

Perancangan Sistem Analisa Regulasi di Departemen *Customs and Excise Compliance* pada PT X

Aulastine Setiawan¹, Karina Agustin²

Abstract: PT X is a multinational company which has a lot of markets overseas. This international market triggered PT X to do the export and import activity. Export and import at PT X is handled by Customs and Excise Department with Compliance as one of its sub department. One of Compliance's tasks and functions are analyze a regulation and socialize it to the stakeholders. There are a lot of regulations that regulate about export and import and the regulation itself is rapidly changing. This things cause Compliance Department a delay in analyze and socialize the regulation. The other problem that occur in Compliance Department is they need to know a media that can deliver a regulation effectively. The objectives of this research are designing a system for regulation analysis that can help Compliance Department to do a better keep up with regulation's changing, to minimize the delay of socialize the regulation, and also to know the right media for socialization. The method that is used in this research to find the most effective media is kruskal-wallis test and SOP is used for designing the system for regulation analysis. The result of data processing shows that the most effective media for socialization is in class training and later, this media will be used for regulation socialization process in SOP.

Keywords: regulation analysis, SOP, correlation analysis, kruskal-wallis test

Pendahuluan

PT X merupakan perusahaan multinasional yang bergerak di bidang manufaktur atau *consumer goods*. Statusnya sebagai perusahaan multinasional menyebabkan pasar dari PT X tidak hanya lokal saja melainkan sudah mencapai pasar internasional. Meluasnya pasar hingga ke tingkat internasional memicu terjadinya aktivitas ekspor dan impor di PT X. Frekuensi PT X dalam melakukan ekspor pada tahun 2018 mencapai angka 639, sedangkan frekuensi impor PT X pada tahun 2017 mencapai angka 1.742 dan pada tahun 2018 mencapai angka 2.332. Angka frekuensi ekspor dan impor PT X ini menunjukkan bahwa kegiatan ekspor dan impor merupakan salah satu kegiatan yang penting dan kritis bagi perusahaan sehingga jalannya proses ekspor-impor harus diatur dengan baik agar proses dapat berjalan dengan lancar dan tidak membawa kerugian bagi perusahaan. Departemen yang mengatur jalannya kegiatan ekspor dan impor di PT X adalah Departemen *Customs and Excise*. Departemen *Customs and Excise* ini terdiri atas tiga pilar yaitu Compliance, Operation dan Controller, dimana setiap pilar memiliki tugas pokok dan fungsi yang berbeda tetapi bergantung satu sama lain.

Pilar yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah *Compliance*. *Compliance* memiliki tugas utama yaitu menganalisa regulasi yang mengatur ekspor-impor, membuat standar operasi dari regulasi tersebut dan mensosialisasikan regulasi maupun standar yang telah dibuat ke *user* atau *stakeholder* yang bersangkutan. Analisa regulasi perlu dilakukan oleh Departemen *Compliance* karena sering terjadi perubahan regulasi oleh Pemerintah sehingga analisa ini bertujuan untuk mengetahui perubahan regulasi yang terjadi.

Masalah yang saat ini dihadapi oleh Departemen *Compliance* adalah regulasi pemerintah yang mengatur kepabeanan sangat banyak dan bersifat dinamis dimana aturan sering berubah dan waktu untuk implementasi aturan tersebut sangat singkat dari dikeluarkannya peraturan. Hal ini menyebabkan departemen memiliki waktu yang singkat untuk melakukan analisa regulasi dan juga sosialisasi aturan ke *user*. Singkatnya waktu untuk melakukan sosialisasi menyebabkan sosialisasi yang diberikan masih belum cukup untuk memberi pemahaman ke *user* dan akibatnya, *user* tidak memahami secara baik dan menyeluruh terhadap aturan yang ada. Kurangnya *awareness* dan pemahaman *user* ini dapat menyebabkan terjadinya kesalahan ataupun pelanggaran aturan yang dapat menyebabkan kegiatan ekspor dan impor terhambat serta menyebabkan kerugian pada

^{1,2} Fakultas Teknologi Industri, Jurusan Teknik Industri, Universitas Kristen Petra. Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya 60236. Email: aulastinestwn@gmail.com, karinaagustin@petra.ac.id

Perusahaan karena jika melakukan pelanggaran dapat dikenakan penalti. Penelitian ini akan berfokus untuk menyelesaikan permasalahan yang ada dengan perancangan sebuah bisnis proses dan juga perancangan media sosialisasi yang efektif dalam menganalisa regulasi agar Departemen *Compliance* dapat melakukan fungsinya dengan baik.

