih leluasa dalam menjalankan proses kegiatan ekonominya untuk menunjang kelangsungan hidup.

Usaha jasa perbankan dalam masyarakat yang mengedepankan pelayanan yang baik demi memperoleh kepercayaan dari masyarakat sebagai nasabahnya. Dengan pelayanan yang baik diharapkan dapat memberikan kepuasan kepada nasabahnya. Sesuai penjelasan di atas maka semakin baik manajemen dalam suatu bank maka semakin mudah bank tersebut untuk mendapatkan keuntungan tiap bulannya. Keuntungan inilah yang nantinya bisa membuat bank semakin berkembang dan bisa lebih meminimalkan pinjaman dari pihak ketiga. Manajemen perbankan akan berpengaruh besar terhadap income suatu bank jika bisa diterapkan dengan baik oleh semua komponen dalam bank tersebut. Manajemen perbankan yang baik akan mengatur masalah keuangan, pengkreditan serta kegiatan operasional lainnya lebih efektif dan efisien, ([http://ahli-perbankan.com/strategi-manajemen-kredit-perbankan-yang powerful/](http://ahli-perbankan.com/strategi-manajemen-kredit-perbankan-yang-powerful/) dan <http://muhammadirzi.blogspot.co.id/2012/10/pengertian-manajemen-perbankan.html> diunduh dari situs *World Wide Web* tanggal 19 Juni 2016)

#### **4. Manajemen Keuangan**

Manajemen keuangan memiliki peranan penting dalam perkembangan dan keberhasilan usaha suatu perusahaan. Manajemen keuangan merupakan salah satu fungsi operasional perusahaan. Manajemen keuangan adalah manajemen pengelolaan keuangan yang dapat dilakukan baik oleh individu, perusahaan maupun pemerintah. Pengelolaan keuangan harus menghasilkan *return, benefit* yang lebih besar dari biayanya. Departemen keuangan dalam suatu perusahaan diwakili oleh manajer keuangan. Peranan manajemen keuangan ialah

menyediakan informasi bagi manajemen untuk mengambil keputusan. Tugas utama manajer keuangan adalah mengelola dana yang ada. Selain bertugas dalam pengelolaan dana, manajer keuangan juga harus mampu berkoordinasi dan bekerja sama dengan departemen lainnya dalam menentukan langkah-langkah yang harus ditempuh dalam pencapaian tujuan perusahaan.

Dalam mengelola dana yang ada di perusahaan perlunya manajemen keuangan yang baik. Berikut ini adalah pengertian manajemen keuangan menurut para ahli. Menurut Bambang Riyanto (2013) pengertian manajemen keuangan adalah “Manajemen Keuangan adalah keseluruhan aktivitas yang bersangkutan dengan usaha untuk mendapatkan dana dan menggunakan atau mengalokasikan dana tersebut.” Adapun menurut Sutrisno (2001) berpendapat bahwa pengertian manajemen keuangan adalah sebagai berikut: “Manajemen Keuangan dapat diartikan sebagai semua aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan usaha-usaha mendapatkan dana perusahaan dengan biaya murah serta usaha menggunakan dan mengalokasikan dana tersebut secara efisien.” Sedangkan menurut Agus Sartono (2001) “Manajemen Keuangan dapat diartikan sebagai manajemen dana baik yang berkaitan dengan pengalokasian dana dalam berbagai bentuk investasi secara efektif maupun usaha pengumpulan dana untuk pembiayaan investasi atau pembelanjaan secara efisien.” Definisi lain menurut James C. Van Horne (2013) yang disadur oleh Kasmir menyatakan bahwa “Manajemen Keuangan adalah segala aktivitas yang berhubungan dengan perolehan, pendanaan, dan pengelolaan aktiva dengan beberapa tujuan menyeluruh.” Sedangkan menurut Eugene F. Brigham dan Joel F. Houston (1998) yang di alih bahasakan oleh Robinson Tarigan mengemukakan bahwa

“Manajemen Keuangan dapat diterangkan berdasarkan fungsi dan tanggung jawab dari manajer keuangan. Fungsi utama dari manajer keuangan adalah merencanakan, mencari dan memanfaatkan dana dengan berbagai cara untuk memaksimalkan efisiensi (daya guna) dari operasi-operasi perusahaan.”

Dari beberapa definisi menurut para ahli di atas mengenai pengertian manajemen keuangan maka dapat ditarik kesimpulan pengertian manajemen keuangan secara sederhana adalah suatu proses dalam aktivitas keuangan perusahaan, dimulai dari cara memperoleh dana dan mempergunakannya. Penggunaannya harus tepat sasaran, efisien, dan efektif supaya tujuan keuangan perusahaan yang sudah ditetapkan dalam perencanaan bisa terwujud. Manajemen Keuangan adalah segala kegiatan atau aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan bagaimana cara memperoleh pendanaan modal kerja, menggunakan atau mengalokasikan dana, dan mengelola aset yang dimiliki untuk mencapai tujuan utama perusahaan.

Fungsi utama Manajemen Keuangan adalah sebagai berikut: 1). *Planning* atau perencanaan keuangan, meliputi perencanaan arus kas dan rugi laba. 2). *Budgeting* atau anggaran, perencanaan penerimaan dan pengalokasian anggaran biaya secara efisien dan memaksimalkan dana yang dimiliki. 3). *Controlling* atau pengendalian keuangan, melakukan evaluasi serta perbaikan atas keuangan dan sistem keuangan perusahaan. 4) *Auditing* atau Pemeriksaan Keuangan, melakukan audit internal atas keuangan perusahaan yang ada agar sesuai dengan kaidah standar akuntansi dan tidak terjadi penyimpangan. 5). *Reporting* atau Pelaporan Keuangan, menyediakan laporan informasi tentang kondisi keuangan perusahaan dan analisa rasio laporan keuangan,

(<http://nichonotes.blogspot.co.id/2015/02/manajemen-keuangan-finance-management.html>, diunduh dari situs *World Wide Web* tanggal 22 Mei 2016)

## 5. Manajemen Kualitas Jasa

Manajemen kualitas jasa adalah salah satu faktor penting dalam mengatur usaha dan mencapai keunggulan bersaing dengan kualitas dan standarisasi perusahaan serta mengutamakan kepuasan konsumen. Pelanggan pada dasarnya mencari nilai atau manfaat terbesar yang diperoleh dari suatu jasa. Untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan dilihat dari nilai lebih yang diberikan suatu jasa maupun kinerja pelayanan yang diterima dari suatu proses pembelian jasa. Pelanggan menentukan pilihannya pada suatu jasa apabila ada nilai lebih yang diberikan oleh sebuah produk jasa kepada pelanggan tersebut.

Terdapat lima dimensi kualitas atau mutu layanan: 1) *Tangible* (bentuk fasilitas fisik), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada masyarakat. 2). *Reliability* (Kehandalan), sebuah perusahaan jasa harus mempunyai kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan yaitu akurat dan terpercaya. Pelayanan tepat waktu, ketepatan pelayanan jasa yang tepat waktu/ *on time* sangat diinginkan oleh para pelanggan. 3). *Responsiveness* (tanggapan), yaitu memberikan pelayanan yang cepat, yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. 4) *Assurance* (Jaminan), Pelanggan merasa aman saat menggunakan jasa pelayanan yang diberikan. 5). *Empathy* (Empati), memberikan layanan yang cepat dan tanggap dalam membantu pelanggan yang mengalami kesulitan tanpa di minta sebelumnya.

(<https://prezi.com/cjajrr15vtmq/manajemen-kualitas-jasa/dan>

<http://indraputrabintan.blogspot.co.id/2013/03/manajemen-kualitas->

jasa.html#.V2ZQkesrLIV diunduh dan dari situs world wide web tanggal 19 Juni 2016)

## 6. Strategi Produk dan Jasa

Produk adalah elemen penting dalam suatu tawaran pasar. Perencanaan pemasaran terpadu dimulai dengan formulasi suatu tawaran produk yang akan memenuhi kebutuhan atau keinginan pasar. Pelanggan akan mempertimbangkan penawaran melalui elemen mendasar yaitu fitur produk, kualitas jasa dan harga yang sesuai atas produk tersebut. Tiga elemen ini harus dikaitkan dalam suatu penawaran produk yang secara kompetitif menarik. Perusahaan harus mampu menciptakan *Produk Potensial* yaitu produk yang mencakup semua kemungkinan penyempurnaan dan transformasi produk di masa yang akan datang. Dalam hal ini perusahaan selalu mencari cara baru untuk memuaskan pelanggan dan membedakan produk yang ditawarkan dengan pesaingnya. Perusahaan yang sukses menambah manfaat bagi produknya tidak hanya memuaskan pelanggan, tetapi juga memberikan kejutan dan menyenangkan mereka, dan memberi lebih dari harapan pelanggan. (Astuti 2015). Salah satu strategi pemasaran yang dapat digunakan adalah strategi pengembangan produk. Pengembangan produk yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen akan memperkuat posisi perusahaan di pasar. Pengembangan produk sangat erat kaitannya dengan keberhasilan suatu perusahaan dalam usaha meningkatkan penjualannya. Dengan melakukan pengembangan produk maka peluang perusahaan untuk mendapatkan pelanggan baru akan semakin besar. Sesuai pendapat (Stanton,1996), jika pelanggan bertambah maka penjualan akan semakin meningkat. Hal ini sejalan dengan pendapat (Swastha, Irawan 2003) yang menyatakan bahwa pengembangan produk

atau modifikasi produk dilakukan dengan cara mengubah sifat-sifat produk yang dapat menarik para pemakai atau pembeli baru, (Endang S.R,2013).

## 7. Strategi Proses

Proses merupakan suatu aktivitas atau sekelompok aktivitas yang menggunakan satu atau lebih input yang ditransformasikan dengan memberi nilai tambah output yang ditujukan untuk pelanggan. Proses adalah semua prosedur aktual, mekanisme dan aliran aktivitas yang digunakan untuk menyampaikan jasa. Strategi proses atau strategi transformasi adalah sebuah pendekatan organisasi untuk mengubah sumber daya menjadi barang atau jasa. Tujuan strategi proses adalah menemukan suatu cara untuk memproduksi barang atau jasa yang memenuhi harapan dan kebutuhan dari pelanggan. Strategi proses yang dipilih akan berdampak jangka panjang terhadap efisiensi dan produksi serta fleksibilitas, biaya dan kualitas jasa yang dihasilkan. Strategi proses merupakan salah satu senjata untuk bersaing, (<http://ekayanahidayat.blogspot.co.id/2013/11/strategi-proses.html>, diunduh dari situs *world wide web* tanggal 19 Juni 2016)

Dalam persaingan yang ketat dengan semakin banyaknya bank yang memasarkan produk *supply chain financing*, PT Bank XYZ dituntut untuk menciptakan strategi yang sesuai dengan kondisi internal perusahaan dengan tidak mengabaikan kondisi eksternal serta lingkungan global yang terus dan cepat berubah. Perancangam proses meliputi seleksi proses, perancangan proses pelayanan, pilihan teknologi dan analisis aliran proses. Perbaikan proses yang dilakukan oleh PT Bank XYZ dalam proses transaksi produk *Supply Chain Financing* dari 1 (satu) jam menjadi 30 menit menggunakan metode sebagai berikut :

### a. SIPOC Analysis

*SIPOC (Supplier – Inputs – Process – Outputs – Customer)* analisis adalah salah satu tools yang digunakan dalam penerapan *Six Sigma*. Tools ini akan memberikan gambaran yang jelas mengenai pengaruh dari proses terhadap pelayanan konsumen. Hasil akhir dari *SIPOC analysis* ini adalah sebuah “*template*” untuk menentukan proses sebelum memulai untuk memetakan, mengukur, dan meningkatkan proses tersebut.

Untuk memulai suatu manajemen proses maupun aktifitas *improvement*, sangat penting untuk mengerti tentang proses itu sendiri secara keseluruhan. *SIPOC analysis* akan membantu untuk menetapkan *boundaries* atau batasan dari apa yang akan dikerjakan. Akan terbentuk suatu langkah terstruktur untuk mendiskusikan tentang proses dan *consensus* dari hal-hal apa saja yang akan terlibat sebelum memulai dan menggambarkan pemetaan proses. Analisis *SIPOC* mencakup hal-hal berikut ini : 1). *Suppliers*, mencakup segala sesuatu yang menyediakan input atau masukan terhadap proses. 2). *Inputs*, menentukan material, service, dan/atau informasi yang akan digunakan oleh suatu proses untuk menghasilkan output. 3). *Process*, menentukan urutan dari suatu aktifitas yang ada. Biasanya dilakukan dengan menambahkan value dari input untuk memproduksi output yang akan diberikan pada *customer*. 4). *Outputs*, hasil dari proses berupa produk, service, dan/atau informasi yang bernilai guna bagi *customer*. 5). *Customer*, mencakup semua *user* yang menggunakan output yang berasal dari proses.

*SIPOC* digunakan saat menentukan fase dari suatu *process improvement project* untuk membantu memahami maksud dan tujuan dari proses yang ada.

Analisis *SIPOC* dimulai dengan fokus pada identifikasi *VOC (Voice Of Customer)*. Hal ini akan memberikan input dasar dari proses, dan akan memberikan dampak signifikan atau output kritikal dari proses yang ada. *SIPOC* juga menjadi suatu input utama dalam membangun pemetaan proses yang lengkap, (<http://sixsigmaindonesia.com/sipoc-analysis>, di unduh dari situs *world wide web* tanggal 22 Mei 2015)

#### **b. Metodologi *The Four Disciplines of Executions (4-DX)***

Metodologi *The Four Disciplines of Executions (4-DX)* adalah suatu metode yang menawarkan lebih dari sekedar teori untuk membuat perubahan strategi dalam organisasi. Metode ini tidak saja menjelaskan 'apa' tapi juga 'bagaimana' eksekusi dapat tercapai secara efektif. Metodologi ini merupakan alat untuk menyelaraskan seluruh karyawan untuk mencapai sasaran *Wildly Important Goals* dan memiliki pengaruh positif pada budaya perusahaan di mana setiap karyawan memahami prioritas bisnis dan mengetahui cara untuk melakukan eksekusi.

*The Four Disciplines of Execution (The 4-DX)*, yang terdiri dari 4 disiplin, yakni:

1. *Focus on Wildly Important Goals*, fase dimana menyepakati tujuan apa yang akan di capai secara bersama.
2. *Act on Lead Measures*, yakni menentukan *action* yang akan dilakukan secara konsisten agar tercapai tujuan yang telah disepakati.
3. Mengelola *Scoreboard* yang memotivasi, dimana tujuan yang telah disepakati dapat tercapai dengan kriteria *pareto* 80:20. Untuk memonitor pencapaian, terdapat *score board* yang ditampilkan di layar monitor yang dapat dilihat

oleh semua pegawai. Para pegawai setiap saat juga dapat mengakses pencapaian dimaksud secara *on line* pada sistem aplikasi yg telah kami siapkan.

4. *Creating cadence of accountability*, dimana setiap pegawai dapat secara terbuka mencapaikan ide, aspirasi dan komitmen masing-masing untuk mempercepat pencapaian tujuan. Sebagai sarana atas disiplin ke-empat ini, kami menyelenggarakan forum mingguan yang disebut dengan *Weekly WIGS Session* dan *WIGS Huddle*, dimana pada forum ini semua pegawai hadir. (Chris McChesney 2012)

#### c. *Root Cause Analysis (RCA)*

Menurut McWilliams dalam bukunya *Introduction the Root Cause Analysis* (2010), menjelaskan tentang *Root Cause Analysis (RCA)* yaitu analisis akar penyebab yang digunakan untuk membedakan sumber cacat atau masalah. *Root Cause Analysis (RCA)* adalah tool yang populer digunakan oleh perusahaan yang menjalankan *Lean Six Sigma*. *RCA* sebagai salah satu alat (tool) yang digunakan dalam inisiatif *problem solving*, untuk membantu tim menemukan akar penyebab (*root cause*) dari masalah yang kini sedang dihadapi. *RCA* merupakan pendekatan yang terstruktur berfokus pada asal penyebab atau penyebab yang pasti dari masalah atau kondisi. *Root Cause Analysis (RCA)* dilakukan untuk membantu organisasi mengidentifikasi titik-titik resiko atau titik-titik kelemahan dalam proses, penyebab yang mendasari atau terkait system, dan tindakan perbaikan. Dengan menggunakan diagram sebab akibat (*Cause and Effect diagram*) atau yang disebut juga dengan *Fishbone Diagram* yang pertama kali dikembangkan oleh Kaoru

terperinci yang berpengaruh dan mempunyai akibat pada faktor utama, yang dapat dilihat dari panah-panah yang berbentuk tulang ikan pada diagram tersebut., (<http://shiftindonesia.com/5-langkah-lakukan-root-cause-analysis-sebagai-bagian-dari-problem-solving/>, di unduh dari situs *World Wide Web* tanggal 19 Juni 2016)

## 8. Supply Chain Management

*Supply Chain Management* atau dapat di terjemahkan Manajemen Rantai Pasokan atau Manajemen Rantai Suplai adalah rantai pasokan atau rantai suplai merupakan suatu lingkaran yang saling berhubungan dalam rangka untuk mendapatkan barang-barang yang dibutuhkan dari pemasok / penyuplai, merupakan rangkaian hubungan antar perusahaan atau aktivitas yang melaksanakan penyaluran pasokan barang atau jasa dari tempat asal sampai ke pembeli atau pelanggan. Supply chain menyangkut hubungan yang terus menerus mengenai barang, uang dan informasi. Barang umumnya mengalir dari hulu ke hilir, sedangkan uang mengalir dari hilir ke hulu. Agar rantai tersebut berjalan dengan baik tentu saja diperlukan suatu pengaturan atau manajemen yang baik juga. Jadi dari sini kemudian muncullah apa yang disebut manajemen rantai pasokan / suplai (*supply chain Management*).

*Supply Chain Managemen* adalah suatu proses untuk mengintegrasikan, mengkoordinasi dan mengontrol pergerakan bahan baku menjadi produk jadi dan mengirimkannya kepada konsumen. Pergerakan informasi juga termasuk dalam proses ini. Segala upaya biasanya dilakukan agar proses tersebut dapat dilakukan secara efektif dan efisien untuk memaksimalkan nilai yang bisa didapatkan oleh

konsumen serta untuk mencapai suatu keuntungan yang berkelanjutan. (Kalakota, 2000). *Supply Chain Management* adalah suatu konsep pengaturan aliran proses perdagangan yang menghubungkan antara produsen-supplier-principal-distributor-konsumen secara langsung.

Secara horizontal terdapat 5 (lima) komponen utama atau pihak yang terlibat langsung dalam rantai *Supply Chain Management*, yaitu: 1) Produsen, manufacture, produsen adalah seorang atau kelompok orang maupun badan usaha membuat suatu usaha yang menghasilkan output dalam bentuk barang maupun jasa. Produsen adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi. 2) *Supplier*, *supplier* adalah seseorang/perusahaan yang secara kontinu menjual barang/jasa kepada perusahaan *principal*. 3) *Principal/Main distributor*, perusahaan berskala *corporate* dan *large* memiliki jaringan yang luas dengan jumlah distributor/sub distributor dan *supplier* yang cukup banyak.

4) *Distributor/Retailer*, adalah seseorang/perusahaan yang mengalirkan produk dari *principal* kepada mata rantai pasokan berikutnya. Dalam konsep rantai nilai industri, distributor merupakan jembatan yang akan dilalui oleh produk atau jasa untuk menghantarkan nilai produk/jasa tersebut sampai kepada pelanggan. Distributor biasanya menyalurkan barang dalam jumlah besar baik kepada sub distributor atau langsung pada *customer* (pelanggan). 5) *Retailer* adalah sebuah bisnis atau orang yang menjual barang langsung kepada *customer*, sebagai lawan

dari grosir atau pemasok, yang biasanya menjual barang-barang mereka ke bisnis lain. *Customer* atau seorang pelanggan (juga dikenal sebagai klien, atau pembeli) adalah penerima layanan, baik, produk, atau ide, yang diperoleh dari penjual, atau pemasok untuk pertimbangan berharga moneter atau lainnya.

Secara vertikal ada beberapa pihak atau komponen utama *supply chain* yaitu *buyer* (pembeli), *transporter* (pengangkut), *warehouse* (penyimpan), *seller* (penjual) dan sebagainya. Rantai suplai, rantai pasokan atau jaringan suplai adalah sebuah sistem yang terkoordinasi yang terdiri atas organisasi, sumber daya manusia, aktivitas, informasi dan sumber-sumber daya lainnya yang terlibat secara bersama-sama dalam memindahkan suatu produk atau jasa baik dalam bentuk fisik atau virtual, ([https://sites.google.com/site/operasiproduk/manajemen-rantai pasokan](https://sites.google.com/site/operasiproduk/manajemen-rantai-pasokan), diunduh dari *world wide web* pada tanggal 19 Juni 2016)

#### **9. Supply Chain Financing**

Peneliti meyakini bahwa terdapat potensi bisnis yang besar dengan produk *Supply chain financing (SCF)*. Jika sebelumnya pembiayaan lebih fokus kepada hanya para eksportir dan importir, maka dengan adanya produk *SCF* ini. Pembiayaan diberikan tidak saja kepada para eksportir dan importir dimaksud, namun juga kepada para *supply chain* mereka, mulai dari *distributor*, *reseller*, *retailer*, *supplier*, perusahaan *logistic*, sampai dengan para *manufacturer*. Sebagai contoh, seandainya perusahaan *unilever* (sebagai perusahaan *principal*) memiliki 10.000 *distributor* dan 7.000 *supplier*, maka dengan skema *SCF*, bank akan memiliki kesempatan untuk memberikan pembiayaan kepada 17.000 perusahaan dengan memanfaatkan hubungan kerja sama perusahaan-perusahaan dimaksud

dengan Unilever. Hal ini lah yang diyakini bahwa *SCF* adalah 'bisnis *trade* masa depan'. (Inovasi implementasi percepatan proses *SCF*, 2014)

*Supply chain financing* adalah struktur pembiayaan bank dengan underlying transaksi penagihan *invoice* (faktur) dengan memanfaatkan kualitas kredit yang baik dari *principal* untuk mengambil alih tanpa *recourse* (*forfaiting*) tagihan *invoice*. *Recourse* adalah hak bank untuk menarik kembali dana yang telah dibayarkan bank kepada penjual. Berikut adalah 4 (empat) skema pembiayaan *Supply chain financing*, untuk membiayai *supplier*, *principal* dan distributor yaitu sebagai berikut : 1) *SF* (*Supplier Financing*) adalah struktur pembiayaan dengan memanfaatkan kualitas kredit yang baik dari *buyer* untuk mengambil alih tanpa *recourse* (*forfaiting*) tagihan *invoice suppliers*. *Invoice* atau faktur adalah tagihan yang dikirimkan oleh penyedia barang atau jasa (*supplier*) kepada pembeli barang atau jasa (*buyer*). *Invoice* umumnya dibuat setelah barang diterima seluruhnya atau sebagian oleh *buyer*. *Buyer* menandatangani *delivery order* (*DO*) atau *goods received note* (*GRN*). Dengan *invoice*, *supplier* dapat mencatat piutang dagang karena kewajiban *buyer* telah timbul. 2) *DF* (*Distributor Financing*) adalah fasilitas pembiayaan yang diberikan Bank kepada distributor dan atau sub distributor dari *principal/Main distributor* yang telah menandatangani perjanjian kerjasama dengan bank untuk pembiayaan pembelian barang yang di beli dari *principal/Main distributor*. Perjanjian distributor/sub distributor adalah perjanjian atau surat penunjukkan atau kontrak antara *principal/main distributor* dengan distributor dan/atau sub distributor yang berisi hak dan kewajiban masing-masing berkaitan dengan penyaluran produk-produk *principal/main distributor* oleh distributor/sub distributor, 3) *TR* (*Trust Receipt*)

adalah fasilitas pembiayaan pasca pengiriman produk oleh *prinsipal/main* distributor kepada distributor/sub distributor, berdasarkan TR Letter dimana distributor dan/atau sub distributor berjanji akan memenuhi kewajibannya pada saat yang telah ditentukan. *Trust Receipt Letter* adalah dokumen yang ditandatangani oleh distributor dan/atau sub distributor sebagai syarat mendapatkan fasilitas *TR* dari bank. *Principal* adalah badan usaha yang bergerak dibidang usaha produksi maupun perdagangan yang dalam kegiatan usahanya menunjuk atau mengangkat distributor dan/atau sub distributor berkaitan pengiriman dan penyaluran dan/atau penjualan barang dan telah membuat perjanjian kerjasama dengan bank. 4) *RF (Receivable financing)* adalah pembiayaan perdagangan kepada nasabah yang bertindak sebagai penjual (*seller*) dalam rangka, persiapan pengiriman barang (*pre delivery financing* atau *PO financing*) atas pemesanan barang dari daftar pembeli untuk membiayai antara lain pembelian bahan baku dan/atau pengeluaran ongkos produksi atau persiapan pengiriman barang lainnya, dan/atau pengadaan barang untuk dijual kembali. *RF (Receivable financing)* bersifat *self liquidating* yaitu pelunasan atas pembiayaan tersebut bersumber dari dana hasil penjualan barang yang telah dibiayai yang ditransfer langsung oleh pembeli ke rekening yang ditetapkan. (Nota struktur pembiayaan *supply chain financing*, PT Bank XYZ 2010)

## 10. Fee Based Income

Kegiatan yang dilakukan bank sebagai lembaga keuangan adalah menghimpun dana, menyalurkan dana dan memberikan jasa-jasa lainnya. Bank sebagai lembaga keuangan tentunya juga bertujuan untuk mencari keuntungan atau *profit*. Dari kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana, bank dapat

memperoleh keuntungan dari selisih bunga pinjaman (yang dibebankan kepada peminjam) dengan bunga simpanan (diberikan kepada penyimpan simpanan). Selisih antara bunga pinjaman atau kredit dengan bunga simpanan dikenal sebagai *spread* suku bunga. Selain mendapatkan keuntungan dari *spread* suku bunga (*spread based*), bank juga dapat memperoleh keuntungan melalui kegiatan jasa bank lainnya, keuntungan ini didapatkan melalui biaya yang diterima bank atas jasa yang diberikan seperti *provisi*, komisi, biaya kirim, biaya administrasi yang lebih di kenal sebagai *fee based*. Menurut kajian Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia (2011) tren menunjukkan bahwa sulit bertahan bagi perbankan jika hanya mengandalkan pendapatan dari berbasis bunga kredit.

