



Terbit online pada laman web jurnal : [jkaa.bunghatta.ac.id](http://jkaa.bunghatta.ac.id)

**JURNAL KAJIAN AKUNTANSI DAN AUDITING**

| ISSN (print) : 1907-2473 | E-ISSN 2721-8457 |



## **PEMILIHAN UKURAN KINERJA BERDASARKAN KARAKTERISTIK PEKERJAAN, PERSAINGAN PASAR, DAN TUJUAN STRATEGIS PERUSAHAAN EKSPEDISI**

**Elsa Meirina<sup>1</sup>, Mike Kusuma Dewi<sup>2</sup>**

**<sup>1,2</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi KBP, Padang**

*\*Corresponding author:* [elsameirina@akbpstie.ac.id](mailto:elsameirina@akbpstie.ac.id)

### **Abstract**

*This research is a type of quantitative research in which researchers look at the performance measures of several shipping companies in the city of Padang based on job characteristics, market competition, and company strategic goals. The research data used in the form of distributing questionnaires to expedition employees in the city of Padang. All data were processed using multiple regression analysis by looking at the validity, reliability, classical assumptions, descriptive analysis and hypothesis testing with T test and R<sup>2</sup> test. The variables in this study are job characteristics, with the results having no effect on performance measures for expedition employees in the city of Padang (H1) due to differences in the characteristics of research work, culture, conditions and work situations where the research was conducted with previous studies, while market competition (H2) and the company's strategic objectives (H3) have a positive effect on the size of the company's performance.*

**keywords :** *performance measures, job characteristics, market competition, and strategic goals*

### **Abstrak**

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dimana peneliti melihat ukuran kinerja dari beberapa perusahaan jasa ekspedisi yang ada di kota Padang berdasarkan karakteristik pekerjaan, persaingan pasar, dan tujuan strategis perusahaan. Data penelitian yang digunakan berupa penyebaran kuesioner kepada karyawan ekspedisi di Kota Padang. Semua data diolah menggunakan analisis regresi berganda dengan melihat uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, analisa deskriptif dan pengujian hipotesis dengan uji T dan uji R<sup>2</sup>. Variabel pada penelitian ini yaitu karakteristik pekerjaan, dengan hasil tidak berpengaruh terhadap ukuran kinerja pada karyawan ekspedisi di Kota Padang (H1) karena perbedaan karakteristik pekerjaan penelitian, kultur, kondisi dan situasi pekerjaan tempat penelitian dengan penelitian-penelitian sebelumnya, sedangkan persaingan pasar (H2) dan tujuan strategis perusahaan (H3) berpengaruh positif terhadap ukuran kinerja perusahaan.

**kata kunci :** *ukuran kinerja, karakteristik pekerjaan, persaingan pasar, dan tujuan strategis*

### **Informasi Artikel**

Diterima : 26/03/2022

Review Akhir : 21/11/2022

Diterbitkan online : 12/2022

## PENDAHULUAN

Terkait dengan adanya Pandemi Covid yang melanda negara Indonesia, menjadikan kondisi perekonomian semakin terpuruk. Semua produsen barang maupun jasa juga mengalami penurunan namun untuk bidang jasa pengiriman justru malah sebaliknya, perusahaan masih bisa bertahan dari krisis yang sedang melanda negeri ini. Dilihat dari beberapa sektor usaha baik barang maupun jasa satu persatu mulai gulung tikar, dan ada juga yang masih bertahan. satu-satunya cara yang harus dilakukan adalah berupaya untuk mengembangkan strategi baru untuk bertahan hidup. Terepas dari hal tersebut ada juga segelitir unit usaha, sejak di mulainya covid 119, masih bertahan bahkan income pendapatannya terus melonjak yakni yakni usaha ekspedisi pengiriman barang. Satu persatu bermunculan bisnis pengiriman barang ini, dikarenakan tingginya permintaan pasar atas aktifitas pembelian barang yang mau tidak mau dilakukan secara online. Untuk menghadapi para pesaing bisnis, para pengusaha ekspedisi gencar mempersiapkan strategi pasarnya, agar bisa bertahan bsinisnya dalam jangka waktu yang cukup lama. Namun, meskipun menjamurnya jasa ekspedisi ini, tidaklah semudah membalikan telapak tangan untuk memberikan kepercayaan pada konsumen, pilihan mana yang akan di pakai untuk pengiriman barangnya, Terpercaya dan cepat sampai, itulah moto nya. Selain itu juga perlu diversifikasi usaha untuk bisa memberikan pilihan pada konsumen dalam keputusan pembeliannya. Disamping itu, pebisnis ekspedisi juga harus siap dalam penambahan jam kerja maupun penambahan armada baru yang mampu mempercepat kegiatan operasional perusahaan.

