

**Volume 7 Nomor 1
Tahun 2024**

ISSN (Online)

2599-0748

Jurnal Simki **Economic**



**Universitas Nusantara PGRI Kediri
Jl. KH. Achmad Dahlan No. 76. Mojoroto – Kota Kediri
Website : <https://jipred.org/index.php/JSE/>
Email : ojs.unpkediri@gmail.com**



Jurnal Simki **Economic**

ISSN (Online): 2599-0748

Volume 7. Nomor 1. Halaman 1-346. Tahun 2024

Terbit dua kali setahun, berisi tulisan hasil karya ilmiah di bidang Ekonomi, Manajemen dan Kependidikannya.

Ketua Editor:

Erwin Putera Permana. Universitas Nusantara PGRI Kediri

Editor:

Prof. Dr. Suherman, M.Si. Universitas Negeri Jakarta
Dr. Maria Rio Rita, M.Si. Universitas Kristen Satya Wacana
Dr. H. Samari, MM. Universitas Nusantara PGRI Kediri
Assoc. Prof. Ronny Prabowo, P.hD. Universitas Kristen Satya Wacana
Dr. Mochamad Muchson, MM. Universitas Nusantara PGRI Kediri
Assoc. Prof. Dr. Tri Purwani, MM. Universitas AKI
Assoc. Prof. Dr. Kardison Lumban Batu, M.Si. Politeknik Negeri Pontianak
Dr. Hamzah Gunawan, MM. Universitas Mercu Buana Yogyakarta
Setyoadi Pambudi, M.E. Universitas Nahdlatul Ulama Blitar
Dr. Dini Yuniarti, S.E., M.Si. Universitas Ahmad Dahlan
Dr. Fachruzzaman, SE., MDM., Ak., CA. Universitas Bengkulu
Dr. Heru Fahlevi, S.E., M.Sc. Universitas Syiah Kuala

Reviewer:

Prof. Yuliansyah, S.E., M.SA., Ph.D., Akt. Universitas Lampung
Dr. Dwi Ermayanti. S, SE., MM. STIE PGRI Dewantara Jombang
Miftachul Ulum, S.E., MM. Institut Pesantren Sunan Drajat Lamongan
Hengki Mangiring Parulian Simarmata, S.Si., MM. Politeknik Bisnis Indonesia
Ika Widiastuti, S.IP., M.A.P., Universitas Krisnadwipayana
Maman Sulaeman, S.E., MM. Institut Teknologi dan Bisnis Muhammadiyah Purbalingga
Dr. Wisnu Yuwono, S.E., MM. Universitas Internasional Batam
Prof. Sergio Giovanni Mariotti, M.BA., P.hD. Politecnico di Milano
Dr. M. Zahari MS, S.E., M.Si. Universitas Batanghari Jambi
Hari Stiawan, S.E., M.Ak. Universitas Pamulang
Trisnadi Wijaya, S.Kom., S.E., M.Si. Universitas Multi Data Palembang
Dr. Hilmi, S.E., M.Si. Universitas Malikussaleh
Agus Sugiono, M.SA. Universitas Islam Madura

Sekretariat:

Novita Dewi Rosalia, S.Pd

Diterbitkan oleh : UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
Alamat Redaksi : Jl. KH. Achmad Dahlan No. 76 Kediri 64112.
Website : <https://jipred.org/index.php/JSE>
Email : ojs.unpkediri@gmail.com





Volume 7. Nomor 1. Halaman 1-346. Tahun 2024

Daftar Isi

<p>Analisis Penentuan Harga Jual pada Usaha <i>Thrifting</i> di @mozza.thriift Antri Arta, M. Agus Salim Lutfi, Agus Eko Sujianto, Mashudi (Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung)</p>	1-10
<p>Analisis Perdagangan Internasional Indonesia pada Kebijakan ACFTA dan AKFTA Riady Ibnu Khaldun (Universitas Sulawesi Barat)</p>	11-19
<p>The Effect of Learning Behavior on the Level of Understanding of Accounting with Emotional Intelligence as a Moderating Variable Maria Yunita Hendriyani Radu, Dewi Kusuma Wardani (Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa)</p>	20-30
<p>Analisis Daya Tarik <i>Atmosfer Instagramable</i> untuk Menarik Minat Kunjung Kembali Wisatawan di Blitar Park Denok Wahyudi Setyo Rahayu, Aqnes Dwi Sakti Hamidah (Universitas Islam Balitar)</p>	31-40
<p>Pengungkapan <i>Sustainability Reporting</i> terhadap Kinerja Perusahaan Aning Fitriana (Universitas Perwira Purbalingga)</p>	41-49
<p>Pengaruh Inflasi, Ekspor dan Impor Terhadap Stabilitas Nilai Tukar Rupiah per Dollar AS Periode 2016-2022 Elsa Amitha Mutiara, Diana Puspitasari (Universitas Dian Nuswantoro)</p>	50-62
<p>Pengaruh Investasi Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja pada Sektor Industri Besar di Kabupaten Sidoarjo Dita Putri Eka Wahyuni, Kukuh Arisetyawan, Lucky Rachmawati, Ladi Wajuba Perdini Fisabilillah (Universitas Negeri Surabaya)</p>	63-71
<p>Analisis Efektivitas Pengeluaran Pemerintah, Ekspor, Investasi Asing Langsung, Tenaga Kerja dan Inflasi terhadap Pertumbuhan Ekonomi Tahun 2008 – 2021 (Studi Kasus : 8 Negara ASEAN) Miftah Helmiyanti, Rifki Khoirudin (Universitas Ahmad Dahlan)</p>	72-82
<p>Pengaruh Semangat Kerja, Disiplin Kerja dan Budaya Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Pada PT. Arina Parama Jaya Gresik Ibrahim Zakariya, Roziana Ainul Hidayati (Universitas Muhammadiyah Gresik)</p>	83-95
<p>Pengaruh Dana Otonomi Khusus, Pengeluaran Perkapita, Umur Harapan Hidup Saat Lahir, Harapan Lama Sekolah, dan Rata-Rata Lama Sekolah Terhadap Indeks Pembangunan Manusia di Provinsi Papua Tahun 2014-2022 Ryana Syafira, Rifki Khoirudin, Indanazulfa Qurrota A'yun (Universitas Ahmad Dahlan)</p>	96-105



<p>Manajemen Pengelolaan Usaha Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Sriwijaya Yuliana FH, Deskoni, Firmansyah (Universitas Sriwijaya)</p>	106-119
<p>Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan dengan Dimediasi Variabel Motivasi Puji Santoso, Heru Baskoro (Universitas Muhammadiyah Gresik)</p>	120-131
<p>Tinjauan Kritis Atas Pelaporan Keuangan Hotel Berbasis Syariah Maulidatul Hasanah, Agus Sugiono, Ach. Baihaki, Aminatus Zakhra (Universitas Islam Madura)</p>	132-143
<p>Peran Profit Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi dalam Mendukung Penghindaran Pajak (Tax Avoidance) di Indonesia Shintia Apriliana, Amalia Nur Chasanah (Universitas Dian Nuswantoro)</p>	144-155
<p>Implementasi Pemberian Kredit Usaha Rakyat (KUR) pada KSP Kopdit Obor Mas Cabang Pasar Tingkat Angelina Lale Buu, Yosefina Andia Dekrita, Yoseph Darius Purnama Rangga (Universitas Nusa Nipa)</p>	156-167
<p>Penerapan <i>Affixed Signature and Stamp</i> pada Surat Keterangan Asal sebagai Mitigasi Kinerja Ekspor di Masa Pandemi Covid-19 Ni Putu Ari Setiawati, I Wayan Sutrisna (Universitas Mahendradatta)</p>	168-178
<p>Analisis Penerapan Sistem Pengendalian Internal dalam Menunjang Efektifitas Sistem Pemberian Kredit pada KSP. Kopdit Tuke Jung Kantor Pusat Nelle Theresia Peni Kumanireng, Henrikus Herdi, Yoseph Darius Purnama Rangga (Universitas Nusa Nipa)</p>	179-190
<p>Respon Pasar Saham Terhadap Kurs, Harga Emas dan Inflasi di Indonesia Anwar Puteh, Nurul Mawaddah (Universitas Malikussaleh, Politeknik Negeri Lhokseumawe)</p>	191-200
<p>Peluang dan Tantangan Sektor <i>E-Commerce</i> dalam Meningkatkan Perekonomian di Era Transformasi Digital Diva Islami Maharani (Universitas Islam Negeri Sunan Ampel)</p>	201-210
<p>Analisis Keterbukaan Ekonomi dan Pengeluaran Pemerintah terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Ikbar Allam Kharazi, Ida Nuraini (Universitas Muhammadiyah Malang)</p>	211-223
<p>Pengaruh Harga, Citra Merek, Gaya Hidup dan <i>Co-Branding</i> terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Jims Honey</i> di Daerah Istimewa Yogyakarta Yuliana Anisa Putri, Dila Damayanti</p>	224-233



Jurnal Simki Economic

ISSN (Online): 2599-0748

(Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha)	
Analisis Minat Penggunaan Transportasi <i>Online Maxim</i> pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang Dina Afrilya, Efriyani Sumastuti, Rita Meiriyanti (Universitas PGRI Semarang)	234-247
An Analysis of Leading Sectors in Sleman District Gea Dwi Asmara, Fadli Anggoro Yekti (Universitas Ahmad Dahlan)	248-258
Strategi Pemilihan Lokasi Belanja Berdasarkan Motivasi Pembelian dan Keputusan Konsumen Rolyana Ferinia Pintauli, Michael Sabato Simatupang (Universitas Advent Indonesia)	259-270
The Role and Contribution of The New Institutional Economics In Economic System Performance Agus Arwani, Unggul Priyadi (Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan)	271-288
<i>Determinan Prevalensi Balita Stunting 34 Provinsi di Indonesia Tahun 2017-2022</i> Deswira Aulia, Toto Gunarto, Asih Murwiati, Emi Maimunah (Universitas Lampung)	289-299
Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Pengangguran di Provinsi Jawa Barat pada Tahun 2018-2023 Rizka Elfina Aulia, Shavera Sofiana Malia, Amin Pujiati, Dyah Maya Nihayah (Universitas Negeri Semarang)	300-309
Pengaruh <i>Brand Image</i>, Mutu Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian <i>Merchandise</i> Miniso Ambarrukmo Plaza Mall Yogyakarta Regita Ratna Hedyati, Yunita Fitri Wahyuningtyas (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha)	310-319
Determinan Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor Rifky Chalik Nabawi, Khairil Umuri, Syahriyal, Eka Nurlina (Universitas Syiah Kuala)	320-332
The Impact of Open Trade on Economic Growth in ASEAN Developing Countries Muhammad Riza Ainul Yaqin, Setyo Wahyu Sulistyono (Universitas Muhammadiyah Malang)	333-346



Analisis Penentuan Harga Jual pada Usaha *Thrifting* di @mozza.thriift

Antri Arta^{1*}, M. Agus Salim Lutfi², Agus Eko Sujianto³, Mashudi⁴
antria7x@gmail.com^{1*}, magusslutfi@gmail.com², agusekosujianto@gmail.com³,
m.hudi.sp@gmail.com⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Ekonomi Syariah

^{1,2,3,4}Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung

Received: 10 06 2023. Revised: 21 07 2023. Accepted: 20 10 2023.

Abstract : This research analyzes the determination of selling prices in the thrifting business at @MOZZA.THRIIFT. The purpose of this study is to identify factors that influence the determination of selling prices and provide recommendations for effective pricing strategies. The research method used is a qualitative approach with interviews with the owner and manager of @MOZZA.THRIIFT and secondary data analysis. The analysis was used to identify factors that influence pricing, and analysis was used to formulate pricing strategies. The research findings show that product quality, brand, market demand, and economic conditions affect pricing in thrifting businesses. Pricing strategy recommendations include price differentiation based on product quality and condition, dynamic pricing, and appropriate sales promotion. The implication of this research is the importance of paying attention to these factors in determining the optimal selling so that thrifting businesses can increase their profits and competitiveness. The results of this study can be a guide for thrift business owners and managers in optimizing pricing strategies to achieve success in the thrifting industry.

Keywords : Selling Price Determination, Thrifting.

Abstrak : Penelitian ini menganalisis penentuan harga jual pada usaha *thrifting* di @MOZZA.THRIIFT. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor dalam penentuan harga jual dan memberikan rekomendasi strategi penentuan harga yang efektif. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan wawancara kepada pemilik dan pengelola @MOZZA.THRIIFT serta analisis data sekunder. Analisis digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor dalam penentuan harga, dan analisis digunakan untuk merumuskan strategi penentuan harga. Temuan penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, merek, permintaan pasar, dan kondisi ekonomi adalah faktor penting dalam penentuan harga jual pada usaha *thrifting*. Rekomendasi strategi penentuan harga meliputi diferensiasi harga berdasarkan kualitas dan kondisi produk, penerapan harga dinamis, dan promosi penjualan yang tepat. Implikasi penelitian ini adalah pentingnya memperhatikan faktor-faktor tersebut dalam menentukan harga jual yang optimal, sehingga usaha *thrifting* dapat meningkatkan keuntungan dan daya saingnya. Hasil penelitian ini dapat menjadi panduan bagi pemilik dan pengelola usaha *thrift* dalam mengoptimalkan strategi penentuan harga untuk meraih kesuksesan dalam usaha *thrifting*.

Kata Kunci : Penentuan Harga Jual, *Thrifting*.

PENDAHULUAN

Usaha *thrifting* atau bisnis penjualan pakaian bekas kembali semakin populer dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan data yang diperoleh dari Statistik (2019), tercatat bahwa dalam rentang waktu 2015 hingga 2019, industri pakaian mengalami peningkatan sebesar 18,33%. Kata *thrifty* dapat diartikan sebagai cara yang tepat dan efektif dalam penggunaan uang dan barang lainnya (Gafara, 2019). Menggunakan pakaian bekas, yang juga dikenal sebagai *fashion thrift* atau *thrift shopping*, adalah suatu alternatif atau strategi yang digunakan (Suarningsih, Nugroho, dan Aditya, 2021). *Thrift shop* adalah sebuah tempat perbelanjaan yang menawarkan pakaian bekas yang masih layak pakai. Toko ini menyediakan pakaian yang berasal dari impor atau telah dipakai sebelumnya, namun masih dalam kondisi yang baik. Usaha *thrifting* menyediakan berbagai macam barang yang beragam dan unik dalam jumlah terbatas (*limited quantity*) (Hertati, 2022). Di *thrift shop*, Anda dapat menemukan berbagai pilihan pakaian dengan harga yang terjangkau. (Dewi, 2020).

Belanja online atau online shopping merujuk pada aktivitas pembelian barang atau jasa melalui internet, di mana proses tersebut melibatkan penjual dan pembeli yang berinteraksi secara online tanpa perlu bertemu langsung secara fisik. Ini adalah bentuk layanan jual beli yang dilakukan secara elektronik (Muslihah, 2018). Berkembangnya penggunaan internet di Indonesia setiap tahunnya memiliki dampak signifikan terhadap dunia bisnis. Dalam konteks ini, semakin banyak pelaku usaha yang memanfaatkan media sosial sebagai platform untuk melakukan transaksi penjualan. Media sosial, atau social media, merupakan alat yang digunakan oleh konsumen untuk berbagi informasi berupa teks, gambar, suara, dan video baik dengan orang lain maupun dengan perusahaan (Kotler & Keller, 2016: 642).

Instagram menjadi salah satu aplikasi media sosial yang sangat populer di kalangan masyarakat untuk berbagi foto sehari-hari. Namun, seiring waktu, banyak orang juga memanfaatkannya untuk mempromosikan produk melalui toko online. Mereka mengunggah foto-foto produk dengan informasi klasifikasi barang dan harga. *Instagram* juga menjadi platform untuk mencari produk yang diinginkan untuk mendukung penampilan. Banyak pelaku bisnis menggunakan *Instagram* sebagai sarana pemasaran melalui social media marketing (Muslihah, 2018). Kemunculan berbagai transaksi komersial yang dapat ditawarkan kepada konsumen, seperti dalam interaksi jual beli, dipicu oleh kemajuan teknologi yang semakin kompleks dan cepat (Hasanah, 2020).

Penetapan harga jual dalam bisnis sangat penting dan terkait erat dengan nilai dan manfaat suatu produk atau jasa. Dalam memutuskan untuk membeli produk dari suatu

perusahaan, konsumen umumnya mempertimbangkan harga sebagai faktor penting. Menurut Sitta (2020), beberapa faktor mendorong sebagian masyarakat untuk melakukan *thrifting*. Pertama, mereka tertarik dengan keunikan fashion *thrift* yang berbeda dari pakaian yang umumnya dijual di pasar atau toko baju. Kedua, *thrifting* memungkinkan mereka untuk mendapatkan pakaian *brand original* dengan harga yang lebih terjangkau daripada di toko resmi. Ketiga, ada juga elemen keberatan terhadap budaya *fast fashion* yang cenderung konsumtif, sehingga *thrifting* menjadi alternatif yang lebih berkelanjutan. Oleh karena itu, penting bagi suatu produk untuk ditetapkan harga jual yang tepat agar dapat diterima oleh konsumen dan memastikan kepuasan mereka, tanpa mengabaikan kualitas produk tersebut (Noor et al., 2020).

Penentuan harga jual barang *thrifting* sangat penting untuk dipertimbangkan dengan seksama guna mencapai harga yang sesuai dengan target yang ingin dicapai. Dalam bisnis, harga suatu barang ditentukan oleh penjual dan pembeli. Semakin tinggi tingkat daya beli konsumen, semakin besar kemungkinan bagi pelaku bisnis untuk menetapkan harga yang lebih tinggi. Dengan kata lain, pemilik bisnis berharap mendapatkan keuntungan maksimal sesuai dengan kondisi yang ada. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan harga jual serta merumuskan strategi penentuan harga yang efektif. Dalam upaya mencapai tujuan ini, pendekatan kualitatif digunakan untuk menganalisis fenomena yang kompleks dan memahami konteks yang lebih dalam. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi pemilik dan pengelola usaha *thrifting*, serta kontribusi terhadap pemahaman lebih lanjut tentang faktor-faktor penentu harga dan strategi penentuan harga yang efektif dalam industri *thrifting*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menganalisis penentuan harga jual di usaha *thrift* @MOZZA.THRIIFT. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan pemilik dan pengelola @MOZZA.THRIIFT menggunakan panduan pertanyaan terstruktur. Data sekunder diperoleh dari sumber literatur terkait industri *thrifting* dan data ekonomi terkini. Analisis data dilakukan dengan mengidentifikasi faktor-faktor penentuan harga seperti kualitas produk, merek, permintaan pasar, dan kondisi ekonomi. Triangulasi data dilakukan untuk memperkuat validitas temuan. Metode penelitian ini memberikan pemahaman mendalam tentang penentuan harga di @MOZZA.THRIIFT dan landasan untuk merumuskan strategi penentuan harga yang efektif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kualitas produk merupakan salah satu faktor utama dalam penentuan harga jual pada usaha *thrifting* di @MOZZA.THRIIFT. Menurut Setyo (2017), kualitas produk dapat diartikan sebagai kemampuan suatu produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Berikut adalah kualitas produk dalam konteks penentuan harga jual di @MOZZA.THRIIFT: 1) Kondisi Barang, 2) Keaslian dan Kualitas Material, 3) Desain dan Estetika, 4) Tingkat Kebersihan dan Perawatan. Kualitas fisik dan kondisi barang yang ditawarkan oleh @MOZZA.THRIIFT akan menjadi salah satu faktor dalam penentuan harga jual. Produk dengan kondisi yang baik, seperti tampilan yang terawat, tanpa kerusakan yang serius, dan fungsi yang optimal, cenderung memiliki harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan produk yang dalam kondisi yang kurang baik. Produk *thrift* di @MOZZA.THRIIFT yang terbuat dari bahan berkualitas, seperti kain yang tahan lama atau material dengan merek yang terkenal, cenderung memiliki nilai lebih tinggi dan dapat mendorong keuntungan dalam penentuan harga. Keaslian produk juga menjadi faktor penting, terutama dalam kaitannya dengan produk-produk dengan merek terkenal atau edisi terbatas.

Kualitas desain dan estetika suatu produk juga salah satu faktor dalam penentuan harga jual. Produk dengan desain yang unik, menarik, dan sesuai dengan tren mode terkini akan cenderung memiliki nilai lebih tinggi dan dapat meningkatkan harga jual di @MOZZA.THRIIFT. Produk yang telah dibersihkan dan dirawat dengan baik oleh @MOZZA.THRIIFT akan mencerminkan kualitas yang lebih tinggi. Kualitas perawatan dapat mempengaruhi harga jual karena produk yang dalam kondisi bersih dan terawat cenderung memiliki penampilan yang lebih baik dan memberikan kepercayaan lebih kepada pelanggan. Dalam konteks penentuan harga jual di @MOZZA.THRIIFT, pemilihan harga yang sesuai dengan kualitas produk menjadi penting. Produk dengan kualitas yang lebih tinggi dapat diberi harga yang lebih tinggi untuk mencerminkan nilai yang diberikan kepada pelanggan. Penentuan harga jual harus mencerminkan perbandingan antara kualitas produk dan harga yang ditawarkan sehingga tetap menarik bagi pelanggan dan menghasilkan keuntungan yang memadai bagi bisnis *thrifting* tersebut.