Menurut Kasmir (2008) sebagaimana dikutip oleh Priyatmoko, *Fee Based Income* merupakan usaha-usaha yang berkaitan dengan pemberi jasa keuangan. Bentuk *Fee Based Income* dapat dipicu dari kegiatan pelayanan atau penyediaan fasilitas seperti transfer, kliring kartu kredit, Letter of Credit, Bank Garansi dan Financing. Jenis aktivitas *Fee Based Income* tersebut dalam laporan keuangan bank dikelompokkan menjadi *provisi*, komisi dan *fee*, transaksi valuta asing, transaksi surat berharga serta pendapatan non bunga lainnya. Saat ini pendapatan dari *Fee Based Income* semakin diminati oleh perbankan, karena pertama faktor risiko tidak terkait dengan persyaratan modal suatu bank yaitu *capital adequacy ratio/CAR* (rasio kecukupan modal), likuiditas *non performing loan NPL* (tingkat kredit macet), serta faktor kedua yaitu risiko yang timbul akibat fluktuasi tingkat suku bunga, sehingga perbankan dapat terus meningkatkan pelayanan jasa kepada nasabahnya. Penciptaan penghasilan lain yang berasal dari non bunga kredit merupakan salah satu upaya manajemen bank dalam meningkatkan pendapatan

sekaligus menjaga stabilitas pendapatan *financial*. ( [www.bppk.kemenkeu.go.id-Fee Based Income](http://www.bppk.kemenkeu.go.id-Fee Based Income) diunduh dari situs *world wide web* tanggal 21 Mei 2016)

## B. Penelitian Terdahulu

Berikut ini adalah referensi jurnal penelitian sebelumnya mengenai pembiayaan *supply chain financing* , volume penjualan dan *fee based income* :

1. Penelitian dengan judul 'Supply chain financing, solusi pembiayaan untuk meningkatkan *financial flow*', kajian pada perusahaan distributor consumer goods, penulis Supriyadi (2013). Penelitian ini menganalisa pengaruh pembiayaan *supply chain financing* terhadap efektifitas *financial flow* dengan fokus kepada perusahaan distributor *consumer goods* yang merupakan salah satu komponen utama *supply chain*. Sebagai salah satu mata rantai dalam *supply chain management*, perusahaan distributor dituntut untuk mampu melakukan peran yang optimal dalam mengalirkan produk dari *principal* kepada mata rantai pasokan berikutnya. Program *supply chain financing* yang ditawarkan oleh industri perbankan merupakan sebuah paket layanan perbankan yang bersifat integratif untuk mendukung perusahaan yang bergerak dalam sebuah sistem rantai pasokan. Melalui program *supply chain financing*, perbankan menawarkan beberapa jasa dan fasilitas menarik yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan yang bergerak dalam rantai pasokan, untuk mendukung bisnis mereka. Program merupakan paket layanan pembiayaan kredit modal kerja dan layanan pengelolaan kas. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa program *supply chain financing* yang ditawarkan memberikan dampak optimalisasi *financial flow* dengan menurunkan *cash*

*conversion cycle* dan peningkatan *days working capital* dan *days payable outstanding* serta penurunan *days sales outstanding* dan *day inventory*, serta hasil analisa juga memperlihatkan bahwa karakteristik bisnis perusahaan distributor sangat tergantung pada *financial flow*. Berikut adalah gambaran optimalisasi financial flow



Gambar 2.1 Perhitungan *cash conversion cycle*

Gambar di atas menunjukkan perhitungan *cash conversion cycle*. Sesuai uraian di atas perusahaan yang baik adalah perusahaan yang mempunyai nilai *cash conversion cycle* yang minimal (rendah). Adapun penjelasan mengenai DSO, DOI, DPO dan *cash conversion cycle* sebagai berikut : *Days sales outstanding* (DSO) adalah rata-rata jumlah hari yang dibutuhkan suatu perusahaan untuk membukukan pendapatan (revenue) setelah melakukan penjualan. *Days of inventory outstanding* (DOI) adalah rata-rata jumlah hari yang dibutuhkan suatu perusahaan untuk menjual persediaan. *Days payable outstanding* (DPO) adalah jumlah rata-rata hari di mana sebuah perusahaan membayar pemasoknya. Hal ini juga disebut jumlah hari hutang. *Days working capital* (DWC) atau *cash conversion cycle* adalah menggambarkan berapa hari yang dibutuhkan untuk sebuah perusahaan untuk mengkonversi modal kerja menjadi pendapatan

2. Penelitian dengan judul ‘Skema operasional lending model distributor *financing consumer goods industry* sebagai salah satu cara peningkatan *portofolio loan business banking* : studi pembiayaan distributor PT X oleh Bank Niaga , penulis Gultom, Andy Nahil (2009). Penelitian ini menganalisa skema *operasional lending model distributor financing consumer goods industry* sebagai salah satu cara peningkatan *portofolio loan business consumer goods industry* perlu dipertahankan dan dikembangkan, dengan memberikan rekomendasi sebagai tindak lanjut pelaksanaan Skema operasional lending model distributor *financing consumer goods industry* dimasa mendatang
3. Penelitian dengan judul ‘analisa pengaruh *supply chain management* terhadap keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan’ , penulis Regina Suharto dan Devie (2013). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh signifikan antara *supply chain management* terhadap keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan. Variabel keunggulan bersaing di ukur dari 5 (lima) indikator yaitu harga, kualitas, *delivery dependability*, inovasi produk dan *time to market*. Hasil penelitian membuktikan adanya hubungan yang signifikan antara *supply chain management* terhadap keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan. Penerapan *supply chain management* yang baik akan mampu meningkatkan kinerja perusahaan, baik dari kinerja keuangan maupun operasionalnya
4. Penelitian dengan judul ‘*Supply Chain Management (SCM)* berbasis layanan dengan desain dan implementasi prototipe sistim

(M.Hilman,F.Setiadi,I.Sarika,J.Budiasto, dan R.Alfian:2012), penelitian yang menganalisa pengembangan model sistem *SCM* berbasis layanan yang menghubungkan tiga *stakeholder* yang berperan dalam proses perdagangan pada pusat perbelanjaan modern, hasil penelitian proses pengembangan sistem informasi yang didasarkan pada metodologi merupakan sebuah *best practice* yang walaupun tidak menjamin kesuksesan tetapi memberikan panduan dan arahan yang cukup lengkap.

5. Penelitian dengan judul ‘Pengaruh modal kerja dan volume penjualan terhadap laba bersih, studi kasus pada perusahaan industri logam yang terdaftar di BEI, penulis Sonnya Nurman Sasongko (2012). Hasil penelitian ini menyatakan bahwa modal kerja dan volume penjualan berpengaruh dalam peningkatan laba bersih pada perusahaan industri logam.
6. Penelitian dengan judul ‘ Analisis strategi peningkatan *Fee Based Income* Bank Mandiri’, penulis Putra,Feryzal (2007). Hasil penelitian *Fee Based Income* dapat ditingkatkan dengan memberikan pelayanan yang berkualitas dan menyediakan berbagai variasi produk/jasa yang beragam yang bertujuan untuk memuaskan nasabah dan memaksimalkan transaksi nasabah.
7. Penelitian dengan judul ‘Analisis variabel-variabel yang mempengaruhi *Fee Based Income*, studi kasus pada bank pemerintah dan bank asing di Indonesia’, penulis Atik Masita (2012). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel provisi, komisi, fee, pendapatan transaksi valuta asing dan pendapatan lainnya berpengaruh secara simultan yang signifikan terhadap *fee based Income*.

### C. Kerangka Berpikir

Suatu organisasi bisnis memiliki tiga bidang fungsional dasar, yaitu keuangan, operasi dan pemasaran. Keuangan bertanggung jawab mengamankan sumber keuangan yang memiliki nilai menguntungkan dan mengalokasikan di seluruh organisasi, penganggaran, menganalisa proposal investasi, serta menyediakan dana untuk operasi. Pemasaran dan operasi adalah fungsi utama atau lini utama. Pemasaran bertanggung jawab menilai keinginan dan kebutuhan nasabah serta menjual dan mempromosikan suatu produk (barang) atau jasa. Operasi bertanggung jawab menghasilkan suatu produk barang atau menyediakan jasa yang ditawarkan oleh suatu organisasi. Penciptaan barang atau jasa melalui transformasi atau pengubahan input menjadi output yang diinginkan oleh bagian pemasaran yang dapat memuaskan dan memenuhi keinginan nasabah yang ujungnya dapat meningkatkan pendapatan. Sesuai uraian di atas maka untuk memastikan bahwa output yang dihasilkan telah memenuhi keinginan semua pihak, maka dilakukan pengukuran implementasi percepatan proses layanan transaksi *supply chain financing* terhadap volume transaksi dan dampaknya terhadap *fee based income*, sebagai berikut :

#### 1. Pengaruh antara percepatan proses layanan transaksi *supply chain financing* dan volume transaksi

Sesuai hasil penelitian sebelumnya dengan skema pembiayaan *supply chain financing* akan memberikan dampak pada optimalisasi *financial flow* perusahaan yakni menurunkan *cash conversion cycle* terjadi melalui peningkatan *days working capital (DWC)* dan *days payable*

*outstanding (DPO)*. Dengan solusi pembiayaan *Supply Chain Financing* pada PT Bank XYZ dapat menjadi mitra bisnis yang memberikan nilai tambah bagi nasabah, baik dari sisi pembeli maupun pemasok. Produk *SCF* memiliki potensi bisnis yang besar, karena perusahaan korporasi atau yang di sebut *Principal* adalah perusahaan industri yang memiliki potensi pasar yang besar dan jalur distribusi yang kuat merupakan target market untuk pembiayaan ini. Solusi pembiayaan *SCF* ini memungkinkan nasabah *corporate* yang bertindak sebagai pembeli mendapatkan fleksibilitas dalam penetapan *Terms of Payment* tanpa mengorbankan arus kas penjual atau pemasok.

Dalam persaingan yang ketat dengan semakin banyaknya bank yang memasarkan produk *supply chain financing*. Untuk memenangkan persaingan PT Bank XYZ menciptakan strategi bersaing dengan menggunakan strategi produk yaitu menciptakan *Produk Potensial*. Produk potensial adalah produk yang mencakup semua kemungkinan penyempurnaan dan transformasi produk di masa yang akan datang. Strategi proses yaitu dengan mengimplementasikan percepatan proses transaksi produk *Supply Chain Financing* dari 1 (satu) jam menjadi 30 menit, strategi tersebut bertujuan untuk memberikan *customer delivered value* atau nilai tambah yang optimal atau lebih tinggi bagi nasabah dan lebih baik dari bank pesaing. Nilai tambah optimal yaitu dengan kualitas produk yang handal dengan proses yang cepat dan tepat waktu diharapkan dapat memuaskan nasabah, melampaui ekspektasi nasabah dan mereka, memberi lebih dari harapan nasabah dan membedakan tawarannya dari bank

pesaing, sehingga memudahkan dalam memasarkan produk *SCF*, yang diharapkan dapat meningkatkan jumlah transaksi produk *SCF* atau volume transaksi di PT Bank XYZ.

## 2. Hubungan antara volume transaksi dengan *fee based income*

Menurut Kasmir (2008) sebagaimana dikutip oleh Priyatmoko, *Fee Based Income* merupakan usaha-usaha yang berkaitan dengan pemberi jasa keuangan. Bentuk *Fee Based Income* dapat dipicu dari kegiatan pelayanan atau penyediaan fasilitas seperti transfer, kliring kartu kredit, *Letter of Credit*, Bank Garansi dan *Financing*. Jenis aktivitas *Fee Based Income* tersebut dalam laporan keuangan bank dikelompokkan menjadi *provisi*, komisi dan *fee*, transaksi valuta asing, transaksi surat berharga serta pendapatan non bunga lainnya. Dengan peningkatan volume transaksi pembiayaan *supply chain financing*, dimana setiap transaksi nasabah dikenakan biaya provisi, komisi maka akan meningkatkan *fee based income*.

## 3. Hubungan percepatan proses layanan transaksi *SCF* dan volume transaksi bersama-sama dengan *fee based income*

Sesuai uraian di atas dengan menciptakan strategi bersaing yang dapat memenuhi ekspektasi nasabah, dimana PT Bank XYZ mengimplementasikan percepatan proses transaksi produk *Supply Chain Financing* dari 1 (satu) jam menjadi 30 menit secara konsisten, handal dan akurat maka nasabah akan puas, bagi nasabah lama mereka akan menjadi lebih loyal kemudian mereka akan meningkatkan jumlah transaksinya kepada PT Bank XYZ, bagi nasabah baru apabila produk dan layanan dapat

memenuhi ekspektasi mereka, maka mereka akan menyalurkan transaksinya kepada PT Bank XYZ, sehingga dengan implementasi percepatan proses layanan produk *SCF* berdampak untuk peningkatan volume transaksi produk *SCF*, maka percepatan proses layanan produk *SCF* bersamaan dengan peningkatan volume transaksi akan dapat meningkatkan *fee based income*.

#### D. Operasionalisasi Variabel

Kerlinger (1973) menyatakan bahwa variabel adalah konstruk (*construct*) atau sifat yang akan dipelajari dan variabel dapat dikatakan sebagai suatu sifat yang diambil dari suatu nilai yang berbeda (*different values*). Dengan demikian variabel itu merupakan suatu yang bervariasi. Selanjutnya Kidder (1981) menyatakan bahwa variabel adalah suatu kualitas dimana peneliti mempelajari dan menarik kesimpulan darinya. Berdasarkan pengertian-pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Operasionalisasi variabel berisi semua operasi (kegiatan) yang harus dilakukan untuk memperoleh data kuantitatif mengenai atribut variabel itu, termasuk kondisi pengoperasionalisasian. Untuk menguji pengaruh antara percepatan proses layanan transaksi *supply chain financing* terhadap volume transaksi dan dampaknya terhadap *fee based income*. Dalam penelitian ini percepatan proses layanan transaksi *supply chain financing* dan volume transaksi sebagai variabel independen dan *fee based income* sebagai variabel dependen. Berikut penjelasan variabel-variabel di maksud.

## 1. Percepatan proses layanan transaksi *supply chain financing*

Percepatan proses layanan transaksi *supply chain financing* adalah perbaikan bisnis proses yang dilakukan oleh PT Bank XYZ sebagai strategi bersaing yaitu mempercepat waktu pemrosesan transaksi *Supply Chain Financing* dari 1 jam menjadi 30 menit pada tahun 2015. Dengan memberikan layanan yang cepat dan handal diharapkan PT Bank XYZ dapat memenangkan persaingan, tidak dari sisi pricing, namun dari sisi kualitas dan proses, dengan kualitas proses yang handal dan tepat waktu dapat memberikan *customer delivery value* yang lebih tinggi kepada nasabah.

Percepatan proses layanan transaksi *supply chain financing* adalah variabel *kontinu* dimana pengukuran yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pengukuran delta (perbedaan) durasi dari 1 jam menjadi 30 menit menggunakan interval waktu dari 30 – 54 menit ke atas, dengan skor tertinggi 10 untuk delta waktu 54 menit ke atas dan skor terendah 1 untuk delta waktu 30-32 menit

## 2. Volume Transaksi

Volume transaksi adalah jumlah transaksi yang di proses. Pengukuran volume transaksi di hitung secara harian, dengan menghitung berapa jumlah transaksi *supply chain financing* yang di proses pada hari itu. Volume transaksi adalah variabel *kontinu* dimana pengukuran yang dilakukan menggunakan skala interval, yaitu dengan interval jumlah transaksi per hari, semakin banyak transaksi per hari maka semakin tinggi pointnya, sesuai data yang ada dapat dilakukan pengukuran sebagai berikut, skor tertinggi 10 untuk

volume transaksi  $361 \leq$  dan skor terendah adalah 1 untuk volume transaksi 90-120 transaksi.

### 3. *Fee Based Income*

*Fee based Income* adalah pendapatan yang diperoleh bank dari pemberian komitmen dan jasa-jasa lain di luar hasil yang diperoleh bank dari penanaman *aktiva produktif* seperti kredit dan surat berharga atau pendapatan selain *spread bunga*. Sesuai uraian di atas pembiayaan transaksi *trade* khususnya *invoice financing* saat ini merupakan pendapatan primadona *fee based income*. Setiap transaksi pembiayaan *supply chain financing* dikenakan biaya provisi-komisi. Pendapatan dari provisi-komisi transaksi *supply chain financing (fee based income)* adalah variabel *kontinu* dimana pengukuran yang dilakukan menggunakan skala interval, yaitu dengan interval jumlah pendapatan provisi  $i$  per hari, semakin banyak provisi yang didapat per hari maka semakin tinggi pointnya, sesuai data yang ada dapat dilakukan pengukuran sebagai berikut, skor tertinggi 10 untuk pendapatan provisi sebesar IDR 225 juta  $\leq$  dan skor terendah adalah 1 untuk pendapatan provisi IDR 1-25 juta.

### E. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan kerangka pikiran yang telah diuraikan di atas, maka rumusan hipotesis penelitian adalah sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh signifikan antara percepatan proses layanan *supply chain financing* terhadap volume transaksi.

2. Terdapat pengaruh signifikan antara percepatan proses layanan *supply chain financing* terhadap *fee based income*
3. Terdapat pengaruh signifikan antara volume transaksi terhadap *fee based income*
4. Terdapat pengaruh signifikan antara percepatan proses layanan *supply chain financing* dan volume transaksi secara bersama-sama terhadap *fee based income*.



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Desain Penelitian

Desain penelitian konklusif adalah desain penelitian yang dirancang untuk membantu pembuatan keputusan dalam menentukan, mengevaluasi, serta memilih rangkaian tindakan yang harus diambil pada situasi tertentu (Malhotra, 2009). Desain penelitian konklusif terdiri dari desain penelitian deskriptif dan desain penelitian kausal (eksperimen). Desain penelitian deskriptif ialah satu jenis riset konklusif yang mempunyai tujuan utama menguraikan sesuatu biasanya karakteristik atau fungsi pasar (malhotra, 2009). Penelitian deskriptif adalah penelitian yang digunakan untuk mendeskripsikan dan menjawab persoalan-persoalan suatu fenomena atau peristiwa yang terjadi.. Fenomena yang terjadi baik dalam variabel tunggal maupun korelasi atau perbandingan berbagai variabel, artinya variabel yang di teliti bisa satu variabel atau bisa juga lebih dari satu variabel. Metode desain penelitian deskriptif ini untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang di teliti.

Sedangkan metode eksperimen atau metode kausal digunakan untuk menjelaskan hubungan sebab akibat antara variabel independen dengan variabel dependen. Sesuai pendapat (Malhotra 2007) dalam metode eksperimen digunakan variabel perlakuan sehingga penggunaan istilah 'pengaruh' dapat dibenarkan, (Lerbin R.2014).

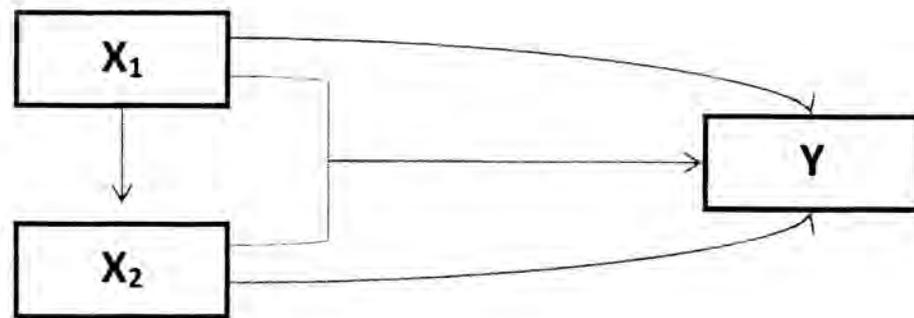
## 1. Metode Deskriptif

Berdasarkan masalah yang di teliti dalam penelitian ini, maka metode yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Tujuan penelitian deskriptif, yakni untuk menjelaskan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau daerah tertentu. Pada awalnya penelitian deskriptif hanya untuk menggambarkan variabel-variabel tunggal, namun sesuai pendapat Arikunto (2006) menyatakan bahwa dalam perkembangannya selain menjelaskan tentang situasi atau kejadian yang sudah berlangsung sebuah penelitian deskriptif juga dirancang untuk membuat komparasi maupun untuk mengetahui hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain. Oleh karena itu penelitian komparasi dan korelasi dimasukkan dalam kelompok deskriptif (Arifin 2011). Langkah-langkah penelitian deskriptif menurut (Arifin 2011), dapat dilakukan sebagai berikut :

- a. Mengidentifikasi dan memilih masalah.
- b. Melakukan kajian pustaka.
- c. Merumuskan masalah.
- d. Merumuskan asumsi dan hipotesis.
- e. Merumuskan tujuan penelitian.
- f. Menjelaskan manfaat hasil penelitian.
- g. Menentukan variabel penelitian.

- h. Menyusun desain penelitian.
- i. Menentukan populasi dan sampel.
- j. Menyusun instrumen penelitian.
- k. Mengumpulkan data.
- l. Membahas hasil penelitian.
- m. Menarik simpulan, implikasi dan saran.
- n. Menyusun laporan.

Pada penelitian ini metode deskriptif dilakukan melalui observasi data dan melalui hasil survey kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini terdapat 2 (dua) variabel independen dan 1 (satu) variabel dependen, sehingga terdapat 4 (empat) rumusan masalah asosiatif (3 korelasi sederhana dan 1 korelasi ganda). Dengan diketahuinya hubungan korelasi sebab akibat ini dapat diketahui sebagai berikut, 1) ada tidaknya pengaruh variabel independen percepatan proses layanan *supply chain financing* terhadap variabel independen volume transaksi, 2) ada tidaknya pengaruh variabel independen percepatan proses layanan *supply chain financing* terhadap variabel dependen *fee based income*, 3) ada tidaknya pengaruh variabel independen volume transaksi *supply chain financing* terhadap variabel dependen *fee based income*, 4) ada tidaknya pengaruh variabel independen percepatan proses layanan *supply chain financing* dan volume transaksi *supply chain financing* bersama-sama terhadap variabel dependen *fee based income*. Berikut gambar korelasi variabel independen dengan variabel dependen dalam penelitian ini.