Melalui layanan ekspedisi ini diharapkan bisa memudahkan segala bentuk penghantaran barang baik dari ukuran biasa sampai ukuran besar misalnya saja antar teman atau saudara yang berlokasi di daerah yang berbeda, atau bahkan tinggal di luar negeri. Selain itu layanan ini juga diberikan untuk membantu pengiriman belanja secara online, atau yang kerap disebut dengan, jasa pengiriman barang online. Untuk memenuhi kebutuhan penduduk Indonesia, jasa di bidang ekspedisi harus selalu berusaha meningkatkan kualitas layanan kepada pelanggan dengan meningkatkan kinerja pada perusahaan. Dengan adanya perencanaan *management* strategi yang tepat diharapkan segala permasalahan yang terjadi dalam persaingan bisnis dapat segera diselesaikan.

Tipe-tipe ukuran kinerja dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu karakteristik pekerjaan, karakteristik persaingan pasar dan tujuan strategis perusahaan. Karakteristik pekerjaan merupakan pekerjaan yang menghasilkan mengenai perilaku pada karyawan (psikologi kritis). Dengan adanya keadaan psikologi kritis akan menghasilkan motivasi kerja, kinerja, serta kepuasan kerja yang tinggi (Kardilla, 2016). Pasar merupakan tempat dimana terjadinya transaksi antara pembeli dan penjual yang menjual barang dan jasa yang dapat memberikan keuntungan, pembeli dapat menentukan produk yang diinginkan sesuai dengan kebutuhannya, dan para penjual sebagai kelompok lainnya akan menentukan penawaran terhadap produk. Strategi adalah tindakan yang bertujuan untuk meningkatkan dan cara yang dilakukan mengenai apa yang diperlukan pelanggan. Karakteristik pekerjaan dan motivasi *ekstrinsik* yang baik memberikan dampak yang baik terhadap kinerja. Karakteristik pekerjaan memiliki pengaruh baik dan saling berkaitan terhadap kinerja pegawai, artinya semakin baik karakteristik pekerjaan yang dimiliki pegawai maka mempengaruhi pegawai.

Ekspedisi pengiriman barang saat ini sering kita jumpai di berbagai daerah bahkan sampai ke pelosok nya karena banyaknya konsumen yang sekarang melakukan transaksi belanja barang tanpaharus bayar tunai cukup membayar melalui satu aplikasi online saja. Pengiriman barang dari suatu kota ke kota lain akan terasa jadi lebih mudah dengan adanya jasa ekspedisi. Dari beberapa jasa ekspedisi yang ada di kota Padang, masing-masingnya berupaya untuk menunjukkan performanya sebagai pilihan terbaik dalam proses pengiriman barang yang handal dan tepat waktu sehingga mampu menarik konsumen untuk mempercayakan pengiriman barang kepada ekspedisi tersebut misalnya saja bebas jasa

ongkos kirim di waktu-waktu tertentu. Beberapa strategi bisnis yang dijalankan perusahaan ekspedisi tersebut di kota Padang dapat dilihat dari sisi kecepatan waktu pengiriman dan pelayanan konsumen maupun harga yang di tawarkan kepada para pelanggannya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh karakteristik pasar, persaingan pasar dan tujuan strategi perusahaan terhadap ukuran kinerja pada perusahaan ekspedisi.

## LITERATUR REVIEW DAN HIPOTESIS

### Karakteristik Pekerjaan

Karakteristik pekerjaan merupakan ragam keterampilan, identitas tugas, tugas tertentu, otonomi dan umpan balik yang dilakukan oleh pekerja/karyawan dalam melakukan tugasnya yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan kerja. Menurut (Sihombing, 2018) Karakteristik individu kompensasi dan motivasi kepada karyawan berpengaruh terhadap ukuran kinerja karyawan karena untuk mencapai kinerja yang telah direncanakan karyawan harus saling membantu dan memotivasi dalam menjalankan tugas. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan merasa bahwa karakteristik pekerjaan sudah baik atas menyelesaikan pekerjaan dengan baik sebagai konsekuensi yang dimilikinya berbagai keahlian, keahlian kerja yang dimiliki sudah sesuai dengan penempatan/bidang kerja, pimpinan selalu mendukung dan mempercayai cara baru dalam menyelesaikan tugas/pekerjaan yang diberikan. Tingkat produktivitas dan kepuasan para pelaksana pekerjaan harus mampu berperan sebagai umpan balik.

Karakteristik pekerjaan berpengaruh terhadap ukuran kinerja karena karyawan harus mempunyai kemampuan, keahlian dan pengalaman kerja yang bagus untuk mencapai kepuasan kerja yang baik. Kinerja dipengaruhi oleh pekerjaan itu sendiri, kenyamanan dalam menjalankan perintah atas yang berkaitan dengan tujuan dan sasaran yang ada diorganisasi tersebut serta didukung oleh disiplin diri, komunikasi, pengawasan, sarana dan prasarana yang tersedia.