Merek merupakan salah satu faktor penting dalam penentuan harga jual pada usaha *thrifting* di @MOZZA.THRIIFT. Umumnya, konsumen cenderung menyukai pembelian produk yang mendapatkan peringkat tertinggi dalam survei merek (Permata, Safiranita, dan Utama, 2019). Merek dalam konteks penentuan harga jual yang dimaksudkan pada @MOZZA.THRIIFT adalah sebagai berikut: 1) Reputasi Merek, 2) Citra dan persepsi

pelanggan, 3) Penyebaran merek, 4) Kualitas terkait merek. Jika @MOZZA.THRIIFT menjual produk dengan merek-merek yang terkenal atau memiliki reputasi baik, hal ini dapat mendukung penentuan harga jual. Pelanggan mungkin bersedia membayar lebih tinggi untuk produk dengan merek yang dianggap berkualitas. Merek juga dapat merubah persepsi pelanggan terhadap kualitas dan nilai produk. Citra merek adalah persepsi dan pengalaman yang dirasakan oleh konsumen ketika mereka mendengar atau melihat suatu merek, sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Mandagi dkk. (2018). Jika @MOZZA.THRIIFT memiliki citra merek yang positif, misalnya dikenal sebagai tempat untuk menemukan produk berkualitas atau gaya yang unik, hal ini dapat memberikan kepercayaan pelanggan dan mendukung harga jual yang lebih tinggi.

Ketersediaan produk dengan merek-merek terkenal atau langka di @MOZZA.THRIIFT juga dapat menentukan harga jual. Jika produk dengan merek yang langka atau eksklusif sulit ditemukan di tempat lain, maka @MOZZA.THRIIFT mungkin dapat menetapkan harga yang lebih tinggi karena permintaan yang tinggi dan keterbatasan pasokan. Merek yang terkenal atau memiliki reputasi baik seringkali dihubungkan dengan kualitas yang lebih tinggi. Jika @MOZZA.THRIIFT menjual produk dengan merek-merek tersebut, maka harga jual dapat mencerminkan persepsi pelanggan terhadap kualitas yang lebih tinggi. Dalam konteks penentuan harga jual di @MOZZA.THRIIFT, merek yang kuat atau terkenal dapat menjadi aset berharga untuk penentuan harga jual. Persepsi pelanggan terhadap merek dan kualitas yang terkait dengannya dapat mendukung harga jual yang lebih tinggi. Oleh karena itu, penting bagi @MOZZA.THRIIFT untuk mempertimbangkan reputasi merek, persepsi pelanggan, dan nilai yang dikaitkan dengan merek dalam menentukan harga yang tepat untuk produk dengan merek tersebut.

Secara umum, pelanggan yang membeli barang *thrifting* berasal dari berbagai kalangan, termasuk mahasiswa dan kalangan atas. Mahasiswa ada yang membeli barang *thrifting* untuk keperluan kuliah, seperti pakaian branded. Para remaja seringkali menghadapi tantangan ketika ingin mengenakan pakaian atau fashion yang digunakan oleh idolanya, karena harganya cenderung mahal dan terkadang melebihi anggaran yang dimiliki. Untuk mengatasi hal ini, remaja seringkali memilih untuk membeli pakaian atau *fashion branded preloved* (bekas namun dalam kondisi baik) (Rahmayanti, 2021). Sementara itu, kalangan atas juga ada yang membeli barang *thrifting*, terutama jika barang tersebut langka dan pemiliknya memiliki barang tersebut. Dengan demikian, bisa dikatakan bahwa semua kalangan membeli barang *thrifting*.

Teori permintaan menjelaskan bahwa permintaan adalah jumlah barang yang diinginkan atau dicari oleh konsumen pada suatu pasar pada waktu dan tempat tertentu dengan harga yang berlaku. Kemampuan seseorang untuk membeli barang tergantung pada pendapatan yang digunakan untuk berbelanja. Jumlah barang yang diminta dapat berubah jika pendapatan individu berubah, begitu juga dengan harga barang yang diinginkan. Usaha *thrifting* memiliki banyak peminat, harga murah untuk barang-barang branded dalam kondisi yang bagus, membuat usaha *thrifting* seperti @MOZZA.THRIIFT mengalami perkembangan setiap tahunnya dan mendapatkan pelanggan yang mencari barang *thrifting*.

Solusi untuk mengurangi pengeluaran dan memuaskan kebutuhan belanja adalah dengan membeli barang *thrifting*. Keuntungan yang diperoleh dari pembelian barang *thrifting* membuat permintaan terhadap barang tersebut semakin tinggi, yang pada gilirannya mendorong pertumbuhan pada usaha *thrifting*. Kondisi ekonomi secara luas juga menjadi salah satu faktor dalam penentuan harga jual. Misalnya, pada saat kondisi ekonomi sedang lesu, usaha *thrifting* mungkin akan menurunkan harga untuk menarik pelanggan. Pemahaman terhadap kondisi ekonomi yang berlaku penting untuk menyesuaikan strategi harga. Pemilik usaha perlu memantau perkembangan ekonomi, daya beli pelanggan, persaingan harga, biaya operasional, dan ketersediaan pasokan untuk menetapkan harga yang sesuai dengan situasi ekonomi yang ada. Fleksibilitas dalam menyesuaikan harga dalam tanggapan terhadap kondisi ekonomi dapat membantu @MOZZA.THRIIFT tetap kompetitif dan berkelanjutan dalam industri *thrifting*.

Untuk menghadapi situasi bisnis, perusahaan perlu memilih proses perencanaan, perhitungan, dan pertimbangan yang sesuai dan tepat sasaran (Habib Sulton Asnawi et al., 2020). Pada @MOZZA.THRIIFT menggunakan metode sederhana dalam menentukan harga barang, yaitu dengan menghitung harga beli dan menambahkan keuntungan, yang dikenal sebagai metode *cost plus pricing*. Pemilik usaha @MOZZA.THRIIFT melakukan perhitungan harga jual dengan cara menghitung harga beli dan menambahkan keuntungan yang diinginkan. Dalam hal ini, pemilik usaha mengungkapkan perlunya data mengenai daftar harga beli serta biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan barang. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil beberapa contoh barang, antara lain: Giordano, Uniqlo, Manggo, Elle, Zahra, Guess Berikut ini adalah tabel yang berisi daftar harga beli untuk barang-barang *thrifting* tersebut.

Tabel 1. Harga Beli

Nama Barang	Harga Beli
Giordano	Rp.45.000
Uniqlo	Rp. 35.000
Manggo	Rp. 55.000

Elle	Rp. 40.000
Zahra	Rp. 60.000
Guess	Rp. 50.000

Berdasarkan wawancara dengan pemilik usaha @MOZZA.THRIIFT, bahwa mereka menentukan harga jual dengan menghitung harga beli suatu barang dan menambahkan keuntungan yang diinginkan. Penentuan harga jual oleh pemilik usaha @MOZZA.THRIIFT menggunakan rumus: $\text{Harga jual} = \text{Harga Beli} + \text{Keuntungan yang diinginkan}$.

Dalam perhitungannya, mereka mencari tahu berapa harga beli barang tersebut, misalnya baju Guess seharga Rp. 50.000. Kemudian, mereka mencari keuntungan dengan cara menambahkan harga beli dengan laba yang di inginkan. Metode yang diterapkan oleh pemilik usaha ini mirip dengan metode penentuan harga jual berdasarkan biaya, yang dikenal sebagai metode *cost plus pricing*. Dengan demikian, mereka menetapkan harga jual.

Tabel 2. Penentuan Harga Jual

Nama barang	Harga beli	Keuntungan	Harga jual
Giordano	Rp.45.000	Rp.30.000	Rp.75.000
Uniqlo	Rp.35.000	Rp.30.000	Rp.65.000
Manggo	Rp.55.000	Rp.30.000	Rp.85.000
Elle	Rp.40.000	Rp.30.000	Rp.70.000
Zahra	Rp.60.000	Rp.30.000	Rp.90.000
Guess	Rp.50.000	Rp.30.000	Rp.80.000

Aspek lain yang perlu diperhatikan dalam menentukan harga jual barang *thrifting* pada @MOZZA.THRIIFT adalah sebagai berikut: 1) Diferensiasi Harga, 2) Harga Dinamis, 3) Promosi Penjualan. Pada @MOZZA.THRIIFT menerapkan diferensiasi harga berdasarkan kualitas dan kondisi produk. Produk yang dalam kondisi baik dan berkualitas tinggi memiliki harga yang lebih tinggi dibandingkan produk yang dalam kondisi yang kurang baik. Barang dalam kondisi baik yang dimaksudkan adalah jika diteliti secara detail, dapat dilihat bahwa barang memiliki keunggulan dalam warna kain yang masih pekat atau tidak mengalami kepodaran warna, kondisi kain yang masih bagus dan kuat, jahitan masih bagus, kelengkapan kancing yang masih komplit dan belum ganti (*original*), kondisi resleting masih bagus, tidak sedang dalam kondisi bolong atau sobek, penanda baju (*hang tag*) masih bagus, kondisi sablon masih bagus, dan lain sebagainya. Hal ini yang menyebabkan harga penjualan semakin tinggi. Dengan kondisi barang yang baik juga berdampak pada harga penjualan yang tinggi. Disamping dari kondisi barang yang baik dan harga penjualan yang tinggi, maka keuntungan yang diperoleh juga akan semakin tinggi. Dalam penentuan harga jual kondisi barang baik dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 3. Penentuan Diferensiasi Harga Jual Kondisi Baik

Nama barang	Harga beli	Keuntungan	Harga jual
Giordano	Rp.45.000	Rp.40.000	Rp.85.000
Uniqlo	Rp.35.000	Rp.30.000	Rp.65.000
Manggo	Rp.55.000	Rp.50.000	Rp.105.000
Elle	Rp.40.000	Rp.35.000	Rp.75.000
Zahra	Rp.60.000	Rp.45.000	Rp.105.000
Guess	Rp.50.000	Rp.30.000	Rp.80.000

Disisi lain ketika barang dalam kondisi kurang baik, seperti ada sedikit kecacatan dari warna kain yang sudah mengalami kepodaran warna, kondisi kain yang kendor atau melar, kualitas jahitan melemah, kancing yang tidak lengkap atau bahkan sudah diganti dengan kancing yang lain, kondisi resleting keras atau bahkan sudah rusak, kondisi sedikit berlubang atau bahkan sobek, penanda baju (*hang tag*) memudar atau bahkan sudah hilang, kondisi sablon retak, dan lain sebagainya. Kondisi tersebut memberikan dampak dalam pengambilan keuntungan dan penentuan harga jual. Barang dalam kondisi kurang baik dalam menentukan harga jual dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Penentuan Diferensiasi Harga Jual Kondisi Kurang Baik

Nama barang	Harga beli	Keuntungan	Harga jual
Giordano	Rp.45.000	Rp.20.000	Rp.65.000
Uniqlo	Rp.35.000	Rp.15.000	Rp.50.000
Manggo	Rp.55.000	Rp.20.000	Rp.75.000
Elle	Rp.40.000	Rp.18.000	Rp.48.000
Zahra	Rp.60.000	Rp.20.000	Rp.80.000
Guess	Rp.50.000	Rp.20.000	Rp.70.000

Pemilik usaha menyatakan bahwa kondisi barang turut menentukan harga jual dan besarnya keuntungan yang ingin mereka dapatkan. Dari tabel 3 dan 4 diatas dapat di artikan bawasannya dalam diferensiasi harga, pengambilan keuntungan dan harga jualnya bervariasi tergantung dari kondisi baik dan kurang baiknya barang. Apabila harga yang ditawarkan dianggap wajar dan penjual diyakini telah memperoleh keuntungan meskipun harga tersebut berbeda dari yang ditetapkan sebelumnya, maka penawaran harga tersebut akan diterima (Pujiati, 2020). Temuan penelitian menunjukkan bahwa kondisi produk memainkan peran penting dalam penentuan harga jual. Produk dengan kualitas yang lebih tinggi cenderung memiliki harga yang lebih tinggi, sedangkan produk dengan kualitas yang lebih rendah memiliki harga yang lebih rendah.

Penelitian menunjukkan bahwa @MOZZA.THRIIFT menggunakan strategi harga dinamis, dengan menyesuaikan harga berdasarkan permintaan pasar, tren mode, atau musiman.

Hal ini memungkinkan penyesuaian harga yang lebih fleksibel dan optimal sesuai dengan kondisi pasar. Promosi penjualan seperti diskon, penawaran khusus, atau program loyalitas juga digunakan untuk mempengaruhi penentuan harga jual dan meningkatkan daya tarik usaha *thrifting* di @MOZZA.THRIIFT.

SIMPULAN

Berdasarkan analisis penentuan harga jual pada usaha *thrifting* di @MOZZA.THRIIFT, serta merumuskan strategi penentuan harga yang efektif, penelitian ini menghasilkan beberapa kesimpulan penting: 1) Faktor-faktor dalam penentuan harga jual bahwa kualitas produk, merek, permintaan pasar, dan kondisi ekonomi merupakan faktor-faktor yang signifikan dalam penentuan harga jual pada usaha *thrifting* di @MOZZA.THRIIFT. Pengelola bisnis *thrift* perlu memperhatikan faktor-faktor ini untuk menentukan harga yang tepat. 2) Diferensiasi harga berdasarkan kualitas dan kondisi produk menunjukkan bahwa @MOZZA.THRIIFT menerapkan diferensiasi harga berdasarkan kualitas dan kondisi produk. Produk yang berkualitas tinggi dan dalam kondisi baik mampu terjual dengan harga yang tinggi dan mendapatkan keuntungan yang tinggi daripada produk yang kurang berkualitas atau dalam kondisi yang kurang baik. 3) Penerapan harga dinamis menunjukkan bahwa @MOZZA.THRIIFT menggunakan strategi harga dinamis. Harga produk dapat disesuaikan dengan permintaan pasar, tren mode, dan faktor-faktor lain dalam penentuan harga. Hal ini memungkinkan penyesuaian harga yang lebih fleksibel untuk memaksimalkan keuntungan. 4) Promosi penjualan menekankan pentingnya promosi penjualan dalam penentuan harga jual pada usaha *thrifting*. Penggunaan diskon, penawaran khusus, atau program loyalitas dapat meningkatkan daya tarik produk dalam penentuan harga jual. Berdasarkan temuan-temuan ini, direkomendasikan kepada @MOZZA.THRIIFT untuk mempertimbangkan kualitas dan kondisi produk, penerapan harga dinamis yang responsif terhadap permintaan pasar, serta meningkatkan upaya promosi penjualan yang relevan dan efektif.

DAFTAR RUJUKAN

- Statistik, B. P. (2019). Pertumbuhan Produksi Pakaian Jadi, 2011 -2019.Lokadata. Available at: <https://lokadata.beritagar.id/chart/preview/pertumbuhan-produksi-pakaian-jadi-2011-2019-1557312893>.
- Gafara, Ghesa. (2019). A Brief History of Thrifting. London: Cambrige Press. <https://ussfeed.com/a-brief-history-of-thrifting/pop-culture/>

- Hertati, N. F. (2022). Pengaruh Sosial Media Marketing Terhadap Minat Beli Produk Thrifting Pada Remaja Generasi Z (Doctoral dissertation, STIE Indonesia Banking School).
- Rahmayanti, N. 2021. Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Fashion Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Branded Preloved Di Thriftshop Online Instagram (Studi Kasus Pada Konsumen @Rilyshop Di Kota Surabaya). *Cakrawala Management Business Journal*, 4(2): 846–868
- Noor, F., Utari, W. & Mardi W., N. 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Serta Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Produk Pt. Salim Ivomas Pratama Kecamatan Bojonegoro Kabupaten Bojonegoro). *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(4): 581–594.
- Kotler, P. & Keller, K.L. 2016. *Marketing Management*. 15th Global ed. England: Pearson Education.
- Suarningsih, Kadek, Wahyu, & G. A. (2021). Thrift Shopping Sebagai Alternatif Fashion. *Jurnal Ilmiah Sosiologi*, 2(1), 1-12.
- Hasanah, & Ilfatul. (2020). Efektifitas Pengola Bisnis Online Shopping Terhadap Penyedia Jasa Kurir PR. *JNE Situbondo. Al-Kharaj (Jurnal Of Islamic Economic And Business)*, 2(2), 1-22.
- Permata, R. R., T. S., & B. U. (2019). Pentingnya Merek Bagi Pelaku Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Jawa Barat. *Dialogia Iuridicia*, 10(2), 33-38.
- Pujianti, & Naning. (2020). Analisis Penyebab Fluktuasi Harga Barang Pokok Di Pasar Kabupaten Magetan Jawa Timur. *Jurnal Neraca (Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Ekonomi Akuntansi)*, 4(2), 191.
- Habib Sulton Asnawi, et al. (2020). Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Dengan Analisis SWOT. *Jurnal Khozana: Journal of Islamic Economic and Banking*, Vol. 3No. 2.
- Dewi, R. Y. (2020). Perancangan Informasi Thrift Shop Melalui Media Board Game. *Fakultas Desain, Universitas Komputer Indonesia, Bandung*, pp. 6–38.
- Sitta. (2020). Thrift Fashion: Tren Fashion Baju Bekas. *Kompresupj*. Available at: <https://www.kompres.upj.ac.id/post/thrift-fashion-tren-fashion-baju-bekas>.
- Mandagi, V., Kalangi, J. and Mukuan, D. (2018). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Android di Gerai IT Center Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(004), pp. 54–61. doi: 10.35797/jab.6.004.2018.21089.54-61.
- Setyo, P. E. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks”. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1(6), pp. 755-764.



Analisis Perdagangan Internasional Indonesia pada Kebijakan ACFTA dan AKFTA

Riady Ibnu Khaldun

riadyibnu@unsulbar.ac.id

Program Studi Hubungan Internasional

Universitas Sulawesi Barat

Received: 02 03 2023. Revised: 21 06 2023. Accepted: 20 10 2023.

Abstract : Current international trade policies open up opportunities to minimize various forms of obstacles, so that every party that agrees on these policies feels the convenience of the transaction process. These efforts are in line with what is stated in trade liberalization, namely reducing restrictions on trade, both in the form of tariff and non-tariff policies. Among several free international trade policies that have been ratified by Indonesia, there are two policies that have the potential to be optimized in order to get maximum benefits, namely the ASEAN China Free Trade Area (ACFTA) and the ASEAN Korea Free Trade Area (AKFTA). The purpose of this research is to analyze international trade on ACFTA and AKFTA policies. Where this study uses a qualitative research design with a descriptive approach method and the data used in this study are secondary data derived from previous research, publications originating from various government agencies both offline and online, as well as other supporting documents. The results of this study indicate that the ACFTA free trade policy was signed on November 4 2002 and its implementation began in January 2010 on the AKFTA was signed on August 24 2006, between the two free trade agreements each emphasizing the elimination of tariffs for 80% of goods traded, protecting market access and ensuring a more transparent environment for investors for AKFTA, as well as the elimination of tariffs for 94.6% of all tariff lines for exports from Indonesia to China.

Keywords : International Trade, Trade Liberalization, ACFTA, AKFTA

Abstrak : Kebijakan perdagangan internasional saat ini sangat membuka kesempatan untuk meminimalisir berbagai bentuk hambatan, sehingga setiap pihak yang menyepakati kebijakan tersebut merasakan adanya kemudahan dalam proses transaksi. Upaya tersebut sejalan dengan yang telah tertuang di dalam liberalisasi perdagangan yakni mengurangi pembatasan dalam transaksi dagang baik dalam bentuk kebijakan tarif maupun non-tarif. Di antara beberapa kebijakan perdagangan internasional bersifat bebas yang telah diratifikasi oleh Indonesia terdapat dua kebijakan yang sangat potensial untuk dioptimalkan guna mendapatkan keuntungan yang maksimal yakni ASEAN *China Free Trade Area* (ACFTA) dan ASEAN *Korea Free Trade Area* (AKFTA). Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis perdagangan internasional pada kebijakan ACFTA dan AKFTA. Di mana penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif dengan metode pendekatan deskriptif dan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang berasal dari

penelitian terdahulu, publikasi yang berasal dari berbagai instansi pemerintah baik *offline* maupun *online*, serta dokumen pendukung lainnya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kebijakan perdagangan bebas ACFTA ditandatangani pada tanggal 04 November 2002 dan implementasinya dimulai pada Januari 2010 pada sedangkan AKFTA ditandatangani pada tanggal 24 Agustus 2006, di antara kedua perjanjian perdagangan bebas tersebut masing-masing menekankan kepada penghilangan tarif untuk 80% barang yang diperdagangkan, mempertahankan akses pasar sesuai dengan yang ditetapkan dan menekankan pada lingkungan yang lebih transparan bagi investor untuk AKFTA, serta penghapusan tarif untuk 94,6% dari semua jalur tarif untuk ekspor asal Indonesia ke China.