Gambar 3.1 Korelasi masalah antar variabel penelitian

Keterangan :

$X_1$  : Percepatan proses layanan *supply chain financing*

$X_2$  : Volume transaksi

Y : Fee Based Income

## B. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Pada penelitian kuantitatif, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang di pelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek/obyek tersebut (Sugiyono, 2013). Populasi adalah gabungan seluruh elemen, yang memiliki serangkaian karakteristik serupa dan mencakup semesta untuk kepentingan masalah riset pemasaran ( Malhotra, 2009). Berdasarkan pengertian populasi di atas, untuk menentukan populasi

yang relevan, peneliti harus mengidentifikasi terlebih dahulu data-data yang dikumpulkan sesuai dengan masalah penelitian. Dalam penelitian ini, subjek penelitian yang akan dijadikan populasi adalah data transaksi *supply chain financing* tahun 2015.

## 2. Sampel

Sampel adalah sub kelompok elemen populasi yang terpilih untuk berpartisipasi dalam studi (Malhotra, 2009). Definisi sampel menurut Arikunto (2006) mengatakan bahwa sampel adalah bagian dari populasi (sebagian atau wakil populasi yang diteliti). Sampel penelitian adalah sebagian populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi. Sugiyono (2013) memberikan pengertian bahwa sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sedangkan menurut Arifin (2011) sampel adalah sebagian dari populasi yang akan diselidiki atau dapat juga dikatakan bahwa sampel adalah populasi dalam bentuk mini (*miniatur population*). Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi tersebut, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Untuk itu, sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif. Dengan demikian, berdasarkan pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa sampel merupakan bentuk kecil yang mewakili suatu populasi yang sifatnya harus benar-benar representatif agar kesimpulan yang diperoleh dari sampel dapat diberlakukan untuk populasinya.

### a. Tehnik pengambilan sampel.

Metode quota sampling menurut Sugiyono (2001) menyatakan bahwa sampling kuota adalah teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah (kuota) yang diinginkan. Menurut Margono (2004) dalam teknik ini jumlah populasi tidak diperhitungkan akan tetapi diklasifikasikan dalam beberapa kelompok. Sampel diambil dengan memberikan jatah atau quorum tertentu terhadap kelompok. Pengumpulan data dilakukan langsung pada unit sampling. Setelah kuota terpenuhi, maka pengumpulan data di hentikan,

(<http://www.eurekapedidikan.com/2015/09/defenisi-sampling-dan-teknik-sampling.html>, diunduh dari situs *World Wide Web* tanggal 15 Mei 2016).

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah data transaksi *supply chain financing* pada tahun 2015. Jumlah hari kerja selama tahun 2015 adalah 246 hari, dan transaksi yang di proses adalah sebanyak 26.018 transaksi. Sesuai metode quota sampling di atas dengan jumlah data yang sangat banyak, maka peneliti menetapkan data transaksi selama 6 (enam) bulan pertama yaitu bulan Januari sampai dengan Juni 2015 yang digunakan sebagai sampel penelitian. Dengan jumlah hari kerja 123 hari transaksi dan total transaksi 12.528 transaksi, dengan rata-rata transaksi per hari sebanyak 212 transaksi yang digunakan sebagai data yang diteliti. Dimana data tersebut telah representative mewakili data transaksi selama setahun.

### **C. Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti. Dengan demikian jumlah instrumen yang digunakan untuk penelitian

akan tergantung pada jumlah variabel yang di teliti, karena instrumen penelitian digunakan untuk melakukan pengukuran dengan tujuan menghasilkan data kuantitatif yang akurat, maka setiap instrumen harus mempunyai skala. Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya *interval* yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif, Sugiyono (2013).

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### 1. Pengukuran Variabel

Untuk mengukur nilai variabel independen dan dependen peneliti menggunakan skala interval. Skala ini memiliki fungsi pengukuran yang lebih lengkap dibanding skala nominal dan ordinal. Selain memiliki fungsi pembeda dan fungsi mengurutkan, skala interval juga memiliki fungsi penjumlahan dan pengurangan. Pemberian angka kepada objek penelitian yang mempunyai sifat dengan ukuran ordinal dan jarak yang sama pada pengukuran dinamakan data interval. Data ini memperlihatkan jarak yang sama dari ciri atau sifat objek yang diukur. Akan tetapi ukuran interval tidak memberikan jumlah absolut dari objek yang diukur. Data yang diperoleh dari hasil pengukuran menggunakan skala interval dinamakan data interval. Selain itu ukuran interval juga tidak memiliki nilai nol mutlak, seperti halnya suhu dalam skala termometer. Skala interval adalah skala yang sama seperti nominal dan ordinal tetapi mempunyai karakteristik tetap. Skala interval menurut Sekaran (2006) menentukan perbedaan urutan dan kesamaan besaran perbedaan tiap variable.

Berikut adalah skala pengukuran variabel indenpenden dan dependen dalam penelitian ini :

a. Variabel delta durasi percepatan proses layanan transaksi *supply chain financing* ( $X_1$ )

Variabel delta durasi percepatan proses transaksi *SCF* adalah variabel *kontinu* dimana pengukuran yang dilakukan menggunakan skala interval, sesuai pengamatan populasi penelitian selama 6 bulan pertama (Januari-Juni 2015), pengukuran delta (perbedaan) durasi dari 1 jam menjadi 30 menit menggunakan interval waktu dari 30 – 54 menit ke atas, dengan skor tertinggi 10 untuk delta waktu  $54 \leq$  menit dan skor terendah 1 untuk delta waktu 30-32 menit Berikut tabel pengukuran untuk delta atau perbedaan waktu proses layanan *supply chain financing* dari 1 jam menjadi 30 menit

**Tabel 3.1 Skala Delta waktu proses layanan *Supply Chain Financing***

Point	Delta Waktu	Keterangan
10	54'≤	Delta waktu adalah selisih waktu 60 menit dengan waktu pemrosesan produk <i>SCF</i>
9	51'-53'	
8	49'-50'	
7	47'-48'	
6	44'-46'	
5	41'-43'	
4	39'-40'	
3	36'-38'	
2	33'-35'	
1	30'-32'	

b. Variabel volume transaksi ( $X_2$ )

Variabel volume transaksi *SCF* ( $X_2$ ) adalah variabel *kontinu* dimana pengukuran yang dilakukan menggunakan skala interval, yaitu dengan interval

jumlah transaksi per hari, semakin banyak transaksi per hari maka semakin tinggi pointnya, sesuai data yang ada dapat dilakukan pengukuran sebagai berikut, skor tertinggi 10 untuk volume transaksi  $361 \leq$  dan skor terendah adalah 1 untuk volume transaksi 90-120 transaksi. Berikut tabel pengukuran untuk skala volume transaksi *SCF*.

**Tabel 3.2. Skala Volume Transaksi *Supply Chain Financing***

Skor	Jumlah Transaksi
1	90-120
2	121-150
3	151-180
4	181-210
5	211-240
6	241-270
7	271-300
8	301-330
9	331-360
10	$361 \leq$

c. Variabel dependen *fee based income* (Y)

Variabel dependen *fee based income* adalah variabel *kontinu* dimana pengukuran yang dilakukan menggunakan skala interval, yaitu dengan interval jumlah pendapatan *provisi* per hari, semakin banyak provisi yang didapat per hari maka semakin tinggi pointnya, sesuai data yang ada dapat dilakukan pengukuran sebagai berikut, skor tertinggi 10 untuk pendapatan provisi sebesar IDR 225 juta $\leq$  dan skor terendah adalah 1 untuk pendapatan provisi IDR 1-25 juta. Berikut tabel pengukuran pendapatan *provisi* (*fee based income*) transaksi *supply chain financing* yang di hitung per hari

**Tabel 3.3. Skala Pendapatan *Fee Based Income***  
(Jutaan Rp)

Skor	Nilai Pendapatan
1	1-25
2	26-30
3	51-75
4	76-100
5	101-125
6	126-150
7	151-175
8	176-200
9	201-225
10	226≤

## 2. Angket atau kuesioner

Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden terkait pelayanan transaksi *supply chain financing*, dengan menggunakan rating-scale yaitu 1 - 4 yaitu :

Nilai 1 : Tidak puas

Nilai 2 : Cukup puas

Nilai 3 : Puas

Nilai 4 : Sangat puas

## 3. Dokumentasi

Metode dokumentasi, dimana peneliti akan melakukan observasi terhadap dokumen, data-data transaksi tahun sebelumnya, dan laporan-laporan terkait transaksi *supply chain financing*.

#### D. Prosedur Pengambilan Data

Pengumpulan data dapat dilakukan dengan berbagai *setting*, berbagai sumber dan berbagai cara. Bila di lihat dari *setting*-nya, data dapat dikumpulkan pada *setting* alamiah (*natural setting*), pada laboratorium dengan metode eksperimen, di rumah dengan berbagai responden, pada suatu seminar, diskusi, di jalan dan lain-lain. Bila di lihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber data *primer* dan sumber data *sekunder*. Sumber *primer* adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber *sekunder* merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Bila dilihat dari segi cara atau tehnik pengumpulan data, maka tehnik pengumpulan data dapat dilakukan dengan interview (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan) dan gabungan ketiganya, Sugiyono (2013). Prosedur pelaksanaan pengumpulan data adalah segala sesuatu yang menyangkut tata cara pengumpulan data yang terdiri dari serangkaian pelaksanaan pengumpulan data penelitian. Sumber data pada penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari hasil penelitian lapangan dengan cara observasi. Dengan cara melakukan pengamatan secara langsung ke seksi SCF untuk mengetahui proses yang dilakukan. Pada penelitian ini prosedur pengumpulan data terdapat 2 tahap, yaitu :

##### 1. Tahap Persiapan

- a. Studi penjajagan yang dilakukan untuk menelusuri karakteristik permasalahan yang diteliti.
- b. Uji Validitas yang dilakukan untuk mengetahui kontekstualitas

konsep mengenai variabel yang diteliti

c. Penyusunan penelitian yang dilakukan dengan bimbingan

## 2. Tahap Pelaksanaan

Adapun tahapan – tahapan yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Mengumpulkan data, yaitu data dikumpulkan berasal dari data transaksi *supply chain financing* tahun 2015, hasil kuesioner kepuasan pelanggan terhadap layanan transaksi *supply chain financing* ,studi dokumentasi dengan cara mencatat data yang berhubungan dengan transaksi *SCF* dan studi kepustakaan (*library research*) , dengan cara mempelajari , meneliti,mengkaji serta menelaah literatur berupa buku-buku (*text book*),peraturan perundang-undangan, majalah,artikel, situs web dan penelitian-penelitian sebelumnya yang memiliki hubungan dengan masalah yang di teliti.
2. Mengklasifikasi materi data, langkah ini dimaksudkan untuk memilih data yang representative dan dapat dipergunakan untuk penelitian selanjutnya. Mengklasifikasi materi data dilakukan dengan mengelompokkan data yang diperoleh dari data internal.
3. Editing, yaitu melakukan penelaahan terhadap data yang terkumpul melalui teknik-teknik yang dipergunakan, selanjutnya dilakukan penelitian dan pemeriksaan kebenaran serta perbaikan apabila terdapat kesalahan sehingga memudahkan proses penelitian lebih lanjut
4. Menyajikan data, yaitu data yang telah ada dideskripsikan secara verbal kemudian diberikan penjelasan dan uraian berdasarkan pemikiran logis serta memberikan argumentasi dan ditarik kesimpulan.

Data kuantitatif pada penelitian ini adalah :

1. Perkembangan tingkat volume transaksi *supply chain financing* mulai tahun 2013 sampai dengan tahun 2015 selama periode kerjasama antara Bank dengan perusahaan *principal*.

2. Perkembangan tingkat jumlah pembiayaan kepada *eligible supplier* dan distributor mulai tahun 2013 sampai dengan tahun 2015 selama periode kerjasama antara Bank dengan perusahaan *principal*.

Dalam penelitian juga menggunakan pendekatan kualitatif, berupa hasil kuesioner *unit servicing* sehingga diperoleh penilaian atas kerjasama yang telah berjalan selanjutnya akan dilakukan analisis terhadap permasalahannya, guna menyesuaikan langkah - langkah pemecahan masalah lebih lanjut.

### E. Metode Analisa Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linear antara dua variabel independen ( $X_1$  dan  $X_2$ ) dengan variabel dependen ( $Y$ ). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan berskala interval.

Persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b$$

Keterangan:

- $Y'$  = Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)
- $X_1$  dan  $X_2$  = Variabel independen
- $a$  = Konstanta (nilai  $Y'$  apabila  $X_1, X_2 = 0$ )
- $b$  = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

### a. Analisis Korelasi Ganda (R)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variabel independen ( $X_1, X_2$ ) terhadap variabel dependen (Y) secara serentak. Koefisien ini menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara variabel independen ( $X_1, X_2$ ) secara serentak terhadap variabel dependen (Y). nilai R berkisar antara 0 sampai 1, nilai semakin mendekati 1 berarti hubungan yang terjadi semakin kuat, sebaliknya nilai semakin mendekati 0 maka hubungan yang terjadi semakin lemah.

Menurut Sugiyono (2007) pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut:

0,00 - 0,199	= sangat rendah
0,20 - 0,399	= rendah
0,40 - 0,599	= sedang
0,60 - 0,799	= kuat
0,80 - 1,000	= sangat kuat

### b. Analisis Determinasi ( $R^2$ )

Analisis determinasi dalam regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui prosentase sumbangan pengaruh variabel independen ( $X_1, X_2$ ) secara serentak terhadap variabel dependen (Y). Koefisien ini menunjukkan seberapa besar prosentase variasi variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel dependen.  $R^2$  sama dengan 0, maka tidak ada sedikitpun prosentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen, atau variasi variabel independen yang digunakan

dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel dependen. Sebaliknya  $R^2$  sama dengan 1, maka prosentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen adalah sempurna, atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model menjelaskan 100% variasi variabel dependen.

Adjusted R Square adalah nilai R Square yang telah disesuaikan, nilai ini selalu lebih kecil dari R Square dan angka ini bisa memiliki harga negatif. Menurut Santoso (2001) bahwa untuk regresi dengan lebih dari dua variabel bebas digunakan Adjusted  $R^2$  sebagai koefisien determinasi.

Standard Error of the Estimate adalah suatu ukuran banyaknya kesalahan model regresi dalam memprediksikan nilai

### c. Uji Normalitas

Uji normalitas berguna untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal. Metode klasik dalam pengujian normalitas suatu data tidak begitu rumit. Berdasarkan pengalaman empiris beberapa pakar statistik, data yang banyaknya lebih dari 30 angka ( $n > 30$ ), maka sudah dapat diasumsikan berdistribusi normal. Biasa dikatakan sebagai sampel besar.

Untuk memberikan kepastian, data yang dimiliki berdistribusi normal atau tidak, sebaiknya digunakan uji statistik normalitas. Karena belum tentu data yang lebih dari 30 bisa dipastikan berdistribusi normal, demikian sebaliknya data yang banyaknya kurang dari 30 belum tentu tidak berdistribusi normal, untuk itu perlu suatu pembuktian. Uji statistik normalitas yang dapat digunakan di antaranya, Chi-Square, Kolmogorov Smirnov, Lilliefors, Shapiro Wilk, Jarque Bera. Salah satu

cara untuk melihat normalitas adalah secara visual yaitu melalui Normal P-P Plot, ketentuannya adalah jika titik-titik masih berada di sekitar garis diagonal maka dapat dikatakan bahwa residual menyebar normal. Namun pengujian secara visual cenderung kurang valid karena penilaian pengamat satu dengan yang lain relative berbeda, sehingga penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov smirnov.

Test normality dilihat dari nilai sig. Jika nilai sig lebih besar dari 5% maka dapat disimpulkan bahwa residual menyebar normal. Jika nilai sig lebih kecil dari 5% maka dapat disimpulkan bahwa residual menyebar tidak normal.

#### **d. Analisis Korelasi Sederhana**

Korelasi Sederhana merupakan suatu teknik statistik yang dipergunakan untuk mengukur kekuatan hubungan 2 (dua) variabel dan juga untuk dapat mengetahui bentuk hubungan antara 2 (dua) variabel tersebut dengan hasil yang sifatnya kuantitatif. Kekuatan hubungan antara 2 (dua) variabel yang dimaksud disini adalah apakah hubungan tersebut erat, lemah, ataupun tidak erat. Sedangkan bentuk hubungannya adalah apakah bentuk korelasi linear positif atau linear negatif. Disamping korelasi, diagram tebar (Scatter Diagram) sebenarnya juga dapat mempelajari hubungan 2(dua) variabel dengan cara menggambarkan hubungan tersebut dalam bentuk grafik. Tetapi diagram tebar hanya dapat memperkirakan kecenderungan hubungan tersebut apakah linear positif, linear negatif ataupun tidak memiliki korelasi Linear. Kelemahan diagram tebar adalah tidak dapat menunjukkan secara tepat dan juga tidak dapat memberikan angka kuantitas tentang kekuatan hubungan antara 2 (dua) variabel yang dikaji tersebut.

Analisis korelasi sederhana (*Bivariate Correlation*) digunakan untuk mengetahui keeratn hubungan antara dua variabel dan untuk mengetahui arah hubungan yang terjadi. Koefisien korelasi sederhana menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara dua variabel. Dalam SPSS ada tiga metode korelasi sederhana (*bivariate correlation*) diantaranya *Pearson Correlation*, *Kendall's tau-b*, dan *Spearman Correlation*. *Pearson Correlation* digunakan untuk data berskala interval atau rasio, sedangkan *Kendall's tau-b*, dan *Spearman Correlation* lebih cocok untuk data berskala ordinal.

Penelitian ini menggunakan analisis korelasi sederhana dengan metode Pearson atau sering disebut *Product Moment Pearson*. Nilai korelasi ( $r$ ) berkisar antara 1 sampai -1, nilai semakin mendekati 1 atau -1 berarti hubungan antara dua variabel semakin kuat, sebaliknya nilai mendekati 0 berarti hubungan antara dua variabel semakin lemah. Nilai positif menunjukkan hubungan searah (X naik maka Y naik) dan nilai negatif menunjukkan hubungan terbalik (X naik maka Y turun).

Menurut Sugiyono (2007) pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut:

0,00	-	0,199	=	sangat rendah
0,20	-	0,399	=	rendah
0,40	-	0,599	=	sedang
0,60	-	0,799	=	kuat
0,80	-	1,000	=	sangat kuat

## BAB IV

### HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

#### A. Deskripsi Objek Penelitian

##### 1. Gambaran umum PT Bank XYZ

PT Bank XYZ didirikan pada 2 Oktober 1998, sebagai bagian dari program restrukturisasi perbankan yang dilaksanakan oleh pemerintah Indonesia. Pada bulan Juli 1999, empat bank pemerintah -- yaitu Bank Bumi Daya, Bank Dagang Negara, Bank Ekspor Impor Indonesia dan Bank Pembangunan Indonesia -- dilebur menjadi Bank XYZ. Dimana ke empat bank pemerintah tersebut masing-masing memiliki peran yang tak terpisahkan dalam pembangunan perekonomian Indonesia. Bank XYZ adalah bank terbesar di Indonesia yang memberikan pelayanan kepada nasabah yang meliputi segmen usaha *Corporate, Commercial, Micro & Retail, Consumer Finance* serta *Treasury, Financial Institution & Spesial Asset Management*. Saat ini Bank XYZ memiliki 9 (Sembilan) anak perusahaan untuk mendukung bisnis utamanya.

Setelah melalui proses konsolidasi dan integrasi menyeluruh di segala bidang, Bank XYZ berhasil membangun organisasi bank yang solid. Dengan mengimplementasikan *core banking system* baru yang terintegrasi menggantikan *core banking system* dari keempat bank *legacy* sebelumnya yang saling terpisah. Sebagai upaya untuk meningkatkan pengumpulan dana masyarakat dan untuk meningkatkan kenyamanan bertransaksi. Bank XYZ terus mengembangkan jaringan kantor cabang, jaringan elektronik, maupun

jaringan layanan lainnya. Hingga Maret 2015, Bank XYZ mempunyai sekitar 34.954 karyawan dengan 2.317 kantor cabang dan 7 kantor cabang/perwakilan/perusahaan anak di luar negeri. Layanan distribusi Bank XYZ juga dilengkapi dengan 15.444 mesin ATM, yang tersambung dalam jaringan ATM Link, ATM Bersama, ATM Prima dan Visa/Plus, 282.442 mesin *Electronic Data Capture (EDC)* serta jaringan elektronik yang meliputi Internet Banking, SMS Banking dan Call Center.

## **2. Rencana dan Strategi Jangka Panjang 2015-2020 PT Bank XYZ**

Tantangan ke depan yang semakin kompleks dan kebutuhan untuk terus meningkatkan kinerja secara berkesinambungan, serta memberikan kualitas layanan terbaik kepada nasabah. Bank XYZ melakukan transformasi bisnis dan pengelolaan organisasi secara berkelanjutan. Untuk itu Bank XYZ telah mencanangkan transformasi Tahap III 2015-2020. Visi jangka panjang Bank XYZ adalah “To be The Best Bank in ASEAN by 2020”, atau menjadi Bank terbaik di ASEAN tahun 2020. Rumusan visi tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a. Bank XYZ bertekad menjadi institusi keuangan terbaik di ASEAN, dalam segi pelayanan, produk, dan imbal hasil kepada pemegang saham, serta manfaat yang diterima oleh masyarakat secara luas. Keunggulan ini dicapai dengan menyediakan layanan jasa dan produk yang terintegrasi, solusi keuangan yang didasari oleh pemahaman sektor industri yang mendalam dengan ditopang kemajuan teknologi, kualitas manusia dan sinergi bisnis hingga ke perusahaan anak.

- b. Menjadi kebanggaan negeri dan setiap insan yang bekerja di Bank XYZ memiliki tanggung jawab yang harus direalisasikan melalui pengelolaan manajemen dan tata kelola perusahaan yang baik.
- c. Dengan sasaran mencapai kapitalisasi pasar USD 55 miliar dan *Return on Equity* 23%-27% pada tahun 2020, Bank XYZ bertekad menjadi ikon perbankan Indonesia di ASEAN.

Untuk mencapai visi tersebut, strategi pertumbuhan Bank XYZ ke depan akan difokuskan pada 3 (tiga) area utama sebagai berikut:

- a. Memperkuat leadership di segmen wholesale dengan melakukan pendalaman relationship dengan nasabah. Strategi ini bertujuan agar Bank XYZ dapat meningkatkan *share of wallet* dan rasio *crosssell revenue* dari nasabah wholesale. Melalui penyediaan solusi produk wholesale yang terintegrasi, solusi yang berbasis ekspertis di sektor usaha nasabah, dan berperan aktif mendukung aktivitas nasabah, Bank XYZ yang melakukan ekspansi bisnis ke negara lain dengan penyediaan solusi yang bersifat *crossborder*.
- b. Menjadi Bank pilihan nasabah di segmen retail, dengan akselerasi bisnis di segmen-segmen utama yang menjadi pendorong utama pertumbuhan bisnis Bank XYZ, yaitu: (-) Di segmen mikro, Bank XYZ ingin menjadi pemain terkuat di pasar, melalui kemudahan akses nasabah mikro ke jaringan distribusi Bank XYZ. (-) Di segmen *Small Medium Enterprise (SME)*, Bank XYZ ingin menjadi bank utama pilihan nasabah *SME*. Melalui penetrasi dan akuisisi nasabah yang

difokuskan pada sektor-sektor potensial, untuk memenuhi seluruh kebutuhan nasabah *SME*. (-) Sedangkan di segmen Individual, Bank XYZ fokus pada membangun kepemimpinan melalui penawaran produk consumer yang lengkap dan berdaya saing, memiliki inovasi untuk memperkuat dominasi di retail payment.