Menurut Novita (2017) karakteristik pekerjaan berpengaruh terhadap ukuran kinerja karena karakteristik pekerjaan merupakan identifikasi dimensi pekerjaan yang memperbaiki tingkat kepuasan kerja baik organisasi maupun perorangan. Karakteristik pekerjaan merupakan identifikasi beragam dimensi pekerjaan yang secara simultan memperbaiki efisiensi organisasi dan kepuasan kerja. Keberhasilan sebuah organisasi dalam mencapai visi dan misi sangat tergantung dari kualitas Sumber Daya Manusia yang dimiliki. Kualitas Sumber Daya Manusia tersebut dapat ditunjukkan oleh pengetahuan, skills, dan kemampuan karyawan dalam menciptakan kualitas kerja yang profesional dalam membangun sebuah teamwork dalam organisasi. Untuk mengetahui keefektifan sumber daya manusia dalam organisasi, perlu dilakukan suatu evaluasi yang dapat digunakan sebagai dasar penilaian kinerja karyawan dan pimpinan dalam usaha mencapai visi dan misi organisasi.

Karakteristik pekerjaan berpengaruh terhadap ukuran kinerja karena terlalu banyak pemberdayaan terhadap kinerja karyawan dengan mediasi komitmen organisasi yang berlebihan. karena pimpinan yang mampu memotivasi karyawan untuk bisa memunculkan ide-ide baru karyawan dalam memunculkan inovasi baru produk yang diharapkan akan bisa meningkatkan ukuran kinerja perusahaan. Hal ini berdampak agar perusahaan memperhatikan aspek kepemimpinan untuk bisa memotivasi karyawan ataupun bawahan dalam meningkatkan kinerja karyawan yang pada akhirnya akan meningkatkan juga kinerja perusahaannya.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa karakteristik pekerjaan memiliki pengaruh terhadap tipe-tipe ukuran kinerja, karena semakin baik karakteristik pekerjaan maka akan semakin baik pula kinerja karyawan yang akan menimbulkan citra baik untuk perusahaan dimata konsumen. Maka hipotesis yang disimpulkan adalah sebagai berikut:

**H1: karakteristik pekerjaan berpengaruh terhadap ukuran kinerja.**

### **Karakteristik Persaingan Pasar**

Mekanisme pasar adalah penyesuaian atas permasalahan yang terjadi agar tetap berjalannya aktivitas perekonomian. Untuk menyesuaikan jumlah barang yang diminta (*demand*) dan jumlah barang yang ditawarkan (*supply*) pasar menggunakan mekanisme. Dalam hal ini, mekanisme pasar dikelola secara bebas tanpa banyak intervensi atau kecurangan yang dilakukan oleh kekuasaan tertentu sehingga pasar berjalan sebagaimana mestinya.

Karakteristik persaingan pasar berpengaruh positif terhadap ukuran kinerja karena ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan pertanggung jawaban sosial perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa dengan semakin tingginya persaingan pasar, maka kinerja perusahaan juga akan semakin tinggi nantinya. Suatu organisasi untuk dapat *survive* dan sukses dalam suatu persaingan pasar, harus meneliti dan memonitor lingkungannya berkenaan dengan ancaman dari pesaing yang potensial, mengancam dengan menggantikan produk dan jasa, dasar dan intensitas persaingan di dalam industri, dan kekuatan penawaran terhadap para penyalur dan pelanggan.

Karakteristik persaingan pasar berpengaruh terhadap ukuran kinerja karena memiliki kepemilikan *managerial* terhadap manajemen laba untuk melakukan penanaman modal dalam sebuah perusahaan yang mampu memperlemah terjadinya pengaruh asimetri informasi pada manajemen laba. Persaingan pasar yang tinggi pada organisasi perusahaan, perusahaan menggunakan banyak informasi sistem akuntansi manajemen dalam menformulasi, mengimplementasi maupun memonitor strateginya untuk menghadapi persaingan

Penggunaan informasi SAM tentunya berkaitan dengan benchmarking dan monitoring perusahaan terhadap pesaing baik dalam menjaga kebutuhan konsumen agar tetap stabil, menjaga kualitas produk-produk, dimana dalam menerapkan strategi bersaing ini tiap perusahaan dihadapkan untuk menempati ruang kompetitif, membangun dan mempertahankan pangsa pasarnya dengan segmen pasar atau produk yang jelas.

Menurut Purwanto (2011) karakteristik persaingan pasar berpengaruh terhadap ukuran kinerja karena hubungan antara teknologi informasi dengan kualitas keputusan mampu mendukung usahanya dan mampu menghasilkan keputusan yang membantu kinerja perusahaan. Persaingan pasar merupakan suatu rangkaian yang akan meningkatkan suatu kekuatan dari kinerja dan produk yang inovatif seperti mengumpulkan informasi pasar, penyebaran informasi pasar, inovasi dan kinerja pemasaran. Persaingan pasar sebagai salah satu pusat perhatian manajemen pemasaran untuk mengartikulasikan strategi yang dikembangkan.