Kata Kunci : Perdagangan Internasional, Liberalisasi Perdagangan, ACFTA, AKFTA

PENDAHULUAN

Liberalisasi perdagangan bertujuan untuk membuka akses perdagangan menjadi tanpa hambatan dengan mengurangi berbagai hambatan perdagangan baik tarif maupun non-tarif (Purwana, 2019). Sejalan dengan prinsip yang dikemukakan oleh *World Trade Organization* (WTO) dalam rangka mendorong pembentukan kerjasama ekonomi di setiap negara melalui skema perdagangan bebas guna meningkatkan perpindahan arus barang dan modal, maka saat ini banyak negara yang telah membangun dan menyepakati kebijakan tersebut tidak hanya secara bilateral tapi juga multilateral (Rohendi, 2014). Demikian halnya dengan ASEAN sebagai federasi beberapa negara yang terletak di Kawasan Asia Tenggara yang juga telah membangun kerjasama perdagangan bebas secara internal di antara seluruh negara anggota yakni Indonesia, Kamboja, Myanmar, Laos, Brunei Darussalam, Malaysia, Filipina, Singapura, Thailand, dan Vietnam dalam bentuk kebijakan *ASEAN Free Trade Area* (Wong et al., 2017). Di mana saat ini juga anggota ASEAN telah bertambah satu negara dan total menjadi sebelas negara anggota yakni Timor Leste yang pasti juga akan melakukan penyesuaian terhadap kebijakan perdagangan bebas tersebut.

Selain itu, dalam rangka mendorong kerjasama yang jauh lebih harmonis dengan negara mitra kerja lainnya di luar dari negara-negara anggota, ASEAN juga telah membangun beberapa kerja sama perdagangan bebas bersama negara mitra seperti bersama India, Australia, New Zealand, Jepang, China, Korea Selatan, dan negara lainnya dalam bentuk *ASEAN Japan Comprehensive Economic Partnership* (AJCEP), *ASEAN Australia-New Zealand Free Trade Area* (AANFTA), *ASEAN India Free Trade Area* (AIFTA), *ASEAN Korea Free Trade Area* (AKFTA), dan *ASEAN China Free Trade Area* (ACFTA) (Anh Thu et al., 2015). Di antara beberapa kerjasama perdagangan bebas tersebut, ACFTA dan AKFTA

merupakan bentuk kesepakatan yang dilakukan oleh ASEAN terhadap mitra yang berasal dari Asia Timur yakni China dan Korea Selatan yang memiliki potensi sangat besar untuk mendorong peningkatan arus perpindahan barang, jasa, dan investasi di antara kedua belah pihak (Kanazawa & Kang, 2019).

Untuk Indonesia sendiri dengan adanya kesepakatan dalam kebijakan perdagangan bebas tersebut akan berdampak secara otomatis karena juga merupakan anggota negara ASEAN. Di mana konsekuensi yang harus dilakukan dengan adanya kebijakan tersebut adalah diharuskan untuk mengurangi berbagai hambatan di dalam perdagangan internasional baik tarif maupun non tarif seperti halnya penurunan besaran tarif impor secara berjenjang hingga batas waktu yang telah ditetapkan sesuai dengan kesepakatan yang telah ditentukan, sehingga akan merubah model perdagangan Indonesia dengan berbagai pihak lainnya di dalam ACFTA dan AKFTA. Berdasarkan latar belakang dari permasalahan tersebut, maka penelitian ini akan menelaah tentang analisis perdagangan internasional Indonesia pada kebijakan ACFTA dan AKFTA.

Secara sederhana ketika membahas tentang perdagangan, maka akan mengkaji mengenai interaksi yang dilakukan antara pihak satu dengan pihak lainnya untuk memenuhi kebutuhannya masing-masing. Demikian halnya, perdagangan internasional juga membahas mengenai interaksi yang dilakukan di antara masing-masing pihak pada lingkup global biasanya disebutkan dengan negara satu dengan negara lainnya dalam rangka memenuhi kebutuhan negara tersebut yang tidak dapat dipenuhi secara mandiri atau dapat disediakan tapi tidak dapat memenuhi secara keseluruhan. Selanjutnya, definisi perdagangan internasional dapat dipahami sebagai wujud interaksi yang dilakukan oleh satu negara dengan negara lainnya baik dalam bentuk bilateral maupun multilateral dengan beberapa negara lainnya (Nuri Aslami, 2022).

Untuk melaksanakan perdagangan luar negeri sebuah negara akan mengalami dampak satu diantaranya adalah pemenuhan kebutuhan domestik negara tersebut yang tidak dapat dipenuhi secara mandiri akibat ketiadaan atau keterbatasan dalam melakukan produksi terhadap kebutuhan tersebut. Selain itu, pentingnya perdagangan internasional adalah untuk meningkatkan pembangunan bagi suatu negara termasuk rangkaian mencari kesempatan di negara lain sebagai target untuk memasarkan produk dari hasil industri dalam negeri (Sunu, 2020). Terdapat dua klasifikasi pada perdagangan internasional yang mudah untuk dipahami yakni: 1) impor sebagai wujud pada pembelian barang dari negara asing yang dilakukan ketika suatu negara tidak mampu memenuhi kebutuhan domestik negara tersebut; dan 2)

ekspor adalah bentuk penjualan barang ke negara yang membutuhkan produk tertentu karena ketidakmampuan untuk memproduksi barang tersebut. Demikian halnya dengan adanya kebijakan perdagangan ACFTA dan AKFTA yang mengatur terkait dengan pelaksanaan perdagangan diantara setiap pihak, akan berdampak secara langsung berupa penurunan hambatan yang menyebabkan arus perpindahan barang baik ekspor dan impor menjadi lebih tinggi.

Upaya untuk mengikis seluruh hambatan perdagangan baik tarif maupun non-tarif merupakan satu dari beberapa tujuan dalam liberalisasi perdagangan. Dampak yang diberikan dengan berkurangnya berbagai hambatan akan meningkatkan alur perpindahan barang dari satu negara ke negara yang lain (Lim & Breuer, 2019). Adapun teori dasar yang dikemukakan oleh Heckscher-Ohlin yakni perdagangan terbentuk dari adanya perbedaan faktor produksi dari setiap negara yakni satu negara mampu melakukan spesialisasi dan dapat memproduksi suatu barang dengan jumlah yang lebih besar sedangkan satu negara lainnya memiliki keterbatasan dengan sehingga terjadi transaksi di antara kedua negara tersebut (Morrow, 2010). Sejalan dengan liberalisasi perdagangan, maka akan mendorong terjadinya peningkatan perdagangan antar setiap negara di mana masing-masing negara juga akan mengembangkan spesialisasi dan efisiensi berbasis keunggulan dan daya saing yang dimiliki (Lubis & Nuryanti, 2016). ASEAN telah menerapkan konsep liberalisasi perdagangan melalui kebijakan AFTA atau kebijakan kawasan perdagangan bebas antar negara-negara anggota melalui mekanisme CEPT untuk secara bersama-sama menentukan tahapan dalam penurunan tarif dalam perdagangan dan berbagai hambatan lainnya dalam perdagangan tersebut.

Demi untuk mendorong terciptanya kerjasama perdagangan internasional yang lebih erat dengan pihak lainnya, maka ASEAN juga telah membangun kerangka kerjasama perdagangan bebas dengan beberapa negara lainnya yakni China dan Korea Selatan dengan menyepakati kebijakan ASEAN China *Free Trade Area* dan ASEAN Korea *Free Trade Area*. Di satu sisi, perwujudan pelaksanaan ASEAN China *Free Trade Area* adalah berupa bentuk kerjasama yang berisikan upaya untuk menurunkan hambatan dalam perdagangan di antara kedua belah pihak baik China dan ASEAN serta mendorong terjadinya peningkatan lalu lintas perpindahan barang dan jasa. Selain itu, kebijakan tersebut juga mengatur tentang pelaksanaan investasi dan mendorong harmonisasi hubungan ekonomi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat ASEAN dan China. Di sisi lainnya, penerapan kebijakan ASEAN Korea *Free Trade Area* berlaku untuk dua pihak yakni negara-negara anggota ASEAN dan Korea Selatan dalam bentuk kerja sama ekonomi yang juga mendorong terciptanya pasar

bebas dengan menurunkan tarif hingga 80% bagi barang yang diperdagangkan melewati skema yang dibagi ke dalam beberapa kategori yaitu: 1) *Normal Track* yaitu produk tertentu digolongkan berdasarkan pemenuhan terkait kesiapan untuk menghadapi liberalisasi di mana penurunan dan penghapusan tarif bea masuknya dilakukan paling awal; 2) *Sensitive Track* yang terdiri dari *Sensitive List* yaitu penggolongan produk yang masuk ke dalam tahap penurunan dan penghapusan tarif bea masuk bukan prioritas atau diutamakan untuk dilakukan sesegera mungkin serta *Highly Sensitive List* dapat dimasukkan ke dalam jenis produk yang dianggap paling sensitif sehingga membutuhkan waktu tertentu terkait kesiapan dalam tahap penurunan dan penghapusan tarif bea masuk (Adnyana, 2018).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif dengan metode pendekatan deskriptif untuk memberikan gambaran secara rinci terkait dengan perdagangan internasional pada kebijakan ACFTA dan AKFTA (Sugiyono, 2015). Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang bersumber dari berbagai literatur yakni penelitian terdahulu, berita yang terpublikasi secara *online* dan *offline*, maupun sumber data lainnya yang sangat dibutuhkan dalam penyelesaian penelitian ini. Selanjutnya, teknik analisis data yang digunakan yaitu menggunakan model analisis interaktif dengan beberapa tahapan berupa melakukan analisis terlebih dahulu, melakukan deskripsi data, dan kemudian menghasilkan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dengan adanya penerapan kebijakan perdagangan bebas yang ditandatangani oleh kedua belah pihak baik ASEAN dengan China maupun ASEAN dengan Korea Selatan, telah mempengaruhi mekanisme perdagangan yakni terkait perpindahan arus berbagai jenis produk yang telah disepakati di mana masing-masing kebijakan yang disepakati yakni ACFTA dan AKFTA memiliki kesesuaiannya seperti kerja sama perdagangan bebas ASEAN dan China yang ditandatangani pada Tanggal 29 November 2004 dan penerapan liberalisasi secara penuh diberlakukan pada Tahun 2010 untuk enam negara ASEAN yaitu Indonesia, Brunei Darussalam, Thailand, Singapura, Filipina, dan Malaysia. Dalam kebijakan tersebut juga memuat bahwa Indonesia mendapatkan akses yang lebih besar dalam pangsa ekspor ke China di Tahun 2010 disebabkan oleh penerapan penghapusan seluruh pos tarif bagi kategori produk yang termuat pada *Normal Track*. Adapun di Tahun 2015 akan

diterapkan kepada beberapa negara ASEAN lainnya di luar dari ke enam negara tersebut yaitu Kamboja, Laos, Vietnam, dan Myanmar.

Untuk lebih detilnya terkait dengan skema penurunan tarif dalam kerjasama ACFTA adalah sebagai berikut (Adnyana, 2018) 1) *Early Harvest Program* (EHP) atau yang dimaksud dengan penurunan atau penghapusan tarif bea yang diberlakukan pada tanggal 1 Januari 2004 secara bertahap dan menjadi 0% pada tanggal 1 Januari 2006 untuk produk pertanian, kelautan perikanan, makanan minuman dan lainnya; 2) *Normal Track* yang dibagi ke dalam dua tahap yakni Tahap I dan Tahap II di mana pada tahapan pertama melakukan penurunan pos tarif mencapai 40% pada tingkat 0% sampai 5% di Tahun 2005 dan 100% pada tingkat 0% di Tahun 2010. Sedangkan tahap kedua, sebesar 263 pos tarif yang diterapkan sampai dengan 0% pada Tahun 2012; 3) *Sensitive Track* yaitu *Sensitive List* berupa produk-produk yang berdasarkan sensitifitasnya belum siap menghadapi liberalisasi dalam waktu segera dengan target penurunan 0% hingga 20% dimulai Tahun 2012 sampai dengan Tahun 2017, kemudian penurunan 0% hingga 5% pada Tahun 2018. Kemudian, *Highly Sensitive List* yaitu dimulai penerapannya pada Tahun 2015 dengan besaran target penurunan yakni 0% hingga 50%.

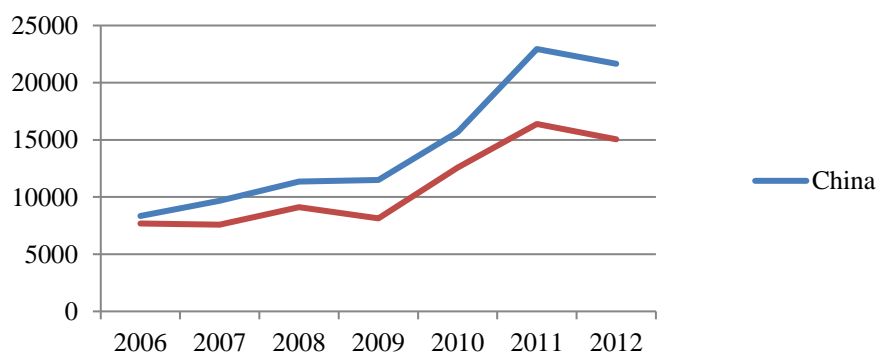
Adapun penurunan tarif untuk kerja sama perdagangan bebas ASEAN dan Korea Selatan yang ditandatangani pada Tanggal 24 Agustus 2006 dan pemberlakuan dimulai pada Tahun 2007 dilakukan dengan beberapa tahap, yaitu (Eddy Mayor & Nurhidayat, 2016): 1) Untuk Korea Selatan ditetapkan penghapusan semua pos tarif *Normal Track* paling telat tanggal 01 Januari 2010; 2) Untuk ASEAN-6 ditetapkan penghapusan paling lambat tanggal 01 Januari 2011 (fleksibilitas <5% pos tarif *Normal Track* dihapuskan paling lambat 01 Januari 2012); dan 3) *Sensitive Track* memiliki batas maksimum jumlah pos tarif adalah sebesar 10% dari total pos tarif untuk ASEAN-6 dan Korea Selatan. Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 1. Perbandingan Skema Kebijakan ACFTA dan AKFTA

No.	Kebijakan Perdagangan	Tanggal		Skema Penerapan Kebijakan
		Ratifikasi	Pelaksanaan	
1	ASEAN China <i>Free Trade Area</i> (ACFTA)	29 November 2004	01 Juli 2005	1. Untuk <i>Early Harvest</i> diberlakukan pada <i>Chapter</i> 01-08 2. <i>Normal Track</i> : 40% pada tarif 0-5% pada Tahun 2005 3. <i>Sensitive Track</i> , terdiri dari: a) <i>Sensitive List</i> Tahun 2012 sebesar 20% b) <i>Highly Sensitive List</i> Tahun 2015

				sebesar 50%
2	ASEAN Korea <i>Free Trade Area</i> (AKFTA)	24 Agustus 2006	01 Juli 2007	<ol style="list-style-type: none"> 1. Untuk Korea Selatan ditetapkan penghapusan semua pos tarif <i>Normal Track</i> paling telat tanggal 01 Januari 2010 2. Untuk ASEAN-6 ditetapkan penghapusan paling lambat tanggal 01 Januari 2011 (fleksibilitas <5% pos tarif <i>Normal Track</i> dihapuskan paling lambat 01 Januari 2012) 3. <i>Sensitive Track</i> memiliki batas maksimum jumlah pos tarif adalah sebesar 10% dari total pos tarif untuk ASEAN-6 dan Korea Selatan.

Tabel tersebut menunjukkan bahwa kebijakan ACFTA dan AKFTA memiliki perbedaan di mana di antara keduanya telah ditetapkan tentang batasan pengurangan tarif pada beberapa tahapan. Berdasarkan data yang tersedia juga menunjukkan bahwa dengan adanya pelaksanaan kebijakan perdagangan di antara kedua belah pihak baik ASEAN dengan China maupun ASEAN dengan Korea Selatan telah menyebabkan perubahan signifikan pada tahun setelah kebijakan tersebut diterapkan bagi perdagangan Indonesia yakni untuk besaran nilai ekspor Korea Selatan pada Tahun 2006 sampai dengan 2012 yakni US\$ 7.693.540.864, US\$ 7.582.734.443, US\$ 9.116.819.240, US\$ 8.145.207.923, US\$ 12.574.640.785, US\$ 16.388.800.523, US\$ 15.049.860.022. Demikian halnya dengan besaran nilai ekspor Indonesia ke China dalam US *Dollar* yang juga mengalami peningkatan setelah diterapkannya kebijakan ACFTA dengan gambaran sebagai berikut dari Tahun 2006 sampai dengan Tahun 2012 yaitu US\$ 8.343,571.337, US\$ 9.675.512.723, US\$ 11.636.503.721, US\$ 11.499.327.261, US\$ 15.692.611.103, US\$ 22.941.004.929, dan US\$ 21.659.502.652 (UNComtrade, 2023). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar berikut ini.



Gambar 1. Perkembangan Ekspor Indonesia ke China dan Korea Selatan

Pada gambar tersebut dapat dilihat bahwa terjadi peningkatan perdagangan Indonesia ke China dan Korea Selatan pada Tahun 2010 dibandingkan dengan beberapa tahun sebelumnya. Di mana pada tahun tersebut masing-masing kebijakan baik ACFTA maupun AKFTA telah menerapkan liberalisasi yakni adanya terbukanya akses pasar ekspor ke China dan Korea karena penerapan penghapusan seluruh pos tarif bagi kategori *Normal Track*, sehingga menjadi satu di antara beberapa dasar untuk mendorong peningkatan jumlah nilai ekspor Indonesia ke dua negara tersebut.

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan tersebut, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah kebijakan perdagangan internasional bersifat bebas yang telah ditandatangani oleh ASEAN yang juga berdampak kepada Indonesia yakni ASEAN China Free Trade Area (ACFTA) dan ASEAN Korea Free Trade Area (AKFTA) masing-masing pada tanggal 04 November 2002 dan implementasinya dimulai pada Januari 2010 pada sedangkan AKFTA ditandatangani pada tanggal 24 Agustus 2006, di antara kedua perjanjian perdagangan bebas tersebut masing-masing menekankan kepada penghilangan tarif untuk 80% barang yang diperdagangkan, melindungi akses pasar dan memastikan lingkungan yang lebih transparan bagi investor untuk AKFTA, serta penghapusan tarif untuk 94,6% dari semua jalur tarif untuk ekspor asal Indonesia ke China.

DAFTAR RUJUKAN

- Adnyana, M. (2018). Riview Skema ACFTA Terhadap Ekspor Indonesia Ke Tiongkok, Hongkong dan ASEAN. *Jurnal Sosial Dan Humaniora*.
<https://doi.org/10.47313/ppl.v1i1.196>
- Anh Thu, N., Van Trung, V., & Thanh Xuan, L. T. (2015). Assessing the Impact of ASEAN+3 Free Trade Agreements on ASEAN's Trade Flows: A Gravity Model Approach1. *Mediterranean Journal of Social Sciences*.
<https://doi.org/10.5901/mjss.2015.v6n6p394>
- Arwanto, A., & Anggraini, W. (2021). Dinamika Ekonomi Politik Global dan Pembagian Kerja Internasional. *Jurnal Politik Pemerintahan Dharma Praja*.
<https://doi.org/10.33701/jppdp.v14i2.1977>
- Kanazawa, R., & Kang, M. (2019). The Impact of ASEAN-Korea Free Trade Agreement on Foreign Direct Investment. *Korea and the World Economy*.

- <https://doi.org/10.46665/kwe.2019.04.20.1.43>
- Lim, E. S., & Breuer, J. B. (2019). Free trade agreements and market integration: Evidence from South Korea. *Journal of International Money and Finance*.
<https://doi.org/10.1016/j.jimonfin.2018.09.010>
- Lubis, A. D., & Nuryanti, S. (2016). Analisis Dampak ACFTA dan Kebijakan Perdagangan Kakao di Pasar Domestik dan China. *Analisis Kebijakan Pertanian*.
<https://doi.org/10.21082/akp.v9n2.2011.143-156>
- Morrow, P. M. (2010). Ricardian-Heckscher-Ohlin comparative advantage: Theory and evidence. *Journal of International Economics*.
<https://doi.org/10.1016/j.jinteco.2010.08.006>
- Nuri Aslami, N. S. A. (2022). Analisis Kebijakan Perdagangan Internasional. *Journal Economy and Currency Study (JECS)*. <https://doi.org/10.51178/jecs.v4i1.358>
- Purwana, A. S. (2019). Liberalisasi Perdagangan dan Penerimaan Kepabeanan Impor. *Jurnal Perspektif Bea dan Cukai*. <https://doi.org/10.31092/jpbc.v3i2.555>
- Eddy Mayor, P. S. & Nurhidayat, R. (2016). Mengukur Tingkat Pemanfaatan FTA Yang Telah Dilakukan Indonesia : Studi Kasus Dengan Menggunakan FTA Preference Indicator. *Kajian Ekonomi Dan Keuangan*, 19(3), 284–298.
<https://doi.org/10.31685/kek.v19i3.147>
- Rohendi, A. (2014). Prinsip Liberalisasi Perdagangan World Trade Organization (WTO) dalam Pembaharuan Hukum Investasi di Indonesia (Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007). *PADJADJARAN Jurnal Ilmu Hukum (Journal of Law)*.
<https://doi.org/10.22304/pjih.v1n2.a10>
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kombinasi (*Mix Method*). Bandung: Alfabeta.
- Sunu, A. P. (2020). Perdagangan Internasional Sebagai Aspek Kedua dan Ketiga dari Power. *Padjadjaran Journal of International Relations*.
<https://doi.org/10.24198/padjir.v2i1.25602>
- UNComtrade. (2023). Indonesian Exports Trade Value to China And South Korea in the Period of 2006-2012.
- Wong, C. K. K., Liew, V. K. Sen, & Affendy Arip, M. (2017). The impact of ASEAN free trade area on intra-ASEAN manufacturing trade. *International Journal of Business and Society*.