Metode Penelitian

Pada bab ini akan dibahas mengenai metodologi penelitian yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan pada makalah ini. Metode yang digunakan dalam perancangan media sosialisasi adalah metode Eksperimen Desain untuk mengetahui media sosialisasi yang paling efektif terhadap tingkat pemahaman *user*.

Metode Eksperimen Desain

Eksperimen dapat didefinisikan sebagai sebuah rangkaian pengujian dimana variabel masukan (*input*) dari sebuah proses dilakukan perubahan secara sengaja dengan tujuan tertentu yang nantinya dapat diobservasi dan diidentifikasi efek yang ditimbulkan dari adanya perubahan *input* terhadap hasil keluaran (*output*) proses tersebut. Variabel yang terdapat pada sebuah eksperimen terbagi menjadi dua yaitu faktor dan respon. Faktor dalam sebuah eksperimen sendiri terdiri atas dua jenis yaitu *controllable factor* dan *uncontrollable factor*. *Controllable factor* adalah faktor yang dapat dikendalikan dan diubah secara bebas oleh eksperimenter sedangkan *uncontrollable factor* adalah faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh eksperimenter selama melakukan penelitian.

Eksperimen desain sendiri memiliki tiga prinsip utama yaitu randomisasi, replikasi dan *blocking*. Randomisasi dalam sebuah percobaan dapat dilakukan dengan mengacak pengalokasian material yang digunakan dalam eksperimen dan juga mengacak urutan dilakukannya percobaan secara individu. Dilakukannya randomisasi ini biasanya membuat asumsi yang digunakan dalam percobaan menjadi valid. Replikasi dalam suatu percobaan menunjukkan banyaknya pengulangan yang dilakukan dari setiap kombinasi faktor yang pengulangannya dilakukan secara independen. Replikasi ini dilakukan dengan tujuan untuk mengestimasi *error* pada percobaan dan untuk mengestimasi rata-rata yang sebenarnya dari level tiap faktor eksperimen. *Blocking* adalah teknik yang dilakukan agar perbedaan antar faktor eksperimen lebih presisi. Tujuan dari dilakukannya *blocking* adalah untuk mengurangi dan mengeliminasi

variabilitas dari faktor luar yang dapat mengganggu respon (*nuisance factors*). *Nuisance factor* ini merupakan faktor yang mungkin dapat mempengaruhi respon percobaan tetapi keberadaan faktor ini sebenarnya tidak diharapkan dalam melakukan percobaan (Montgomery [1]).

Dalam melakukan sebuah eksperimen, seluruh pihak yang bersangkutan dengan percobaan tersebut harus mengetahui secara jelas apa yang akan dipelajari dari percobaan tersebut, bagaimana cara mengumpulkan data dan paling tidak harus mengetahui bagaimana nantinya data tersebut akan dianalisa. Tujuh aktivitas utama yang harus dilakukan untuk mendukung keberhasilan suatu percobaan, antara lain (Montgomery [1]):

1. Mendefinisikan permasalahan, menganalisa apakah masalah tersebut perlu dilakukan sebuah eksperimen, memahami apa yang ingin dipelajari dan solusi yang ingin didapat dengan dilakukannya eksperimen.
2. Menentukan variabel respon dimana respon ini nantinya bisa memberikan informasi yang berguna untuk tujuan penelitian tersebut.
3. Menentukan jumlah faktor, level dan *range*.
4. Menentukan desain eksperimen yang akan digunakan untuk penelitian.
5. Melaksanakan percobaan atau eksperimen.
6. Melakukan analisa statistik dari data percobaan yang diperoleh.
7. Menarik kesimpulan dari hasil penelitian sesuai dengan tujuan utama penelitian dilakukan serta memberi rekomendasi faktor apa yang paling berpengaruh terhadap respon.