Menurut Dewi (2013) karakteristik persaingan pasar berpengaruh terhadap ukuran kinerja karena modal psikologis inovasi dan manajemen sumber daya manusia mempengaruhi perkembangan pasar tradisional. Semakin meningkatnya persaingan pasar, perusahaan-perusahaan juga meningkatkan jarak produk dan mengurangi siklus hidup produk, memperkenalkan saluran distribusi baru yang mempengaruhi rantai suplai konsumen, menghadapi sensitivitas pasar, dan menargetkan produk serta jasa kepada segmen-segmen pelanggan kecil. Perubahan ini menciptakan ancaman kompetitif dan tantangan. Sesuai dengan ancaman dan tantangan ini, perusahaan harus mengadopsi strategi seperti differensiasi produk, jasa dan harga. Sistem strategi adalah cara yang dipilih oleh manajemen puncak untuk mewujudkan visi organisasi melalui misi. Pada dasarnya strategi dipilih untuk meraih peluang utama yang tersembunyi dimasa depan dan untuk memecahkan masalah utama yang dihadapi oleh perusahaan. Strategi adalah penentuan dasar sasaran dan tujuan jangka panjang perusahaan, adopsi rangkaian tindakan, serta alokasi sumber daya kunci untuk mencapai sasaran.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa karakteristik persaingan pasar mempengaruhi ukuran kinerja karyawan. Hal ini dikarenakan karakteristik persaingan pasar sangat

penting dalam sebuah perusahaan karena semakin pintar karyawan mengatasi persaingan pasar maka semakin baik kinerja karyawan yang membuat kinerja perusahaan juga baik. Sehingga hipotesis yang didapatkan adalah sebagai berikut:

**H2: karakteristik persaingan pasar berpengaruh terhadap ukuran kinerja.**

**Tujuan Strategis Perusahaan**

Strategi kompetitif merupakan cara untuk menganalisa mengenai kekuatan, kelemahan serta keunggulan kompetitif yang dimiliki perusahaan/usaha yang dilakukan melalui analisa terhadap kondisi internal perusahaan, serta analisa mengenai peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan yang dilakukan melalui analisa terhadap kondisi eksternal perusahaan.

Menurut Wulandari (2017) Tujuan strategis perusahaan berpengaruh terhadap ukuran kinerja karena mencapai visi dan misi harus lebih menitik beratkan upaya pencapaian kinerja perspektif keuangan dengan urutan prioritas sasaran strategi. Hal tersebut menunjukkan bahwa prioritas manajemen dalam mewujudkan tujuan dan visi perusahaan adalah fokus pada aspek kinerja keuangan. Hal itu belum dapat diartikan bahwa secara keseluruhan manajemen lebih menitikberatkan (dominan) pada usaha-usaha pencapaian kinerja perspektif keuangan, karena juga harus melihat dari masing-masing sasaran strategis perspektif lainnya.

Menurut Subakti (2017) Tujuan strategis perusahaan berpengaruh terhadap ukuran kinerja karena dengan berbagai promosi untuk menarik minat konsumen, penetapan harga diberikan kepada karyawan dalam mencapai sasaran perusahaan. Semakin baik perencanaan strategi yang dilakukan akan meningkatkan kinerja perusahaan. Adanya perencanaan strategi yang baik perusahaan akan dengan mudah mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan.

Tujuan strategis perusahaan berpengaruh terhadap ukuran kinerja karena pengembangan usaha dilakukan untuk saling menguntungkan dan dibutuhkan antar sesama dalam tercapainya strategi. Perencanaan strategi sistem informasi merupakan sebuah cara untuk menyusun perencanaan dalam penggunaan serta implementasi sistem dan teknologi informasi secara komprehensif untuk mendukung dalam pencapaian tujuan organisasi secara efektif dan efisien pada organisasi yang sesuai dengan strategi bisnis organisasi.