The Effect of Learning Behavior on the Level of Understanding of Accounting with Emotional Intelligence as a Moderating Variable

Maria Yunita Hendriyani Radu^{1*}, Dewi Kusuma Wardani²

raduhendiyani@gmail.com^{1*}, dewifeust@gmail.com²

^{1,2}Program Studi Akuntansi

^{1,2}Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa

Received: 08 09 2023. Revised: 20 10 2023. Accepted: 31 10 2023.

Abstract : This study aims to investigate whether understanding in accounting can be affected by learning behavior patterns. In addition, this study also aims to identify a possible relationship between learning behavior patterns and the level of understanding in accounting, taking into account the moderating effect of emotional intelligence. The method used in this study was convenience sampling, with a total sample of 86 respondents who were students of the Accounting study program at Sarjanawiyata Tamansiswa University. The data taken for this study is primary data obtained through a questionnaire containing the responses from the respondents. The analysis technique applied is path analysis, where learning behavior serves as the independent variable, the level of understanding of accounting as the dependent variable, and emotional intelligence as the moderator variable. The results of the analysis show that learning behavior has the potential to influence the level of understanding of accounting. In addition, emotional intelligence also has the potential to moderate the influence between learning behavior and learning interest on the level of understanding of accounting. This finding has important implications in the context of this research.

Keywords : Learning Behavior, Level of Understanding of Accounting, Emotional Intelligence

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi apakah pemahaman dalam bidang akuntansi dapat terpengaruh oleh pola perilaku belajar. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi kemungkinan hubungan antara pola perilaku belajar dengan tingkat pemahaman dalam bidang akuntansi, dengan mempertimbangkan pengaruh moderasi dari kecerdasan emosional. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah convenience sampling, dengan jumlah sampel sebanyak 86 responden yang merupakan mahasiswa program studi Akuntansi di Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa. Data yang diambil untuk penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh melalui kuesioner yang memuat respons dari para responden. Teknik analisis yang diterapkan adalah analisis jalur (path analysis), dimana perilaku belajar berfungsi sebagai variabel independen, tingkat pemahaman akuntansi sebagai variabel dependen, dan kecerdasan emosional sebagai variabel moderator. Hasil analisis menunjukkan bahwa perilaku belajar berpotensi berpengaruh terhadap tingkat pemahaman akuntansi. Tambahan lagi, kecerdasan emosional juga memiliki potensi untuk memoderasi pengaruh antara perilaku belajar dan minat belajar terhadap tingkat

pemahaman akuntansi. Temuan ini memiliki implikasi penting dalam konteks penelitian ini.

Kata Kunci : Perilaku Belajar, Tingkat Pemahaman Akuntansi, Kecerdasan Emosional

PENDAHULUAN

Pada era bisnis kontemporer, para profesional diharapkan memiliki kemampuan untuk merangkai laporan keuangan. Mampu menyusun laporan keuangan yang kualitatif dan akurat menuntut pemahaman yang kokoh terhadap prinsip-prinsip akuntansi (Indra & Rusmita, 2018). Pemahaman mendalam terhadap bidang akuntansi menjadi hal penting, dan pengetahuan mendasar mengenai konsep akuntansi menjadi hal yang dapat diperoleh melalui pendidikan, khususnya dalam lingkungan pendidikan tinggi (Rusmita, 2012). Berdasarkan pandangan Devi dan Sujana (2020), kemampuan pemahaman akuntansi, khususnya pada mahasiswa perguruan tinggi, tercermin dalam sejauh mana pemahaman seorang mahasiswa terhadap materi yang telah dipelajari, yang tercermin pula dalam Indeks Prestasi Kumulatif (IPK) yang mereka peroleh. Selain itu, kemampuan seorang mahasiswa untuk memahami akuntansi juga terlihat dari penguasaannya terhadap konsep-konsep yang terkait dengan bidang akuntansi (Budhiyono & Nugeoho, 2004).

Pada tanggal 07 Oktober 2011, diumumkan bahwa sebanyak 91% dari total 358 Pemerintah Daerah (Pemda) yang melaporkan keuangannya dan telah diaudit oleh Badan Pemeriksa Keuangan (BPK) memperoleh penilaian buruk. Seiring dengan itu, hanya terdapat 32 Pemda yang berhasil meraih opini wajar tanpa pengecualian. Hadi Poernomo, selaku Ketua BPK, menjelaskan bahwa rendahnya kualitas pengelolaan laporan keuangan di Pemda sebagian besar disebabkan oleh kelemahan dalam sistem pengendalian internal (SPI). Fenomena ini terutama disebabkan oleh temuan-temuan di mana pencatatan keuangan entah tidak dilakukan atau dijalankan dengan ketidaktepatan, disertai dengan keterbatasan dalam perencanaan dan penganggaran serta pelaksanaan aktivitas yang tidak sesuai dengan sistem Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) (<https://www.bpk.go.id/news/91-laporan-keuangan-pemda-bruruk>).

Berdasarkan situasi yang telah dijelaskan, salah satu penyebab signifikan mengenai rendahnya kualitas laporan keuangan yang dikeluarkan oleh Pemerintah Daerah (Pemda) adalah terdapatnya transaksi keuangan yang tidak tercatat atau tercatat dengan ketidakakuratan yang mencolok. Temuan ini memiliki hubungan erat dengan taraf pemahaman dalam bidang akuntansi. Dalam rangka untuk dapat bersaing dalam lingkungan kerja di sektor akuntansi, para

mahasiswa dituntut untuk memiliki pemahaman yang kokoh terkait dengan akuntansi selama masa pendidikan mereka. Menurut pandangan Menne et al. (2020), faktor-faktor yang memengaruhi tingkat pemahaman dalam bidang akuntansi melibatkan perilaku belajar dan kecerdasan emosional (Ardyansyah & Susilowati, 2021).

Menurut Rokhana & Sutrisno (2016), perilaku belajar yang diperlihatkan oleh mahasiswa selama masa studi di perguruan tinggi memiliki dampak signifikan terhadap prestasi akademik mereka. Dalam hal ini, mahasiswa diharapkan menyadari tanggung jawab yang mereka emban sebagai mahasiswa. Mereka dihadapkan pada kebutuhan untuk mengatur waktu secara efektif antara kegiatan belajar dan aktivitas di luar lingkungan akademik. Jika mampu mengatasi tantangan ini, mahasiswa akan mampu mengembangkan perilaku belajar yang produktif (Yuniarti, 2021). Oleh karena itu, perilaku belajar yang produktif dan terstruktur akan mendorong mahasiswa untuk memahami serta menguasai konsep-konsep yang berkaitan dengan akuntansi. Secara tidak langsung, hal ini akan berdampak positif pada peningkatan pemahaman akuntansi. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Utami (2014), yang menunjukkan bahwa perilaku belajar memiliki pengaruh positif terhadap tingkat pemahaman akuntansi. Namun, terdapat perbedaan dengan hasil temuan yang diungkapkan oleh Rachmi (2010) dan Riswandi (2014), yang menyatakan bahwa perilaku belajar dapat berdampak negatif pada tingkat pemahaman dalam konteks akuntansi.

Dalam rangka memahami akuntansi, selain faktor perilaku belajar, kecerdasan emosional juga memainkan peranan penting sebagai pendukung mahasiswa dalam mengatur perilaku belajar dengan cermat. Menurut Nuryanti (2020), kecerdasan emosional merujuk pada kemampuan batin manusia yang dapat diaplikasikan untuk mengatasi tantangan, memperkuat diri, atau merubah situasi yang tidak menyenangkan menjadi hal yang dapat diatasi secara konstruktif. Dalam kerangka ini, kecerdasan emosional membekali individu dengan kemampuan untuk menyusun perasaannya dengan tepat, mengevaluasi kepuasan diri, dan mengatur suasana hati dengan bijak (Fanikmah, 2016). Sehingga, kecerdasan emosional memiliki peranan yang signifikan bagi mahasiswa dalam mengelola dan mengendalikan perasaan mereka. Dalam konteks ini, hal ini memberikan dorongan semangat, pengaturan perasaan, serta memungkinkan peningkatan perilaku belajar yang produktif, karena kemampuan untuk mengatasi stres dalam proses pembelajaran (Aulia & Subowo, 2016). Dampak positif dari ini akhirnya tercermin dalam peningkatan pemahaman mahasiswa terhadap bidang akuntansi. Temuan ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Kresnandra

(2019), menyimpulkan bahwa kecerdasan emosional mampu memperkuat pengaruh positif perilaku belajar terhadap tingkat pemahaman dalam domain akuntansi

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif sebagai metode penelitiannya. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data kuantitatif, yakni data dalam bentuk angka-angka yang dapat diolah untuk mendasari penarikan kesimpulan, berasal dari respons yang diberikan oleh responden terhadap kuisioner yang disebar (Sugiyono, 2010). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisioner, yaitu suatu instrumen berisi pertanyaan atau pernyataan yang diberikan kepada responden untuk dijawab sebagai bagian dari pengumpulan informasi (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian ini, terdapat tiga variabel yang digunakan, yakni perilaku belajar sebagai variabel independen (X), tingkat pemahaman akuntansi sebagai variabel dependen (Y), dan kecerdasan emosional sebagai variabel moderator (Z).

Konsep tingkat pemahaman akuntansi, menurut Budhiyanto (2004), mencakup suatu proses di mana individu memperoleh pemahaman tentang aspek-aspek akuntansi. Pemahaman tersebut dapat diartikan sebagai pemahaman mendalam mengenai konsep akuntansi dan kemampuan dalam mengelola hal tersebut. Perilaku belajar, seperti yang dijelaskan oleh Hanifah (2001), merujuk pada pola kebiasaan belajar yang dilakukan berulang-ulang oleh individu hingga menjadi suatu tindakan yang dilakukan secara otomatis atau spontan. Mengenai kecerdasan emosional, Sugiarti (2016) menyatakan bahwa hal ini mencakup kemampuan individu dalam mengelola ekspresi emosi dengan tepat, melakukan seleksi kepuasan, serta mengatur keadaan emosional dengan bijak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data pada penelitian ini menggunakan *Statistical Program for Social* (SPSS) versi 25. Berikut ini hasil olah data dari 86 responden.

Tabel 1. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Perilaku Belajar (X1)	86	39	60	49.78	4.399
Tingkat Pemahaman Akuntansi (Y)	86	11	40	27.69	6.410
Kecerdasan Emosional (Z)	86	27	92	76.01	12.549

Berdasarkan data yang tertera pada tabel di atas, terungkap jumlah data yang terhimpun (N) adalah sejumlah 86. Terlihat bahwa variabel Perilaku Belajar (X) menunjukkan rata-rata

sebesar 49.78 dengan deviasi standar mencapai 4.399. Variabel Tingkat Pemahaman Akuntansi (Y) memperlihatkan rata-rata sekitar 27.69 dan standar deviasi sebesar 6.410, sementara variabel Kecerdasan Emosional (Z) menghasilkan rata-rata sekitar 76.01 dan standar deviasi sebesar 12.549.

Tabel 2. Hasil uji validitas

Variabel Perilaku Belajar			
Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Ket
1	0.603	0.2120	Valid
2	0.385	0.2120	Valid
3	0.410	0.2120	Valid
4	0.837	0.2120	Valid
5	0.538	0.2120	Valid
6	0.495	0.2120	Valid
7	0.527	0.2120	Valid
8	0.591	0.2120	Valid
9	0.738	0.2120	Valid
10	0.456	0.2120	Valid
11	0.570	0.2120	Valid
12	0.601	0.2120	Valid
13	0.833	0.2120	Valid
14	0.825	0.2120	Valid
15	0.605	0.2120	Valid

Variabel Tingkat Pemahaman Akuntansi			
Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Ket
1	0.618	0.2120	Valid
2	0.942	0.2120	Valid
3	0.436	0.2120	Valid
4	0.925	0.2120	Valid
5	0.580	0.2120	Valid
6	0.951	0.2120	Valid
7	0.510	0.2120	Valid
8	0.939	0.2120	Valid
9	0.466	0.2120	Valid
10	0.921	0.2120	Valid

Variabel Kecerdasan Emosional			
Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Ket
1	0.485	0.2120	Valid
2	0.268	0.2120	Valid
3	0.468	0.2120	Valid
4	0.270	0.2120	Valid
5	0.239	0.2120	Valid
6	0.797	0.2120	Valid
7	0.318	0.2120	Valid
8	0.337	0.2120	Valid

9	0.473	0.2120	Valid
10	0.257	0.2120	Valid
11	0.806	0.2120	Valid
12	0.811	0.2120	Valid
13	0.826	0.2120	Valid
14	0.346	0.2120	Valid
15	0.427	0.2120	Valid
16	0.481	0.2120	Valid
17	0.489	0.2120	Valid
18	0.830	0.2120	Valid
19	0.412	0.2120	Valid
20	0.636	0.2120	Valid
21	0.531	0.2120	Valid
22	0.519	0.2120	Valid
23	0.528	0.2120	Valid

Dari hasil analisis tabel yang telah disajikan, tampak bahwa setiap pertanyaan dalam instrumen penelitian menghasilkan koefisien korelasi r hitung yang melebihi nilai r tabel yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, disimpulkan bahwa keseluruhan item pertanyaan pada instrumen penelitian dinilai valid. Jumlah total pertanyaan yang berjumlah 48 semua dinyatakan sah.

Uji normalitas memiliki tujuan untuk mengevaluasi apakah setiap variabel memiliki distribusi yang mengikuti pola normal atau tidak. Distribusi data dikatakan normal jika nilai signifikansinya melebihi 0,05 atau 5%. Penilaian normalitas data dilakukan melalui penerapan uji Kolmogorov-Smirnov (K-S), yang dijalankan dengan bantuan perangkat lunak IBM SPSS versi 20. Dari hasil uji normalitas, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3 Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		86
	Mean	0000000
Normal Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	5.02153536
	Absolute	.138
Most Extreme Differences	Positive	.084
	Negative	-.138
Kolmogorov-Smirnov Z		.1278
Asymp. Sig. (2-tailed)		.076
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Berdasarkan hasil tabel uji yang disajikan, dapat dinyatakan bahwa data memiliki distribusi yang bersifat normal. Hal ini diperlihatkan oleh nilai Kolmogorov-Smirnov sebesar 1.278, dan signifikansi sebesar 0.07 yang melebihi nilai alpha sebesar 0.05. Fakta ini

mengindikasikan bahwa residual berdistribusi secara normal, menguatkan aspek normalitas dalam konteks model regresi yang digunakan dalam penelitian ini.

Uji multikolinearitas dilaksanakan untuk mengevaluasi apakah terdapat korelasi yang signifikan antara variabel bebas (independen) dalam model regresi. Keberadaan multikolinearitas dapat diidentifikasi melalui analisis nilai nilai toleransi dan faktor inflasi varian (VIF). Terdapat batas nilai umum yang digunakan untuk mengindikasikan keberadaan multikolinearitas, yakni nilai toleransi yang kurang dari 0.10 atau nilai VIF yang melebihi 10. Berikut ini merupakan hasil dari penelitian:

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collincarity Statistics	
	Tolerance	VIF
Constant		
Perilaku Belajar	.862	1.160
Kecerdasan Emosional	.813	1.231
Dependent variable: Tingkat Pemahaman Akuntansi		

Dari data yang tertera dalam tabel di atas, dapat diamati bahwa nilai VIF untuk variabel perilaku belajar dan kecerdasan emosional berada di bawah batas 10. Hal ini menandakan bahwa dalam model regresi tidak terdapat indikasi korelasi yang signifikan antara variabel-variabel tersebut. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat keberadaan multikolinearitas dalam model ini.

Salah satu metode untuk mengidentifikasi adanya heteroskedastisitas adalah melalui uji Glejser. Hasil uji tersebut dapat ditemukan dalam tabel berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients B	Standardized Coefficients Std. Beta Error	T	Sig.
(Constant)	-4.479	4.656	-.962	.339
PB	.169	.085	.224	.052
KE	.032	.031	.120	.305

Berdasarkan analisis data yang dilakukan menggunakan perangkat lunak IBM SPSS versi 20, ditemukan bahwa nilai signifikansi melebihi 0.05. Oleh karena itu, dapat disarikan bahwa hasil uji Glejser menunjukkan bahwa tidak terdapat bukti adanya heteroskedastisitas dalam model regresi ini.

Uji F dijalankan untuk memeriksa dampak yang dihasilkan oleh gabungan variabel bebas terhadap variabel terikat. Suatu nilai dianggap signifikan jika nilai probabilitasnya kurang dari 0.05. Berikut ini merupakan hasil yang diperoleh dari penelitian:

Tabel 6. Hasil Uji F

Model	Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1349.179	3	449.726	17.206	.000 ^b
Residual	2143.344	82	26.138		
Total	3492.523	85			

a. Dependen Variable: Total Y

b. Predictors: (Contasnt), total X1

Dari data yang tertera dalam tabel uji F di atas, terlihat bahwa nilai F memiliki nilai 17.206, dan nilai signifikansi adalah 0.000. Karena nilai signifikansi 0.000 lebih rendah dari ambang batas 0.05, dapat disarikan bahwa variabel independen memiliki dampak yang signifikan terhadap variabel dependen.

Uji determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana model memiliki kemampuan dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen. Persentase yang dievaluasi biasanya berada dalam rentang $0 < R^2 < 1$. Berikut ini merupakan hasil yang diperoleh dari penelitian:

Tabel 7. Hasil Uji Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.622 ^a	.386	.364	5.113

a. *Predictor: (Constant), Total X1.*

Dari data yang terlampir dalam tabel di atas, dapat diidentifikasi bahwa koefisien determinasi memiliki nilai 0.364, setara dengan 36.4%. Angka ini mengindikasikan bahwa variabel perilaku belajar mampu menjelaskan 36.4% variasi dalam tingkat pemahaman akuntansi, sementara 63.6% sisa variasi tersebut dipengaruhi oleh faktor-faktor di luar cakupan penelitian ini.

Uji statistik T digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana pengaruh variabel independen secara perorangan dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen. Jika nilai statistik t melebihi nilai yang terdapat dalam tabel, maka hipotesis yang menyatakan bahwa variabel independen secara sendirian memiliki dampak terhadap variabel dependen dinyatakan diterima.. Berikut hasil uji T dalam penelitian ini:

Tabel 8. Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients B	Standardized Coefficients Std. Beta Error	T	Sig.	
(Constant)	-18.387	7.405	-2.483	.015	
X1	.439	.136	.301	3.235	.002
Z	.172	.049	.336	3.500	.001

a. Dependent Variable: Kecerdasan Emosional

Dari data yang tercantum dalam tabel di atas, terlihat bahwa nilai signifikansi adalah 0.002, angka yang lebih rendah dari ambang batas 0.05. Nilai t hitung mencapai 3.235, dan koefisien standar B memiliki nilai 0.301. Hasil ini mengindikasikan bahwa variabel perilaku belajar memiliki dampak yang signifikan terhadap tingkat pemahaman akuntansi. Dengan demikian, hipotesis pertama dalam penelitian ini dapat diterima atau mendapatkan dukungan. Penelitian ini menggunakan model regresi dengan uji *Moderated Regression Analysis* (MRA).

Tabel 9. Hasil Uji F

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1452.788	2	726.394	29.558	.000 ^b
Residual	2039.735	83	24.55		
Total	3492.523	85			

a. Dependent Variable: Tingkat Pemahaman Akuntansi

b. Predictors: Perilaku belajar, kecerdasan emosional, perilaku belajar

Tabel yang diperlihatkan di atas menggambarkan hasil dari uji kecocokan model, yang menghasilkan nilai F hitung sebesar 24.558, dengan nilai signifikansi kurang dari 0.05. Hasil ini menandakan bahwa variabel perilaku belajar dan kecerdasan emosional memiliki dampak yang signifikan terhadap tingkat pemahaman akuntansi.