Uji Non-Parametrik

Non-Parametric Statistics adalah sebuah metode pengujian hipotesis dan estimasi yang valid untuk digunakan dengan asumsi-asumsi yang tidak terlalu ketat dibandingkan teknik pengujian hipotesis klasik. Asumsi yang dibutuhkan dalam menggunakan metode non-parametrik ini adalah sampel yang digunakan berasal dari distribusi kontinu yang identik. Uji non-parametrik dapat digunakan untuk mengolah data frekuensi atau data perhitungan dan juga data pengukuran baik data nominal maupun ordinal (Gibbons [2]).

Uji Kruskal-Wallis

Kruskal-Wallis Test adalah sebuah uji yang membandingkan median dari beberapa populasi untuk melihat apakah ada perbedaan antar populasi tersebut. Prinsip dasar dari uji *Kruskal-Wallis* adalah mengumpulkan sampel dari setiap populasi, mengurutkan data yang telah dikumpulkan dari

yang terkecil hingga terbesar dan melihat pola bagaimana urutan tersebut berdistribusi di antara variasi sampel. Pengambilan keputusan dalam uji *Kruskal-Wallis* dapat dilakukan dengan dua cara yaitu membandingkan nilai statistik hitung dengan nilai statistik tabel dan membandingkan nilai signifikansi dengan probabilitas 0,05 (Rumsey [3]). Pengambilan keputusan berdasarkan perbandingan nilai signifikansi dengan nilai probabilitas memiliki ketentuan sebagai berikut :

- Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka tidak ada perbedaan antar populasi atau hipotesa *null* diterima
- Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka ada perbedaan antar populasi atau hipotesa *null* ditolak

Korelasi

Korelasi merupakan suatu hal yang dilakukan untuk mengetahui kekuatan hubungan antar variabel. Kekuatan hubungan antar variabel tersebut dapat dilihat dari nilai koefisien korelasi. Koefisien korelasi terbagi atas tiga kategori yaitu *perfect negative correlation*, *zero correlation* atau yang dapat disebut *no correlation*, dan yang terakhir *perfect positive correlation*. Terdapat 2 (dua) jenis uji yang dapat digunakan untuk menguji kekuatan hubungan atau korelasi antar variabel. Uji yang sering digunakan dalam menguji korelasi yaitu *Pearson Correlation* dan *Spearman Rho Correlation*. (Morgan, et al. [4]).

Pearson Correlation

Uji korelasi *Pearson* digunakan untuk menguji korelasi antar dua variabel yang data dari kedua variabel tersebut berupa data interval atau rasio. Korelasi *Pearson* biasa disimbolkan dengan symbol “*r*”. Asumsi yang digunakan dan kondisi yang harus dipenuhi jika ingin menggunakan korelasi *Pearson* ini antara lain (Morgan, et al. [4]).

1. Kedua variabel memiliki hubungan yang linear. Untuk mengecek linear atau tidaknya hubungan kedua variabel dapat menggunakan bantuan *Scatter Plot*.
2. Nilai atau skor dari satu variabel berdistribusi secara normal terhadap nilai dari variabel lainnya.

Outliers dapat memberikan dampak yang besar dalam korelasi kedua variabel tersebut.

Spearman Rho Correlation

Uji korelasi *Spearman Rho* digunakan untuk menguji korelasi antar dua variabel yang data dari kedua variabel tersebut berupa data ordinal. Korelasi *Spearman Rho* biasa disimbolkan dengan symbol “*r_s*”. Asumsi yang digunakan dan kondisi yang harus

dipenuhi jika ingin menggunakan korelasi *Spearman Rho* ini antara lain (Morgan, et al. [4]):

1. Jenis data untuk kedua variabel merupakan data ordinal
2. Nilai dari satu variabel akan mempengaruhi terhadap nilai dari variabel lainnya. Artinya jika nilai dari satu variabel naik, maka nilai dari variabel lainnya juga akan naik tetapi tidak harus secara linear.