Menurut Widyasari (2018) Tujuan strategis perusahaan berpengaruh terhadap ukuran kinerja karena pelayanan yang dilakukan oleh orang-orang berpengalaman, berpengetahuan khusus, penampilan tugas mampu menyelesaikan masalah dan mampu mencapai sasaran tujuan dengan tepat. Seperti diketahui strategi adalah alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya. Dalam perusahaan jasa kepuasan konsumen diciptakan melalui pelayanan yang optimal, dimana hal tersebut merupakan kunci sukses perusahaan dalam jangka panjang. Strategi pelayanan pada outlet secara nyata berpengaruh pada kinerja penjualan, dan adanya hubungan baik dengan pelanggannya.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa tujuan strategis mempengaruhi ukuran kinerja, hal ini dikarenakan semakin jelas tujuan suatu perusahaan maka semakin baik kinerja karyawannya dan semakin bagus kinerja perusahaannya yang akan membuat konsumen merasa percaya terhadap perusahaan dan citra perusahaan semakin baik dimata konsumen. Dari uraian tersebut maka hipotesis yang didapatkan adalah sebagai berikut:

**H3: Tujuan strategis berpengaruh terhadap ukuran kinerja.**

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menjawab hipotesis pengaruh atau hubungan yang terbentuk antara variabel independen dengan variabel dependen. Objek penelitian ini ialah perusahaan ekspedisi yang beroperasi di Kota Padang. Adapun sampel pada penelitian ini berjumlah tiga perusahaan yaitu Kantor Pos, JNE, dan JNT. Populasi penelitian ini yaitu karyawan yang bekerja di perusahaan ekspedisi di Kota Padang.

Penelitian ini menggunakan teknik *proposive sampling* dalam teknik pengambilan data, dimana teknik *proposive sampling* sebagai penentuan sampel dengan menggunakan pertimbangan Kantor Pos, JNE dan TIKI. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode kuisisioner, yang dibuat dalam bentuk pertanyaan maupun pernyataan secara tertulis yang berhubungan dengan data yang sedang diteliti dan responden berperan sebagai memberikan jawaban atas pertanyaan maupun pernyataan yang di berikan. Jenis kuisisioner menggunakan skala *likert*.

Definisi Operasioal dan pengukuran variabel perusahaan ekspedisi ini menggunakan acuan dari 12 indikator pernyataan dimana pada variabel karakteristik pekerjaan terdapat 15 pertanyaan, variabel persaingan pasar terdapat 9 pertanyaan dan variabel tujuan strategis perusahaan terdapat 9 pertanyaan, sehingga total pertanyaan sebanyak 33 pertanyaan. Teknik Analisis data yang digunakan terdiri dari uji validitas dan reliabilitas; uji asumsi klasik; analisis regresi linear berganda; serta uji hipotesis.

**Tabel 1.** Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Pengertian	Indikator
1.	Ukuran Kinerja (Y)	Cara pengukuran yang dilakukan terhadap berbagai aktifitas dalam serangkaian nilai yang ada pada perusahaan (Hanuma, 2011).	1.ROI 2. <i>Customer Satisfaction</i> 3. <i>Customer</i>
2.	Karakteristik Pekerja (X1)	Tingkat keadaan psikologi kritis yang tinggi dalam diri karyawan (Kardilla et al., 2016).	1. <i>Skill Variety</i> (Variasi keterampilan) 2. <i>Task Identity</i> (identitas tugas) 3. <i>Task significance</i> (signifikan tugas)
3.	Karakteristik Persaingan Pasar (X2)	Sekelompok pembeli dan penjual yang menjual barang dan jasa tertentu, para pembeli sebagai sebuah kelompok menentukan permintaan akan sebuah produk (Zaini, 2014)	1. Intensitas persaingan 2. Turbulensi pasar 3. Teknologi
4.	Tujuan Strategis Perusahaan (X3)	Tindakan yang bersifat senantiasa meningkat dan terus menerus dan dilakukan berdasarkan sudut pandang mengenai apa yang dibutuhkan pelanggan di masa depan (Nisak, 2004)	1. Visi 2. Misi 3. Tujuan

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan persepsi karyawan di bagian Ekspedisi dan karyawan tersebut yang menjadi responden dalam penelitian ini pada 3 kantor ekspedisi yang ada di Kota Padang. Adapun kuisisioner yang penulis sebarakan yaitu sebanyak 90 kuisisioner dan hanya kembali sebanyak 55

kuesioner. Ada beberapa yang tidak ada tanggapan atau tidak di kembalikan dengan alasan hilang dan sebagian karyawan ada yang tidak masuk atau cuti.

**Tabel 2.** Penyebaran Kuesioner

No	Nama Ekspedisi	Kusioner yang Disebar	Kusioner yang Kembali	% yang kembali
1.	Pos	30	16	29,10%
2.	JNE	30	21	38,18%
3.	TIKI	30	18	32,72%
<b>Total</b>		<b>90</b>	<b>55</b>	<b>100%</b>

Sumber: data primer (2020)

**Tabel 3.** Uji T-Test

Model	Unstandardized		Std.	t	Si g.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-4,484	5,748		-0,780	0,439
Karakteristik Pekerjaan	0,047	0,059	0,102	0,805	0,425
Karakteristik Pasar	0,366	0,102	0,452	3,599	0,001
Tujuan Strategis	0,206	0,095	0,255	2,159	0,036