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std.Error of the Estimate
1	.645 ^a	.416	.402	5.585

a. Predictors: (Constant), Perilaku belajar, belajar kecerdasan emosional, perilaku belajar

Tabel yang tertera di atas mewujudkan hasil dari pengujian koefisien determinasi (R²), yang menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square adalah sebesar 0.402. Hal ini menandakan bahwa variabel gabungan perilaku belajar dan kecerdasan emosional dapat memiliki dampak

sekitar 40.2% terhadap tingkat pemahaman akuntansi, sementara 59.8% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam lingkup penelitian.

Tabel 11. Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficient Beta	T	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	1.239	6.117		.203	.840
Perilaku Belajar	.198	.137	.136	1.449	.151
Perilaku Belajar, kecerdasan emosional	.004	.001	.572	6.096	.000

a. Dependent Variabel: Tingkat pemahaman Akuntansi

Tabel yang diberikan di atas mengindikasikan bahwa kecerdasan emosional berfungsi sebagai faktor pemoderasi yang memengaruhi dampak perilaku belajar terhadap tingkat pemahaman akuntansi. Hal ini diperkuat oleh nilai signifikansi variabel moderasi, yakni 0.000 yang lebih rendah dari ambang batas 0.05, dan koefisien standar B sebesar 0.572. Dengan melihat nilai-nilai tersebut, dapat disimpulkan bahwa kecerdasan emosional memiliki peranan dalam memoderasi pengaruh positif perilaku belajar pada tingkat pemahaman akuntansi. Selain itu, nilai t hitung perilaku belajar, kecerdasan emosional menunjukkan arah positif, yaitu 6.096. Sebagai akibatnya, hipotesis kedua yang menyatakan bahwa kecerdasan emosional mampu memoderasi dampak perilaku belajar terhadap tingkat pemahaman akuntansi dapat diterima.

SIMPULAN

Penelitian ini diterapkan pada kelompok sampel yang terdiri dari 86 mahasiswa yang mengambil jurusan akuntansi di Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa terdapat hubungan positif antara perilaku belajar dan tingkat pemahaman dalam bidang akuntansi. Kecerdasan emosional juga memainkan peran penting sebagai faktor pemoderasi yang menguatkan dampak positif perilaku belajar terhadap pemahaman akuntansi.

DAFTAR RUJUKAN

Ardiansyah, M. F., & Susilowati, E. (2018). Analisis Perilaku Belajar Dan Minat Belajar Terhadap Pemahaman Akuntansi Dengan Kecerdasan Intelektual Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Mahasiswa S1 Akuntansi Periode 2017–2018 UPN “Veteran” Jawa Timur). <https://doi.org/10.30596/jakk.v4i1.6908>

- Rokhana, L. A., & Sutrisno, S. (2016). Pengaruh Kecerdasan Emosional, Perilaku Belajar, Dan Minat Belajar Terhadap Tingkat Pemahaman Akuntansi. (Studi Empiris Pada Mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomika Dan Bisnis UNTAG Semarang). *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 31(1). <http://dx.doi.org/10.24856/mem.v31i1.282>
- Guntoro, D., Amin, M., & Sari, A. F. K. (2022). Pengaruh Perilaku Belajar Terhadap Tingkat Pemahaman Akuntansi dengan Minat Belajar dan Kepercayaan Diri Sebagai Pemediasi (Studi pada Mahasiswa Akuntansi FEB Universitas Islam Malang). *e_Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 11(12). <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jra/article/view/18071>
- Suprianto, E., & Harryoga, S. (2015). Faktor-faktor penentu tingkat pemahaman akuntansi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 18(3), 75-90. <https://ejournal.uksw.edu/jeb/article/download/281/247/538>
- Aulia, A., & Subowo, S. (2016). Pengaruh Pengendalian Diri, Motivasi, dan perilaku Belajar Terhadap Tingkat Pemahaman Akuntansi Mahasiswa. *Economic Education Analysis Journal*, 5(1). <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eeaj/article/view/10009>
- Narindra, A. A., Mayun, N., & Budiasih, I. G. A. N. (2018). Pengaruh Perilaku Belajar Pada Tingkat Pemahaman Akuntansi Dengan Minat Belajar Dan Kepercayaan Diri Sebagai Pemediasi. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 7(3), 903-930. <https://doi.org/10.24843/EEB.2018.v07.i03.p10>
- Fanikmah, D. A., & Kurnia, K. (2016). Pengaruh kecerdasan emosional dan minat belajar terhadap tingkat pemahaman akuntansi. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 5(7). <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/1847>
- Pratiwi, N. M. S., Novitasari, N. L. G., & Widhiastuti, N. L. P. (2021). Pengaruh tingkat pemahaman akuntansi, fungsi badan pengawas, profesionalisme, dan etika kepemimpinan terhadap kualitas laporan keuangan lpd. *KARMA (Karya Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(1). <https://ejournal.unmas.ac.id/index.php/karma/article/view/1633>



Analisis Daya Tarik Atmosfer *Instagramable* untuk Menarik Minat Kunjung Kembali Wisatawan di Blitar Park

Denok Wahyudi Setyo Rahayu^{1*}, Aqnes Dwi Sakti Hamidah²

denok.wahyudisr@gmail.com^{1*}, aqnesdsakti02@gmail.com²

^{1,2}Program Studi Manajemen

^{1,2}Universitas Islam Balitar

Received: 06 09 2023. Revised: 26 10 2023. Accepted: 01 11 2023.

Abstract : The use of social media such as Instagram is very popular. Instagram is a forum for users to display their user activities in the form of photos or videos. Uploading photos and videos is a common thing for Instagram account owners. The aim of the research is to determine the attractiveness of an instagrammable atmosphere to attract tourists to come back to Blitar Park. The variables used in the research are the interior and exterior of Blitar Park as independent variables, while tourist return interest is the dependent variable. The population is visitors to Blitar Park. The sampling technique used Accidental Sampling provided that the respondent had visited Taman Blitar and was aged 17 years or over with a total sample of 116 respondents. The data analysis method applied involves applying validity and reliability tests, classical assumption tests, including normality tests, multicollinearity tests, and heteroscedasticity tests. Apart from that, it also involves multiple linear regression analysis and analysis of the coefficient of determination. The research results show that Blitar Park's internal and external variables influence tourists' interest in visiting again, both partially and simultaneously.

Keywords : Instagram, Atmospheric instagramable, Interest visit return, Traveler

Abstrak : Penggunaan media sosial seperti Instagram sangat populer. Instagram merupakan wadah bagi pengguna untuk menampilkan aktivitas penggunanya dalam bentuk foto atau video. Mengunggah foto dan video merupakan hal yang lumrah dilakukan para pemilik akun Instagram. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui daya tarik suasana instagrammable untuk menarik wisatawan datang kembali ke Blitar Park. Variabel yang digunakan dalam penelitian adalah interior dan eksterior Blitar Park sebagai variabel independen, sedangkan minat kembali wisatawan sebagai variabel dependen. Populasinya adalah pengunjung Blitar Park. Teknik pengambilan sampel menggunakan Accidental Sampling dengan ketentuan responden pernah berkunjung ke Taman Blitar dan berusia 17 tahun ke atas dengan jumlah sampel sebanyak 116 responden. Metode analisis data yang diterapkan melibatkan penerapan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, termasuk uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Selain itu, juga melibatkan analisis regresi linier berganda dan analisis koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel internal

dan eksternal Blitar Park berpengaruh terhadap minat wisatawan berkunjung kembali baik secara parsial maupun simultan.

Kata Kunci: Media sosial, *Instagram*, Atmosfer *instagramable*, Minat kunjung kembali, Wisatawan.

PENDAHULUAN

Media sosial menjadi wadah para pengguna untuk menunjukkan kegiatan sehari-hari. Salah satu media sosial tersebut adalah *instagram*. Para pengguna dapat mengunggah berbagai hal dalam bentuk foto maupun video. Aktivitas sehari-hari, sesuatu yang sedang diminati, dan berbagai hal dapat diunggah di *instagram*. Semakin hari *instagram* semakin digemari. Semakin banyak pengikut akan membuat pemilik akun tersebut semakin terkenal. Keunikan konten *instagram* menjadi acuan utama supaya konten banyak dilihat, diberi komentar, maupun disukai oleh para pengguna *instagram* lainnya. *Instagram* banyak dilirik oleh para pelaku usaha yaitu untuk menarik dan minat dari para konsumen untuk melakukan pembelian produknya. Hal tersebut dapat dilakukan yaitu salah satunya dengan yaitu memberikan atmosfer *instagramable* pada usaha yang sedang digeluti. Atmosfer merupakan karakteristik ruang yang menarik pengunjung untuk memasuki tempat yang ditawarkan (Dollarhide, 2023). *Instagramable* merupakan suatu hal yang layak untuk diunggah ke platform *instagram* (Natalia, 2022). Salah satunya adalah tempat wisata Blitar Park. Di tempat wisata tersebut menyajikan berbagai macam wahana permainan, spot foto yang menarik, serta wisata kuliner.

Blitar Park dengan berbagai fasilitas wisata berupaya untuk memberikan yang terbaik bagi pengunjungnya. Menyajikan daya tarik berupa atmosfer *instagramable* dapat menjadi motivasi pengunjung untuk berkunjung (Normalasari N. d., 2023). Pada unsur fasilitas wisata biasanya yang terdiri dari unsur fasilitas makanan dan minuman, fasilitas transportasinya, fasilitas akomodasi, dan fasilitas lainnya yang dapat menyesuaikan dengan daerah tempat wisata daerah tersebut (Lestari, 2022). Fasilitas yang merupakan suatu bentuk fisik ataupun atmosfer yang terbentuk oleh eksterior dan interior yang selalu disediakan perusahaan untuk membangun rasa nyaman dan aman bagi pelanggan (Tjiptono, 2016). Bersamaan dengan fasilitas yang tersedia dapat diharapkan terbentuk kepuasan bagi para pengunjung. Pengunjung yang merasa puas pasti akan melakukan kunjungan kembali pada waktu mendatang dan akan memberitahukan pada orang lain atas jasa dan pelayanan yang dirasakan (Nuraeni, 2014), sehingga pengelolaan tempat wisata harus memahami kebutuhan dan keinginan dari para pengunjung yang selalu bergeser (Fajrin, 2021).

Pemahaman pada perilaku wisatawan selaku konsumen diharapkan dapat memberi kepuasan bagi para wisatawan (Rahayu, 2021). Berbagai fasilitas yang diberikan diharapkan dapat memenuhi harapan wisatawan. Keberadaan Blitar Park dengan atmosfer instagramablenya diharapkan dapat menumbuhkan minat kunjung kembali bagi para wisatawannya. Selain itu, harapan pelaku usaha dengan terpenuhinya harapan wisatawan akan membuat wisatawan selaku konsumen melakukan pembelian ulang dan juga rekomendasi positif kepada pihak lain. Oleh karena itu, rumusan masalah penelitian yaitu bagaimana atmosfer instagramable yang terdapat di Blitar Park dapat menarik minat kunjung kembali wisatawannya.

Pendekatan pemecahan masalah dengan cara melakukan survei kepada pengunjung Blitar Park dengan meminta mengisi kuisisioner yang telah dibuat oleh peneliti yang kemudian dianalisis sehingga akan diketahui apakah atmosfer instagramable Blitar Park dapat menjadi acuan bagi para pengunjung tersebut untuk berkunjung kembali ke Blitar Park. Selain itu juga dilakukan pengamatan mengenai aktivitas yang dilakukan oleh para pengunjung selaku wisatawan tersebut. *State of the art* dalam penelitian dapat ditunjukkan dari hasil penelitian terdahulu yaitu daya tarik, fasilitas, promosi dapat mengarah ke kepuasan pengunjung dan akan menimbulkan minat kunjung kembali di waktu yang mendatang (Normalasari dkk, 2023; Lestari dkk, 2022; Nuraeni, 2014; Fajrin dkk, 2021).

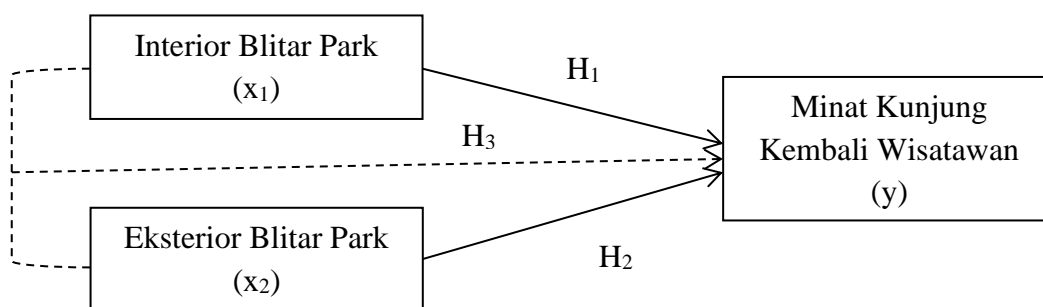
Sedangkan kebaruan dalam penelitian terletak pada variable penelitian atmosfer *instagramable* Blitar Park yaitu jika hal tersebut dapat sebagai daya tarik minat kunjung kembali wisatawan, dan jika para pengunjung mengunggah foto dan video ke akun *instagram* pribadi, dengan demikian dapat menjadi promosi secara tidak langsung bagi Blitar Park. Semakin banyak unggahan di *instagram* akan semakin membuat Blitar Park menjadi dikenal oleh masyarakat luas. Adanya penggunaan variable atmosfer *instagramable* akan memberikan nilai yang berbeda dari hasil penelitian terdahulu. Atmosfer *instagramable* digunakan karena pada era saat ini kegiatan upload foto dan video sangat marak digunakan, sehingga hal tersebut membuat Blitar Park mendesain suasana yang layak untuk kegiatan tersebut. Atmosfer *instagramable* belum digunakan pada penelitian terdahulu, sehingga membuat peneliti tertarik untuk mengetahui apakah atmosfer *instagramable* dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk berkunjung kembali ke Blitar Park.

METODE PENELITIAN

Penelitian diawali dengan studi literatur dan mencari permasalahan yang selanjutnya akan dianalisis. Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif. Selanjutnya melakukan suatu pengumpulan data. Sumber data yang dipakai adalah sumber data primer yaitu pengunjung

Blitar Park, sehingga populasi penelitian adalah pengunjung Blitar Park. Pengambilan data penelitian akan dilaksanakan pada bulan kedua setelah studi literatur dan permasalahan. Teknik sampling menggunakan *accidental sampling* yaitu dengan penentuan sampel yang berdasarkan sesuatu yang kebetulan, saat penelitian dilakukan oleh siapa saja dapat digunakan sebagai sampel penelitian yang dipandang sesuai sebagai sumber data yang dibutuhkan (Abdhul, 2022). Sampel penelitian adalah pengunjung yang pernah berkunjung ke Blitar Park dengan usia 17 tahun ke atas. Waktu penelitian pada bulan Juli 2023.

Variabel penelitian terdiri dari variable bebas yaitu atmosfer *instagramable* berupa interior dan eksterior Blitar Park (Tjiptono, 2016), sedang variable terikat adalah minat kunjung kembali wisatawan (Nuraeni, 2014). Berdasarkan variable tersebut, maka dibentuklah hipotesis (gambar 1) yaitu : (1) interior Blitar Park berpengaruh terhadap minat kunjung kembali wisatawan; (2) eksterior Blitar Park berpengaruh terhadap minat kunjung kembali wisatawan; dan (3) interior dan eksterior Blitar Park berpengaruh terhadap minat kunjung kembali wisatawan.



Keterangan : ————— : parsial
- - - - - : simultan

Gambar 1. Kerangka Penelitian

Hasil data lapangan akan diolah dengan SPSS yaitu melalui uji validitas dan uji reliabilitas. Sehingga jika hasil dari penelitian tersebut valid dan reliabel maka penelitian tersebut akan dilanjutkan untuk mencari nilai antar variabel dengan regresi, namun jika tidak maka akan dilakukan pengumpulan data ulang. Selanjutnya, berdasarkan hasil uji tersebut akan diketahui apakah daya tarik atmosfer *instagramable* di Blitar Park dapat menarik dan membuat minat kunjung kembali wisatawan di Blitar Park.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Destinasi wisata banyak diminati oleh para wisatawan. Banyak penelitian-penelitian yang mengkaji mengenai hal tersebut, salah satunya minat kunjung kembali ke destinasi wisata yang pernah dikunjungi. Daya tarik, fasilitas, promosi dapat mengarah ke kepuasan pengunjung

dan akan menimbulkan minat kunjung kembali di waktu yang mendatang (Normalasari dkk, 2023; Lestari dkk, 2022; Nuraeni, 2014; Fajrin dkk, 2021). Pemahaman pada perilaku wisatawan selaku konsumen oleh para pengelola tempat wisata diharapkan dapat memberi kepuasan bagi para wisatawan (Rahayu, 2021). Minat kunjung kembali akan terbentuk jika wisatawan merasa puas akan tempat wisata yang telah dikunjungi. Berdasarkan dari hasil olah data di lapangan, maka uji validitas diperlihatkan dalam tabel 1 sebagai berikut :

Tabel 1. Uji Validitas

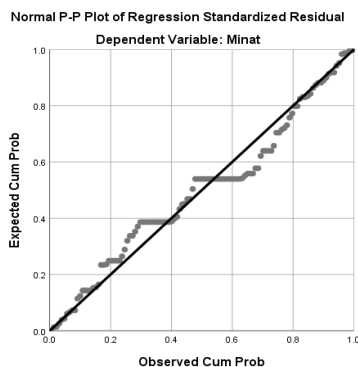
Item	R _{hitung}	R _{tabel (n=116)}	Sig.	Kesimpulan
X1				
1	1	0,1809	0,000	Valid
2	0,634	0,1809	0,000	
3	0,368	0,1809	0,000	
4	0,617	0,1809	0,000	
X2				
1	0,463	0,1809	0,000	Valid
2	0,385	0,1809	0,000	
Y				
1	0,570	0,1809	0,000	Valid
2	0,430	0,1809	0,000	

Dari tabel 1 Uji Validitas dapat diketahui dan disimpulkan bahwa dari setiap masing-masing item pernyataan tersebut memiliki nilai rhitung > rtabel (0,1809), artinya setiap masing-masing pernyataan tersebut adalah valid dan sudah layak digunakan untuk instrument pengambilan data penelitian.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Item Pernyataan	Cronbach's Alpha	Batas Reabilitas	Kesimpulan
X1	4	0,792	0,60	Realiabel
X2	2	0,744	0,60	Realiabel
Y	2	0,808	0,60	Realiabel

Berdasarkan tabel 2 Uji Reliabilitas tersebut dapat diketahui dan disimpulkan bahwa dengan nilai *Cronbach's Alpha* dari ketiga variable > batas reabilitas (0,60) artinya ketiga variabel tersebut sudah reliabel.



Gambar 2. Uji Normalitas

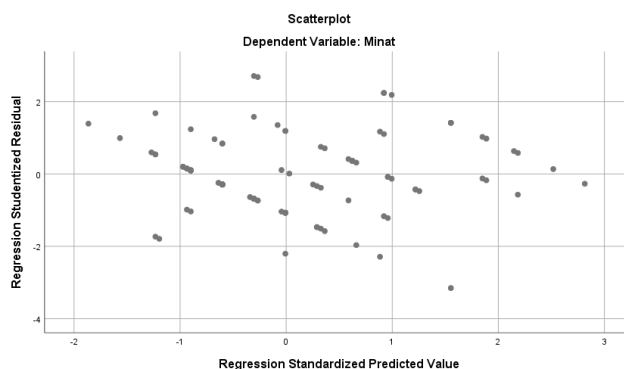
Pada gambar 2 Uji Normalitas diatas dapat dilihat data pada gambar tersebar pada sekitar garis diagonal. Jadi dapat disimpulkan dan dinyatakan yaitu model regresi dapat terpenuhi dari uji asumsi normalitas.

Tabel 3. Uji Multikolinearitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-,283	,274		-1,035	,303		
	X1	,691	,090	,543	7,645	,000	,640	1,562
	X2	,388	,081	,342	4,816	,000	,640	1,562

Dependent Variable: Y

Dari hasil tabel 3 Uji Multikolinearitas tersebut dapat dilihat besarnya nilai Tolerance Interior dengan nilai 0,640 dan Eksterior dengan nilai 0,640 sehingga diketahui bahwa Tolerance > 0,01. Untuk nilai VIF Interior sebesar 1,562 dan Eksterior sebesar 1,562 sehingga nilai VIF < 10. Jadi dari hasil data tabel dapat disimpulkan dan dinyatakan bahwa tidak terjadinya multikolinearitas.



Gambar 3. Uji Heteroskedastisitas

Pada hasil gambar 3 Uji Heterokedastisitas tersebut dapat diketahui dan disimpulkan bahwa titik-titik pada gambar data penyebar keatas ataupun kebawah atau disekitar dari angka

0. Titik-titik pada gambar tersebut tidak hanya terhimpun keatas ataupun kebawah saja serta pada titik-titik data juga tidak berbentuk menjadi sebuah pola yang terlihat menonjol melebar setelah itu menyempit lalu melebar kembali. Sehingga dapat disimpulkan serta dikatakan penelitian ini tidak terjadi adanya suatu masalah heteroskedastisitas, sehingga mendapatkan suatu model regresi yang sudah baik serta ideal yang terpenuhi.