Rho akan mengurutkan data dari setiap variabel dan akan dilakukan perhitungan dengan *Pearson Correlation*.

Hasil dan Pembahasan

Perancangan Media Sosialisasi

Media sosialisasi merupakan salah satu *tools* penting bagi Departemen *Compliance* dimana salah satu tugas dari departemen ini adalah mensosialisasikan regulasi yang ada baik dalam bidang cukai maupun kepabeanan. Media yang dirancang dalam penelitian ini ada tiga jenis yaitu *Guideline* (Buku Panduan), *In Class Training* (Presentasi), dan Video. Ketiga media ini dipilih karena memungkinkan untuk memuat konten dari suatu regulasi, mudah dalam penggunaan dan pembuatannya serta memiliki cara penyampaian yang berbeda satu sama lain. *Guideline* cara penyampaiannya visual, *In Class Training* secara visual dan verbal, dan Video secara visual.

Media pertama yang dibahas adalah buku panduan. Kelebihan dari penggunaan buku panduan sebagai media sosialisasi adalah informasi dapat dicantumkan selengkap-lengkapnyanya di dalam buku tersebut tanpa ada batasan-batasan tertentu serta dapat digunakan dan dibaca kapanpun jika dibutuhkan dan juga dapat digunakan sebagai pengingat materi. Kekurangan dari penggunaan buku panduan adalah orang cenderung malas untuk membacanya dan hanya akan dibaca jika saat dibutuhkan.

Media yang kedua adalah *in class training*. Kelebihan dari *in class training* adalah adanya sesi tanya jawab dan diskusi. Kekurangan dari *in class training* adalah apabila presenter yang membawakan materi kurang memahami materi dan dalam pembawaannya membosankan, hal ini dapat mempengaruhi penerimaan seseorang terhadap informasi yang disampaikan dimana informasi tidak tersampaikan dengan baik ke pendengar.

Media yang ketiga adalah Video. Konsep video yang digunakan untuk menjelaskan materi adalah video animasi. Konsep video animasi dipilih sebagai konsep

untuk merancang media sosialisasi regulasi karena menarik untuk dilihat dan video animasi memungkinkan orang untuk memperoleh informasi lebih dalam waktu yang lebih singkat dibandingkan dengan membaca. Kelemahan dari penggunaan video sebagai sarana penyampaian informasi adalah memerlukan keterampilan khusus dalam mengemas konten video supaya mudah untuk dipahami dan mampu memvisualisasikan konsep materi. Kelemahan lainnya adalah video sulit untuk dibuat interaktif.

Penentuan Media Sosialisasi yang Efektif

Penentuan media sosialisasi mana yang efektif dilakukan dengan menggunakan metode eksperimen desain dengan satu faktor dan tiga level. Faktor dari penelitian ini yaitu jenis media sosialisasi sedangkan levelnya terdiri atas buku panduan, *in class training*, dan video. Respon dari penelitian ini yaitu tingkat pemahaman *user* terhadap materi untuk setiap media sosialisasi. Tingkat pemahaman ini dapat diketahui dengan memberikan sebuah kuis atau tes dalam skala kecil dimana isi kuis ini berhubungan dengan materi sosialisasi. Karakteristik dari respon penelitian ini yaitu *higher the better* dimana semakin tinggi skor yang didapat maka akan semakin baik. *User* yang digunakan sebagai objek percobaan untuk setiap media sosialisasi berbeda satu dengan yang lain. Hasil kuis untuk setiap media sosialisasi dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Kuis

Guideline	Video	In Class Training
55	65	70
45	65	75
65	55	70
55	65	65
65	55	55
65	65	65
55	75	65
65	65	
65		

Data skor kuis yang digunakan selanjutnya akan diuji signifikansi menggunakan uji Kruskal-Wallis untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara media sosialisasi terhadap

pemahaman *user*. Hasil uji Kruskal-Wallis dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Uji Kruskal-Wallis
Kruskal-Wallis Test