Sumber : Hasil pengolahan SPSS

Dari tabel 3 diketahui untuk variabel kualitas sistem t hitung  $< t$  tabel yaitu  $0,805 < 2,006$  dengan signifikan  $0,425$ . Nilai signifikan karakteristik pekerjaan ( $X_1$ ) sebesar  $0,425 > 0,05$  maka  $H_1$  ditolak. Berarti tidak berpengaruh antara variabel Karakteristik pekerjaan terhadap ukuran kinerja pada ekspedisi di Kota Padang. Untuk variabel karakteristik persaingan pasar t hitung  $3,599 > 2,006$  dengan signifikan variabel karakteristik persaingan pasar ( $X_2$ ) yaitu sebesar  $0,00 > 0,05$  maka  $H_2$  diterima, berarti berpengaruh pengaruh yang signifikan antara variabel karakteristik persiapan pasar terhadap ukuran kinerja pada ekspedisi di Kota Padang. Untuk variabel tujuan strategis perusahaan t hitung  $< t$  tabel yaitu  $2,159 > 2,006$  dengan signifikan  $0,03 < 0,05$ . Nilai signifikan tujuan strategis perusahaan ( $X_3$ ) yaitu sebesar  $0,03 < 0,05$  maka  $H_3$  diterima. Berarti berpengaruh pengaruh yang signifikan antara variabel tujuan strategis perusahaan terhadap ukuran kinerja pada ekspedisi di Kota Padang.

## Uji F

Pada tabel 4, pengujian ini bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen dari penggunaan karakteristik pekerjaan dan karakteristik persaingan pasar terhadap ukuran kinerja pada ekspedisi di Kota Padang yang mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Dengan membandingkan jika  $F$  tabel  $> F$  hitung, maka  $H_0$  diterima, begitu sebaliknya jika  $F$  tabel  $< F$  hitung maka  $H_0$  ditolak. Dengan nilai signifikan  $0,05$  adapun rumus  $F$  tabel sebagai berikut:  $df = n - k - 1$  atau  $55 - 3 - 1 = 51$ . Hasil analisis diperoleh harga  $F = 7,383$  ( $3,6$ ),  $p$ -value =  $0,000 < 0,05$ ,  $H_0$  ditolak. Dengan demikian pengaruh karakteristik pekerjaan, karakteristik persaingan pasar dan tujuan strategis perusahaan mempunyai pengaruh terhadap ukuran kinerja pada Kantor ekspedisi di Kota Padang.

**Tabel 4.** Uji F

Model	Sum of Suares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	111,891	3	37,297	7,383	,000 <sup>b</sup>
Residual	257,636	51	5,052		
Total	369,527	54			

Sumber : Hasil pengolahan SPSS

### Hasil Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R<sup>2</sup>*)

Untuk mengetahui kerjasama variabel independen terhadap variabel dependen dilihat dari *R square* – nya. Koefisien determinasi *R<sup>2</sup>* berfungsi untuk mengukur kemampuan dalam menerangkan variasi variabel dependen. Analisa korelasi linear berganda dan determinasi berganda dapat dilakukan dengan menggunakan program *SPSS 23 for windows* seperti yang di kemukakan pada tabel 5

**Tabel 5.** Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,550 <sup>a</sup>	0,303	0,262	2,248

Predictors: (Constant), Tujuan Strategis, Karakteristik Pasar, Karakteristik Pekerjaan

Dependent Variable: Ukuran Kinerja

Sumber : Hasil pengolahan SPSS

Berdasarkan tabel 5 di atas dapat dikehui nilai *Adjust R square* nya sebesar 0,262. Hal ini menunjukkan bahwa karakteristik pekerjaan, karakteristik persaingan pasar dan tujuan strategis perusahaan memberikan kontribusi terhadap ukuran kinerja sebanyak 26,2 % sedangkan sisanya 73,8% di sumbangkan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### Pengaruh Karakteristik Pekerjaan terhadap Ukuran Kinerja

Pengujian secara parsial (uji T) menunjukkan bahwa variabel karakteristik pekerjaan berpengaruh terhadap ukuran kinerja pada karyawan ekspedisi di kota Padang, dapat dilihat pada tabel 3 diketahui variabel karakteristik pekerjaan  $t$  hitung  $< t$  tabel yaitu  $0,805 < 2,006$  dengan signifikan 0,425. Nilai signifikan karakteristik pekerjaan ( $X_1$ ) sebesar  $0,425 > 0,05$  maka  $H_1$  ditolak. Hal ini menandakan bahwa karakteristik pekerjaan tidak berpengaruh terhadap ukuran kinerja.