- c. Mengintegrasikan bisnis di semua segmen yang ada di Bank XYZ, termasuk dengan perusahaan anak. Melalui strategi ini, Bank XYZ ingin mendorong budaya *cross-sell*, baik antar unit kerja yang menangani segmen *wholesale* dan retail, termasuk dengan perusahaan anak, serta mendorong regionalisasi bisnis dan mengoptimalkan jaringan distribusi di wilayah.

Ketiga area fokus tersebut juga akan didukung dengan penguatan organisasi untuk memberikan solusi layanan terpadu, peningkatan infrastruktur (kantor cabang, IT, operations, risk management) serta penguatan sumber daya manusia, [http://www.bankmandiri.co.id/corporate01/about\\_profile.asp](http://www.bankmandiri.co.id/corporate01/about_profile.asp) diunduh dari situs *World Wide Web* tanggal 16 Mei 2016).

### 3. Tugas Bank XYZ

Dalam mempertahankan ekstensi, bank XYZ mempunyai tugas-tugas yang dapat terus memajukan bank XYZ dalam dunia perbankan di Indonesia.

Tugas-tugas bank XYZ diantaranya:

- a. Secara berkesinambungan mengembangkan sistem teknologi dan informasinya sebagai syarat mutlak untuk memenangkan persaingan dimasa depan.
- b. Harus meningkatkan pelayanan kepada nasabah serta menawarkan pilihan produk yang lebih beragam.
- c. Bertugas mengembangkan kualitas pegawainya dalam upaya menciptakan lingkungan yang kondusif bagi para pegawainya. Dengan lingkungan yang kondusif akan membuat para pegawai berupaya memberikan potensi kinerja terbaiknya bagi kemajuan bank XYZ.
- d. Mempromosikan budaya perusahaan juga merupakan hal yang penting untuk pertumbuhan Bank XYZ dimasa datang. Profesionalisme, komitmen, kerjasama, dan inisiatif merupakan budaya kerja yang dikenal secara luas di dalam Bank XYZ.

#### **4. Fungsi Bank XYZ**

Bank XYZ sebagai salah satu bank yang mempunyai peran penting dalam pembangunan perekonomian di Indonesia tentu saja memiliki beberapa fungsi yaitu:

- a. Sebagai Bank komersial menawarkan jasa-jasa bisnis terpadu dengan nilai, kualitas, kenyamanan dan keamanan yang terbaik bagi nasabah individu maupun korporasi.

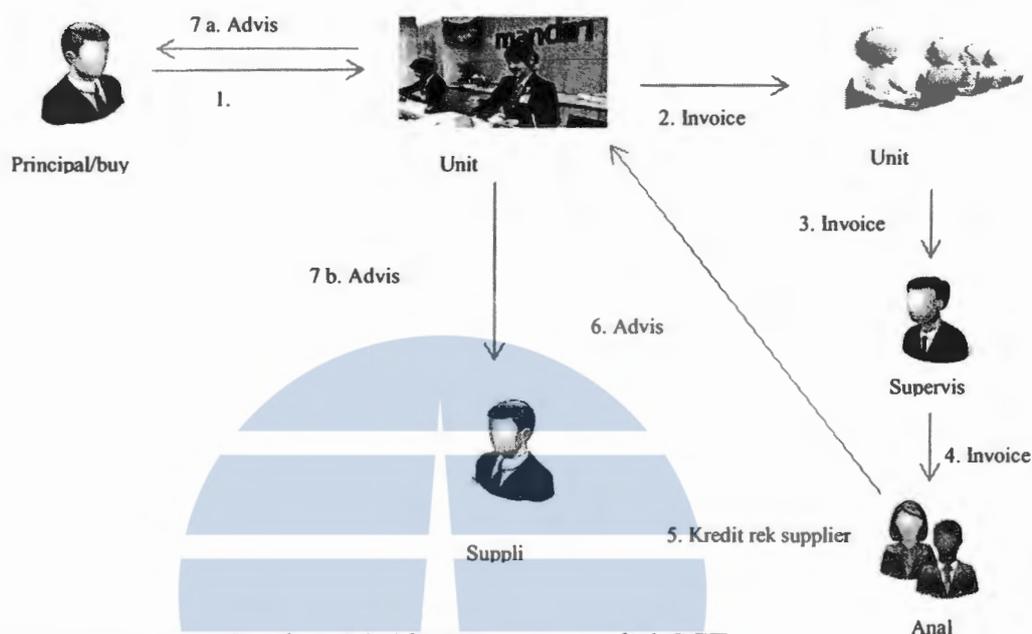
- b. Sebagai Bank Umum yang memberikan kontribusinya terhadap pembangunan ekonomi Indonesia. Bank XYZ senantiasa berpijak pada idealisme dan falsafah yang telah dianutnya selama ini.
- c. Melalui inovasinya untuk mendukung pertumbuhan Bank XYZ yang dinamis. Melalui inovasi yang tiada henti, baik dalam produk maupun layanan. Bank Mandiri memosisikan dirinya sebagai *Universal Banking* yang menawarkan beragam produk dan layanan prima kepada para nasabahnya.

## 5. Mekanisme layanan *Supply Chain Financing*

Unit yang bertugas untuk menangani transaksi *SCF* adalah *unit servicing* dan *unit processing export*. Keberadaan *unit servicing trade service* tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Tugas *unit servicing* adalah menerima dokumen permintaan pembiayaan *SCF* dari nasabah, melakukan pemeriksaan kelengkapan dokumen sesuai ketentuan yang berlaku. Mencocokkan data *invoice* dengan rincian instruksi pembayaran, kemudian meneruskan dokumen *SCF* tersebut kepada unit *processing* dilampiri *check list* pemeriksaan kelengkapan dokumen.

Unit *processing trade service* bank XYZ tersentralisasi di Jakarta dan Surabaya. Tugas unit *processing* setelah menerima dokumen *SCF* dari *unit servicing* melakukan pemeriksaan kelengkapan *check list* dari *unit servicing*. Selanjutnya memproses transaksi *SCF* apabila seluruh persyaratan telah terpenuhi. Kemudian melakukan pengkreditan ke

rekening nasabah atas hasil transaksi *SCF*. Sesuai penjelasan di atas berikut adalah gambaran alur proses transaksi *SCF* :



Gambar 4.1 Alur proses transaksi *SCF*  
(Divisualisasikan sesuai nota struktur pembiayaan *SCF* no 854 bank XYZ)

Keterangan :

- 1) Unit *servicing* menerima *invoice* yang akan di *financing* dari *principal/buyer*
- 2) Unit *servicing* mengirimkan *scan invoice* kepada unit *prosessing* untuk di proses lebih lanjut.
- 3) *Supervisor* pada unit *prosessing* menerima *scan invoice* kemudian mendistribusikan kepada analis (pemroses transaksi).
- 4) Analis memeriksa kesesuaian data dan memastikan kelengkapan persyaratan *invoice financing* kemudian input ke dalam sistim → output mengkredit rekening *supplier*
- 5) Analis menyampaikan nota kredit (*advis kredit*) kepada unit *servicing*.

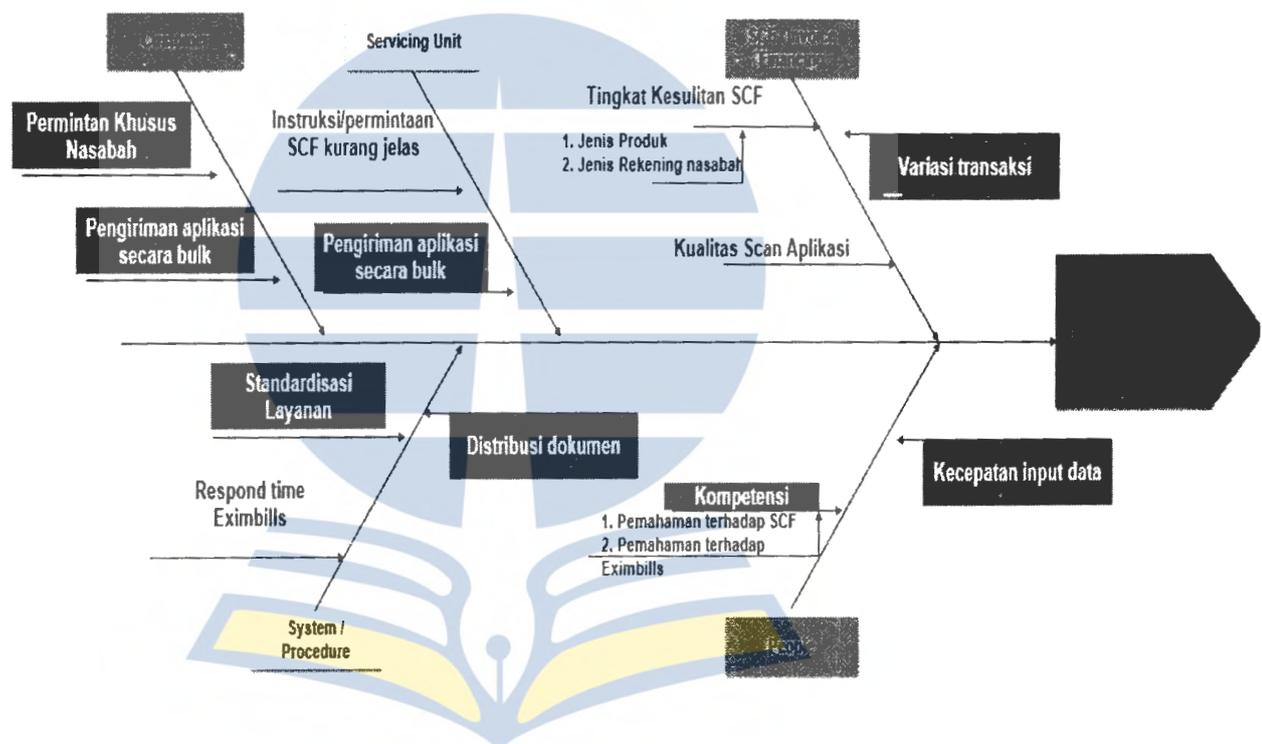
- 6) Unit *servicing* mengirimkan *advis kredit* kepada principal/buyer dan kepada supplier sebagai bukti pengkreditan.

Saat ini pemrosesan transaksi *SCF* adalah 30 menit, waktu proses ini adalah merupakan inovasi unit pemroses *SCF* di tahun 2014, dimana sebelumnya proses yang dibutuhkan adalah 1 jam (60 menit). Waktu proses 30 menit ini untuk mempercepat pengkreditan kepada nasabah dengan tujuan membantu *cash flow* nasabah, karena dana hasil pembiayaan *SCF* pada umumnya merupakan bagian dari *cash flow* nasabah yang digunakan untuk operasional harian.

Perbaikan proses yang dilakukan oleh bank XYZ dalam proses transaksi produk *Supply Chain Financing* dari 1 (satu) jam menjadi 30 menit menggunakan metode *SIPOC analysis*, *Root Cause Analysis (RCA)* dan *The Four Disciplines of Executions (4-DX)* dengan tahapan-tahapan sebagai berikut :

- a. Pada tahap awal, unit *SCF* melakukan *SIPOC analysis*, dengan melakukan analisis atas entitas yang menjadi *supplier* prosdies, input yang akan masuk ke dalam proses, bagaimana proses yang berlangsung, *output* yang dihasilkan, serta entitas yang menjadi *customer*. Kemudian menentukan *scope in* dan *scope out* dari *project* ini secara *end to end*, yakni sejak aplikasi diterima dari customer atau *servicing unit*, sampai dengan pengkreditan dilakukan ke rekening nasabah.
- b. Pada tahap selanjutnya untuk menganalisis akar masalah menggunakan metode *Root Cause Analysis (RCA)* dengan *Ishikawa diagram* atau yang biasa dikenal dengan *fishbone analysis* atau *Fishbone diagram*. *Fishbone diagram* ini berguna untuk memperlihatkan faktor-faktor utama yang

berpengaruh pada proses dan mempunyai akibat pada masalah yang dihadapi. Selain itu juga dapat untuk melihat faktor-faktor yang lebih terperinci yang berpengaruh dan mempunyai akibat pada faktor utama, yang dapat dilihat dari panah-panah yang berbentuk tulang ikan pada *fishbone diagram*. Berikut adalah *Ishikawa diagram* atau *fishbone diagram* alur proses permintaan transaksi SCF.



Gambar 4.2 *Ishikawa diagram* atau *fishbone diagram*  
(Sumber materi inovasi opexcon SCF, 2014)

Berdasarkan *fishbone analysis* tersebut di atas akar masalah yang ditemukan antara lain:

- 1) Masih terdapat ketidakstandaran proses dan inefisiensi.

- 2) Belum terdapat manajemen distribusi, redistribusi dan monitoring proses yang optimal.
- 3) Adanya faktor-faktor yang menyebabkan tidak fokusnya pegawai dalam menangani transaksi.
- 4) Variasi transaksi yang beragam dan kompleks membutuhkan metodologi dan tingkat keahlian khusus.

Dengan mengetahui akar masalah tersebut, unit *SCF* memutuskan untuk melakukan inovasi meningkatkan reliabilitas berupa percepatan pengelolaan transaksi *SCF* menjadi maksimal 30 menit dari yang sebelumnya 60 menit. Melalui inovasi ini, unit *SCF* dapat memenuhi kebutuhan nasabah atas layanan yang lebih cepat, standar dan akurat dapat terpenuhi dengan baik.

- c. Tahap terakhir untuk memastikan inisiatif di atas berjalan dengan baik, metodologi utama yang digunakan adalah *The Four Disciplines of Execution (The 4-DX)*, yang terdiri dari 4 disiplin, yakni:

- 1) *Focus on Wildly Important Goals*, fase dimana disepakati tujuan apa yang akan di capai secara bersama. Dimana pada inisiatif ini *Wildly Important Goals*-nya adalah meningkatkan reliabilitas pemrosesan transaksi *SCF* dari 60 menit menjadi 30 menit.
- 2) *Act on Lead Measures*, yakni menentukan *action* yang akan dilakukan secara konsisten agar *tujuan* yang telah disepakati dapat tercapai dengan kriteria *pareto* 80:20. Untuk peningkatan reliabilitas, dalam inisiatif ini ditetapkan mekanisme distribusi transaksi yang didasarkan atas *load*, tingkat kesulitan transaksi

serta tingkat kompetensi pegawai yang kami petakan dalam 5 tingkat. Untuk transaksi-transaksi yang berpotensi tidak tercapai, kami melakukan redistribusi maksimal 5 menit sejak aplikasi transaksi diterima, dan menerapkan *load balancing*.

- 3) Untuk memonitor pencapaian, di desain *score board* yang ditampilkan di layar monitor yang dapat dilihat oleh semua pegawai. Para pegawai setiap saat juga dapat mengakses pencapaian dimaksud secara *on line* pada sistem aplikasi yg telah disiapkan.
- 4) Disiplin ke-empat adalah *creating cadence of accountability*, dimana setiap pegawai dapat secara terbuka mencapaikan ide, aspirasi dan komitmen masing-masing untuk mempercepat pencapaian tujuan. Sebagai sarana atas disiplin ke-empat ini, diselenggarakan forum mingguan yang disebut dengan *Weekly WIGS Session* dan *WIGS Huddle*, dimana pada forum ini semua pegawai hadir.

## 6. Gambaran transaksi SCF tahun 2013 sampai dengan tahun 2015

Berdasarkan pencatatan data internal bank XYZ, peningkatan terbesar transaksi SCF terjadi pada tahun 2015. Berikut adalah tabel pertumbuhan transaksi SCF 3 (tiga) tahun terakhir,

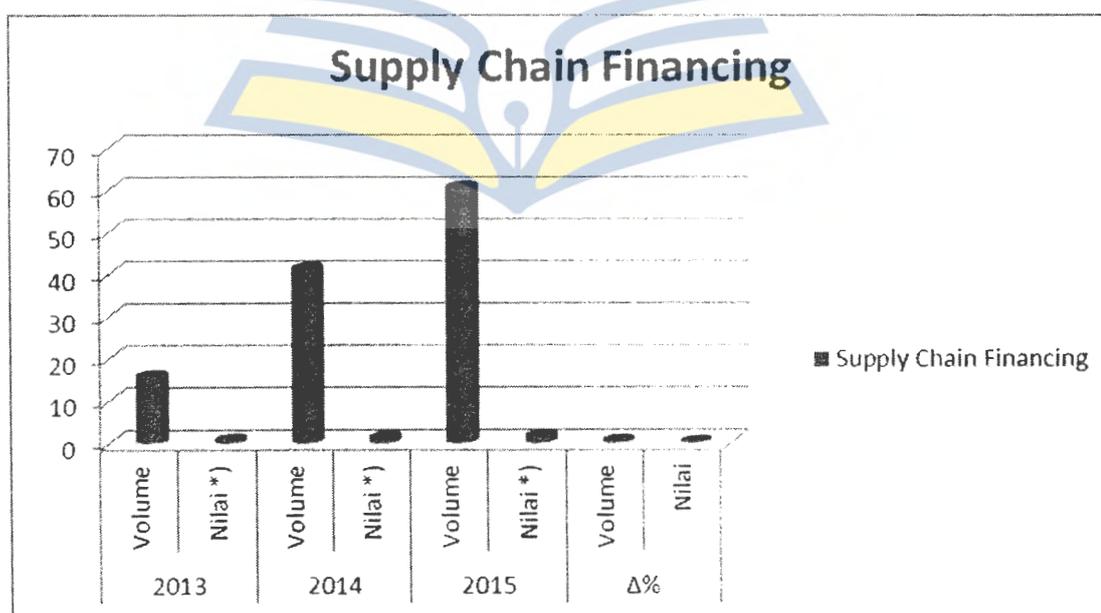
Tabel 4.1 Data Pertumbuhan transaksi *SCF* th 2013-2015

Transaksi	2013		2014		2015		$\Delta\%$	
	Volume	Nilai *)	Volume	Nilai *)	Volume	Nilai *)	Volume	Nilai
Supply Chain Financing	15.789	0.77	41.274	1.28	60.670	1.61	46.99%	25.78%

\*) nilai eqv USD Milyar

Sesuai tabel 4.1 data pertumbuhan transaksi *SCF* tahun 2013 sampai dengan tahun 2015. Transaksi *SCF* pada tahun 2015 meningkat 46.99% dari sisi volume dan 25.78% dari sisi nilai dibandingkan dengan transaksi tahun 2014. Dari sisi volume transaksi, terdapat 10 nasabah terbesar yang memiliki *share* sebesar 36.58% dari total transaksi *SCF*, sedangkan dari sisi nilai *share* 10 nasabah terbesar adalah sebesar 27.50%, atau turun sebesar 13.19% dibandingkan dari *share* tahun 2014. Sedangkan dari jumlah nasabah naik sebesar 41.15% dibandingkan tahun 2014.

Pertumbuhan transaksi *SCF* tersebut digambarkan sebagai berikut :



Gambar 4.3 Data Pertumbuhan Transaksi *SCF* Bank XYZ tahun 2013-2015  
(Sumber nota perkembangan transaksi trade Bank XYZ ,25 Januari 2016)

## 7. Survey kepuasan pelanggan atas layanan transaksi 30 menit SCF

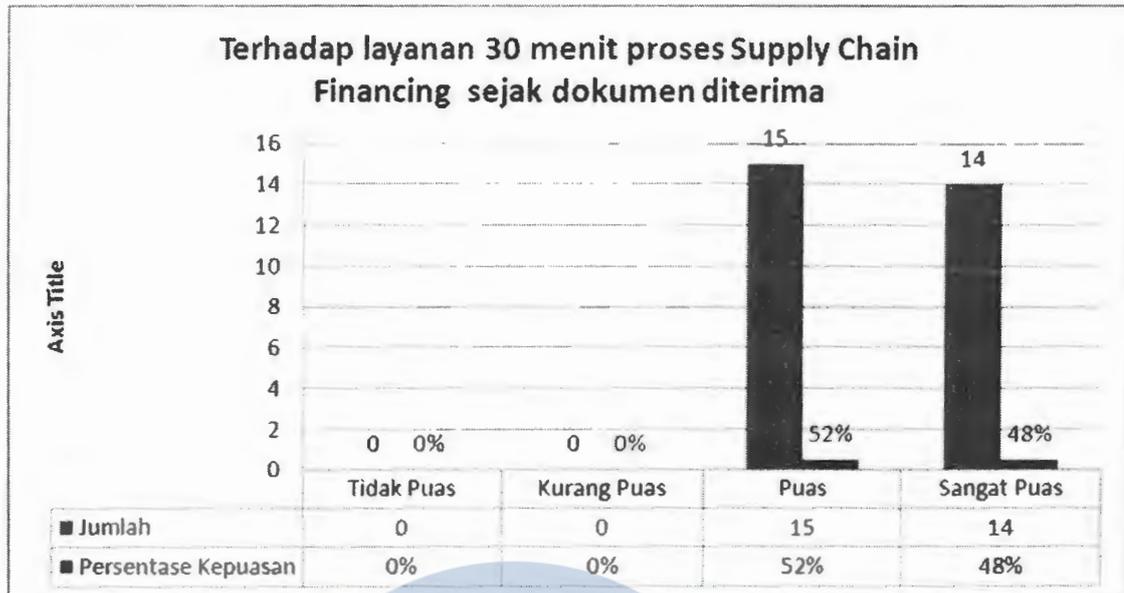
Dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas layanan pemrosesan transaksi SCF, maka bank XYZ melakukan survey kepuasan pelanggan terhadap layanan 30 menit pemrosesan transaksi SCF dan terhadap akurasi serta ketepatan proses transaksi SCF. Survey kepuasan pelanggan ini menggunakan skala penilaian 1 s/d 4 dengan penjelasan sebagai berikut, nilai 4 – sangat puas artinya layanan yang diberikan melebihi harapan pelanggan, nilai 3 – puas artinya layanan yang diberikan memenuhi harapan pelanggan, nilai 2 – kurang puas artinya layanan yang diberikan belum memenuhi harapan pelanggan dan nilai 1 – tidak puas artinya layanan yang diberikan tidak memenuhi harapan pelanggan. Berikut adalah tabel hasil survey kepuasan pelanggan atas layanan transaksi SCF.