Media Sosialisasi	N	Mean Rank
Nilai Quiz Guideline	9	9.39
In Class	7	16.14
Video	8	12.81
Total	24	

Test Statistics^{a,b}

	Nilai Quiz
Chi-Square	4.379
df	2
Asymp. Sig.	.112

Hipotesa yang digunakan diuji *Kruskal-Wallis* ini yaitu:

$$H_0 : \mu_1 = \mu_2 = \mu_3$$

$$H_1 : \mu_1 \neq \mu_2 \neq \mu_3$$

Hipotesa *null* (H_0) menunjukkan bahwa *mean* antara ketiga media sosialisasi tersebut sama antara satu dengan yang lainnya yang artinya, tidak terdapat perbedaan signifikan antara satu media dengan media lain. Hipotesa *alternative* (H_1) menunjukkan bahwa *mean* antara ketiga media tersebut berbeda satu sama lain yang artinya adalah, terdapat perbedaan yang signifikan antara satu media dengan media lain.

Hasil dari uji *Kruskal-Wallis* menunjukkan bahwa nilai *Asymp. Sig.* memiliki nilai sebesar 0,112. Nilai *Asymp. Sig.* ini lebih besar dari nilai *alpha* (α) 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima yang artinya tidak ada perbedaan yang signifikan antar media sosialisasi terhadap pemahaman seseorang akan materi yang disampaikan. Tidak signifikannya pengaruh antar media sosialisasi terhadap pemahaman seseorang ini juga ditunjukkan melalui uji korelasi yang telah dilakukan berdasarkan hasil *survey* yang telah dilakukan. Uji korelasi dilakukan dengan mengkorelasikan antara variabel media dan skor.

Tabel 3. Uji Korelasi *Pearson* Variabel Media dan Skor

		Correlations	
		Media	Skor
Media	Pearson Correlation	1	.081
	Sig. (2-tailed)		.721
	Sum of Squares and Cross-products	14.955	3.045
	Covariance	.712	.145
	N	22	22
Skor	Pearson Correlation	.081	1
	Sig. (2-tailed)	.721	
	Sum of Squares and Cross-products	3.045	94.955
	Covariance	.145	4.522
	N	22	22

Hasil uji korelasi menunjukkan bahwa nilai Sig. 2-tailed antara media dengan skor bernilai 0,721. Nilai ini lebih besar dari 0,05 sehingga dapat dikatakan antara Media dengan Skor tidak memiliki korelasi satu sama lain. Tidak adanya korelasi ini menunjukkan bahwa pemahaman seseorang terhadap materi tidak bergantung pada media sosialisasi yang didapatkannya.

Meskipun tidak ada pengaruh yang signifikan antara media sosialisasi dengan pemahaman seseorang dan juga tidak terdapat korelasi antar kedua hal tersebut, tetapi ada salah satu media yang terbaik dalam mengemas materi dan lebih mudah dipahami orang. Jika dilihat dari *Mean Rank*, media yang memiliki rata-rata skor tertinggi yaitu *in class training* dengan nilai sebesar 16,14. Video berada di peringkat kedua dengan nilai *mean rank* 12,81 dan buku panduan (*guideline*) memiliki *mean rank* terendah sebesar 9,39.