Ukuran kinerja yang ditetapkan oleh perusahaan sering kali tidak berdasarkan karakteristik pekerjaan yang dibebankan kepada karyawan. Hal ini bisa berakibat terjadinya kesalahan dalam menilai kinerja karyawan. Disisi lain, karyawan akan merasa dirugikan karena standar penilaian kinerja mereka hamper tidak sesuai dengan wewenang atau kewajiban yang diberikan perusahaan. Jika hal ini dibiarkan, kemungkinan akan terjadi penurunan kualitas kinerja oleh karyawan atau perusahaan memberikan penilaian atau penghargaan yang kurang tepat.

### Pengaruh Karakteristik Persaingan Pasar terhadap Ukuran Kinerja

Pengujian secara parsial (uji T) menunjukkan bahwa variabel karakteristik persaingan pasar berpengaruh terhadap ukuran kinerja pada karyawan ekspedisi di kota Padang, hal ini terlihat dari tabel

3 diketahui untuk variabel karakteristik pekerjaan  $t$  hitung  $< t$  tabel yaitu  $3,599 > 2,006$  dengan signifikan variabel karakteristik persaingan pasar ( $X_2$ ) yaitu sebesar  $0,00 < 0,05$  maka  $H_2$  diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa karakteristik persaingan pasar berpengaruh terhadap ukuran kinerja.

Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang didahulukan oleh Sarjita (2017), dan Purwanto, (2011) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan pada variabel karakteristik persaingan pasar terhadap ukuran kinerja. Semakin meningkatnya persaingan pasar, perusahaan-perusahaan juga meningkatkan jarak produk dan mengurangi siklus hidup produk, memperkenalkan saluran distribusi baru yang mempengaruhi rantai suplai konsumen, menghadapi sensitivitas pasar, dan menargetkan produk serta jasa kepada segmen-segmen pelanggan kecil.

Munculnya pesaing baru membuat persaingan bisnis terutama ekspedisi menjadi semakin meningkat. Diiringi dengan peningkatan transaksi secara online. Oleh karena itu, dalam memenangkan persaingan bisnis tersebut, perusahaan berusaha untuk meningkatkan efisiensi dan efektifitas dalam sistem operasinya untuk mendukung tujuan itu, maka dibuatlah suatu ukuran kinerja yang diberikan kepada karyawan guna untuk mendorong karyawan untuk bekerja dengan lebih baik lagi. Sehingga tujuan perusahaan dapat dicapai.

### **Pengaruh Tujuan Strategis Perusahaan terhadap Ukuran Kinerja**

Pengujian secara parsial (uji  $T$ ) menunjukkan bahwa variabel karakteristik persaingan pasar berpengaruh terhadap ukuran kinerja pada karyawan ekspedisi di Kota Padang. Pada tabel 3, untuk variabel tujuan strategis perusahaan  $t$  hitung  $< t$  tabel yaitu  $2,159 > 2,006$  dengan signifikan  $0,03 < 0,05$ . Nilai signifikan tujuan strategis perusahaan ( $X_3$ ) yaitu sebesar  $0,03 < 0,05$  maka  $H_3$  diterima. Berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel tujuan strategis perusahaan terhadap ukuran kinerja pada ekspedisi di Kota Padang.

Penelitian ini didukung oleh penelitian Wulandari et al (2017). Tujuan strategis perusahaan berpengaruh terhadap ukuran kinerja karena strategi perusahaan dalam menarik simpati pelanggan dan mampu melakukan pelayanan untuk tercapainya sasaran strategi perusahaan

Subakti et al (2017) menyimpulkan bahwa tujuan strategis perusahaan berpengaruh terhadap ukuran kinerja karena mencapai visi dan misi harus lebih menitik beratkan upaya pencapaian kinerja perspektif keuangan dengan urutan prioritas sasaran strategi. Hal tersebut menunjukkan bahwa prioritas manajemen dalam mewujudkan tujuan dan visi perusahaan adalah fokus pada aspek kinerja.

Penelitian Widyasari et al. (2018) menyimpulkan bahwa tujuan strategis perusahaan berpengaruh terhadap ukuran kinerja karena pelayanan yang dilakukan oleh orang-orang berpengalaman, berpengetahuan khusus, penampilan tugas mampu menyelesaikan masalah dan mampu mencapai sasaran tujuan dengan tepat. Seperti diketahui strategi adalah alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya. Dalam perusahaan jasa kepuasan konsumen diciptakan melalui pelayanan yang optimal, dimana hal tersebut merupakan kunci sukses perusahaan dalam jangka panjang.