Tabel 4.2 Hasil survey kepuasan pelanggan th 2015

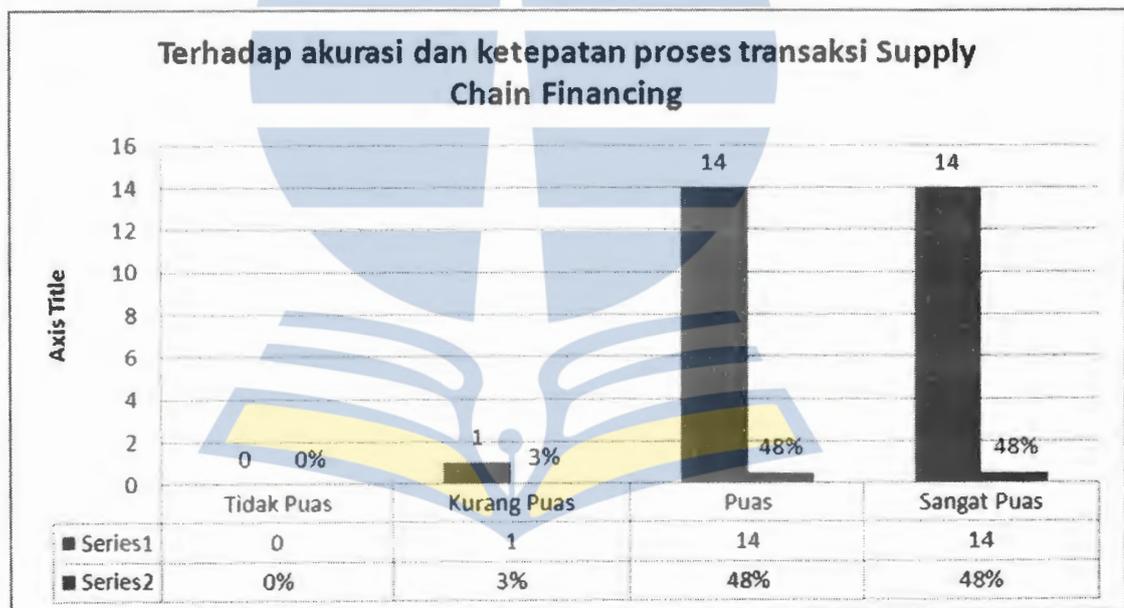
SUPPLY CHAIN FINANCING		
[Unit Kerja]	Layanan 30 menit proses SCF sejak dokumen diterima	Akurasi dan ketepatan proses transaksi SCF
RTBC Cilegon	4 - Sangat Puas	4 - Sangat Puas
TS Banjarmasin	3 - Puas	3 - Puas
RTBD Cirebon	3 - Puas	4 - Sangat Puas
RTBD Sampit	4 - Sangat Puas	4 - Sangat Puas
tsd bitung	3 - Puas	3 - Puas
TSC Samarinda	3 - Puas	2 - Cukup Puas
tsc makassar	3 - Puas	3 - Puas
trade service palembang	3 - Puas	3 - Puas
RTBC Pekanbaru	3 - Puas	3 - Puas
tsc cikokol	3 - Puas	3 - Puas
TSC Semarang	3 - Puas	3 - Puas
RTBD Jakarta Kota	3 - Puas	3 - Puas
RTBD Palu	4 - Sangat Puas	4 - Sangat Puas

TSD Pulogadung	4 - Sangat Puas	4 - Sangat Puas
RTBD Tegal	4 - Sangat Puas	4 - Sangat Puas
Trade Service Desk Bitung	3 - Puas	3 - Puas
RTBC Desk Cikokol	3 - Puas	3 - Puas
RTBD Pangkalpinang	4 - Sangat Puas	4 - Sangat Puas
TS Padang	3 - Puas	3 - Puas
RTBD SOLO	3 - Puas	3 - Puas
TSD Karawang	3 - Puas	3 - Puas
Transaction Banking Tarakan	4 - Sangat Puas	4 - Sangat Puas
TS Balikpapan	3 - Puas	2 - Cukup Puas
Transaction Banking Lhoktuan	3 - Puas	3 - Puas
TSC Jakarta	3 - Puas	2 - Cukup Puas
RTBD JAMBI	4 - Sangat Puas	4 - Sangat Puas

Survey dilakukan terhadap 26 unit *servicing* yang tersebar di berbagai wilayah. Berdasarkan tabel di atas survey terhadap layanan 30 menit proses sejak dokumen diterima menunjukkan 52% pelanggan menyatakan puas dan 48% menyatakan sangat puas. Untuk survey akurasi dan ketepatan proses transaksi *SCF* menunjukkan 48% menyatakan puas dan 48% menyatakan sangat puas, sedangkan 4% menyatakan kurang puas. Untuk mengetahui lebih jelas gambaran hasil survey, berikut gambar grafik hasil survey terhadap layanan 30 menit dan akurasi serta ketepatan proses transaksi *SCF*.



Gambar 4.4 Hasil survey layanan 30 menit proses SCF th-2015  
(Sumber nota hasil survey kepuasan pelanggan th 2015)



Gambar 4.5 Hasil survey akurasi dan ketepatan proses transaksi SCF th-2015  
(Sumber nota hasil survey kepuasan pelanggan th 2015)

## 8. Gambaran umum variabel penelitian

Sebagaimana diketahui, bahwa penelitian ini terdiri dari 3 (tiga) variabel yaitu 2 (dua) variabel independen yaitu delta percepatan transaksi SCF ( $X_1$ ) dan

volume transaksi *SCF* ( $X_2$ ) serta 1 (satu) variabel independen yaitu *Fee based income* ( $Y$ ).

Data penelitian transaksi *SCF* yang digunakan adalah data 6 (enam) bulan pertama di tahun 2015. Jumlah data yang diukur adalah 26.108 transaksi selama 123 hari, dengan rata-rata transaksi per hari 212 transaksi. Untuk mengukur nilai variabel independen dan dependen peneliti menggunakan skala interval. Skala interval yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian adalah skala dengan skor 1-10. Tabel dari hasil pengukuran delta durasi, volume transaksi dan *fee based income* dengan skor 1-10 terdapat pada lampiran 1.

## **B. Hasil Perhitungan**

### **1. Analisis Deskriptif**

Statistika deskriptif adalah bagian dari statistika yang mempelajari alat, teknik, atau prosedur yang digunakan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan kumpulan data atau hasil pengamatan yang telah dilakukan. Kegiatan – kegiatan tersebut antara lain adalah kegiatan pengumpulan data, pengelompokan data, penentuan nilai dan fungsi statistik, serta pembuatan grafik, diagram dan gambar. Statistika deskriptif ini merupakan metode-metode yang berkaitan dengan pengumpulan, peringkasan, dan penyajian suatu data sehingga memberikan informasi yang berguna dan juga menatanya ke dalam bentuk yang siap untuk dianalisis. Dengan kata lain, statistika deskriptif ini merupakan fase yang membicarakan mengenai penjabaran dan penggambaran termasuk penyajian data. Dalam fase ini dibahas mengenai

ukuran-ukuran statistik seperti ukuran pusat, ukuran sebaran, dan ukuran lokasi dari persebaran / distribusi data.

Analisis statistika deskriptif ini memiliki tujuan untuk memberikan gambaran (deskripsi) mengenai suatu data agar data yang tersaji menjadi mudah dipahami dan informatif bagi orang yang membacanya. Statistika deskriptif menjelaskan berbagai karakteristik data seperti rata-rata (*mean*), jumlah (*sum*) simpangan baku (*standard deviation*), varians (*variance*), rentang (*range*), nilai minimum dan maximum dan sebagainya. Analisis deskriptif ini terdiri dari *Frequencies*, *Descriptive*, *Explore*, *Crosstabs* dan *Ratio*. Analisis – analisis tersebut sudah ada pada opsi menu – menu dalam software pengolahan data statistik yang sering digunakan. Salah satu program olah data yang sering digunakan adalah SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*). SPSS merupakan program aplikasi computer untuk menganalisis data yang digunakan pada berbagai disiplin ilmu, terutama untuk analisis statistika. SPSS untuk menganalisis serta menampilkan angka-angka hasil perhitungan statistik, grafik, tabel dengan berbagai model, baik variabel tunggal atau hubungan antara satu variabel dengan variabel lain.

**a. Gambaran delta waktu proses layanan *Supply Chain Financing* ( $X_1$ )**

Berdasarkan data transaksi SCF yang diteliti, untuk variabel  $X_1$  yaitu delta waktu proses layanan *SCF* menunjukkan data delta waktu yang variatif, berikut adalah tabel gambaran delta waktu proses layanan *SCF*

Tabel 4.3

Gambaran Delta waktu proses layanan *Supply Chain Financing*

	Juml Populasi	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
DELTA DURASI	123	36,00	48,00	43,4715	2,18911
Valid N	123				

( Sumber hasil output SPSS lampiran hal 128)

Menunjuk tabel diatas dapat diketahui bahwa rata-rata delta waktu proses layanan *Supply Chain Financing* 43,47 menit dengan delta waktu tercepat selama 36 menit dan terlama 48 menit. Untuk mempermudah penilaian maka variabel  $X_1$  dikategorikan menjadi 10 Skala delta waktu proses layanan *Supply Chain Financing*, berikut adalah tabel skor hasil skala delta durasi.

Tabel 4.4

Skor Delta Durasi waktu proses layanan *Supply Chain Financing*

## DELTA DURASI (X1)

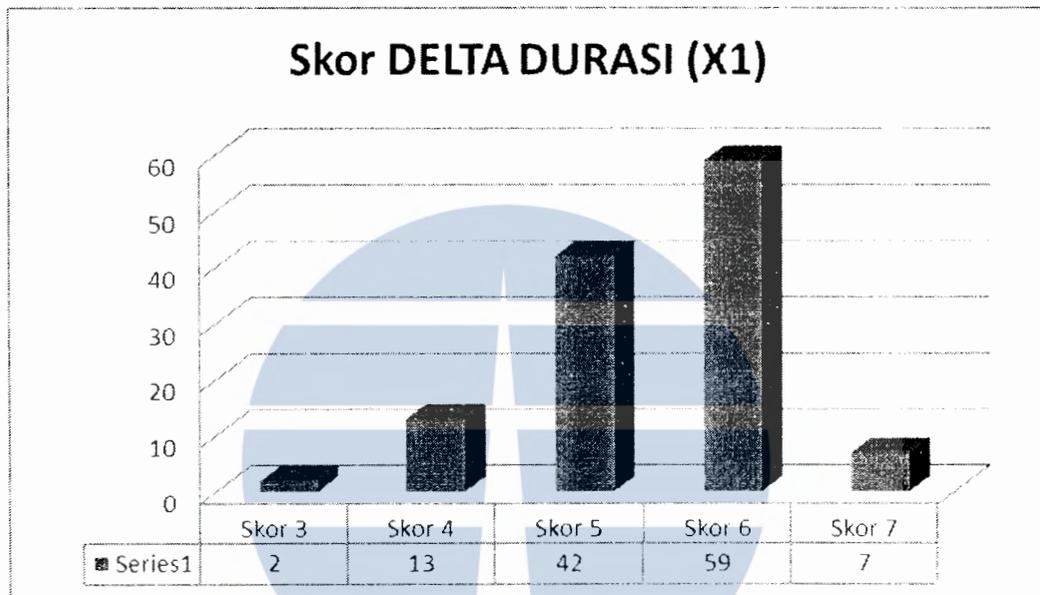
Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
36'-38' Skor 3	2	1.6	1.6	1.6
39'-40' Skor 4	13	10.6	10.6	12.2
41'-43' Skor 5	42	34.1	34.1	46.3
44'-46' Skor 6	59	48	48	94.3
47'-48' Skor 7	7	5.7	5.7	100
Total	123	100	100	

( Sumber hasil output SPSS lampiran hal 128)

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 123 hari transaksi, terdapat 59 hari transaksi atau 48,0% yang memiliki skor delta durasi 6 (44'-46'), 42 hari transaksi atau 34,1% yang memiliki skor delta durasi 5 (41'-43'), 13 hari transaksi atau 10,6% yang memiliki skor delta durasi 4 (39'-40'), 7 hari transaksi atau 5,7%

yang memiliki skor delta durasi 7 (47'-48') dan 2 hari transaksi atau 1,6% yang memiliki skor delta durasi 2 (33'-35').

Untuk mengetahui lebih jelas gambaran frekuensi dari masing-masing skor, berikut gambar grafik skor delta durasi variabel  $X_1$



**Gambar 4.6**

#### Skor Delta Durasi

Dari gambar grafik diatas dapat diketahui bahwa skor 6 dengan delta waktu 44'-46' adalah delta waktu dengan skor tertinggi dengan 59 hari atau 48.08% dari seluruh data transaksi.

#### **b. Gambaran variabel volume transaksi *Supply Chain Financing* ( $X_2$ )**

Untuk variabel volume transaksi *SCF* ( $X_2$ ), berdasarkan data transaksi *SCF* 6 bulan pertama menunjukkan volume transaksi per hari yang bervariasi, berikut adalah tabel gambaran volume transaksi *SCF* selama 123 hari kerja di tahun 2015.

Tabel 4.5

**Gambaran Volume Transaksi *Supply Chain Financing***

	Juml Populasi	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
VOLUME TRANSAKSI	123	91,00	413,00	212,2602	68,88180
Valid N (listwise)	123				

( Sumber hasil output SPSS lampiran hal 128)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa rata-rata per hari volume transaksi *Supply Chain Financing* sebesar 212 transaksi dengan volume Transaksi tertinggi sebesar 413 transaksi dan volume transaksi terendah sebanyak 91 transaksi. Untuk mempermudah penilaian maka variabel  $X_2$  dikategorikan menjadi 10 Skala skor volume transaksi *Supply Chain Financing*, yaitu dengan skor 1 – 10, dimana setiap skor memiliki *range* 30 transaksi, berikut adalah tabel hasil skor volume transaksi.

Tabel 4.6

**Skor Volume Transaksi *Supply Chain Financing*****VOLUME TRANSAKSI ( $X_2$ )**

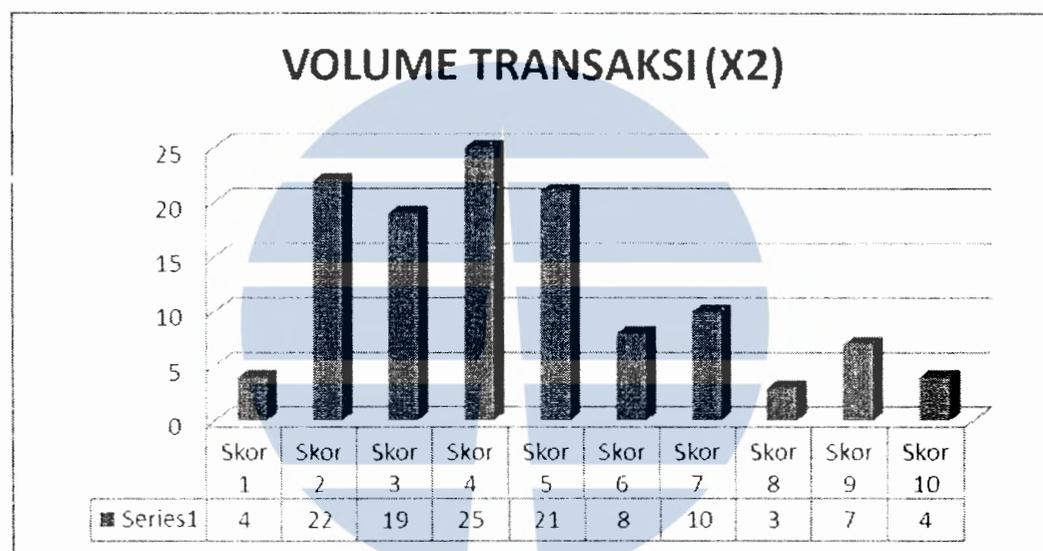
Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
90-120 Skor 1	4	3.3	3.3	3.3
121-150 Skor 2	22	17.9	17.9	21.1
151-180 Skor 3	19	15.4	15.4	36.6
181-210 Skor 4	25	20.3	20.3	56.9
211-240 Skor 5	21	17.1	17.1	74
241-270 Skor 6	8	6.5	6.5	80.5
271-300 Skor 7	10	8.1	8.1	88.6
301-330 Skor 8	3	2.4	2.4	91.1
331-360 Skor 9	7	5.7	5.7	96.7
361≤ Skor 10	4	3.3	3.3	100
Total	123	100	100	

( Sumber hasil output SPSS lampiran hal 129)

Menunjuk tabel diatas dengan kategori skor dengan skala 1- 10 dapat diketahui bahwa dari 123 hari transaksi, terdapat 25 hari transaksi atau 20,3% yang memiliki skor 4 dengan volume transaksi antara 181-210 transaksi, 22 hari

transaksi atau 17,9% yang memiliki skor 2 dengan volume transaksi antara 121-150 transaksi, dan 21 hari transaksi atau 17,1% yang memiliki skor 5 dengan volume transaksi antara 211-240 sedangkan hari lainnya memiliki skala skor yang sangat bervariasi.

Untuk mengetahui lebih jelas gambaran frekuensi dari masing-masing skor, berikut gambar grafik skor delta durasi variabel  $X_2$



**Gambar 4.7**

**Skor Volume Transaksi**

Dari gambar grafik diatas dapat diketahui bahwa skor 4 dengan volume transaksi antara 181-210 transaksi adalah volume transaksi dengan skor tertinggi, kemudian skor 2 dengan volume transaksi antara 121-150 transaksi, dan skor 5 dengan volume transaksi antara 211-240, sedangkan hari lainnya dengan volume transaksi yang bervariasi.

c. **Gambaran variabel *Fee based income* ( $X_3$ )**

Untuk variabel *fee based income* volume transaksi SCF ( $X_3$ ), sesuai data transaksi SCF 6 bulan pertama yang diteliti menunjukkan bahwa pendapatan *fee based income* per hari yang jumlahnya bervariasi, berikut adalah tabel gambaran *fee based income* dari transaksi SCF selama 123 hari kerja di tahun 2015.

**Tabel 4.7**

**Gambaran *Fee based income* ( $X_3$ )**

	Juml Populasi	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>FEE BASED INCOME</i>	123	31273728,00	532221421,00	90681566,2520	58947895,99223
Valid N (listwise)	123				

( Sumber hasil output SPSS lampiran hal 128)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa perolehan rata-rata *Fee based income* adalah sebesar 90.681.566,2520 dengan perolehan *Fee based income* tertinggi sebesar 532.221.421,00 dan perolehan *Fee based income* terendah sebanyak 31.273.728,00. Untuk mempermudah penilaian maka dikategorikan menjadi 10 Skala dengan skor 1-10, berikut adalah hasil skor *fee based income*.

Tabel 4.8

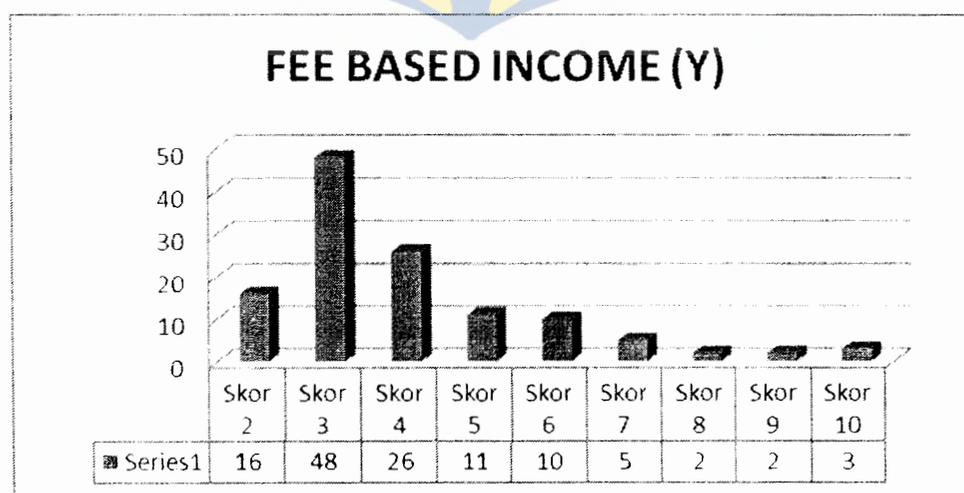
**Skor Fee based income****FEE BASED INCOME (Y)**

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
26-30 Skor 2	16	13	13	13
51-75 Skor 3	48	39	39	52
76-100 Skor 4	26	21.1	21.1	73.2
101-125 Skor 5	11	8.9	8.9	82.1
126-150 Skor 6	10	8.1	8.1	90.2
151-175 Skor 7	5	4.1	4.1	94.3
176-200 Skor 8	2	1.6	1.6	95.9
201-225 Skor 9	2	1.6	1.6	97.6
226≤ Skor 10	3	2.4	2.4	100
Total	123	100	100	

( Sumber hasil output SPSS lampiran hal 129)

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 123 hari transaksi, terdapat 48 hari transaksi atau 39,0% yang memiliki skor 3 (51-75), 26 hari transaksi atau 21,1% yang memiliki skor 4 (76-100), 16 hari transaksi atau 13,0% yang memiliki skor 2 (26-30) sedangkan hari lainnya memiliki skala skor yang bervariasi.

Untuk mengetahui lebih jelas gambaran frekuensi dari masing-masing skor, berikut gambar grafik skor delta durasi variabel Y.



### Gambar 4.8

#### Skor *Fee based income*

Dari gambar grafik di atas diketahui bahwa skor 3 dengan perolehan *fee based income* antara 51-75 adalah perolehan *fee based income* tertinggi, kemudian skor 4 dengan perolehan *fee based income* antara 76-100, dan skor 2 dengan perolehan *fee based income* antara 26-30, sedangkan hari lainnya dengan perolehan *fee based income* yang bervariasi.

#### d. Pengaruh Delta Durasi ( $X_1$ ) Terhadap Volume transaksi ( $X_2$ )

##### 1) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diambil berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Model regresi yang baik adalah berdistribusi normal atau mendekati normal. Jika data tidak mengikuti pola sebaran distribusi normal, maka akan diperoleh taksiran yang bias. Pengujian normalitas dilakukan melalui tes Kolmogorov-Smirnov. Dengan bantuan *software SPSS 20* diperoleh hasil sebagai berikut :

**Tabel 4.9**  
**Uji Normalitas  $X_1$  terhadap  $X_2$**

		Unstandardized Residual
Jumlah Populasi		123
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2,17405548
	Absolute	,166
Most Extreme Differences	Positive	,166
	Negative	-,076
Kolmogorov-Smirnov Z		1,847
Asymp. Sig. (2-tailed)		,002

( Sumber hasil output SPSS lampiran hal 131)

Analisis kenormalan berdasarkan metode Kolmogorov-Smirnov mensyaratkan kurva normal apabila nilai Asymp. Sig. berada di atas batas maximum error, yaitu 0,05. Adapun dalam analisis regresi, yang diuji kenormalan adalah residual atau variabel gangguan yang bersifat stokastik acak, dari hasil uji normalitas diatas diperoleh nilai sig sebesar 0,002. karena nilai sig < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa residu tidak berdistribusi normal.

Namun, berdasarkan Teori Dalil Limit Pusat yang menyatakan bahwa “Bila contoh acak berukuran  $n$  ditarik dari suatu populasi yang besar atau tak hingga dengan nilai tengah  $\mu$  dan ragam  $\sigma^2$ , maka nilai tengah contoh  $x$  ( $\mu$  dari  $xbar$ ) akan menyebar menghampiri sebaran normal dengan nilai tengah  $\mu$  dari  $xbar = \mu$  dan simpangan baku  $\sigma$  dari  $xbar = \sigma/akar(n)$ ”. Dari dalil tersebut berarti apapun sebaran dari data yang ada, jika  $n$  cukup besar maka rata-rata dari data tersebut akan menyebar normal. Populasi dianggap BESAR jika ukuran

sampel kurang dari 5 % ukuran populasi atau  $\frac{n}{N} < 5\%$ . Dan Dalil Limit Pusat berlaku untuk “Penarikan sampel dari populasi yang sangat besar” dan “Distribusi populasi tidak dipersoalkan”. Karena populasi pada penelitian ini sangat besar dan distribusi populasinya tidak dipersoalkan, maka berlaku Dalil Limit Pusat

## 2) Analisis Korelasi Sederhana

Untuk mengetahui hubungan antara Delta Durasi ( $X_1$ ) dengan Volume transaksi ( $X_2$ ), digunakan analisis korelasi sederhana (R).

**Tabel 4.10**  
**Analisis Korelasi Sederhana  $X_1$  terhadap  $X_2$**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,267 <sup>a</sup>	,071	,063	2,18302

( Sumber hasil output SPSS lampiran hal 130)

Berdasarkan hasil output *software SPSS* di atas, diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,267. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang rendah antara Delta Durasi ( $X_1$ ) dengan Volume transaksi ( $X_2$ ).

## 3) Koefisien Determinasi

Besarnya pengaruh Delta Durasi ( $X_1$ ) terhadap Volume transaksi ( $X_2$ ) dapat ditunjukkan dengan nilai R square sebesar 0,071. Artinya variabel Delta Durasi ( $X_1$ ) memberikan pengaruh sebesar 7,1% terhadap Volume transaksi ( $X_2$ ).

Sedangkan sisanya sebesar 92,9% merupakan kontribusi variabel lain selain Delta Durasi ( $X_1$ ).

#### 4) Pengujian Hipotesis ( Uji t )

Untuk mengetahui pengaruh dari Delta Durasi ( $X_1$ ) terhadap Volume transaksi ( $X_2$ ) digunakan hipotesis sebagai berikut.

Hipotesis :

- $H_0 : \beta_1 = 0$  Delta Durasi ( $X_1$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap Volume transaksi ( $X_2$ ).
- $H_a : \beta_1 \neq 0$  Delta Durasi ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap Volume transaksi ( $X_2$ ).