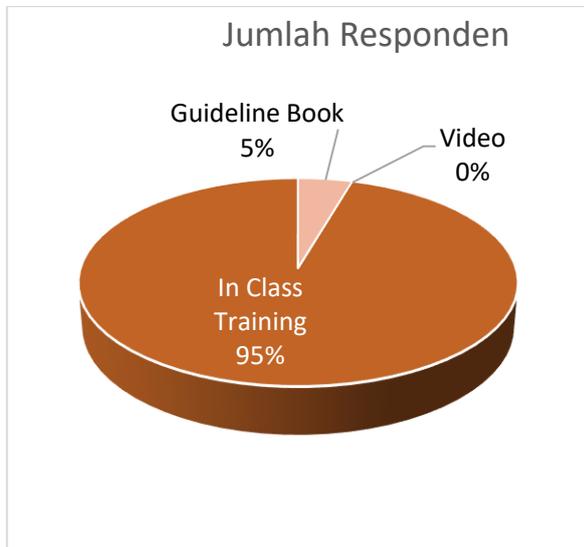
In Class Training memiliki *mean rank* tertinggi karena berdasarkan skor kuis, dapat dilihat bahwa pada *in class training* terdapat tiga orang yang dapat memperoleh skor dikisaran angka 70. Berbeda halnya dengan kedua media sosialisasi yang lain yaitu buku panduan dan video dimana pada video, hanya ada satu orang yang mendapatkan nilai 75 dan pada buku panduan tidak ada seorang pun yang dapat memperoleh angka 70 keatas. Perolehan nilai kuis ini dipengaruhi oleh kesalahan dalam menjawab soal kuis. Diagram yang menggambarkan perbedaan kesalahan yang dilakukan di setiap butir soal kuis untuk setiap media sosialisasi dapat dilihat pada Gambar 3.

**Gambar 1.** Diagram Batang Jumlah Kesalahan di Setiap Butir Soal Kuis

Diagram batang pada Gambar 1 menunjukkan frekuensi kesalahan pada setiap butir soal kuis untuk setiap media sosialisasi. Responden yang mengerjakan kuis setelah membaca buku panduan sebanyak sembilan orang, jumlah responden yang digunakan sebagai penelitian *In Class Training* sebanyak tujuh orang dan jumlah responden yang diambil untuk menilai video sebanyak delapan orang. Kunci utama yang dapat digunakan sebagai poin untuk menganalisa keefektifan setiap media sosialisasi terdapat pada butir soal nomor enam dan tujuh karena butir soal ini merupakan contoh studi kasus yang sering terjadi di lapangan. Studi kasus ini merupakan hal yang sangat penting untuk dipahami karena jika tidak dipahami dengan baik, akan mengganggu berlangsungnya operasional di lapangan dan akan sering terjadi kesalahan-kesalahan yang dapat merugikan PT X.

Diagram pada Gambar 1 menunjukkan bahwa kesalahan terbesar sering dilakukan pada butir soal nomor tujuh. Diagram untuk media buku panduan menunjukkan dari seluruh responden yang mendapatkan buku panduan sebagai media pertama, tidak ada satupun yang benar di butir soal ke-7 sedangkan pada video dan *in class training* masih terdapat responden yang dapat menjawab soal contoh kasus dengan benar. Berdasarkan hasil tersebut dapat dilihat bahwa dalam hal ini ilustrasi di video animasi dan juga *in class training* mampu menjelaskan lebih dalam mengenai contoh studi kasus. Untuk meningkatkan pemahaman mengenai studi kasus, hal yang dapat dilakukan adalah dengan memberi contoh studi kasus di setiap teori regulasi dimana kasus yang diberikan adalah kasus-kasus yang pernah terjadi di lapangan dan berkaitan dengan teori yang disampaikan, sehingga *user* akan lebih mudah memahami pengaplikasian teori regulasi tersebut di lapangan. Hasil analisa tersebut juga didukung oleh pendapat dari responden mengenai media sosialisasi mana yang menurut

mereka paling mudah untuk dimengerti dalam menyampaikan informasi terutama regulasi serta media mana yang lebih mereka sukai yang hasilnya dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Persentase Responden Setiap Media Sosialisasi