Tabel 4. Hasil Uji t

Variabel	t_{hitung}	t_{tabel}	Sig.
X1	7,645	1,980626	0,000
X2	4,816	1,980626	0,000

Dari tabel 4 Hasil Uji t tersebut dapat diketahui hasilnya yaitu: 1) Nilai dari signifikansi atmosfer instagramable berupa interior yaitu dengan nilai $0,000 < 0,05$, jadi diketahui dan disimpulkan bahwa secara parsial atau satu persatu variabel atmosfer instagramable berupa interior berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat kunjung kembali wisatawan. 2) Nilai dari signifikansi atmosfer instagramable berupa eksterior yaitu dengan nilai $0,000 < 0,05$, jadi diketahui dan disimpulkan bahwa secara parsial atau satu persatu variabel atmosfer instagramable berupa eksterior berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat kunjung kembali wisatawan.

Tabel 5. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	38,855	2	19,427	98,262	,000 ^a
Residual	22,341	113	,198		
Total	61,196	115			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Dari tabel 5 hasil uji F tersebut dapat diketahui dan disimpulkan yaitu nilai signifikan $0,000 < 0,05$, jadi diperoleh dari hasil perhitungannya tersebut bahwa terbukti variabel interior dan eksterior (X1 dan X2) berpengaruh positif secara simultan atau Bersama-sama terhadap variabel minat kunjung kembali wisatawan (Y).

Tabel 6. Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.797 ^a	.635	.628	.889	1.645

Berdasarkan tabel 6 Koefisien Determinasi (R^2) tersebut diperoleh hasil secara bersama-sama atau simultan besarnya pengaruh variabel interior dan eksterior terhadap minat kunjung

kembali yaitu dengan nilai sebanyak 0,635 atau 63,5%. Besarnya pengaruh atmosfer instagramable berupa interior dan eksterior Blitar Park terhadap minat kunjung Kembali wisatawan adalah sebanyak 63,5%, sedangkan untuk sisa sebanyak 36,5% dapat dipengaruhi dengan variabel lainnya. Pada pengaruh simultan atau bersama-sama variabel interior dan eksterior berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel minat kunjung kembali. Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$.

Pada pengaruh secara parsial atau sendiri-sendiri atmosfer instagramable berupa interior dengan signifikan $0,000 < 0,05$ berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat kunjung kembali wisatawan. Sedangkan untuk atmosfer instagramable berupa eksterior diperoleh signifikan $0,000 < 0,05$ jadi berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat kunjung kembali wisatawan. Atmosfer instagramable berupa interior merupakan sebuah variabel independent atau bebas yang memiliki pengaruh lebih dominan terhadap minat kunjung kembali. Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai yang pengaruhnya yaitu sebesar 69,1 %. Blitar Park merupakan wahana wisata keluarga yang layak dikunjungi. Tampilan eksterior dan interior menjadi hal menarik bagi para wisatawan untuk berfoto maupun mengambil video sebagai dokumen pribadi maupun untuk diunggah ke media sosial, salah satunya instagram. Penyebutan saat ini sebagai instagramable yaitu suatu hal yang layak untuk diunggah ke platform instagram (Natalia, 2022).

Berdasarkan hasil penelitian tersebut diperoleh bahwa tampilan interior dan eksterior dari Blitar Park dapat diketahui dan disimpulkan bahwa secara parsial atau sendiri-sendiri maupun secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat kunjung kembali para wisatawan. Tampilan yang disuguhkan oleh Blitar Park ternyata dapat dan bisa serta mampu menjadikan Blitar Park menjadi daya tarik sendiri bagi para wisatawan untuk berkunjung kembali kesana. Kecenderungan para wisatawan menggunakan tampilan tersebut untuk melakukan foto maupun mengambil video untuk dokumen pribadi maupun untuk diunggah ke media sosial. Editing yang beranekaragam pada media sosial dapat membuat para wisatawan lebih kreatif dalam mendesain hasil foto maupun video sebelum diunggah ke media sosial tersebut. Sehingga dengan demikian dapat dikatakan bahwa latar belakang yang menarik dapat menunjang pula hasil foto maupun video tersebut.

Interior Blitar Park yang bervariasi dan inovatif membuat para wisatawan merasa betah, seperti wahana kolam renang, *play ground*, octopus, sepeda air, lorong pelangi, aquatech dapat digunakan untuk pengambilan foto dan video yang bagus. Interior dan eksterior Blitar Park yang dikelola dan dipelihara dengan sangat baik akan menjadikan objek wisata Blitar Park memiliki

daya tarik tersendiri bagi para wisatawan sehingga menimbulkan keinginan untuk berkunjung pada objek wisata tersebut. Selain rekreasi, wisatawan juga dapat melakukan pengambilan foto maupun mengambil video. Pemahaman pada perilaku wisatawan oleh pengelola diharapkan dapat memberi kepuasan bagi para wisatawan (Rahayu, 2021). Kepuasan yang dirasakan oleh wisatawan akan memberi dampak positif baik dalam bentuk promosi kepada pihak lain yang dilakukan oleh wisatawan tersebut maupun berkunjung kembali ke Blitar Park.

SIMPULAN

Atmosfer instagramable berupa interior dan eksterior dari Blitar Park berpengaruh terhadap minat kunjung kembali wisatawan baik secara parsial maupun simultan. Tampilan yang menarik baik dari sisi interior dan eksterior menjadikan sebuah daya tarik untuk para wisatawan yang melakukan foto maupun mengambil video. Wahana permainan dan spot foto maupun video di dalam Blitar Park menjadi sesuatu yang dapat meningkatkan daya tarik bagi wisatawan, sedangkan sisi luar Blitar Park juga terdapat beberapa tempat yang dapat dijadikan sebagai spot foto maupun video. Kepuasan wisatawan yang diterima dapat memberikan nilai positif berupa *word of mouth* kepada pihak lain dan juga berkunjung kembali ke Blitar Park. Keterbatasan pada penelitian ini adalah penggunaan media sosial yang tertuju pada instagram saja, sedangkan media sosial yang digunakan untuk berbagi foto dan video masih banyak ragamnya. Keanakeragaman media sosial tersebut dapat pula dijadikan parameter untuk penelitian selanjutnya mengenai pengaruhnya pada minat kunjung kembali wisatawan ke tempat wisata yang pernah dikunjungi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Selanjutnya kami ucapkan terima kasih kepada Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian Kepada Masyarakat Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi yang mana telah memberikan dana kepada kami sebagai pendanaan penelitian dosen pemula (PDP) tahun 2023 sehingga artikel ini dapat kami publikasikan. Sehingga dengan hasil penelitian ini semoga dapat berguna dan bermanfaat untuk para pembaca serta peneliti selanjutnya dengan variabel penelitian yang belum ada pada penelitian ini.

DAFTAR RUJUKAN

Abdhul, Y. (2022). Metode accidental sampling : cara dan contoh. (dikutip 4 April 2023)
<http://deepublishstore.com/blog/metode-accidental-sampling/>.

- Natalia. (2022). Apa itu instagramable? Ini keuntungan bisnis instagramable!. (dikutip 23 Maret 2023). <https://accurate.id/bisnis-ukm/apa-itu-instagramable/>
- Dollarhide, M. (2023). Atmosfer mengubah perilaku pembelian di toko ritel. (dikutip 23 Maret 2023). [https:// www.investopedia.com](https://www.investopedia.com)
- Fajrin AR, Wijayanto G, Kornita SE. (2021). Pengaruh fasilitas dan lokasi terhadap kepuasan dan minat berkunjung kembali wisatawan candi muara takus kecamatan XIII Kota Kampar Kabupaten Kampar. *Jurnal Ekonomi Kiat* [internet]. 2021 Juni;32(1): 40-47. [https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32\(1\).7406](https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32(1).7406)
- Lestari ,S, Yulita, IK, dan Prabowo, HE. (2022). .Pengaruh citra destinasi, fasilitas wisata terhadap minat berkunjung ulang (studi kasus wisatawan pantai klayar Pacitan). *EXERO: Journal of Research in Business and Economics*, 05(01):1-28. <http://e-journal.usd.ac.id/index.php/exero>
- Normalasari, N, Johannes J, dan Yacob, S. (2023). Minat kunjungan kembali wisatawan daya tarik wisata yang dimediasi oleh electronic word of mouth. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan (Mankeu)*, 12(01):156-169. <https://doi.org/10.22437/jmk.v12i01.17918>
- Nuraeni, BS. (2014). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat kunjung ulang wisatawan Semarang. *Jurnal Bisnis Strategi*, 23(1):1-20. <https://doi.org/10.14710/jbs.23.1.1-20>
- Rahayu, DWS. (2021) Strategi mempengaruhi perilaku konsumen. Di dalam : Irwansyah R, Listya K, editor. *Perilaku Konsumen*. Cetakan pertama. Bandung: Widina Bhakti Persada; Hal. 137-148.
- Tjiptono, F dan Chandra, G. (2016). *Service, quality, and satisfaction*. Edisi 4. Yogyakarta: Andi Offset.



Pengungkapan *Sustainability Reporting* terhadap Kinerja Perusahaan

Aning Fitriana

aningfv@gmail.com

Program Studi Akuntansi

Universitas Perwira Purbalingga

Received: 10 08 2023. Revised: 15 09 2023. Accepted: 01 11 2023.

Abstract : This research aims to obtain empirically prove the effect of sustainability reporting based on three aspects, namely economic performance (EC), environmental performance (EN), social performance (SO) on financial performance. Descriptive quantitative was chosen as the method in this research. The population of this study manufacturing companies are listed on the Indonesia Stock Exchange. The research sample used purposive sampling for 3 years in the period 2020-2022 so there were 45 companies. The data of analysis technique was multiple regression analysis. The results of this reseach simultaneously for economic performance variables, environmental performance, social performance have no effect toward financial performance. The same result for the partial test for economic performance variables, environmental performance has no effect toward financial performance.

Keywords : Economic performance, Environmental performance, Social performance, Financial performance.

Abstrak : Tujuan riset untuk dapat membuktikan secara empiris adanya pengaruh *sustainability reporting* berdasar pada tiga aspek yaitu kinerja ekonomi (EC), kinerja lingkungan (EN), kinerja sosial (SO) pada kinerja keuangan. Deskriptif kuantitatif dipilih mejadi metode pada riset ini. Populasi penelitian ini perusahaan manufaktur terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sampel penelitian menggunakan *purposive sampling* selama 3 tahun periode 2020-2022 menjadi 45 perusahaan. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini secara simultan untuk variabel kinerja ekonomi, kinerja lingkungan, kinerja sosial tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan Selaras juga dengan hasil uji parsial variabel kinerja ekonomi, kinerja lingkungan tidak memiliki pengaruh pada kinerja keuangan.

Kata Kunci : Kinerja Ekonomi, Kinerja lingkungan, Kinerja sosial, Kinerja Keuangan

PENDAHULUAN

Kinerja keuangan emiten yaitu sebuah prestasi pencapaian emiten pada masa periode tertentu serta dapat mencerminkan tingkat kemakmuran suatu emiten. Hal ini dapat dijadikan sebagai prospek di masa yang akan datang, progres keuangan serta perkembangan arah positif bagi emiten. Informasi kinerja keuangan dibutuhkan demi penilaian perusahaan yang dapat di

lihat dan informasikan melalui daya ekonomi yang mampu dikendalikan dari sumber daya internal Rizki & Fidiana (2023). Emiten harus melaporkan kegiatannya dalam bentuk laporan kinerja keuangan yang menggambarkan keadaan keuangan perusahaan di masa yang lalu agar dapat memprediksi keuangan di masa depan (Permata Sari & Andreas, 2019). Pada Riset Pradipta *et al.* (2022) kinerja keuangan terlihat memberikan dampak dari uji variabel independennya yaitu pengukuran rasio keuangan di emiten. Penggunaan rasio keuangan dan analisis laporan keuangan dapat mengevaluasi kinerja keuangan seperti rasio profitabilitas, likuiditas, serta solvabilitas,

Pada praktiknya perusahaan sering kali hanya berfokus pada informasi keuangannya, namun kurang menyadari manfaat dari informasi non keuangan seperti laporan keberlanjutan yang dapat digunakan sebagai penilaian kinerja perusahaan. Laporan keberlanjutan bagi perusahaan merupakan cerminan kinerja organisasi di bidang ekonomi, sosial, dan lingkungan, hal ini berfungsi untuk perusahaan mengkomunikasikan kepada pihak pemangku kepentingan. Laporan keberlanjutan menjadi semakin penting bagi perusahaan karena *sustainability reporting* memuat informasi non keuangan perusahaan (Putri *et al.*, 2023). Menurut Elkington (1994) Definisi *sustainability report* memantapkan laporan dengan berisi mengenai informasi kinerja keuangan serta informasi kinerja non keuangan berisi menginformasikan mengenai aktivitas sosial dan lingkungan serta harapan emiten dapat beroperasi secara terus-menerus (*sustainable performance*). Negara Indonesia Implementasi *sustainability report* tertuang pada regulasi pemerintah yaitu Undang- Undang Perseroan Terbatas (PT) nomor 40 tahun 2007. Pedoman dibutuhkan untuk melaporkan mengenai kegiatan tanggung jawab sosial dan lingkungan diinformasikan pada *sustainability report*. Salah satu pedomannya merujuk pada *Global Reporting Initiative (GRI)*.

Menurut *Global Reporting (GRI)*. *Sustainability report* hadir untuk dapat mengatasi isu tentang adanya tanggungjawab sosial terhadap dunia bisnis yang berfokus terhadap kepedulian lingkungan. *Sustainability reporting* merupakan informasi penting bagi investor dan emiten yang memuat informasi perusahaan dalam laporan keberlanjutan yang nantinya akan memberikan nilai tambah. Tujuan *sustainability report* munculnya pertanggung jawaban atas aktivitas operasional emiten yang berawal dari fokus pada profit saja, namun penekanannya sekarang juga kepedulian terhadap lingkungan, dan sosial. Kegiatan operasional emiten seharusnya tidak hanya dimotivasi dengan keuntungan (*profit*) semata, namun juga harapan kepedulian mengenai kesejahteraan masyarakat (*people*) serta keanekaragaman hayati (*planet*) di tingkatkan. Hal ini yang mendasari munculnya *sustainability report* karena informasinya

tidak hanya berfokus keuangan, tetapi juga non keuangan yang terdiri dari 3 aspek yaitu aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial (Ahmad et al., 2021).

Pada hasil penelitian Putra & Subroto (2022) tren Pengungkapan *Sustainability Reporting* di Indonesia mengalami kenaikan data tersebut bersumber pada ncsr-id.org data dari tahun 2005 hingga 2018. Hal ini tentu menjadi signal positif bahwa di masa sekarang perusahaan sudah mulai konsen terhadap laporan yang berfokus pada non keuangan. Sehingga isu pengungkapan *sustainability reporting* menjadi menarik untuk diteliti seiring dengan adanya data kenaikan tren pengungkapan *sustainability*, penelitian masih jarang dilakukan hasilnya belum konsisten jika dikaitan dengan kinerja keuangan. Hasil riset yang membahas adanya keterikatan *sustainability reporting* terhadap kinerja keuangan yaitu Hutagalung & Harahap (2016) , Bukhori & Sopian (2017) , Putra & Subroto (2022) yang memberikan bukti bahwa ada keterkaitan yang signifikan antara pengungkapan *sustainability reporting* pada kinerja keuangan proxi pengukuran menggunakan *Return On Asset* (ROA). Sedangkan beberapa hasil riset memberikan bukti sebaliknya yaitu pada penelitian Pradipta et al., (2022) (Wartabone et al., 2023) , Lestari & Irma (2021), Nofianto & Agustina (2014) hasilnya tidak memiliki pengaruh antara *sustainability reporting* dengan kinerja keuangan.

Tujuan riset diperlukan untuk menelaah, memberikan bukti empiris mengenai keterkaitan pengungkapan *sustainability report* dengan kinerja keuangan perusahaan pengukurannya dipilih profitabilitas *Return On Asset* (ROA). Penggunaan Proxi ROA dikarenakan rasio ini dapat dijadikan pedoman pihak investor untuk mengetahui kemampuan emiten dalam memperoleh profit bersumber melalui modal yang telah diwujudkan pada aset. Pengukuran variabel dependen menggunakan rasio ROA dikarenakan menjadi salah satu rasio untuk pengukuran nilai profitabilitas emiten dalam kaitannya memperoleh keuntungan yang memanfaatkan total aset. ROA dapat digunakan dalam pengukuran kinerja ekonomi (Pratiwi et al., 2022). Riset ini menggunakan objek penelitian perusahaan manufaktur yang aktivitas perusahaannya diawali dengan pengelolaan bahan baku hingga menjadi produk jadi. Hal ini tentu akan menghasilkan limbah produksi yang terkait dengan *sustainability reporting*. Penelitian ini berfokus pada kemampuan emiten untuk menghasilkan laba pada tingkat penjualan emiten, operasional pada aktivita, serta modal saham tertentu. Penggunaan Rasio kinerja keuangan sebagai variabel dependen menggunakan ROA yang bertujuan untuk menginformasikan kemampuan emiten dalam pemanfaatan assetnya untuk mencapai laba tertentu setelah pajak (Rizki & Fidiana, 2023). Jika nilai ROA semakin tinggi maka mengindikasikan emiten akan semakin menjadi efektif, efisien dalam pemanfaatan assetnya.

Hipotesis pada penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

- H1 : Pengungkapan kinerja ekonomi berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan
- H2 : Pengungkapan kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan
- H3 : Pengungkapan kinerja sosial berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan

METODE PENELITIAN

Riset ini dikualifikasikan menjadi deskriptif kuantitatif. Pengujian hipotesis pada riset ini dengan analisis regresi linear berganda tujuannya agar pengaruh dari pengujian setiap variabel-variabelnya dapat diketahui. Riset ini menggunakan data berupa data sekunder mengenai laporan berkelanjutan yang bersumber pada Bursa Efek Indonesia (BEI) dan Pelaporan *Sustainability reporting* dari website perusahaan. Populasi riset ini merupakan seluruh perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI menggunakan periode 2020-2022. Teknik pemilihan sampel dengan merujuk pada *Purposive sampling* yang berisi kriteria tertentu. Kriteria riset ini yaitu 1) Perusahaan mempublikasikan *annual report* secara lengkap pada periode 2020-2022, 2) Mempublikasikan Laporan keberlanjutan di tahun 2020-2022 bersumber data *Global Reporting Initiative (GRI) G4 Guidelines*, 3) kelengkapan data ada yang terkait dengan variabel yang digunakan pada riset ini. Populasi yang didapat sebanyak 42 perusahaan dan setelah adanya *purposive sampling* dipilih hanya sebanyak 15 sampel perusahaan dengan jumlah selama 3 tahun menjadi 45 perusahaan sampel riset.

Pada analisis regresi linear berganda dipilih untuk dapat keterkaitan antar variabel independen terhadap variabel dependennya. Berikut Persamaan dasarnya:

$$Y_{it} = \alpha + \beta_1 EcDI_{it} + \beta_2 EnDI_{it} + \beta_3 SoDI_{it} + \varepsilon$$

Keterangan :

Y = Kinerja Keuangan yang diproxikan dengan ROA

α = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien regresi tiap variabel

EcDI = Pengungkapan *sustainability* kinerja ekonomi

EnDI = Pengungkapan *sustainability* kinerja lingkungan

SoDI = Pengungkapan *sustainability* Kinerja sosial

ε = Error Term

Sustainability Reporting merupakan laporan kinerja non keuangan dengan menginformasikan dampak ekonomi, lingkungan serta sosial dengan penyebabnya adanya kegiatan perusahaan yang dipublikasikan oleh suatu perusahaan atau organisasi. Pengukuran Variabel ini berdasar pada *Sustainability Report disclosure index* (SRDI) dengan indeks GRI-G4. SRDI dihitung menggunakan dummy yaitu skor 1 jika di ungkapkan dan 0 sebaliknya. Penelitian ini menggunakan pengukuran 3 Aspek yaitu Aspek economic (EC), Aspek Enviromental (En) serta Aspek Social (SO) (Pratiwi et al., 2022). Ketiga Aspek tersebut pengukuran dihitung dari jumlah komponen yang diungkapkan/ total maksimal pengungkapan.