**Tabel 4.11**  
**Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)  $X_1$  terhadap  $X_2$**

Model		Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,524	1,326		,395	,693
	Skor DELTA DURASI ( $X_1$ )	,731	,240	,267	3,042	,003

Dependent Variable: VOLUME TRANSAKSI ( $X_2$ )  
( Sumber hasil output SPSS lampiran hal 130)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa Variabel  $X_1$  memiliki nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel. Karena nilai t hitung (3,042) > t tabel (1,980), maka  $H_0$  ditolak. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan dari Delta Durasi ( $X_1$ ) terhadap Volume transaksi ( $X_2$ ).

### 5) Persamaan Regresi.

Untuk melihat pengaruh Delta Durasi ( $X_1$ ) terhadap Volume transaksi ( $X_2$ ) digunakan analisis regresi linier sederhana dengan persamaan sebagai berikut :

$$X_2 = a + b_1 X_1$$

Dimana :

$X_1$  = Delta Durasi

$X_2$  = Volume transaksi

$a$  = Konstanta

$b_1$  = Koefisien Regresi

Hasil pengolahan *software SPSS 20* untuk analisis regresi sederhana disajikan pada tabel berikut :

**Tabel 4.12**  
**Analisis Regresi Sederhana  $X_1$  terhadap  $X_2$**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,524	1,326		,395	,693
	Skor DELTA DURASI ( $X_1$ )	,731	,240	,267	3,042	,003

Dependent Variable: VOLUME TRANSAKSI ( $X_2$ )  
( Sumber hasil output SPSS lampiran hal 130)

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel di atas, diperoleh bentuk persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut :

$$Y = 0,524 + 0,731 X_1$$

Nilai koefisien regresi pada variabel bebasnya menggambarkan apabila diperkirakan variabel bebasnya naik sebesar satu unit dan nilai variabel bebas lainnya diperkirakan konstan atau sama dengan nol, maka nilai variabel terikat diperkirakan bisa naik atau bisa turun sesuai dengan tanda koefisien regresi variabel bebasnya. Dari persamaan regresi linier berganda diatas diperoleh nilai konstanta sebesar 0,524. Artinya, jika variabel Volume transaksi ( $X_2$ ) tidak dipengaruhi oleh Delta Durasi ( $X_1$ ) atau Delta Durasi ( $X_1$ ) bernilai nol, maka besarnya rata-rata Volume transaksi ( $X_2$ ) akan bernilai 0,524.

Koefisien regresi untuk variabel bebas  $X_1$  bernilai positif, menunjukkan adanya hubungan yang searah antara Delta Durasi ( $X_1$ ) dengan Volume transaksi ( $X_2$ ). Koefisien regresi variabel  $X_1$  sebesar 0,731 mengandung arti untuk setiap pertambahan Delta Durasi ( $X_1$ ) sebesar satu satuan akan menyebabkan meningkatnya Volume transaksi ( $X_2$ ) sebesar 0,731.

## **b. Pengaruh Delta Durasi ( $X_1$ ) Terhadap *Fee based income* (Y)**

### **1) Uji Normalitas**

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diambil berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Model regresi yang baik adalah berdistribusi normal atau mendekati normal. Jika data tidak mengikuti pola sebaran distribusi normal, maka akan diperoleh taksiran yang bias. Pengujian normalitas dilakukan melalui tes Kolmogorov-Smirnov. Dengan bantuan *software SPSS 20* diperoleh hasil sebagai berikut :

**Tabel 4.13**  
**Uji Normalitas  $X_1$  terhadap  $Y$**

		Unstandardized Residual
Jumlah Populasi		123
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1,78581138
	Absolute	,194
Most Extreme Differences	Positive	,194
	Negative	-,111
Kolmogorov-Smirnov Z		2,151
Asymp. Sig. (2-tailed)		,000

( Sumber hasil output SPSS lampiran hal 130)

Analisis kenormalan berdasarkan metode Kolmogorov-Smirnov mensyaratkan kurva normal apabila nilai Asymp. Sig. berada di atas batas maximum error, yaitu 0,05. Adapun dalam analisis regresi, yang diuji kenormalan adalah residual atau variabel gangguan yang bersifat stokastik acak, dari hasil uji normalitas diatas diperoleh nilai sig sebesar 0,000. karena nilai sig < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa residu tidak berdistribusi normal.

Namun, berdasarkan Teori Dalil Limit Pusat yang menyatakan bahwa “Bila contoh acak berukuran  $n$  ditarik dari suatu populasi yang besar atau tak hingga dengan nilai tengah  $\mu$  dan ragam  $\sigma^2$ , maka nilai tengah contoh  $x$  ( $\mu$  dari  $xbar$ ) akan menyebar menghampiri sebaran normal dengan nilai tengah  $\mu$  dari  $xbar = \mu$  dan simpangan baku  $\sigma$  dari  $xbar = \sigma/akar(n)$ ”. Dari dalil tersebut berarti apapun sebaran dari data yang ada, jika  $n$  cukup besar maka rata-rata dari data tersebut akan menyebar normal. Populasi dianggap BESAR jika ukuran

sampel kurang dari 5 % ukuran populasi atau  $\frac{n}{N} < 5\%$ . Dan Dalil Limit Pusat berlaku untuk “Penarikan sampel dari populasi yang sangat besar” dan “Distribusi populasi tidak dipersoalkan”. Karena populasi pada penelitian ini sangat besar dan distribusi populasinya tidak dipersoalkan, maka berlaku Dalil Limit Pusat, (<http://www.ilmustatistik.com/2008/11/18/dalil-limit-pusat/dan-danardono.staff.ugm.ac.id/matakuliah/ssfi/SSFI-Kel-11.docx> diunduh dari situs *World Wide Web* tanggal 26 Juni 2016).

## 2) Analisis Korelasi Sederhana

Untuk mengetahui hubungan antara Delta Durasi ( $X_1$ ) dengan *Fee based income* (Y), digunakan analisis korelasi sederhana (R).

**Tabel 4.14**

### Analisis Korelasi Sederhana $X_1$ terhadap Y

#### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,149 <sup>a</sup>	,022	,014	1,79318

( Sumber hasil output SPSS lampiran hal 131)

Berdasarkan hasil output *software SPSS* di atas, diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,149. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sangat rendah antara Delta Durasi ( $X_1$ ) dengan *Fee based income* (Y).

## 3) Koefisien Determinasi

Besarnya pengaruh Delta Durasi ( $X_1$ ) terhadap *Fee based income* (Y) dapat ditunjukkan dengan nilai R square sebesar 0,022. Artinya variabel Delta Durasi ( $X_1$ ) memberikan pengaruh sebesar 2,2% terhadap *Fee based income* (Y). Sedangkan sisanya sebesar 97,8% merupakan kontribusi variabel lain selain Delta Durasi ( $X_1$ ).

#### 4) Pengujian Hipotesis ( Uji t )

Untuk mengetahui pengaruh dari Delta Durasi ( $X_1$ ) terhadap *Fee based income* (Y) digunakan hipotesis sebagai berikut.

Hipotesis :

- $H_{o1} : \beta_1 = 0$  Delta Durasi ( $X_1$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Fee based income* (Y).
- $H_{a1} : \beta_1 \neq 0$  Delta Durasi ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap *Fee based income* (Y).

**Tabel 4.15**  
**Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)  $X_1$  terhadap Y**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,225	1,089		2,043	,043
1 Skor DELTA DURASI ( $X_1$ )	,328	,197	,149	1,663	,099

Dependent Variable: *FEE BASED INCOME* (Y)  
( Sumber hasil output SPSS lampiran hal 132)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa Variabel  $X_1$  memiliki nilai  $t$  hitung lebih kecil dari nilai  $t$  tabel. Karena nilai  $t$  hitung ( $1,663$ ) <  $t$  tabel ( $1,980$ ), maka  $H_0$  diterima. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan dari Delta Durasi ( $X_1$ ) terhadap *Fee based income* ( $Y$ ).

### 5) Persamaan Regresi.

Untuk melihat pengaruh Delta Durasi ( $X_1$ ) terhadap *Fee based income* ( $Y$ ) digunakan analisis regresi linier sederhana dengan persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1$$

Dimana :

$X_1$  = Delta Durasi

$Y$  = *Fee based income*

$a$  = Konstanta

$b_1$  = Koefisien Regresi

Hasil pengolahan *software SPSS 20* untuk analisis regresi sederhana disajikan pada tabel berikut :

**Tabel 4.16**

### Analisis Regresi Sederhana $X_1$ terhadap $Y$

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	2,225	1,089		2,043	,043
	Skor DELTA DURASI ( $X_1$ )	,328	,197	,149	1,663	,099

Dependent Variable: *FEE BASED INCOME* ( $Y$ )  
(Sumber hasil output SPSS lampiran hal 132)

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel di atas, diperoleh bentuk persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut :

$$Y = 2,225 + 0,328 X_1$$

Nilai koefisien regresi pada variabel bebasnya menggambarkan apabila diperkirakan variabel bebasnya naik sebesar satu unit dan nilai variabel bebas lainnya diperkirakan konstan atau sama dengan nol, maka nilai variabel terikat diperkirakan bisa naik atau bisa turun sesuai dengan tanda koefisien regresi variabel bebasnya. Dari persamaan regresi linier berganda diatas diperoleh nilai konstanta sebesar 2,225. Artinya, jika variabel *Fee based income* (Y) tidak dipengaruhi oleh Delta Durasi ( $X_1$ ) atau Delta Durasi ( $X_1$ ) bernilai nol, maka besarnya skor *Fee based income* (Y) akan bernilai 2,225.

Koefisien regresi untuk variabel bebas  $X_1$  bernilai positif, menunjukkan adanya hubungan yang searah antara Delta Durasi ( $X_1$ ) dengan *Fee based income* (Y). Koefisien regresi variabel  $X_1$  sebesar 0,328 mengandung arti untuk setiap pertambahan Delta Durasi ( $X_1$ ) sebesar satu satuan akan menyebabkan meningkatnya *Fee based income* (Y) sebesar 0,328.

### c. Pengaruh Volume transaksi ( $X_2$ ) Terhadap *Fee based income* (Y)

#### 1) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diambil berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Model regresi yang baik adalah berdistribusi normal atau mendekati normal. Jika data tidak mengikuti pola sebaran distribusi normal, maka akan diperoleh taksiran yang bias. Pengujian

normalitas dilakukan melalui tes Kolmogorov-Smirnov. Dengan bantuan *software SPSS 20* diperoleh hasil sebagai berikut :

**Tabel 4.17**  
**Uji Normalitas  $X_2$  terhadap Y**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
Jumlah Populasi		123
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1,52803230
Most Extreme Differences	Absolute	,195
	Positive	,195
	Negative	-,106
Kolmogorov-Smirnov Z		2,166
Asymp. Sig. (2-tailed)		,000

( Sumber hasil output SPSS lampiran hal 133)

Analisis kenormalan berdasarkan metode Kolmogorov-Smirnov mensyaratkan kurva normal apabila nilai Asymp. Sig. berada di atas batas maximum error, yaitu 0,05. Adapun dalam analisis regresi, yang diuji kenormalan adalah residual atau variabel gangguan yang bersifat stokastik acak, dari hasil uji normalitas diatas diperoleh nilai sig sebesar 0,000. karena nilai sig < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa residu tidak berdistribusi normal.

Namun, berdasarkan Teori Dalil Limit Pusat yang menyatakan bahwa “Bila contoh acak berukuran  $n$  ditarik dari suatu populasi yang besar atau tak hingga dengan nilai tengah  $\mu$  dan ragam  $\sigma^2$ , maka nilai tengah contoh  $x$  ( $\mu$  dari  $\bar{x}$ ) akan menyebar menghampiri sebaran normal dengan nilai tengah  $\mu$  dari

$\bar{x} = \mu$  dan simpangan baku  $\sigma$  dari  $\bar{x} = \sigma/\text{akar}(n)$ ". Dari dalil tersebut berarti apapun sebaran dari data yang ada, jika  $n$  cukup besar maka rata-rata dari data tersebut akan menyebar normal. Populasi dianggap BESAR jika ukuran sampel kurang dari 5 % ukuran populasi atau  $\frac{n}{N} < 5\%$ . Dan Dalil Limit Pusat berlaku untuk "Penarikan sampel dari populasi yang sangat besar" dan "Distribusi populasi tidak dipersoalkan". Karena populasi pada penelitian ini sangat besar dan distribusi populasinya tidak dipersoalkan, maka berlaku Dalil Limit Pusat

## 2) Analisis Korelasi Sederhana

Untuk mengetahui hubungan antara Volume transaksi ( $X_2$ ) dengan *Fee based income* ( $Y$ ), digunakan analisis korelasi sederhana ( $R$ ).

**Tabel 4.18**

### Analisis Korelasi Sederhana $X_2$ terhadap $Y$

#### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,533 <sup>a</sup>	,284	,278	1,53433

( Sumber hasil output SPSS lampiran hal 133)

Berdasarkan hasil output *software SPSS* di atas, diperoleh nilai koefisien korelasi ( $R$ ) sebesar 0,533. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sedang antara Volume transaksi ( $X_2$ ) dengan *Fee based income* ( $Y$ ).

## 3) Koefisien Determinasi

Besarnya pengaruh Volume transaksi ( $X_2$ ) terhadap *Fee based income* ( $Y$ ) dapat ditunjukkan dengan nilai R square sebesar 0,284. Artinya variabel Volume

transaksi ( $X_2$ ) memberikan pengaruh sebesar 28,4% terhadap *Fee based income* (Y). Sedangkan sisanya sebesar 71,6% merupakan kontribusi variabel lain selain Volume transaksi ( $X_2$ ).

#### 4) Pengujian Hipotesis ( Uji t )

Untuk mengetahui pengaruh dari Volume transaksi ( $X_2$ ) terhadap *Fee based income* (Y) digunakan hipotesis sebagai berikut.

Hipotesis :

- $H_{01} : \beta_1 = 0$  Volume transaksi ( $X_2$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Fee based income* (Y).

$H_{a1} : \beta_1 \neq 0$  Volume transaksi ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap *Fee based income* (Y).

Tabel 4.19

#### Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t) $X_2$ terhadap Y

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,090	,310		6,733	,000
1 VOLUME TRANSAKSI ( $X_2$ )	,427	,062	,533	6,932	,000

Dependent Variable: *FEE BASED INCOME* (Y)  
( Sumber hasil output SPSS lampiran hal 134)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa Variabel  $X_2$  memiliki nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel. Karena nilai t hitung (6,932) > t tabel (1,980),

maka  $H_0$  ditolak. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan dari Volume transaksi ( $X_2$ ) terhadap *Fee based income* ( $Y$ ).

### 5) Persamaan Regresi.

Untuk melihat pengaruh Volume transaksi ( $X_2$ ) terhadap *Fee based income* ( $Y$ ) digunakan analisis regresi linier sederhana dengan persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_2$$

Dimana :

$X_2$  = Volume transaksi

$Y$  = *Fee based income*

$a$  = Konstanta

$b_1$  = Koefisien Regresi

Hasil pengolahan *software SPSS 20* untuk analisis regresi sederhana disajikan pada tabel berikut :

**Tabel 4.20**

#### Analisis Regresi Sederhana $X_2$ terhadap $Y$

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	2,090	,310		6,733	,000
	VOLUME TRANSAKSI (X2)	,427	,062	,533	6,932	,000

Dependent Variable: *FEE BASED INCOME* ( $Y$ )

( Sumber hasil output SPSS lampiran hal 134)

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel di atas, diperoleh bentuk persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut :

$$Y = 2,090 + 0,427 X_2$$

Nilai koefisien regresi pada variabel bebasnya menggambarkan apabila diperkirakan variabel bebasnya naik sebesar satu unit dan nilai variabel bebas lainnya diperkirakan konstan atau sama dengan nol, maka nilai variabel terikat diperkirakan bisa naik atau bisa turun sesuai dengan tanda koefisien regresi variabel bebasnya. Dari persamaan regresi linier berganda diatas diperoleh nilai konstanta sebesar 2,090. Artinya, jika variabel *Fee based income* (Y) tidak dipengaruhi oleh Volume transaksi ( $X_2$ ) atau Volume transaksi ( $X_2$ ) bernilai nol, maka besarnya skor *Fee based income* (Y) akan bernilai 2,090.

Koefisien regresi untuk variabel bebas  $X_2$  bernilai positif, menunjukkan adanya hubungan yang searah antara Volume transaksi ( $X_2$ ) dengan *Fee based income* (Y). Koefisien regresi variabel  $X_2$  sebesar 0,427 mengandung arti untuk setiap pertambahan Volume transaksi ( $X_2$ ) sebesar satu satuan akan menyebabkan meningkatnya *Fee based income* (Y) sebesar 0,427.

**d. Pengaruh delta durasi ( $X_1$ ) dan volume transaksi ( $X_2$ ) terhadap *Fee based income* (Y)**

**1) Uji Normalitas**

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diambil berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Model regresi yang baik adalah berdistribusi normal atau mendekati normal. Jika data tidak mengikuti pola sebaran distribusi normal, maka akan diperoleh taksiran yang bias. Pengujian

normalitas dilakukan melalui tes Kolmogorov-Smirnov. Dengan bantuan *software SPSS 20* diperoleh hasil sebagai berikut :

**Tabel 4.21**  
**Uji Normalitas  $X_1, X_2$  terhadap  $Y$**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		123
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1,52796932
Most Extreme Differences	Absolute	,193
	Positive	,193
	Negative	-,104
Kolmogorov-Smirnov Z		2,145
Asymp. Sig. (2-tailed)		,000

( Sumber hasil output SPSS lampiran hal 135)

Analisis kenormalan berdasarkan metode Kolmogorov-Smirnov mensyaratkan kurva normal apabila nilai Asymp. Sig. berada di atas batas maximum error, yaitu 0,05. Adapun dalam analisis regresi, yang diuji kenormalan adalah residual atau variabel gangguan yang bersifat stokastik acak, dari hasil uji normalitas diatas diperoleh nilai sig sebesar 0,000. karena nilai sig < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa residu tidak berdistribusi normal.

Namun, berdasarkan Teori Dalil Limit Pusat yang menyatakan bahwa “Bila contoh acak berukuran  $n$  ditarik dari suatu populasi yang besar atau tak hingga dengan nilai tengah  $\mu$  dan ragam  $\sigma^2$ , maka nilai tengah contoh  $x$  ( $\mu$  dari  $xbar$ ) akan menyebar menghampiri sebaran normal dengan nilai tengah  $\mu$  dari

$\bar{x} = \mu$  dan simpangan baku  $\sigma$  dari  $\bar{x} = \sigma/\sqrt{n}$ ". Dari dalil tersebut berarti apapun sebaran dari data yang ada, jika  $n$  cukup besar maka rata-rata dari data tersebut akan menyebar normal. Populasi dianggap BESAR jika ukuran sampel kurang dari 5 % ukuran populasi atau  $\frac{n}{N} < 5\%$ . Dan Dalil Limit Pusat berlaku untuk "Penarikan sampel dari populasi yang sangat besar" dan "Distribusi populasi tidak dipersoalkan". Karena populasi pada penelitian ini sangat besar dan distribusi populasinya tidak dipersoalkan, maka berlaku Dalil Limit Pusat.

## 2) Analisis Korelasi Berganda

Untuk mengetahui hubungan secara bersama-sama antara Delta Durasi ( $X_1$ ) dan Volume transaksi ( $X_2$ ) terhadap *Fee based income* ( $Y$ ), digunakan analisis korelasi berganda ( $R$ ).

Tabel 4.22

### Analisis Korelasi Berganda $X_1$ dan $X_2$ terhadap $Y$

#### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.533 <sup>a</sup>	.284	.272	1,54065

( Sumber hasil output SPSS lampiran hal 135)

Berdasarkan hasil output *software SPSS* di atas, diperoleh nilai koefisien korelasi ( $R$ ) sebesar 0,533. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sedang antara Delta Durasi ( $X_1$ ) dan Volume transaksi ( $X_2$ ) dengan *Fee based income* ( $Y$ ).

### 3) Koefisien Determinasi

Besarnya pengaruh Delta Durasi ( $X_1$ ) dan Volume transaksi ( $X_2$ ) terhadap *Fee based income* ( $Y$ ) dapat ditunjukkan dengan nilai adjusted R square sebesar 0,284. Artinya variabel Delta Durasi ( $X_1$ ) dan Volume transaksi ( $X_2$ ) memberikan pengaruh sebesar 28,4% terhadap *Fee based income* ( $Y$ ). Sedangkan sisanya sebesar 71,6% merupakan kontribusi variabel lain selain Delta Durasi ( $X_1$ ) dan Volume transaksi ( $X_2$ ).

### 4) Menguji Keberartian Koefisien Regresi

#### Pengujian Hipotesis Secara Overall ( Uji F )

Untuk mengetahui signifikan atau tidaknya suatu pengaruh dari variabel-variabel bebas secara bersama-sama atas suatu variabel tidak bebas digunakan uji F.

$H_0$  : Tidak ada pengaruh yang signifikan dari Delta Durasi ( $X_1$ ) dan Volume transaksi ( $X_2$ ) terhadap *Fee based income* ( $Y$ ).

$H_a$  : Ada pengaruh yang signifikan dari Delta Durasi ( $X_1$ ) dan Volume transaksi ( $X_2$ ) terhadap *Fee based income* ( $Y$ ).

Kriteria Uji : 1. Terima  $H_0$  jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$

2. Tolak  $H_0$  jika  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$

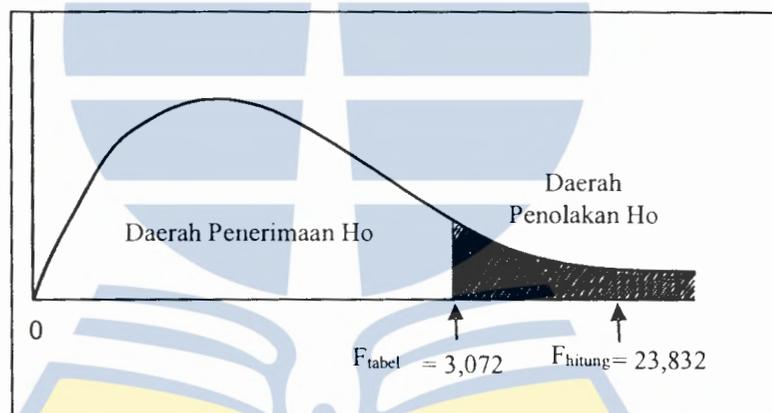
$F_{tabel} = F_{\alpha; (df1, df2)}$  ;  $df1 = k$  ,  $df2 = n-k-1$ ,  $f_{tabel} = 3,072$

Hasil uji F berdasarkan pengolahan SPSS disajikan pada tabel berikut :

**Tabel 4.23**  
**Pengujian Hipotesis Secara Overall (Uji F)**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	113,135	2	56,568	23,832	,000 <sup>b</sup>
Residual	284,832	120	2,374		
Total	397,967	122			

( Sumber hasil output SPSS lampiran hal 136)



**Gambar 4.9**

**Daerah Penolakan  $H_0$  Pada Pengujian Secara Bersama-sama**

Dari tabel diatas, diperoleh nilai F hitung sebesar 23,832. Karena nilai F hitung ( $23,832 > F_{\text{tabel}} (3,072)$ ), maka  $H_0$  ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan dari Delta Durasi ( $X_1$ ) dan Volume transaksi ( $X_2$ ) terhadap *Fee based income* ( $Y$ ).

### 5) Persamaan Regresi.

Untuk melihat pengaruh Delta Durasi ( $X_1$ ) dan Volume transaksi ( $X_2$ ) Terhadap *Fee based income* ( $Y$ ) digunakan analisis regresi linier berganda dengan persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Dimana :

$Y$  = *Fee based income*

$X_1$  = Delta Durasi

$X_2$  = Volume transaksi

$a$  = Konstanta

$b_1, b_2$  = Koefisien Regresi

Hasil pengolahan *software SPSS 20* untuk analisis regresi berganda disajikan pada tabel berikut :

**Tabel 4.24**

#### Analisis Regresi Berganda

##### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,002	,936		2,139	,034
1 Skor DELTA DURASI (X1)	,018	,176	,008	,099	,921
VOLUME TRANSAKSI (X2)	,425	,064	,531	6,627	,000

( Sumber hasil output SPSS lampiran hal 136)

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel di atas, diperoleh bentuk persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 2,002 + 0,018 X_1 + 0,425 X_2$$

Nilai koefisien regresi pada variabel-variabel bebasnya menggambarkan apabila diperkirakan variabel bebasnya naik sebesar satu unit dan nilai variabel bebas lainnya diperkirakan konstan atau sama dengan nol, maka nilai variabel terikat diperkirakan bisa naik atau bisa turun sesuai dengan tanda koefisien regresi variabel bebasnya.