Data yang digunakan untuk membuat diagram pada Gambar 4.7 didapatkan dari hasil *survey* yang disebar ke 22 responden. Diagram tersebut menunjukkan bahwa 95% dari 22 responden memilih *in class training* sebagai media yang paling cocok dan paling mudah dalam menyampaikan sebuah regulasi. Hampir seluruh responden memilih *in class training* karena menurut mereka melalui *in class training*, materi dapat lebih mudah dipahami karena dijelaskan secara langsung oleh pakar atau seseorang yang menguasai materi tersebut sehingga informasi yang diterima dapat lebih jelas dibandingkan dengan membaca buku panduan saja atau melihat video saja. Alasan yang kedua adalah *in class training* lebih interaktif dimana akan ada banyak orang yang hadir dan disitu akan terjadi komunikasi dua arah melalui adanya sesi tanya jawab antara pemberi pertanyaan dengan orang yang menjawab pertanyaan. Alasan ketiga adalah dengan adanya sesi tanya jawab tersebut, mereka dapat bertanya secara langsung kepada ahlinya jika ada yang kurang dimengerti dan juga mereka dapat melakukan diskusi mengenai kasus-kasus yang sering mereka alami di lapangan berkaitan dengan aturan atau materi yang sedang dibahas dalam sosialisasi.

Media lain yang masih dianggap cocok dan mudah dipahami untuk menyampaikan sebuah regulasi adalah buku panduan. Persentase responden yang memilih buku panduan memiliki

nilai sebesar 5% dimana hanya ada 1 dari 22 responden yang memilih buku panduan sebagai media yang disukainya. Jumlah responden yang memilih *guideline* ini sangat sedikit dikarenakan beberapa alasan. Alasan pertama adalah menurut responden, buku panduan memberikan informasi yang terlalu teoritis sehingga cukup sulit untuk dipahami oleh orang yang baru mempelajari aturan tersebut. Alasan yang kedua adalah halaman dari buku panduan tersebut terlalu banyak sehingga menurut mereka, dengan membaca buku tersebut secara keseluruhan akan membuang waktu mereka di tengah kesibukkan mereka. Alasan yang ketiga adalah masih minimnya contoh-contoh kasus yang sering dialami oleh Perusahaan dan contoh-contoh yang berhubungan dengan produk yang dihasilkan oleh PT X di dalam *guideline* tersebut, yang memiliki hubungan dengan setiap bagian diregulasi sehingga para responden merasa kesulitan dalam mengkorelasikan aturan yang ada di dalam regulasi dengan apa yang seharusnya dilakukan di operasional lapangan.

Media terakhir adalah video dimana tidak ada satupun responden yang merasa video sebagai media yang tepat dan cocok dalam mengemas dan menyampaikan sebuah regulasi. Hal ini dapat dilihat dari diagram dimana persentase video memiliki nilai 0%. Hasil *survey* mengatakan bahwa video ini tidak dipilih oleh responden karena mereka kesulitan memahami isi dari video karena interval antar adegan terlalu cepat sehingga mereka belum sempat memahami satu materi tetapi sudah berpindah ke materi yang lain. Alasan kedua adalah penggambaran contoh kasus di dalam video kurang jelas sehingga responden merasa kesulitan ketika mendapat pertanyaan mengenai hal-hal yang berhubungan dengan kasus konkrit. Alasan yang terakhir adalah terdapat responden yang merasa durasi video terlalu lama sehingga menurutnya video tersebut cukup membosankan dimana kesan membosankan ini akan mengganggu penerimaan informasi oleh seseorang.

Hasil *survey* mengenai pendapat responden dan juga uji signifikansi menunjukkan bahwa dari ketiga media sosialisasi yang telah dirancang, media yang paling baik dan paling cocok digunakan adalah *in class training*. Video dan buku panduan bisa digunakan tetapi akan lebih baik jika digunakan sebagai bahan pengingat materi setelah *in class training* diberikan. Jika harus membandingkan antara video atau buku panduan sebagai bahan pengingat, akan lebih menguntungkan jika buku panduan yang

digunakan sebagai media pengingat materi untuk melengkapi *in class training* mengingat tidak adanya pengaruh atau perbedaan yang signifikan antara penggunaan buku panduan dan video.