### **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang didapat pada bab sebelumnya disimpulkan bahwa, objek penelitian pada penelitian ini adalah kantor ekspedisi di Kota Padang. Data penelitian yang digunakan berupa penyebaran kuesioner kepada karyawan ekspedisi di Kota Padang. Semua data diolah menggunakan analisis regresi berganda dengan melihat uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, analisa deskriptif dan pengujian hipotesis dengan uji  $T$  dan uji  $R^2$ . Variabel pada penelitian ini yaitu karakteristik pekerjaan, dengan hasil tidak berpengaruh terhadap ukuran kinerja pada karyawan ekspedisi di Kota Padang ( $H_1$ )

karena perbedaan karakteristik pekerjaan penelitian, kultur, kondisi dan situasi pekerjaan tempat penelitian dengan penelitian-penelitian sebelumnya, karakteristik persaingan pasar, dengan hasil berpengaruh positif terhadap ukuran kinerja pada karyawan ekspedisi di Kota Padang (H2) dimana Persaingan pasar meningkat maka akan terjadi pula peningkatan terhadap produksi produk, *Life cycle product*, membuka jaringan distribusi baru yang mempengaruhi *Supply chain* terhadap konsumen, menghadapi pangsa pasar yang sensitif dan menargetkan produk serta jasa kepada segmen-segmen pelanggan kecil, dan tujuan strategis perusahaan dengan hasil berpengaruh positif terhadap ukuran kinerja pada karyawan ekspedisi di Kota Padang (H3) karena strategi perusahaan dalam menarik simpati pelanggan dan mampu melakukan pelayanan untuk tercapainya sasaran strategi perusahaan. Sehingga peran strategi sangat penting, perumusannya yang dilakukan pada *level strategic business unit* (SBU) dari sebuah perusahaan. Strategi ini terdiri dari tiga elemen, yaitu *segmentation, targeting dan positioning* (STP).

## KETERBATASAN DAN SARAN

### Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih belum sempurna. Keterbatasan dalam penelitian ini ialah :

1. Responden yang diambil dalam penelitian ini hanya berasal dari perusahaan ekspedisi yang ada di Kota Padang.
2. Sumber data yang digunakan melalui kuesioner. Hal ini tidak menutup kemungkinan responden mengisi kuesioner tersebut tidak sesuai dengan kondisi yang sebenarnya.

### Saran

Saran yang bisa peneliti berikan diantaranya :

1. Memperluas cakupan objek penelitian, tidak dalam satu kota saja.
2. Menambahkan variable lain seperti kinerja ekonomi, target laba, atau spesifikasi pekerjaan.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Dalam penyelesaian penelitian ini penulis mengucapkan rasa terimakasih kepada pihak-pihak yang telah ikut membantu dalam menyelesaikan penelitian ini .

## DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, Reni Sinta. (2013). Pengaruh Faktor Modal Psikologis, Karakteristik Entrepreneur, Inovasi, Manajemen Sumber Daya Manusia, Dan Karakteristik UKM Terhadap Perkembangan Usaha. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29–40. doi : 10.14710/jab.v2i1.5352.
- Kardilla, T., Sjahrudin, H., & Heslina. (2016). Dampak Karakteristik Pekerjaan dan Individu Pada Kepuasan Kerja Karyawan. *E-Library STIE YPBUP Bongaya*, 2(September), 49–63. doi : 10.13140/RG.2.2.22440.37121
- Novita Ch. Tamaka, Victor P.K. Lengkong, Y. U. (2017). Pengaruh Karakteristik Pekerjaan Dan Karakteristik Individu Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada Pt.Bank Mandiri (Persero) Tbk. Kantor Cabang (Area Manado). *Ekonomi Dan Bisnis*, 5(3), 3138–3147. doi : 10.35794/emba.v5i3.17457
- Purwanto, A. (2011). Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility. *Akuntansi & Auditing*, 8(November), 13–29.

<https://doi.org/10.14710/jaa.8.1.12-29>

- Rahardi, D. R. (2010). Manajemen Kinerja Sumber Daya Manusia. In *Applied Physics A: Materials Science and Processing* (Vol. 1). doi : 10.1007/s00339-002-1913-7
- Sarjita. (2017). Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Sentra Industri Kecil Pembuatan Bakpia di Kabupaten Bantul. *JMBA*. doi : 10.15408/ess.v6i2.3775
- Sihombing, E. P., Sendow, G. M., Uhing, Y., Manajemen, J., Sam, U., & Manado, R. (2018). *Pengaruh Karakteristik Individu Karakteristik Pekerjaan Dan Self Efficacy Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt . Pln ( Persero ) Rayon Manado Selatan The Infkuece Of Individua Characteristics, Job Characteristics, Self Efficacy And Employee Performance At*. 6(4), 2858–2867.
- Subakti, S., Syarief, R., & Budidarmo, R. R. (2017). Sasaran Strategis Perusahaan Perkebunan Kelapa Sawit Teladan Prima Group. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 3(3), 333–340. <https://doi.org/10.17358/jabm.3.3.333>
- Wulandari, R., Fahmi, I., & Nuralina, Rita. (2017). Perencanaan Strategis Dengan Pendekatan Balance Scorecard Pada Perusahaan Properti (Studi Kasus : Elang Group). *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 3(2), 299–312. doi : 10.17358/jabm.3.2.299