Dari persamaan regresi linier berganda diatas diperoleh nilai konstanta sebesar 2,002. Artinya, jika variabel *Fee based income* (Y) tidak dipengaruhi oleh kedua variabel bebasnya yaitu Delta Durasi ( $X_1$ ) dan Volume transaksi ( $X_2$ ) atau kedua variabel tersebut bernilai nol, maka besarnya rata-rata *Fee based income* akan bernilai 2,002.

Tanda koefisien regresi variabel bebas menunjukkan arah hubungan dari variabel yang bersangkutan dengan *Fee based income*. Koefisien regresi untuk variabel bebas  $X_1$  bernilai positif, menunjukkan adanya hubungan yang searah antara Delta Durasi ( $X_1$ ) dengan *Fee based income* (Y). Koefisien regresi variabel  $X_1$  sebesar 0,018 mengandung arti untuk setiap pertambahan Delta Durasi ( $X_1$ ) sebesar satu satuan akan menyebabkan meningkatnya *Fee based income* (Y) sebesar 0,018.

Koefisien regresi untuk variabel bebas  $X_2$  bernilai positif, menunjukkan adanya hubungan yang searah antara Volume transaksi ( $X_2$ ) dengan *Fee based income* (Y). Koefisien regresi variabel  $X_2$  sebesar 0,425 mengandung arti untuk

setiap penambahan Volume transaksi ( $X_2$ ) sebesar satu satuan akan menyebabkan meningkatnya *Fee based income* ( $Y$ ) sebesar 0,425.

#### e. Rekapitulasi Pengujian Hipotesis

- 1) Variabel  $X_1$  memiliki nilai  $t$  hitung lebih besar dari nilai  $t$  tabel. Karena nilai  $t$  hitung ( $3,042$ )  $>$   $t$  tabel ( $1,980$ ), maka  $H_0$  ditolak. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa **Delta Durasi ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap Volume transaksi ( $X_2$ ).**
- 2) Variabel  $X_1$  memiliki nilai  $t$  hitung lebih kecil dari nilai  $t$  tabel. Karena nilai  $t$  hitung ( $1,663$ )  $<$   $t$  tabel ( $1,980$ ), maka  $H_0$  diterima. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa **Delta Durasi ( $X_1$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Fee based income* ( $Y$ ).**
- 3) Variabel  $X_2$  memiliki nilai  $t$  hitung lebih besar dari nilai  $t$  tabel. Karena nilai  $t$  hitung ( $6,932$ )  $>$   $t$  tabel ( $1,980$ ), maka  $H_0$  ditolak. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa **Volume transaksi ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap *Fee based income* ( $Y$ ).**
- 4) Nilai  $F$  hitung pada regresi berganda sebesar 23,832. Karena nilai  $F$  hitung ( $23,832$ )  $>$   $F$  tabel ( $3,072$ ), maka  $H_0$  ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa **Delta Durasi ( $X_1$ ) dan Volume transaksi ( $X_2$ ) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap *Fee based income* ( $Y$ ).**

### C. Pembahasan

#### 1. Delta waktu proses layanan SCF terhadap volume transaksi ( $X_1 \rightarrow X_2$ )

Delta waktu proses layanan SCF adalah merupakan selisih waktu proses SCF sebelum adanya perbaikan proses yaitu 60 menit dengan waktu proses

transaksi *SCF* setelah inovasi yaitu 30 menit. Organisasi yang berdasarkan kualitas sebaiknya berusaha untuk mencapai kesempurnaan dengan perbaikan proses berkelanjutan (*countinous process improvement*) pada bisnis dan proses produksi. Perbaikan (*improvement*) adalah sebuah kegiatan yang dilakukan untuk tujuan strategis seperti pengurangan waktu siklus, pengurangan biaya, dengan tujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Perbaikan mutu berkelanjutan (*continuous quality improvement*) adalah sebuah siklus proses terstruktur untuk memperbaiki sistem dan proses kerja dalam suatu organisasi atau kegiatan, (<http://elidasipayung1984.blogspot.co.id/2012/12/kesempurnaan-dengan-perbaikan-proses.html> diunduh dari situs *World Wide Web* tanggal 04 Juni 2016).

Hasil pengujian hipotesis variabel delta waktu proses layanan *SCF* ( $X_1$ ) terhadap volume transaksi ( $X_2$ ) yaitu memiliki nilai  $t$  hitung lebih besar dari nilai  $t$  tabel. Karena nilai  $t$  hitung ( $3,042$ )  $>$   $t$  tabel ( $1,980$ ), maka  $H_0$  ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan dari variabel  $X_1$  terhadap variabel  $X_2$ . Hasil ini sejalan dengan pendapat Kotler (2000) yang menyatakan bahwa kualitas jasa harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan. Pendekatan diferensiasi kualitas pelayanan terhadap keunggulan bersaing menurut Tjiptono (2001), adalah secara konsisten memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik daripada para pesaing. Kualitas layanan yang baik dapat dicapai dengan memenuhi atau bahkan melampaui kualitas jasa yang diharapkan para pelanggan. Kualitas jasa sendiri dipengaruhi oleh dua variabel, yaitu jasa yang dirasakan (*perceived service*) dan jasa yang diharapkan (*expected service*). Bila jasa yang dirasakan lebih kecil daripada yang diharapkan, maka para pelanggan menjadi tidak tertarik lagi pada penyedia jasa

yang bersangkutan. Namun bila yang terjadi adalah sebaliknya (*perceived > expected*), maka ada kemungkinan para pelanggan akan menggunakan jasa itu lagi.

Menurut Sergio Zyman (2000), banyak perusahaan yang sukses dalam menjual produk karena produk mereka memiliki citra jelas yang menentukan posisi mereka di titik yang secara potensial menarik dalam pilihan konsumen yang begitu banyak. Menurut Trout, J. (2000), kebanyakan perusahaan yang sukses adalah perusahaan yang memiliki kata yang menempati tempat spesial dalam benak konsumen. Berbagai konsep yang berkembang saat ini menyatakan citra sebuah produk sebagai sarana atau alat untuk meraih keunggulan bersaing di pasar. Bila perusahaan telah secara jelas mendefinisikan citranya kepada pelanggan, maka langkah berikutnya adalah menginformasikan citra tersebut agar elemen ini menjadi sumber keunggulan bersaing yang dalam jangka panjang (Robert Grede, 2002). Melalui investasi pada proses pencitraan yang dilakukan secara terus-menerus, perusahaan akan menikmati tingkat pengembalian pasar dalam konsep pemasaran, yang lebih tinggi daripada yang dapat diraih oleh pesaing dalam industri yang sama.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ria Arifianti (2015) menyatakan pengaruh strategi bauran produk yang tepat dapat meningkatkan volume penjualan suatu perusahaan sehingga dampaknya dapat meningkatkan laba perusahaan.

## 2. Delta waktu proses layanan SCF terhadap fee based income ( $X_1 \rightarrow Y$ )

Berdasarkan hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain, jenis variabel dapat dibedakan menjadi, 1). Variabel Independen, variabel ini sering disebut sebagai *variabel stimulus, predictor, antecedent*. Variabel ini juga disebut variabel bebas, yaitu merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). 2) Variabel Dependen sering disebut sebagai variabel output atau variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. 3) Variabel moderator adalah variabel yang mempengaruhi (memperkuat dan memperlemah) hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Variabel ini disebut juga sebagai variabel independen kedua. 4) Variabel intervening sesuai Tuckamn (1988) yang menyatakan '*an intervening variable is that factor that theoretically affect the observed phenomenon but cannot seen, measure or manipulate*'. Variabel intervening adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur. Variabel ini merupakan variabel penyela/antara yang terletak diantara variabel variabel independen dengan variabel dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen. 5) Variabel control adalah variabel yang dikendalikan atau dibuat konstan sehingga pengaruh variabel independen terhadap dependen tidak dipengaruhi oleh faktor luar yang tidak diteliti.

Hasil pengujian hipotesis variabel  $X_1$  terhadap variabel  $Y$ , memiliki nilai  $t$  hitung lebih kecil dari nilai  $t$  tabel. Karena nilai  $t$  hitung  $(1,663) < t$  tabel  $(1,980)$ ,

maka  $H_0$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa Delta Durasi proses layanan *SCF* ( $X_1$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Fee based income* ( $Y$ ). Sesuai dengan teori di atas variabel  $X_1$  adalah merupakan variabel moderator, yaitu variabel yang dapat mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen baik memperkuat ataupun memperlemah, sehingga tidak berpengaruh langsung kepada variabel dependen. Dimana dalam penelitian ini variabel volume transaksi ( $X_2$ ) dapat ditingkatkan dengan adanya percepatan proses layanan ( $X_1$  mempengaruhi  $X_2$ ) sehingga dapat mempengaruhi variabel dependen *fee based income*. Hal ini sesuai dengan data pertumbuhan transaksi *SCF* tahun 2013 sampai dengan tahun 2015. Dimana transaksi *SCF* pada tahun 2015 meningkat 46.99% dari sisi volume dibandingkan dengan transaksi tahun 2014. Sedangkan dari jumlah nasabah meningkat 41.15% dibandingkan dengan tahun 2014.

### **3. Volume transaksi SCF terhadap *fee based income* ( $X_2 \rightarrow Y$ )**

Volume adalah salah satu indikator penting dalam analisa suatu perdagangan di pasar. Volume menunjukkan jumlah transaksi yang diperdagangkan dalam pasar pada satu periode tertentu. Volume juga dapat menggambarkan suatu kekuatan antara minat jual dan beli pada transaksi pasar. Volume digunakan untuk mengkonfirmasi pergerakan suatu harga di pasar. Volume digunakan untuk memprediksikan arah trend suatu harga, apakah pola dalam volume tersebut menunjukkan trend harga masih berlanjut atau akan terjadi pembalikan arah. Analisa volume ini terdiri dari konvergen dan divergen, pada prinsipnya suatu trend naik (*bullish*) harus disertai dengan kenaikan volume (konvergen) maka kenaikan trend tersebut konfirmasi dengan volumenya, begitu

pula sebaliknya jika trend turun (*bearish*) harus disertai dengan penurunan volumenya. Jika terjadi sebaliknya dimana saat trend naik (*bullish*) tetapi volumenya menunjukkan arah penurunan (*divergen*) atau saat trend turun (*bearish*) tetapi volumenya menunjukkan arah kenaikan, maka dua hal tersebut mengindikasikan akan terjadi perubahan trend atau reversal arah trend. (<https://roxar.wordpress.com/2008/09/06/analisa-volume-untuk-memprediksikan-perubahan-tend>)

Berdasarkan nilai koefisien korelasi hubungan antara volume transaksi dengan *fee based income* sebesar 0.533. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan sedang antara volume transaksi ( $X_2$ ) dengan *fee based income* (Y). Besarnya pengaruh volume transaksi terhadap *fee based income* sebesar 28.4%, sedangkan sisanya sebesar 71.6% merupakan pengaruh variabel lain yang penulis tidak teliti. Pada volume transaksi ini memiliki nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel, karena nilai t hitung (6,932) > t tabel (1,980), maka dapat disimpulkan bahwa volume transaksi ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap *Fee based income* (Y). Hasil penelitian ini memberikan bukti bahwa dengan volume transaksi yang semakin banyak akan meningkatkan *fee based income*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh Sonnya Nurman S. yang berjudul pengaruh modal kerja dan volume penjualan terhadap laba bersih. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Eva Ariesti (2008) yang berjudul 'pengaruh volume penjualan terhadap peningkatan laba bersih pada PT Indo Perkasa Usahatama'. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan adanya hubungan yang erat mengenai volume transaksi terhadap peningkatan *fee based income*.

#### 4. Delta waktu proses layanan *SCF* dan volume transaksi *SCF* terhadap *fee based income* ( $X_1$ dan $X_2 \rightarrow Y$ )

Hubungan delta waktu proses layanan *SCF* dan volume transaksi *SCF* terhadap *fee based income* adalah sebesar 0.533. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan sedang antara variabel  $X_1$  dan  $X_2$  terhadap *fee based income* ( $Y$ ). Besarnya pengaruh volume transaksi terhadap *fee based income* sebesar 28.4%, sedangkan sisanya sebesar 71.6% merupakan pengaruh variabel lain yang penulis tidak teliti. Pada hasil anova untuk pengujian regresi secara simultan memiliki nilai  $F$  hitung sebesar 23.382 lebih besar dari nilai  $F$  tabel, karena nilai  $F$  hitung ( $23,832 > F$  tabel ( $3,72$ ), dengan nilai sig.  $F$  ( $0.000$ ) lebih kecil dari  $\alpha = 0.05$  maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan delta waktu proses ( $X_1$ ) dan volume transaksi ( $X_2$ ) bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap *Fee based income* ( $Y$ ).

Sesuai penjelasan di atas terdapat faktor lain yang mempengaruhi *fee based income*. Berdasarkan penelitian Atik Masita 2012, pendapatan *provisi*, komisi dan *fee*, pendapatan valuta asing dan pendapatan lainnya berpengaruh secara parsial terhadap *fee based income*.

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### A. Simpulan

Setelah melakukan penelitian untuk menganalisa rumusan masalah mengenai pengaruh implementasi percepatan proses layanan SCF terhadap volume transaksi dan dampaknya terhadap *fee based income*, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Implementasi percepatan proses layanan transaksi *SCF* berpengaruh signifikan terhadap volume transaksi.
2. Implementasi percepatan proses layanan transaksi *SCF* tidak berpengaruh langsung terhadap *fee based income*.
3. Volume transaksi *SCF* berpengaruh signifikan terhadap *fee based income*.
4. Implementasi percepatan proses layanan *SCF* dan volume transaksi bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap *fee based income*.

Sesuai penjelasan di atas maka dapat disimpulkan implementasi proses percepatan transaksi *SCF* berpengaruh signifikan terhadap peningkatan volume transaksi. Dimana dengan peningkatan volume transaksi, sesuai dengan yang diharapkan dapat berpengaruh dalam meningkatkan *fee based income*. Sedangkan implementasi proses percepatan transaksi *SCF* tidak berpengaruh langsung kepada *fee based income*. Karena implementasi proses percepatan transaksi merupakan salah satu cara untuk meningkatkan volume transaksi. Hal ini dibuktikan dengan hasil analisa apabila

implementasi percepatan proses transaksi bersama-sama dengan peningkatan volume transaksi akan mempengaruhi peningkatan *fee based income*.

Permintaan konsumen atas suatu produk atau jasa dan persaingan pasar menuntut perusahaan untuk melakukan pengembangan produk. Pengembangan produk atau inovasi suatu produk sesuai permintaan konsumen mempunyai peran yang besar dalam meningkatkan volume transaksi. Oleh karena itu, perusahaan harus selalu memantau atau mengikuti perkembangan selera konsumen ataupun keluhan-keluhan dari pelanggan. Perusahaan juga harus mengetahui perubahan taktik dan strategi dari pesaing agar dapat mengantisipasi lebih dulu tindakan yang perlu dilakukan berkaitan dengan produk yang dihasilkan perusahaan.

## **B. Saran**

Penelitian ini sejalan dengan visi PT Bank XYZ untuk terus meningkatkan kinerja secara berkesinambungan serta memberikan kualitas layanan terbaik kepada nasabah. Dari hasil penelitian dan kesimpulan adapun saran yang dapat diberikan sebagai berikut :

### **a. Saran Manajemen**

Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa implementasi proses percepatan transaksi *SCF* berpengaruh signifikan terhadap peningkatan volume transaksi. Namun dari hasil pengukuran penurunan waktu proses layanan *SCF* rata-rata delta waktunya masih masuk dalam kategori medium. Sedangkan untuk volume transaksi dengan rata-rata per hari adalah 212 transaksi masih dalam kategori rendah. Sesuai hasil survey kepuasan pelanggan terkait akurasi dan ketepatan waktu masih terdapat *unit servicing* yang menyatakan kurang puas (4%). Hal ini menunjukkan bahwa pencapaian belum maksimum masih harus ditingkatkan lagi kualitas layanan yang

memenuhi keinginan pelanggan. Dengan meningkatkan kompetensi analis dan pemerataan tingkat kompetensi analis pemroses transaksi *SCF* diharapkan dapat meningkatkan kualitas layanan yaitu memberikan layanan yang cepat, tepat dan akurat. Untuk meningkatkan kompetensi analis disarankan melakukan proses pembelajaran dengan terstruktur dan sistematis, melakukan simulasi pemrosesan transaksi *SCF* dengan rutin dan menyusun *excellent handbook* yang berisi panduan dalam memproses transaksi *SCF* dengan efisien dan akurat.

Hal ini sejalan dengan teori pendekatan diferensiasi kualitas pelayanan terhadap keunggulan bersaing menurut Tjiptono (2001), adalah secara konsisten memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik dari pesaing. Kualitas layanan yang baik yaitu yang dapat memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan.

b. Saran Strategik

Suatu organisasi jasa yang berdasarkan kualitas untuk meningkatkan kepuasan pelanggan harus melakukan perbaikan proses secara berkelanjutan (*countinous process improvement*). Perbaikan (*improvement*) adalah sebuah kegiatan yang dilakukan untuk tujuan strategis seperti dengan pengurangan waktu siklus, yang berdampak pada pengurangan biaya. Perbaikan mutu berkelanjutan (*continuous quality improvement*) adalah sebuah siklus proses terstruktur untuk memperbaiki sistem dan proses kerja dalam suatu proses layanan atau kegiatan. Dalam penyediaan jasa/produk terdapat dua pihak yang berkepentingan yaitu pihak penyedia jasa dan pihak yang akan menggunakan jasa tersebut (pelanggan). Kedua pihak memiliki harapan masing-masing yang bisa saja berbeda. Harapan pelanggan menginginkan suatu produk atau layanan tersedia dengan cepat, tepat dan akurat. Sedangkan dari pihak penyedia jasa memerlukan waktu proses untuk

menyediakan produk/jasa tersebut. Untuk itu harus ditentukan *Service Level Agreement (SLA)* yang dapat menjembatani perbedaan harapan. Maka dalam setiap layanan jasa harus dirumuskan waktu proses atau *service level agreement* untuk menjadi acuan dalam setiap layanan jasa/produk yang dihasilkan ditambah dengan kualitas layanan yang efisien dan akurat.

- c. Diperlukan penelitian lanjutan yang meneliti lebih detail lagi mengenai pengaruh perbaikan proses layanan terhadap volume transaksi dan pendapatan *fee based income* dengan menggunakan teori selain dari yang digunakan peneliti dalam penelitian ini dan menambah variabel penelitian.



## DAFTAR PUSTAKA

Agus Tri B. dan Nano Prawoto. (2016). Analisis Regresi dalam penelitian ekonomi dan bisnis Edisi 1, Jakarta, Rajawali Pers, 2016.

Ahmad Dahlan (2015, September) Definisi sampling serta jenis metode dan tehnik sampling. Diambil 15 Mei 2016, dari situs *World Wide Web* :  
<http://www.eurekapedidikan.com/2015/09/defenisi-sampling-dan-teknik-sampling.html>

Amalia (2013, April 19) Pengertian cara pengumpulan data ,jenis-jenis data dan sampel. Diambil 15 Mei 2016, dari situs *World Wide Web*  
<https://rizkiamaliefbriani.wordpress.com/2013/04/19/pengertian-cara-pengumpulan-dan-jenis-jenis-data-dan-sample/>

Anis Eliyana dan M. Wiratmoko (2015). Manajemen Operasi Edisi ke-1, Tangerang Selatan, Universitas Terbuka 2015

Andi A.(2013, 22 Maret) Tugas dan Fungsi Bank Mandiri. Diambil 16 Mei 2016, dari situs *World Wide Web* : <http://andiannisa2.blogspot.co.id/2013/03/fungsi-bank-mandiri-bank-mandiri.html>

ANS Consulting (2009) Rumus-rumus pengambilan sampel penelitian Diambil 15 Mei 2016, dari situs *World Wide Web* : - <http://tesisdisertasi.blogspot.co.id/2009/12/rumus-rumus-pengambilan-sampel.html>

Arie Liliyah (2014, Oktober 20). Tahun 2015 ekonomi Indonesia hadapi tantangan berat. Swa, Edisi Oktober 2014

Ari Ruhimat (2013). Pengaruh profesionalisme, kepuasan kerja dan budaya organisasi terhadap kinerja pegawai unit pelaksana teknis pelabuhan perikanan samudera nizam zachman Jakarta Tugas akhir program magister (TAPM), Magister Manajemen Universitas Terbuka

Arie L. (2014, Oktober 20) Tahun 2015 Ekonomi Indonesia Hadapi Tantangan Berat. Diambil 22 Mei 2016, dari situs *World Wide Web* : <http://swa.co.id/business-research/tahun-2015-ekonomi-indonesia-hadapi-tantangan-berat>

Ariko Sutrisna (2013, Januari) Manajemen Perbankan. Diambil 21 Mei 2016, dari situs *World Wide Web*: <http://arikosutrisna.blogspot.co.id/2013/01/pengertian-manajemen-perbankan.html>  
Arief (2013). Metode penelitian skripsi tesis .Diambil 15 Mei 2016, dari situs *World Wide Web*:  
[http://smkn20.ucoz.com/publ/pendidikan/metode\\_penelitian\\_skripsi\\_tesis\\_disertasi\\_karya\\_ilmiah/instrumen\\_penelitian\\_lengkap/5-1-0-6](http://smkn20.ucoz.com/publ/pendidikan/metode_penelitian_skripsi_tesis_disertasi_karya_ilmiah/instrumen_penelitian_lengkap/5-1-0-6)

Astuti,Sri Wahyuni (2015). Manajemen Pemasaran Edisi ke-1 Tangerang Selatan, Universitas Terbuka 2015

Bab II Landasan teori 2.1 Manajemen Keuangan. Diambil 22 Mei 2016, dari situs *World Wide Web*: [http://digilib.mercubuana.ac.id/manager/n!@file\\_skripsi/lisi2734897515214.pdf](http://digilib.mercubuana.ac.id/manager/n!@file_skripsi/lisi2734897515214.pdf)

Bilson Simamora (2011). Pemasaran Strategik Edisi ke-1, Tangerang Selatan, Universitas Terbuka 2015

Budiman C.,Suratiwi,Debby R.D (2015). Manajemen Strategik Edisi ke-1, Tangerang Selatan, Universitas Terbuka 2015

Cahyani Dewi (2013, Oktober 30) Manajemen Keuangan Diambil 22 Mei 2016, dari situs *World Wide Web* : <http://cahyaniidewi.blogspot.co.id/2013/10/manajemen-keuangan-fungsi-dan-tinjauan.html>

*Chris McChesney, Sean Covey,Jim Huling (2012), The 4Disciplines of Execution*

Deny Bagus (2009, Juni) Strategi keunggulan bersaing melalui pendekatan deferensiasi produk,kualitas dan citra. Diambil 04 Juni 2016, dari situs *World Wide Web*: <http://jurnal-sdm.blogspot.co.id/2009/06/strategi-keunggulan-bersaing-melalui.html>

Dewi Utari,Ari Purwanti dan Darsono P. (2014). Manajemen Keuangan Edisi revisi, Jakarta,Mitra Wacana Media, 2014.