Pemilihan buku panduan jika dibandingkan dengan video ini didasarkan atas pertimbangan biaya dan kemudahan pembuatan. Biaya pembuatan video animasi cukup mahal dimana untuk setiap 10 detiknya memerlukan biaya sekitar Rp 125.000,00, sedangkan untuk membuat video animasi yang menjelaskan sebuah regulasi tentu tidak dalam durasi yang singkat karena akan mengurangi kelengkapan dan kejelasan informasi yang diberikan. Hal ini tentu akan membutuhkan banyak dana untuk membuat satu video saja dimana terdapat banyak regulasi yang perlu disosialisasikan dan juga jika terjadi perubahan regulasi akan kesulitan untuk memperbaharui video sehingga harus membuat video baru yang akan memerlukan pembiayaan lagi. Pembuatan video pun tidak mudah dimana konsep penyampaian materi melalui video harus direncanakan dengan matang agar informasi dapat tersampaikan dengan baik dan juga membutuhkan waktu yang relatif lama dalam pembuatannya. *Guideline* dalam hal ini akan menjadi alternatif pilihan yang tepat sebagai media pengingat karena pembuatannya mudah, tidak membutuhkan waktu lama serta tidak memerlukan pembiayaan yang mahal. Saat terjadi perubahan regulasi pun, *guideline* dapat dengan mudah diperbaharui dan dapat digunakan dalam jangka waktu yang lama. Pemilihan *in class training* sebagai media terbaik dibandingkan buku panduan dan video juga didukung dengan data yang ditunjukkan pada Tabel 4.

Tabel 4. *Cross Tabulation*

		Tingkat Pemahaman			
		Kurang Paham	Cukup Paham	Paham	Grand Total
Media Sosialisasi	Guideline Book	1	6	1	8
	In Class Training		2	5	7
	Video	1	5	1	7
	Grand Total	2	13	7	22

Hasil dari *cross tabulation* pada Tabel 4 menunjukkan bahwa pada media *in class training*, hampir seluruh responden paham akan materi yang disampaikan dan tidak ada yang memiliki tingkat pemahaman yang kurang.

Pada media buku panduan dan video, hasil yang ditunjukkan tidak berbeda jauh dimana masih terdapat responden yang berada di level kurang paham dan cukup paham terhadap materi yang disosialisasikan. Hal ini menunjukkan bahwa *In Class Training* merupakan media yang paling cocok dan terbaik untuk menyampaikan sebuah materi regulasi.

Simpulan

Media sosialisasi merupakan salah satu faktor penting bagi Departemen *Compliance* dalam melakukan sosialisasi regulasi sehingga dibutuhkan media yang tepat agar materi atau informasi dapat tersampaikan dengan baik. Pada penelitian ini terdapat tiga macam media sosialisasi yang dirancang yaitu buku panduan, video dan *in class training*. Setiap media sosialisasi yang dirancang memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing. Hasil penelitian berdasarkan hasil kuis yang diberikan untuk setiap media sosialisasi dan juga berdasarkan data kuisioner yang telah disebar ke sejumlah responden menunjukkan bahwa media yang paling efektif dan cocok digunakan untuk menyampaikan sebuah materi regulasi adalah *In Class Training*. Media *In Class Training* cocok untuk digunakan karena terdapat sesi tanya jawab sehingga jika terdapat hal yang kurang dipahami dapat langsung ditanyakan, penjelasan lebih jelas dan langsung dari ahlinya serta dapat melakukan diskusi mengenai kasus-kasus yang sering terjadi di PT X berkaitan dengan regulasi terkait. Media *In Class Training* ini juga tepat ditargetkan untuk digunakan pada *user* dari berbagai kalangan usia, dari latar belakang pendidikan apapun dan juga untuk pekerja baru maupun yang sudah lama bekerja di PT X.

Daftar Pustaka

1. Montgomery, D. C., *Design and Analysis of Experiments*, John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, 2013.
2. Gibbons, J. D., *NONPARAMETRIC STATISTICS An Introduction*, SAGE Publications, Inc., Newbury Park, 1993.
3. Rumsey, D., *Intermediate Statistics For Dummies*. Wiley Publishing, Inc., Hoboken, 2007.
4. Morgan, G. A., Leech, N. L., Gloeckner, G. W., & Barrett, K. C., *SPSS for Introductory Statistics*, Lawrence Erlbaum Associates, New Jersey, 2004.