Pengungkapan Kinerja Ekonomi dengan tunjukkan adanya keberlanjutan organisasi yang memiliki dampak ekonomi kepada *stake holder* dan tingkatan lokal, nasional serta global pada sistem ekonominya. Hal tersebut menunjukkan adanya kegiatan arus modal yang ditanamkan para *stakeholder*. $EcDI = \frac{K}{N}$. Pengungkapan Kinerja Lingkungan dengan mengungkapkan keberlanjutan organisasi mengenai keterkaitan organisasi tersebut dengan lingkungan alam yang mencakup ekosistem maupun tidak, tanah, air, udara. Kegiatan dibutuhkan untuk menjaga keragaman hayati, dampak produk dan jasa, serta tanggungjawab pada lingkungan. $EnDI = \frac{K}{N}$. Pengungkapan Kinerja sosial berkaitan dengan praktik hak asasi manusia, ketenagakerjaan, masyarakat/sosial dan tanggung jawab pada kegiatan produk/jasa. $SoDI = \frac{K}{N}$

Menurut Hanafi dan halim (2016) kinerja keuangan didefinisikan dengan penganalisis angka-angka yang bertujuan melihat bagaimana perusahaan mengaplikasikan aturan pencatatan dan informasi keuangan dengan baik dan benar. Kinerja keuangan bisa di intrepretasikan melalui rasio-rasio keuangan suatu perusahaan. Riset ini menggunakan pengukuran Rasio profitabilitas yang diproxikan *Return On Asset (ROA)*. Pengukuran ROA yaitu:

$$ROA = \frac{\text{Laba setelah Pajak}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Hasil Analisis Deskriptive

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std Deviation
ROA	45	1,25	41,30	15,679	10,567
Kinerja Ekonomi	45	11,00	100,00	75,102	32,876
Kinerja Lingkungan	45	3,00	100,00	60,456	37,899
Kinerja Sosial	45	8,00	100,00	63,778	34,977

Tabel 1 memperlihatkan nilai min, max, rata-rata dan standar deviasi dari semua variabel yang ada di riset ini. Rata-rata jika dilihat dari table tersebut untuk aspek *sustainability report* sudah menunjukkan nilai cukup baik.

Tabel 2 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Of The estimate
1	,585	,367	,282	7,789

Predictors : (Constant), ROA,EC,EN,SO

Hasil Tabel 2 mengenai analisis regresi untuk nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) yaitu 0,282. Hasilnya mengindikasikan bahwa terdapat 28,2 persen variabel kinerja keuangan yang dapat diterangkan oleh ketiga variabel independennya yaitu Kinerja ekonomi, Kinerja Lingkungan, serta kinerja sosial. Persentase selebihnya yaitu ada 71,8 persennya dijelaskan oleh variabel lainnya.

Tabel 3 Hasil Uji Statistik F

Model		Sum Of Squares	Df	Mean Square	F	Sig
1	Regression	416,789	3	138,990	1,139	,367
	Residual	4158,256	34	123,185		
	Total	4575,045	37			

- a. Predictors : (Constant), ROA of EC,EN,SO
 b. Dependent Variabel : ROA

Berdasarkan hasil di atas, menunjukkan bahwa nilai signifikan yaitu 0,367 dan nilainya > 0.05. Oleh karena itu memberikan bukti bahwa *pengungkapan sustainability* dengan 3 Proxi kinerja ekonomi, kinerja lingkungan, dan kinerja sosial secara simultan tidak memiliki pengaruh pada Kinerja keuangan.

Tabel 4 Hasil Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16,764	3,789		4,276	,00
	EC	,443	,318	.387	1,817	,230
	EN	,310	,345	.286	,489	,387
	SO	-,568	,367	-.043	-1,524	,132

Dependen : ROA

Pengungkapan kinerja ekonomi berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Pada pengkajian hipotesis pertama yaitu nilai signifikansi 0,230 dan > 0.05 yang artinya tidak ada pengaruh kinerja ekonomi pada kinerja keuangan. Hipotesis ke satu ditolak. Penelitian ini tidak

sesuai dengan penelitian Bukhori & Sopian (2017), Putra & Subroto (2022) yang menyatakan adanya keterkaitan pengungkapan kinerja ekonomi dengan kinerja keuangan, namun riset ini didukung oleh hasil riset Nofianto & Agustina (2014), Wartabone et al. (2023) bahwa tidak ada pengaruhnya pengungkapan kinerja ekonomi dengan kinerja keuangan hal ini karena riset ini menggunakan periode jangka pendek, sedangkan untuk melihat laporan *sustainability* dimungkinkan akan membutuhkan jangka waktu panjang. Alasan lain yaitu pada penelitian ini rata-rata kinerja keuangan di perusahaan sudah baik/tinggi menjadikan pengungkapan kinerja ekonomi tidak dapat memberi efek yang besar pada kinerja keuangan (Nofianto & Agustina, 2014).

Pengungkapan kinerja lingkungan berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Pada hasil pengkajian hipotesis kedua nilai signifikan 0,387 yang berarti $> 0,05$ sehingga hipotesis ke2 ditolak, penelitian ini didukung oleh penelitian (Nofianto & Agustina, 2014), (Rizki & Fidiana, 2023). Pada penelitian ini memberikan bukti bahwa tidak terlihat keterkaitan antara kinerja lingkungan terhadap kinerja keuangan hal ini didasarkan pada jangka waktu penelitian pendek, reaksi pasar akan berpengaruh positif turut mengetahui dampak pengungkapan kinerja lingkungan terhadap kinerja keuangan jika diamati dalam jangka waktu panjang. Sehingga ini menjadi tolak ukur mengapa hasilnya tidak memiliki nilai signifikan terhadap kinerja keuangan. Alasan yang lain pada aktivitas pengungkapan *sustainability* yang seharusnya dapat meningkatkan asset yang berwujud maupun tidak berwujud. Namun pada pelaporan asset tidak berwujud dari sudut pandang SAK masih sangat standar seperti *goodwill*, paten, hak cipta dll dimasukkan sebagai asset tidak berwujud dan dimasukkan pada neraca. Lain halnya pengeluaran investasi lainnya yang berfokus meningkatkan nilai perusahaan sering kali dianggap beban periodik yang akan mempengaruhi laporan laba rugi. Kondisi ini yang memunculkan focus seharusnya laporan keuangan dengan *sustainability report* yang dikenal dengan *integrated reporting* (Kurnia, 2022).

Pengungkapan kinerja sosial berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Hasil pengkajian hipotesis menunjukkan nilai signifikansi lebih dari 0,05 yaitu 0,132 sehingga kesimpulannya untuk hipotesis ke tiga ditolak. Tidak terdapat pengaruh pada pengungkapan kinerja sosial terhadap kinerja keuangan. Riset ini didukung oleh penelitian (Rizki & Fidiana, 2023) dan (Wartabone et al., 2023) hasil riset bahwa kinerja sosial tidak ada keterkaitan dengan kinerja keuangan, hal ini membuktikan bahwa *stakeholders* tidak menganggap penting adanya pengungkapan sosial dan tidak mempengaruhi dalam pengambilan suatu keputusan. Para

investor diyakini sering kali hanya berfokus terhadap informasi keuangan perusahaan seperti dari total aset maupun keuntungan perusahaan, serta pergerakan saham positif.

SIMPULAN

Riset ini bertujuan melihat adanya pengaruh pengungkapan *sustainability reporting* dengan melihat aspek kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial berhubungan dengan kinerja keuangan perusahaan melalui proksi *Return on Asset (ROA)* fokus di emiten manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Pengujian hipotesis hasilnya memberikan kesimpulan bahwa Pengungkapan Kinerja Ekonomi tidak dapat mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan, Pengungkapan kinerja lingkungan tidak memiliki keterikatan terhadap kinerja keuangan perusahaan serta pengungkapan untuk aspek kinerja sosial tidak ada pengaruhnya pada kinerja perusahaan. Penelitian selanjutnya diharapkan menambah jangka waktu periode pelaporan yang akan diteliti agar dapat memberikan *impact* pengungkapan *sustainability reporting* pada kinerja keuangan serta reaksi pasar yang positif. Pada pengukuran *sustainability report* digunakan 1 variabel saja tidak perlu dipisah berdasar aspek untuk melihat adakah perbedaan hasil secara signifikan.

DAFTAR RUJUKAN

- Ahmad, A., Muhammad, M., & Narullia, D. (2021). Corporate Risk Disclosure: the Effect of Corporate Governance. *Journal of Applied Managerial Accounting*, 5(1), 101–113. <https://doi.org/10.30871/jama.v5i1.2794>
- Bukhori, M. R. T., & Sopian, D. (2017). Pengaruh Sustainability Terhadap Kinerja Keuangan. *Sikap*, 2(1), 35–48. <https://doi.org/10.32897/jsikap.v2i1.62>
- Elkington, J. (1994). Towards the sustainable corporation: Win-win-win business strategies for sustainable development. *California Management Review*, 36(2), 90–100. <http://dx.doi.org/10.2307/41165746>
- Hutagalung, A., & Harahap, K. (2016). Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report Terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2009-2012. *Jurnal Akuntansi, Keuangan & Perpajakan Indonesia*, 03(1), 1–14. <https://doi.org/10.24114/jakpi.v3i1.7427>
- Kurnia, R. (2022). Pengaruh Intellectual Capital, Pengungkapan Sustainability Report, dan Firm Size Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 11(3), 1–21. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/4595>

- Lestari, N., & Irma, S. (2021). Pengaruh Sustainability Report Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *Journal of Applied Managerial Accounting*, 5(2), 34–44. <https://doi.org/10.30871/jama.v5i2.3510>
- Nofianto, E., & Agustina, L. (2014). Analisis Pengaruh Sustainability Report Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *Accounting Analysis Journal*, 3(3), 343–351. <https://doi.org/10.15294/aaj.v3i3.4205>
- Permata Sari, I. A., & Andreas, H. H. (2019). Pengaruh Pengungkapan Sustainability Reporting terhadap Keuangan Perusahaan di Indonesia. *International Journal of Social Science and Business*, 3(3), 206–214. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v3i3.20998>
- Pradipta, P. H. I., Pratama, O. Y., Khairunnisa, A., & Baradja, L. (2022). Pengaruh Sustainability Report, Ukuran Dewan Direksi, Ukuran Perusahaan Serta Leverage Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2018-2020. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(2), 1517–1528. <https://doi.org/10.25105/jet.v2i2.14944>
- Pratiwi, A., Zakiyyatul Laila, K., & Anondo, D. (2022). Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Perbankan di Indonesia. *Jurnal Akuntansi Terapan Dan Bisnis*, 2(1), 60–71. <https://doi.org/10.25047/asersi.v2i1.3313>
- Putra, Y. P., & Subroto, T. A. (2022). Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *Jurnal Ekobis Review*, 10(2), 1327–1338. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i2.2272>
- Putri, R. F., Tiara, S., & Putri, R. F. (2023). Pengaruh Pengungkapan Sustainability Reporting Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Pertambangan. *Jurnal Bisnis Net*, 6(1), 349–356. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Rizki, I. A., & Fidiana. (2023). Pengaruh Pengungkapan Sustainability Reporting dan Intellectual Capital pada Kinerja Keuangan. *Jurnal Imu Dan Riset Akuntansi*, 12(7), 1–19. <http://www.ejurnal-unespadang.ac.id/index.php/PJ/article/view/292>
- Wartabone, T. A., Yusuf, N., & Panigoro, N. (2023). Pengaruh Pengungkapan Sustainability Reporting Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan yang Terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia Periode 2018-2021. *Jurnal Simki Economic*, 6(2), 430–440. <https://doi.org/10.29407/jse.v6i2.364>



Pengaruh Inflasi, Ekspor dan Impor Terhadap Stabilitas Nilai Tukar Rupiah per Dollar AS Periode 2016-2022

Elsa Amitha Mutiara^{1*}, Diana Puspitasari²

elsaamithamutiara@gmail.com^{1*}, dianapuspitasari718@gmail.com²

^{1,2}Program Studi Manajemen

^{1,2}Universitas Dian Nuswantoro

Received: 09 12 2023. Revised: 19 12 2023. Accepted: 31 12 2023.

Abstract : The stability of the rupiah exchange rate per US dollar continues to fluctuate, but in general the rupiah exchange rate per US dollar from 2016-2022 has depreciated. The depreciation of a currency will have a negative impact on the country's economy. The purpose of this study was to determine the effect of inflation, exports and imports on the stability of the rupiah exchange rate per US dollar for the period 2016-2022. This research uses a quantitative approach using secondary data with the data used in the form of panel data, namely a combination of time series and cross section data obtained through data published by Bank Indonesia and Badan Pusat Statistic for 7 years of observation from January 2016 to December 2022. The data analysis technique used to test the hypothesis is multiple linear regression analysis with data processing tools using SPSS. The results showed that Inflation has a negative but insignificant effect on the rupiah exchange rate per US dollar. Exports have a positive and significant effect on the rupiah exchange rate per US dollar. Imports have a positive and insignificant effect on the rupiah exchange rate per US dollar.

Keywords : Inflation, Export, Import, Exchange Rate

Abstrak : Stabilitas nilai tukar rupiah per dollar AS terus mengalami fluktuasi, akan tetapi secara garis besar nilai tukar rupiah per dollar AS tahun 2016-2022 mengalami depresiasi. Terdepresiasinya suatu mata uang akan berdampak buruk terhadap perekonomian negara. Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh inflasi, ekspor dan impor terhadap stabilitas nilai tukar rupiah per dollar AS periode 2016-2022. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan data sekunder dengan data yang digunakan berupa data panel yaitu gabungan antara data *time series* dan *cross section* yang didapatkan melalui data yang dipublikasi oleh Bank Indonesia dan Badan Pusat Statistik selama 7 tahun pengamatan dari bulan Januari 2016 hingga Desember 2022. Teknik analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah analisis regresi linier berganda dengan alat pengolahan data menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Inflasi memiliki pengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap nilai tukar rupiah per dollar AS. Ekspor memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai tukar rupiah per dollar AS. Impor berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai tukar rupiah per dollar AS.

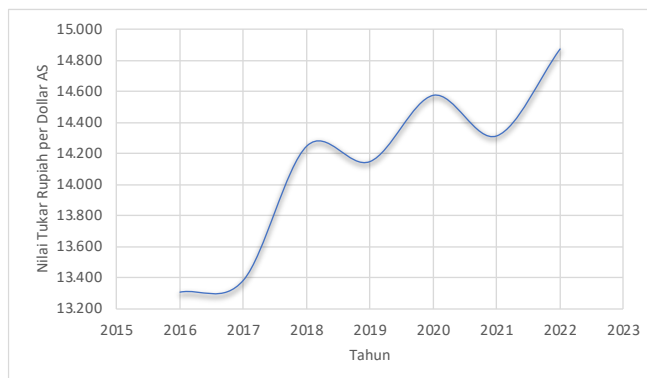
Kata Kunci : Inflasi, Ekspor, Impor, Nilai Tukar

PENDAHULUAN

Uang merupakan faktor penting dalam kegiatan perekonomian yang memiliki fungsi sebagai alat tukar, alat penyimpanan nilai, satuan hitung dan ukuran pembayaran yang tertunda (Widianita et al., 2023). Dalam salah satu fungsinya, uang sebagai alat tukar menunjukkan bahwa setiap individu menggunakan uang dalam beragam aspek yang ada di dalam kegiatan ekonomi salah satunya yaitu kegiatan perdagangan. Kegiatan perdagangan tidak hanya dilakukan oleh manusia dalam satu wilayah yang sama saja, akan tetapi kegiatan perdagangan juga dapat dilakukan antara negara yang berbeda atau yang biasa dikenal sebagai perdagangan internasional. Sehingga untuk mempermudah proses transaksi perdagangan internasional ini perlu dilakukan penyetaraan terhadap kurs mata uang antara negara yang satu dengan uang lain.

Fungsi bank sentral suatu negara ialah mempertahankan stabilitas kurs mata uang nasional pada uang internasional. Keberhasilan dalam mempertahankan stabilitas nilai tukar dapat dianggap sebagai indikasi bahwa ekonomi negara tersebut sedang berjalan dengan baik. Setiap sektor ekonomi Indonesia akan mengalami kerugian apabila kurs uang suatu negara terdepresiasi atau melemah. Dampak negatif dari melemahnya nilai tukar sebuah negara tidak hanya dirasakan oleh pelaku ekonomi yang menggunakan bahan baku impor, akan tetapi juga berdampak pada masyarakat umum meski bukan golongan pengusaha. Melemahnya kurs pada krisis moneter tahun 1998 memberikan dampak negatif pada berbagai sektor ekonomi di Indonesia. Melemahnya nilai tukar selama krisis moneter ini menyebabkan harga produk asing menggambarkan relatif lebih murah dan produk lokal menjadi relatif lebih mahal, sebab itu permintaan akan barang-barang impor meningkat. Sebagai akibatnya, terjadi peningkatan impor, penurunan ekspor, dan kurang produktivitas produksi dalam negeri.

Dampak buruk akibat terdepresiasinya nilai tukar rupiah pada krisis moneter tahun 1998 dirasakan pada beberapa sektor perekonomian Indonesia. Melemahnya nilai tukar pada krisis moneter ini menyebabkan harga produk dalam negeri menjadi relatif lebih mahal dan barang impor menggambarkan relatif lebih murah. Akibatnya, ekspor menurun dan impor meningkat, serta produksi dalam negeri menjadi tidak produktif. Setelah mengalami krisis moneter, perekonomian Indonesia mulai bangkit dari keterpurukan. Akan tetapi kurs rupiah atas dollar Amerika Serikat saat ini terus mengalami fluktuasi yang diakibatkan karena adanya dampak ekonomi maupun non ekonomi dari dalam maupun luar negeri.



Gambar 1. Perkembangan Nilai Tukar Rupiah per Dollar AS

Gambar 1 memperlihatkan bahwa kurs rupiah per dollar AS secara umum terus mengalami fluktuasi, akan tetapi secara garis besar dari 2016-2022 kurs rupiah per dollar AS menghadapi pelemahan. Melihat banyaknya pengaruh dari gejolak kurs pada perekonomian, maka perlu dilakukan pengelolaan nilai tukar dengan baik untuk menjaga stabilitas nilai tukar untuk memperkirakan fluktuasi nilai tukar dan memastikan kegiatan ekonomi suatu negara dapat berjalan dengan stabil. Maka dari itu untuk memperlancar arus perekonomian, sistem nilai tukar harus dikelola secara hati-hati. Nilai tukar mencerminkan harga satu unit mata uang asing dalam mata uang domestik atau merepresentasikan harga suatu mata uang saat diubah ke mata uang lain (Oktoriza, 2023).

Nilai tukar ialah nilai uang domestik yang diterangkan pada mata uang asing (Latifah et al., 2022). Dengan adanya nilai tukar dapat memperlancar proses perdagangan internasional, dikarenakan dalam tahapan transaksi itu akan digunakan dua mata uang yang berbeda. Di saat melakukan proses perdagangan internasional, maka akan terjadi adanya transaksi pembayaran internasional. Dimana transaksi tersebut akan memerlukan adanya pertukaran mata uang, hal tersebut yang akan menimbulkan terjadinya *supply* dan *demand* mata uang. Pada dasarnya, stabilitas nilai tukar dapat terpengaruh oleh berbagai aspek. Akan tetapi umumnya, Kekuatan *supply* dan *demand* dari mata uang itu sangat menentukan stabilitas nilai tukar. Tingginya permintaan rupiah akan menyebabkan nilai rupiah mengalami apresiasi. Dan tingginya penawaran akan menyebabkan nilai rupiah mengalami depresiasi (Latifah et al., 2022).

Berdasarkan penelitian yang sebelumnya telah dilakukan oleh (Wibowo, 2021) tentang pengaruh inflasi pada kurs rupiah, dapat dikatakan bahwa stabilitas nilai tukar dapat dipengaruhi oleh tingkat inflasi yang tinggi. Tingginya harga barang-barang dalam negeri akibat dari tingginya inflasi suatu negara akan menyebabkan masyarakat mencari alternatif lain yaitu dengan menggunakan barang impor yang memiliki harga yang lebih terjangkau.

Sehingga, secara tidak langsung, tingkat inflasi yang tinggi akan menyebabkan peningkatan permintaan barang impor, yang akan berdampak pada pelemahan nilai mata uang domestik karena meningkatnya kebutuhan akan mata uang asing.

Inflasi ialah suatu keadaan di mana harga barang secara keseluruhan terus meningkat, atau nilai uang terus menurun akibat peningkatan jumlah uang yang beredar tanpa diiringi oleh peningkatan persediaan (Sunardiyaningsih & Pradiptha, 2022). Dengan adanya inflasi yang tinggi akan berdampak pada harga barang dalam negeri dan harga barang ekspor menjadi lebih mahal. Hal ini akan memaksa konsumen untuk mencari alternatif yang lebih murah dari negara lain untuk menghemat uang. Akibatnya, terjadi peningkatan permintaan terhadap barang-barang impor dan penurunan ekspor, sehingga menyebabkan nilai tukar menjadi terdepresiasi atau melemah karena adanya peningkatan akan permintaan mata uang asing yang dibutuhkan.