Dian Magfirawati, Fee Based Income menjadi alternative yang semakin diincar.Diambil 21 Mei 2016, dari situs *World Wide Web* : [http://www.academia.edu/10273250/Fee\\_Based\\_Income\\_menjadi\\_Alternatif\\_yang\\_Semakin\\_di\\_Incar](http://www.academia.edu/10273250/Fee_Based_Income_menjadi_Alternatif_yang_Semakin_di_Incar)

Dwi consultant (2015) Analisis Korelasi sederhana. Diambil 22 Mei 2016, dari situs *World Wide Web*: <http://duwiconsultant.blogspot.co.id/2011/11/analisis-korelasi-sederhana.html>

Endang S. (2013, Januari) Peran pengembangan produk dalam meningkatkan penjualan. Diambil 30 Juli 2016 dari situs *World Wide Web*: <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/43525/1/endang.pdf>

Erni Ekawati. (2014). Manajemen Keuangan Edisi Satu, Tangerang Selatan, Universitas Terbuka 2014

Gunawan M.(2012) Meningkatkan efektivitas *financial flow* perusahaan distributor *consumer goods* melalui layanan *supply chain financing* Bank Danamon

Gultom, Andy N. (2009) Skema operasional *lending* model distributor *financing consumer goods industry* sebagai salah satu cara peningkatan portofolio *loan business banking* : studi pada pembiayaan distributor PT X oleh Bank Niaga

Goklas Siahaan (2013). Hubungan antara motivasi kerja dan kompensasi dengan kinerja karyawan pemasaran PT Buana Medika Tangerang. Tugas akhir program magister (TAPM), Magister Manajemen Universitas Terbuka

Hanis S (2014, Septembert). Manajemen Kualitas Jasa. Diambil 19 Juni 2016, dari situs *World Wide Web*: <https://prezi.com/cjajrr15vtmq/manajemen-kualitas-jasa/>

Hendry (2012, September 8). Strategi bersaing-Porter. Diambil 21 Mei 2016, dari situs *World Wide Web* : <https://teorionline.wordpress.com/2012/09/08/michael-e-porter-strategi-bersaing/>

Hendry (2012, September 23). Levels of measurement. Diambil 17 Agustus 2016, dari situs *World Wide Web* : [http://teorionline.net/skala-pengukuran/ Levels of Measurement](http://teorionline.net/skala-pengukuran/Levels%20of%20Measurement)

Ilmu perbankan dan Manajemen Bank. Diambil 19 Juni 2016, dari situs *World Wide Web* : / <http://ahliperbankan.com/strategi-manajemen-kredit-perbankan-yang-powerful/>

Ilmu Statistik (2008). Teori dalil limit pusat. Diambil 26 Juni 2016, dari situs *World Wide Web* : / <http://www.ilmustatistik.com/2008/11/18/dalil-limit-pusat/>

Indra (2013, Maret). Manajemen Kualitas Jasa. Diambil 19 Juni 2016, dari situs *World Wide Web*: <http://indraputrabintan.blogspot.co.id/2013/03/manajemen-kualitas-jasa.html#.V2ZQkesrLIV>

Irva H.S (2015, Januari). Pengertian Manajemen Operasi. Diambil 21 Mei 2016, dari situs *World Wide Web* : <http://kangirva.blogspot.co.id/2015/01/pengertian-dan-ruang-lingkup-manajemen.html>

Karnoto M. (2016). Ketegangan baru setelah laba bank turun dalam *Infobank*, No 444, Januari 2016 Vol. XXXVII

Khoirunnas A.L (2012, April 04). Manajemen Pemasaran. Diambil 11 Juni 2016, dari situs *World Wide Web* : <http://nulz-e.blogspot.co.id/2012/04/manajemen-pemasaran-jasa-dan-bauran.html>

Konsultan statistik (2009). Layanan jasa analisis data statistic untuk riset. Diambil 14 Mei 2016, dari situs *World Wide Web* : <http://www.konsultanstatistik.com/2009/03/skala-pengukuran-statistik.html>

Leni (2012, Oktober 03). Manajemen Perbankan. Diambil 21 Mei 2016, dari situs *World Wide Web*: <http://leniastuti17.blogspot.co.id/2012/10/03-manajemen-perbankan.html>

Lerbin Roberto A. (2014), Metodologi Penelitian Bisnis Edisi kedua, Tangerang Selatan, Universitas Terbuka 2014

Mandiri perluas jaringan layanan prioritas (2015, 11 Juni) Diambil 16 Mei 2016, dari situs *World Wide Web*: <http://www.bankmandiri.co.id/corporate01/news-detail.asp?id=PKQP42264252>

Manajemen Rantai Pasokan (2011). Diambil 05 Juni 2016, dari situs *World Wide Web* : <https://sites.google.com/site/operasiproduksi/manajemen-rantai-pasokan>

Manajemen Strategis (2011, Juni 25). Diambil 21 Mei 2016, dari situs *World Wide Web* : <https://manajemenstrategis.wordpress.com/2011/06/25/strategi-bersaing-generik-dari-porter/>

Manajemen Perbankan. Diambil 21 Mei 2016, dari situs *World Wide Web*: <http://ahliperbankan.com/prinsip-kunci-dalam-ilmu-manajemen-perbankan/>

Mandiri kucurkan pembiayaan perdagangan (2014). Diambil 21 Mei 2016, dari situs *World Wide Web*: [http://ir.bankmandiri.co.id/phoenix.zhtml?c=146157&p=irol-newsArticle\\_pf&ID=1933394](http://ir.bankmandiri.co.id/phoenix.zhtml?c=146157&p=irol-newsArticle_pf&ID=1933394)

Misbah Khusudur (2014). Pengaruh nilai pabean dan jumlah pemberitahuan impor barang terhadap bea masuk. Tugas akhir program magister (TAPM), Magister Manajemen Universitas Terbuka

M.Hilman,F.Setiadi, I.Sarika(2012,Oktober) *Supply Chain Management* berbasis layanan, desain dan implementasi prototipe system

Muhammad H.A (2012,Oktober 06). Pengertian Manajemen Perbankan. Diambil 19 Juni 2016, dari situs *World Wide Web* : <http://muhammadhirzi.blogspot.co.id/2012/10/pengertian-manajemen-perbankan.html>

Mohamad Y.A (2013, 03 Februari) Peranan Bank. Diambil 15 Mei 2016, dari situs *World wide Web* : <https://www.scribd.com/doc/124250168/MAKALAH-PERANAN-BANK-DALAM-PEREKONOMIAN>

Mokhamad Y.P (2010) Pengaruh Fungsi Intermediasi Perbankan terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia.Diambil 15 Mei 2016, dari situs *World wide Web* : <http://karya-ilmiah.um.ac.id/index.php/ekonomi-pembangunan/article/view/11245>

Naufal N.P.(2015, 15 Maret) Peranan Bank. Diambil 15 Mei 2016, dari situs *World Wide Web* <http://naufanadhif.blogspot.co.id/2015/03/peranan-bank-bagi-perekonomian-indonesia.html>

Nabila K.(2013) Teoi Dalil Pusat. Diambil 26 Juni 2016, dari situs *World Wide Web* [danardono.staff.ugm.ac.id/matakuliah/ssfi/SSFI-Kel-11.docx](http://danardono.staff.ugm.ac.id/matakuliah/ssfi/SSFI-Kel-11.docx)

Obaidullah Jan ACA.(2013) Financial accounting. Diambil 26 Juni 2016, dari situs *World Wide Web* <http://accountingexplained.com/financial/ratios/days-payables-outstanding>

Pengertian pemasaran jasa, karakteristik, strategi dan definisi menurut para ahli. Diambil 12 Juni 2016, dari situs *World Wide Web* : <http://www.landasanteori.com/2015/07/pengertian-pemasaran-jasa-karakteristik.html>

Pengertian dan analisis korelasi sederhana. Diambil 22 Mei 2016, dari situs *World Wide Web*: <http://teknikelektronika.com/pengertian-analisis-korelasi-sederhana-rumus-pearson/>

Putra N.(2014, 26 Agustus) Memacu pertumbuhan bisnis - meningkatkan reliabilitas *Supply Chain Financing*, materi inovasi Opexcon Agustus, 2014

Pradita, Mokhammad Yanuar. (2010). Pengaruh Fungsi Intermediasi Perbankan terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. Program Studi Ekonomi dan Studi Pembangunan, Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Malang.

Pramudito, E.S. (2012). Analisis penerapan *root cause analysis* dan problem solving pada proses silver plating komponen pesawat terbang. Tugas akhir program magister (TAPM), Magister Manajemen Universitas Terbuka

Putra, Feryzal (2007) Analisis strategi peningkatan *fee based income* Bank Mandiri

Rachmad U. (2015, Mei 11) Prospek PPN atas Fee Based Income. Diambil 21 Mei 2016, dari situs *World Wide Web* : <http://www.bppk.kemenkeu.go.id/publikasi/artikel/167-artikel-pajak/21110-prospek-ppn-atas-fee-based-income-jasa-perbankan-indonesia>

Regina S., Devie. (2013) Analisa pengaruh *supply chain management* terhadap keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan.

Ria Arifianti, Peranan strategi bauran produk terhadap volume penjualan. Diambil 04 Juni 2016, dari situs *World Wide Web* : [http://www.academia.edu/6722516/PERANAN\\_STRATEGI\\_STRATEGI\\_BAURAN\\_PRODUK\\_TERHADAP\\_VOLUME\\_PENJUALAN\\_SUATU\\_PERUSAHAAN](http://www.academia.edu/6722516/PERANAN_STRATEGI_STRATEGI_BAURAN_PRODUK_TERHADAP_VOLUME_PENJUALAN_SUATU_PERUSAHAAN) Oleh Ria Arifianti

Roxar (2008, September 6). Analisa volume untuk memprediksikan perubahan trend. Diambil 05 Juni 2016, dari situs *World Wide Web*: <https://roxar.wordpress.com/2008/09/06/analisa-volume-untuk-memprediksikan-perubahan-trend/>

Shift (2013, Februari 12). 5 langkah Root Cause Analyst (RCA). Diambil 19 Juni 2016, dari situs *World Wide Web* : <http://shiftindonesia.com/5-langkah-lakukan-root-cause-analysis-sebagai-bagian-dari-problem-solving/>

Sri Wahyuni A. (2015). Manajemen Pemasaran Edisi ke-1 Tangerang Selatan, Universitas Terbuka 2015

Suwandi (2016, April 28). SIPOC Analysis. Diambil 22 Mei 2016, dari situs *World Wide Web*:

<http://sixsigmaindonesia.com/sipoc-analysis/>

Sugiyono (2013). Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Bandung 2013

Suharto (2008,Desember). Data nominal,ordinal,interval dan data rasio. Diambil 17 Agustus 2016, dari situs *World Wide Web*: <http://suhartoumm.blogspot.co.id/2008/12/transformati-variabel-ordinal.html>.

Sonnya Nurman S. (2012) Pengaruh modal kerja dan volume penjualan terhadap laba bersih (Studi kasus pada perusahaan industry logam yang terdaftar di BEI tahun 2010-2012).

Supriyadi. (2013) *Supply chain financing*, solusi pembiayaan untuk meningkatkan *financial flow*,

Transformasi Bank Mandiri. Diambil 16 Mei 2016, dari situs *World Wide Web*  
[http://www.bankmandiri.co.id/corporate01/about\\_profile.asp](http://www.bankmandiri.co.id/corporate01/about_profile.asp)



## Lampiran 1

## Skor Variabel Penelitian

NO	TGL TRANSAKSI	Skor DURASI	X <sub>1</sub>	X <sub>2</sub>	Y
			Skor DELTA DURASI	VOLUME TRANSAKSI	FEE BASED INCOME
1	2-Jan-15	5	6	9	3
2	5-Jan-15	6	6	5	2
3	6-Jan-15	5	5	2	3
4	7-Jan-15	5	5	2	2
5	8-Jan-15	3	3	4	2
6	9-Jan-15	4	5	4	5
7	12-Jan-15	5	5	5	9
8	13-Jan-15	5	5	3	10
9	14-Jan-15	4	4	9	7
10	15-Jan-15	4	5	4	3
11	16-Jan-15	4	4	4	4
12	19-Jan-15	4	5	6	6
13	20-Jan-15	6	6	2	3
14	21-Jan-15	5	6	2	3
15	22-Jan-15	5	6	3	3
16	23-Jan-15	5	5	4	3
17	26-Jan-15	5	6	3	2
18	27-Jan-15	3	3	3	6
19	28-Jan-15	5	5	3	3
20	29-Jan-15	5	5	4	3
21	30-Jan-15	4	4	7	4
22	2-Feb-15	4	4	5	3
23	3-Feb-15	4	5	1	2
24	4-Feb-15	4	5	3	4
25	5-Feb-15	5	5	3	2
26	6-Feb-15	4	4	4	2
27	9-Feb-15	4	4	5	3
28	10-Feb-15	4	5	2	3
29	11-Feb-15	5	6	2	3
30	12-Feb-15	5	5	4	3
31	13-Feb-15	4	4	4	3
32	16-Feb-15	4	4	7	8
33	17-Feb-15	5	6	1	2
34	18-Feb-15	4	4	2	3

35	20-Feb-15	5	5	6	4
36	23-Feb-15	5	6	4	5
37	24-Feb-15	5	5	4	2
38	25-Feb-15	5	6	2	2
39	26-Feb-15	5	5	4	5
40	27-Feb-15	3	5	7	4
41	2-Mar-15	4	4	8	6
42	3-Mar-15	4	5	2	3
43	4-Mar-15	5	5	2	3
44	5-Mar-15	5	5	3	3
45	6-Mar-15	5	5	4	3
46	9-Mar-15	6	6	4	3
47	10-Mar-15	6	6	2	3
48	11-Mar-15	5	6	2	2
49	12-Mar-15	5	6	2	3
50	13-Mar-15	5	5	6	4
51	16-Mar-15	5	5	7	9
52	17-Mar-15	5	5	7	7
53	18-Mar-15	4	4	3	4
54	19-Mar-15	5	5	2	6
55	20-Mar-15	4	5	5	4
56	23-Mar-15	6	6	4	5
57	24-Mar-15	5	6	1	2
58	25-Mar-15	6	6	5	4
59	26-Mar-15	5	5	4	4
60	27-Mar-15	5	6	6	3
61	30-Mar-15	5	6	7	6
62	31-Mar-15	6	6	2	4
63	1-Apr-15	5	6	3	3
64	2-Apr-15	5	6	5	6
65	6-Apr-15	5	6	9	4
66	7-Apr-15	6	6	2	2
67	8-Apr-15	5	5	3	3
68	9-Apr-15	6	6	4	3
69	10-Apr-15	5	5	5	3
70	13-Apr-15	5	5	10	4
71	14-Apr-15	6	6	4	3
72	15-Apr-15	4	4	9	7
73	16-Apr-15	5	6	2	2
74	17-Apr-15	5	5	4	3
75	20-Apr-15	5	5	7	5
76	21-Apr-15	6	6	3	4

77	22-Apr-15	5	5	5	3
78	23-Apr-15	6	6	3	3
79	24-Apr-15	5	5	6	3
80	27-Apr-15	5	5	9	8
81	28-Apr-15	4	7	5	10
82	29-Apr-15	4	4	5	4
83	30-Apr-15	5	5	8	5
84	4-May-15	6	6	8	4
85	5-May-15	6	6	3	3
86	6-May-15	6	6	3	3
87	7-May-15	6	6	3	3
88	8-May-15	5	6	5	3
89	11-May-15	6	7	10	5
90	12-May-15	6	7	2	3
91	13-May-15	6	6	4	4
92	15-May-15	6	6	10	6
93	18-May-15	5	5	6	5
94	19-May-15	6	6	1	2
95	20-May-15	6	6	5	3
96	21-May-15	5	6	5	5
97	22-May-15	6	6	5	4
98	25-May-15	6	7	7	6
99	26-May-15	6	6	2	2
100	27-May-15	7	7	4	3
101	28-May-15	6	6	5	4
102	29-May-15	6	6	9	5
103	1-Jun-15	6	6	7	5
104	3-Jun-15	5	6	5	3
105	4-Jun-15	5	6	5	4
106	5-Jun-15	6	6	4	3
107	8-Jun-15	6	6	4	4
108	9-Jun-15	6	7	2	3
109	10-Jun-15	6	6	3	3
110	11-Jun-15	6	6	3	3
111	12-Jun-15	6	7	4	4
112	15-Jun-15	5	6	6	7
113	16-Jun-15	6	6	6	10
114	17-Jun-15	5	6	5	4
115	18-Jun-15	5	6	5	6
116	19-Jun-15	5	5	5	4
117	22-Jun-15	6	6	7	4
118	23-Jun-15	6	6	2	3

119	24-Jun-15	5	6	3	3
120	25-Jun-15	5	6	4	3
121	26-Jun-15	5	5	9	7
122	29-Jun-15	6	6	10	6
123	30-Jun-15	5	5	2	4

Sumber : Data transaksi *SCF* 6 (enam) bulan pertama tahun 2015.



## Lampiran 2

## Output SPSS

**Descriptives**

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
DELTA DURASI	123	36,00	48,00	43,4715	2,18911
Valid N (listwise)	123				

**Descriptives**

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
VOLUME TRANSAKSI	123	91,00	413,00	212,2602	68,88180
Valid N (listwise)	123				

**Descriptives**

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
FEE BASED INCOME	123	31273728,00	532221421,00	90681566,2520	58947895,99223
Valid N (listwise)	123				

**Frequency Table**

Skor DELTA DURASI (X1)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3,00	2	1,6	1,6	1,6
4,00	13	10,6	10,6	12,2
5,00	42	34,1	34,1	46,3
6,00	59	48,0	48,0	94,3
7,00	7	5,7	5,7	100,0
Total	123	100,0	100,0	

**VOLUME TRANSAKSI (X2)**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1,00	4	3,3	3,3	3,3
2,00	22	17,9	17,9	21,1
3,00	19	15,4	15,4	36,6
4,00	25	20,3	20,3	56,9
5,00	21	17,1	17,1	74,0
Valid 6,00	8	6,5	6,5	80,5
7,00	10	8,1	8,1	88,6
8,00	3	2,4	2,4	91,1
9,00	7	5,7	5,7	96,7
10,00	4	3,3	3,3	100,0
Total	123	100,0	100,0	

**FEE BASED INCOME (Y)**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2,00	16	13,0	13,0	13,0
3,00	48	39,0	39,0	52,0
4,00	26	21,1	21,1	73,2
5,00	11	8,9	8,9	82,1
Valid 6,00	10	8,1	8,1	90,2
7,00	5	4,1	4,1	94,3
8,00	2	1,6	1,6	95,9
9,00	2	1,6	1,6	97,6
10,00	3	2,4	2,4	100,0
Total	123	100,0	100,0	

### Regression X1 terhadap X2

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Skor DELTA DURASI (X1) <sup>b</sup>		Enter

a. Dependent Variable: VOLUME TRANSAKSI (X2)

b. All requested variables entered.

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,267 <sup>a</sup>	,071	,063	2,18302

a. Predictors: (Constant), Skor DELTA DURASI (X1)

b. Dependent Variable: VOLUME TRANSAKSI (X2)

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	44,097	1	44,097	9,253	,003 <sup>b</sup>
	Residual	576,635	121	4,766		
	Total	620,732	122			

a. Dependent Variable: VOLUME TRANSAKSI (X2)

b. Predictors: (Constant), Skor DELTA DURASI (X1)

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,524	1,326		,395	,693
	Skor DELTA DURASI (X1)	,731	,240	,267	3,042	,003

a. Dependent Variable: VOLUME TRANSAKSI (X2)

**Residuals Statistics<sup>a</sup>**

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	2,7172	5,6415	4,5122	,60121	123
Residual	-3,91043	5,82065	,00000	2,17406	123
Std. Predicted Value	-2,986	1,878	,000	1,000	123
Std. Residual	-1,791	2,666	,000	,996	123

a. Dependent Variable: VOLUME TRANSAKSI (X2)

## NPar Tests

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		123
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2,17405548
	Absolute	,166
Most Extreme Differences	Positive	,166
	Negative	-,076
Kolmogorov-Smirnov Z		1,847
Asymp. Sig. (2-tailed)		,002

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

## Regression X1 terhadap Y

### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Skor DELTA DURASI (X1) <sup>b</sup>		Enter

a. Dependent Variable: FEE BASED INCOME (Y)

b. All requested variables entered.

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,149 <sup>a</sup>	,022	,014	1,79318

a. Predictors: (Constant), Skor DELTA DURASI (X1)

b. Dependent Variable: FEE BASED INCOME (Y)

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8,895	1	8,895	2,766	,099 <sup>b</sup>
	Residual	389,073	121	3,215		
	Total	397,967	122			

a. Dependent Variable: FEE BASED INCOME (Y)

b. Predictors: (Constant), Skor DELTA DURASI (X1)

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,225	1,089		2,043	,043
	Skor DELTA DURASI (X1)	,328	,197	,149	1,663	,099

a. Dependent Variable: FEE BASED INCOME (Y)

Residuals Statistics<sup>a</sup>

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	3,2101	4,5235	4,0163	,27001	123
Residual	-2,19511	6,13323	,00000	1,78581	123
Std. Predicted Value	-2,986	1,878	,000	1,000	123
Std. Residual	-1,224	3,420	,000	,996	123

a. Dependent Variable: FEE BASED INCOME (Y)

## NPar Tests

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		123
Normal Parameters <sup>a, b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1,78581138
	Absolute	,194
Most Extreme Differences	Positive	,194
	Negative	-,111
Kolmogorov-Smirnov Z		2,151
Asymp. Sig. (2-tailed)		,000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

## Regression X2 terhadap Y

### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	VOLUME TRANSAKSI (X2) <sup>b</sup>		Enter

a. Dependent Variable: FEE BASED INCOME (Y)

b. All requested variables entered.

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,533 <sup>a</sup>	,284	,278	1,53433

a. Predictors: (Constant), VOLUME TRANSAKSI (X2)

b. Dependent Variable: FEE BASED INCOME (Y)

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	113,112	1	113,112	48,047	,000 <sup>b</sup>
	Residual	284,856	121	2,354		
	Total	397,967	122			

a. Dependent Variable: FEE BASED INCOME (Y)

b. Predictors: (Constant), VOLUME TRANSAKSI (X2)

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,090	,310		6,733	,000
	VOLUME TRANSAKSI (X2)	,427	,062	,533	6,932	,000

a. Dependent Variable: FEE BASED INCOME (Y)

Residuals Statistics<sup>a</sup>

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	2,5170	6,3589	4,0163	,96288	123
Residual	-2,93200	6,62926	,00000	1,52803	123
Std. Predicted Value	-1,557	2,433	,000	1,000	123
Std. Residual	-1,911	4,321	,000	,996	123

a. Dependent Variable: FEE BASED INCOME (Y)

## NPar Tests

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		123
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1,52803230
	Absolute	,195
Most Extreme Differences	Positive	,195
	Negative	-,106
Kolmogorov-Smirnov Z		2,166
Asymp. Sig. (2-tailed)		,000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

## Regression X1 dan X2 terhadap Y

### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	VOLUME TRANSAKSI (X2), Skor DELTA DURASI (X1) <sup>b</sup>		Enter

a. Dependent Variable: FEE BASED INCOME (Y)

b. All requested variables entered.

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,533 <sup>a</sup>	,284	,272	1,54065

a. Predictors: (Constant), VOLUME TRANSAKSI (X2), Skor DELTA DURASI (X1)

b. Dependent Variable: FEE BASED INCOME (Y)

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	113,135	2	56,568	23,832	,000 <sup>b</sup>
	Residual	284,832	120	2,374		
	Total	397,967	122			

a. Dependent Variable: FEE BASED INCOME (Y)

b. Predictors: (Constant), VOLUME TRANSAKSI (X2), Skor DELTA DURASI (X1)

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,002	,936		2,139	,034
	Skor DELTA DURASI (X1)	,018	,176	,008	,099	,921
	VOLUME TRANSAKSI (X2)	,425	,064	,531	6,627	,000

a. Dependent Variable: FEE BASED INCOME (Y)

Residuals Statistics<sup>a</sup>

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	2,4800	6,3766	4,0163	,96298	123
Residual	-2,93390	6,63466	,00000	1,52797	123
Std. Predicted Value	-1,595	2,451	,000	1,000	123
Std. Residual	-1,904	4,306	,000	,992	123

a. Dependent Variable: FEE BASED INCOME (Y)

## NPar Tests

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		123
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1,52796932
	Absolute	,193
Most Extreme Differences	Positive	,193
	Negative	-,104
Kolmogorov-Smirnov Z		2,145
Asymp. Sig. (2-tailed)		,000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