Penelitian (Khamidah & Sugiharti, 2022) yang mengamati korelasi inflasi dengan nilai tukar, menyimpulkan bahwa tingginya inflasi suatu negara memungkinkan akan mengalami kenaikan harga barang dalam negeri dan harga barang ekspor. Meningkatnya tingkat inflasi juga dapat menyebabkan meningkatnya kebutuhan akan barang-barang impor dengan biaya relatif lebih murah, yang pada akhirnya dapat menyebabkan nilai tukar melemah atau terdepresiasi disebabkan adanya peningkatan permintaan akan mata uang asing yang diperlukan. Hal ini memperjelas bahwasanya inflasi memiliki dampak negatif atas stabilitas kurs rupiah pada dollar Amerika Serikat. H1: Inflasi berpengaruh negatif terhadap stabilitas nilai tukar rupiah per dollar AS.

Fluktuasi nilai tukar juga dapat terpengaruh oleh besarnya tingkat ekspor dan impor yang terjadi di suatu negara. Hal ini disebabkan oleh ekspor dan impor sebagai bentuk perdagangan internasional yang memerlukan adanya pasokan dan permintaan mata uang negara yang bersangkutan. Penelitian sebelumnya mengenai akibat dari ekspor dan impor pada nilai tukar rupiah yang ditemukakan oleh (Uktufia & Septiani, 2022) menyimpulkan bahwa stabilitas nilai tukar dapat dipengaruhi oleh besarnya volume impor & ekspor suatu negara. Volume impor dan ekspor yang tinggi bisa mengakibatkan peningkatan nilai mata uang lokal, karena permintaan pada mata uang domestik meningkat. Sebagai respons terhadap tingginya tingkat impor, permintaan pada mata uang asing juga akan meningkat, yang pada gilirannya bisa mencetuskan depresiasi nilai mata uang domestik pada mata uang asing. Proses kegiatan yang melibatkan pengangkutan komoditas dari satu negara ke negara lain melalui wilayah pabean disebut sebagai ekspor. Dengan kata lain, aktivitas yang melibatkan penjualan produk atau layanan yang diproduksi di dalam suatu negara dengan tujuan di ekspor ke luar negeri

merupakan definisi dari ekspor. Pada dasarnya, kegiatan menjual dan mengirim barang dari suatu negara ke negara lain merupakan esensi dari ekspor (Fordatkosu et al., 2021).

Penelitian (Uktufia & Septiani, 2022), menguji hubungan antara ekspor dan nilai tukar dengan hasil penelitian, mengindikasikan bahwasanya total ekspor yang tinggi di suatu negara bisa menaikkan jumlah permintaan mata uang domestik. Dengan demikian, nilai tukar negara tersebut bisa mengalami apresiasi atau menguat terhadap mata uang negara lain. Disini menandakan bahwasanya stabilitas kurs rupiah per dolar Amerika Serikat dipengaruhi secara positif oleh ekspor. Artinya, ekspor secara positif mampu mempengaruhi stabilitas nilai tukar rupiah per dollar AS. H2: Ekspor berpengaruh positif terhadap stabilitas nilai tukar rupiah per dollar AS.

Impor merupakan salah satu komponen dalam aktifitas jual beli internasional yang dijalankan dengan cara memasukan produk dari negara lain ke dalam negeri. Impor juga dapat diartikan sebagai kegiatan pemindahan produk atau komoditas yang sah antar negara lainnya, umumnya menjadi bagian dari kegiatan perdagangan (Sunardiyaningsih & Pradiptha, 2022). Penelitian sebelumnya yang meneliti tentang hubungan impor dengan nilai tukar yang dilakukan oleh (Sunardiyaningsih & Pradiptha, 2022) didapatkan hasil yang menunjukkan bahwa tingginya tingkat impor suatu negara akan meningkatkan kebutuhan devisa. Akibatnya, mata uang lokal akan menjalani depresiasi terhadap mata uang asing. Oleh karena itu, kesimpulannya ialah bahwa impor memiliki pengaruh negatif terhadap stabilitas kurs rupiah terhadap dolar AS. H3: Impor berpengaruh negatif terhadap stabilitas nilai tukar rupiah per dollar AS

Masih terdapat perbedaan hasil penelitian berdasarkan penelitian sebelumnya yang melihat bagaimana inflasi mempengaruhi stabilitas nilai tukar rupiah pada dollar AS. Hasil penelitian (Khamidah & Sugiharti, 2022) mengindikasikan bahwa stabilitas kurs rupiah dapat dipengaruhi oleh tingkat inflasi. Namun, penelitian (Waldi & Amar, 2020) menyimpulkan bahwasanya stabilitas nilai tukar rupiah tidak dipengaruhi oleh tingkat inflasi. Temuan studi terdahulu yang melihat dampak nilai ekspor terhadap nilai tukar Rupiah memperlihatkan variasi dalam temuannya. Penelitian (Fordatkosu et al., 2021) mengungkapkan jika ekspor memiliki dampak terhadap stabilitas kurs rupiah. Namun, penelitian (Kistiah et al., 2022) menunjukkan bahwa ekspor tidak dapat mempengaruhi stabilitas kurs rupiah.

Berdasarkan temuan studi terdahulu yang meneliti tentang dampak impor pada stabilitas kurs rupiah masih ditemukan perbedaan. Dimana pengkjian yang telah dilakukan oleh (Wijaya, 2020) diperoleh hasil bahwa impor berdampak pada stabilitas kurs rupiah. Temuan studi ini

berlawanan dengan pengkajian yang dilaksanakan oleh (Fahmi, 2019) yang menyimpulkan hasil bahwa impor tidak dapat mempengaruhi kurs rupiah. Meskipun para peneliti terdahulu telah banyak menguji pengaruh inflasi, ekspor, dan impor pada stabilitas kurs rupiah pada dollar AS, namun masih terdapat gap pada hasil penelitian terdahulu, sehingga kajian ini masih menarik untuk dilakukan. Tujuannya adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari inflasi, ekspor dan impor pada perannya memengaruhi fluktuasi nilai tukar rupiah per dollar AS.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan metodologi kuantitatif yang berupa data sekunder dengan bentuk panel yang mengkombinasikan antara data *time series* dan *cross section* bulanan nilai tukar rupiah per dolar AS, inflasi, ekspor, dan impor dengan periode pengamatan selama 7 tahun, yaitu Januari 2016 hingga Desember 2022. Data nilai tukar rupiah per dollar AS dan data inflasi didapatkan dari *website* Bank Indonesia, sedangkan data ekspor dan impor didapatkan dari *website* BPS. Teknik pengambilan sampel yang dipakai ialah sampling jenuh dengan jumlah data sebanyak 84 yang diperoleh dari 12 bulan data nilai tukar, inflasi, ekspor dan impor selama 7 tahun pengamatan.

Pada penelitian ini terdapat dua jenis variabel yang dianalisis, yakni dependen dan independen. Variabel dependen adalah Nilai Tukar Rupiah per Dolar AS (Y), sementara variabel independen yang digunakan adalah inflasi (X_1), ekspor (X_2), dan impor (X_3). Untuk melakukan pengujian terhadap hipotesis dalam penelitian, peneliti memanfaatkan metode analisis regresi linier berganda dengan perangkat lunak SPSS sebagai alat pengolahan data. Karena variabel memiliki satuan yang berdeda, yaitu nilai tukar (Rp), inflasi (%), ekspor (Juta US \$) dan impor (Juta US \$) maka Sebelum dilakukannya analisis regresi linier berganda, Penyamaan pada data pada variabel-variabel yang digunakan perlu dilakukan. Dalam pengkajian ini, penyamaan dilakukan dengan melakukan transformasi data ke dalam bentuk logaritma natural (Ln) sehingga persamaan model regresi linier berganda yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$\text{Ln}Y = \alpha + \beta_1 \text{Ln}X_1 + \beta_2 \text{Ln}X_2 + \beta_3 \text{Ln}X_3 + e$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
N	84

Normal Parameters	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	0,03828842
	Absolute	0,093
	Positive	0,093
	Negative	-0.85
Test Statistic		0.093
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,072

Berdasarkan informasi pada tabel 1, dapat diketahui besarnya nilai signifikansi adalah sebesar $0,072 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi berdistribusi normal.

Tabel 2. Coefficient

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistic		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
(Constants)	8,618	0,201		42,894	0,000		
Ln Inflasi	-0,019	0,011	-0,164	-1,741	0,086	0,986	1,015
Ln Ekspor	0,095	0,034	0,508	2,752	0,007	0,256	3,908
Ln Impor	0,004	0,042	0,019	0,102	0,919	0,255	3,919

Dari informasi dalam Tabel 2, dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai tolerance lebih besar dari 0,100 dan nilai VIF kurang dari 10,00. Oleh karena itu, tidak ada tanda-tanda multikolinieritas.

Tabel 3. Coefficient

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
(Constants)	0,221	0,118			1,874	0,065
Ln Inflasi	0,012	0,007	0,193		1,779	0,079
Ln Ekspor	0,012	0,020	0,132		0,618	0,538
Ln Impor	-0,034	0,024	-0,297		-1,389	0,169

Dependent Variable: Abs_Res

Hasil uji heteroskedastisitas pada tabel 3 diperoleh nilai signifikansi untuk masing masing variabel adalah lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

Tabel 4. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,550	0,303	0,277	0,03900	1,967

Menurut Tabel 4 didapatkan nilai Durbin-Watson adalah 1,967. Angka tersebut berada dalam rentang antara DU (1,7199) hingga 4-DU (2,2801). Oleh karena itu, disimpulkan bahwasanya tidak terdapat indikasi gejala autokorelasi.

Tabel 5. Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
Ln Inflasi	84	0,28	1,78	87,99	1,0475	0,38592
Ln Ekspor	84	9,17	10,24	810,77	9,6521	0,24539
Ln Impor	84	9,04	10,00	802,83	9,5575	0,20388
Ln Nilai Tukar	84	9,47	9,67	802,54	9,5540	0,04586
Valid N (listwise)	84					

Hasil uji statistik deskriptif pada tabel 5 menunjukkan hasil bahwa terdapat 84 sampel yang digunakan dalam penelitian. Variabel Ln Inflasi memiliki nilai minimum sebesar 0,28 dan nilai maksimum sebesar 1,78, dengan jumlah keseluruhan data adalah 87,99 dan rata rata sebesar 1,0475 serta standar deviasi sebesar 0,38592. Variabel Ln Ekspor memiliki nilai minimum sebesar 9,17 dan nilai maksimum sebesar 10,24, dengan jumlah keseluruhan data adalah 810,77 dan rata rata sebesar 9,6521 serta standar deviasi sebesar 0,24539. Variabel Ln Impor memiliki nilai minimum sebesar 9,04 dan nilai maksimum sebesar 10,00, dengan jumlah keseluruhan data adalah 802,83 dan rata rata sebesar 9,5575 serta standar deviasi sebesar 0,20388. Variabel Ln Nilai Tukar memiliki nilai minimum sebesar 9,47 dan nilai maksimum sebesar 9,67, dengan jumlah keseluruhan data adalah 802,54 dan rata rata sebesar 9,5540 serta standar deviasi sebesar 0,04586.

Tabel 6. Coefficient

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constants)	8,618	0,201		42,894	0,000
Ln Inflasi	-0,019	0,011	-0,164	-1,741	0,086
Ln Ekspor	0,095	0,034	0,508	2,752	0,007
Ln Impor	0,004	0,042	0,019	0,102	0,919

Menurut hasil olah data menggunakan regresi linier berganda pada tabel 6, diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 8,618 - 0,019X_1 + 0,095X_2 + 0,004X_3$$

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa:

- a. Jika Inflasi, ekspor dan impor semuanya bernilai sama dengan nol, maka nilai konstanta 8,618 menunjukkan Nilai Tukar Rupiah per Dollar AS (Y) sama dengan 8,618.

- b. Jika variabel Inflasi (X_1) berubah sebesar satu satuan, sedangkan variabel lainnya tetap, maka variabel Nilai Tukar Rupiah per Dollar AS (Y) akan berubah sebesar 0,019 satuan.
- c. Jika variabel ekspor (X_2) berubah sebesar satu satuan sedangkan variabel lainnya tetap, maka variabel Nilai Tukar Rupiah per Dollar AS (Y) akan berubah sebesar 0,095 satuan.
- d. Jika variabel Impor (X_3) berubah sebesar satu satuan sedangkan variabel lainnya tetap, maka variabel Nilai Tukar Rupiah per Dollar AS (Y) akan berubah sebesar 0,004 satuan.

Tabel 7. Coefficient

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constants)	8,618	0,201		42,894	0,000
Ln Inflasi	-0,019	0,011	-0,164	-1,741	0,086
Ln Ekspor	0,095	0,034	0,508	2,752	0,007
Ln Impor	0,004	0,042	0,019	0,102	0,919

Meninjau hasil pengujian pengaruh variabel inflasi terhadap stabilitas nilai tukar rupiah per dollar AS periode 2016–2022 dengan menggunakan Uji T parsial yang dijelaskan pada tabel 7 dengan diperolehnya nilai koefisien sebesar -0,019 dan nilai signifikansi $0,086 > 0,05$ yang berarti bahwa inflasi memiliki pengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap stabilitas nilai tukar rupiah per dollar AS, sehingga hipotesis 1 ditolak. Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh (BR Silitonga et al., 2019) yang meneliti tentang Pengaruh Ekspor, Impor, dan Inflasi terhadap Nilai Tukar Rupiah di Indonesia yang menemukan hasil bahwa inflasi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai tukar rupiah per dollar AS.

Inflasi memiliki pengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap stabilitas nilai tukar rupiah per dollar AS dikarenakan tingkat inflasi pada bulan September 2022 melambung tinggi mencapai 5,95%. Hal tersebut mengidentifikasikan pada bulan September 2022 harga-harga mulai mengalami kenaikan sehingga menyebabkan tingkat inflasi melambung tinggi, karena hal tersebut inflasi memiliki pengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap stabilitas nilai tukar rupiah per dollar AS. Berdasarkan teori *purchasing power parity* dapat diketahui bahwa tingginya tingkat inflasi akan menyebabkan nilai tukar mengalami depresiasi. Apabila inflasi meningkat maka harga barang di dalam negeri akan mengalami kenaikan, naiknya harga barang sama artinya dengan turunnya nilai mata uang.

Meninjau hasil pengujian pengaruh variabel ekspor terhadap stabilitas nilai tukar rupiah per dollar AS periode 2016-2022 dengan menggunakan Uji T parsial yang dijelaskan pada tabel 7 dengan diperolehnya nilai koefisien sebesar 0,095 dan nilai signifikansi $0,007 < 0,05$ yang berarti bahwa ekspor memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap stabilitas nilai

tukar rupiah per dollar AS, sehingga hipotesis ke 2 diterima. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang sebelumnya telah dilakukan oleh (Uktufia & Septiani, 2022) yang melakukan penelitian tentang Pengaruh Ekspor, Impor, dan GDP terhadap Kurs di Indonesia Tahun 1990-2019 yang menyimpulkan bahwa ekspor berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai tukar rupiah per dollar AS.

Nilai tukar sangat bergantung pada kekuatan *supply* dan *demand* akan mata uang tersebut. Tingginya permintaan akan mata uang rupiah akan menyebabkan nilai tukar rupiah akan mengalami apresiasi, sedangkan tingginya penawaran akan menyebabkan nilai tukar mengalami depresiasi. Sehingga dalam hal ini ekspor memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap stabilitas nilai tukar rupiah per dollar AS dikarenakan besaran ekspor dapat meningkatkan permintaan mata uang domestik, sehingga hal tersebut dapat menyebabkan nilai tukar rupiah mengalami apresiasi.

Berdasarkan hasil pengujian pengaruh variabel impor terhadap stabilitas nilai tukar rupiah per dollar AS periode 2016-2022 dengan menggunakan Uji T parsial yang dijelaskan pada tabel 7 dengan diperolehnya nilai koefisien sebesar 0,004 dan nilai signifikansi $0,919 > 0,05$ yang berarti bahwa impor memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap stabilitas nilai tukar rupiah per dollar AS, sehingga hipotesis ke 3 ditolak. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang sebelumnya telah dilakukan oleh (Fauziah & Khoerulloh, 2020) yang meneliti tentang Pengaruh Ekspor dan Impor terhadap Pertumbuhan Ekonomi dengan Kurs sebagai Variabel Intervening yang menyatakan bahwa impor berpengaruh positif terhadap nilai tukar rupiah per dollar AS.

Pengkajian sesuai dengan prinsip-prinsip teori nilai tukar dalam pendekatan tradisional yang menegaskan bahwa nilai tukar rupiah ditentukan oleh keseimbangan antara ekspor dan impor. Apresiasi nilai tukar terjadi ketika ekspor melebihi impor, sementara depresiasi nilai tukar terjadi ketika ekspor lebih kecil dari impor. Data ekspor dan impor selama tahun 2016-2022 menunjukkan bahwa nilai ekspor melebihi nilai impor, sehingga hal tersebut menyebabkan impor memiliki pengaruh positif terhadap stabilitas nilai tukar rupiah per dollar AS pada periode 2016-2022.

Tabel 8. Anova

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	0,053	3	0,018	11,587	0,000
Residual	0,122	80	0,002		
Total	0,175	83			

Meninjau Tabel 8, tercatat nilai F sebesar 11,587 dengan nilai signifikansi 0,000 kurang dari 0,05 yang menandakan bahwa model regresi yang digunakan pada penelitian ini dinyatakan layak untuk menguji hipotesis, atau dengan kata lain model tersebut tepat untuk menilai stabilitas nilai tukar rupiah terhadap dollar AS.

Tabel 9. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,550	0,303	0,277	0,03900	1,967

Hasil pengujian koefisien determinasi pada tabel 9 model summary diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,277. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya pengaruh yang diberikan oleh variabel inflasi, ekspor dan impor secara si dalam mempengaruhi nilai tukar rupiah per dolar AS adalah sebesar 27,7% dengan sisa 72,3% diterangkan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

SIMPULAN

Pengkajian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana pengaruh dari variabel inflasi, ekspor dan impor terhadap nilai tukar rupiah per dollar AS dalam rentang waktu 2016-2022. Setelah dilakukannya pengolahan data maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel inflasi memiliki nilai koefisien -0,019 dan nilai signifikansi $0,086 > 0,05$ sehingga hal tersebut menunjukkan bahwa variabel inflasi memiliki pengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap stabilitas nilai tukar rupiah per dollar AS. Variabel ekspor memiliki nilai koefisien sebesar 0,095 dan nilai signifikansi $0,007 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bawa variabel ekspor memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap stabilitas nilai rupiah terhadap dollar AS. Sedangkan variabel impor memiliki nilai koefisien sebesar 0,004 dan nilai signifikansi sebesar $0,919 > 0,05$ yang artinya impor mempunyai pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap stabilitas nilai rupiah terhadap dollar AS. Nilai tukar rupiah per dollar AS dipengaruhi oleh inflasi, ekspor dan impor secara bersama-sama sebesar 27,7%, yang ditunjukkan oleh besarnya nilai *Adjusted R Square* yaitu sebesar 0,277 sedangkan sisanya sebesar 72,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar cakupan model penelitian ini karena pada dasarnya fluktuasi nilai tukar dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor.

DAFTAR RUJUKAN

- BR Silitonga, R., Ishak, Z., & Mukhlis, M. (2019). Pengaruh ekspor, impor, dan inflasi terhadap nilai tukar rupiah di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 15(1), 53–59. <https://doi.org/10.29259/jep.v15i1.8821>
- Fahmi, A. (2019). Pengaruh capital inflow, inflasi, suku bunga, ekspor, dan impor terhadap nilai tukar rupiah. *KINERJA: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 16(1), 40–50. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINERJA>
- Fauziah, E. S., & Khoerulloh, A. K. (2020). Pengaruh ekspor dan impor terhadap pertumbuhan ekonomi dengan kurs sebagai variabel intervening. *Khazanah Sosial*, 2(1), 15–24. <https://doi.org/10.15575/ks.v2i1.8191>
- Fordatkosu, S., Kumaat, R. J., & Mandej, D. (2021). ANALISIS PENGARUH EKSPOR IMPOR DAN JUMLAH UANG BEREDAR (M2) DI INDONESIA TERHADAP NILAI TUKAR RUPIAH / US\$ DOLLAR (2000-2019). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 21(06), 112–123. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jbie/article/view/38056>
- Khamidah, W., & Sugiharti, R. (2022). Faktor yang Mempengaruhi Nilai Tukar Rupiah Terhadap Dolar Amerika, Euro dan Poundsterling. *Ecoplan*, 5(1), 40–52. <https://doi.org/10.20527/ecoplan.v5i1.425>
- Kistiah, N., Haryadi, H., & Nurjanah, R. (2022). Analisis pengaruh ekspor neto, utang luar negeri dan BI rate terhadap nilai tukar atas Dollar Amerika Serikat. *E-Journal Perdagangan Industri Dan Moneter*, 10(2), 111–122. <https://doi.org/10.22437/pim.v10i2.13956>
- Latifah, V. F., Sofyan, M., & Yasaningthias, G. (2022). PENGARUH INFLASI, JUMLAH UANG BEREDAR, dan SUKU BUNGA BANK INDONESIA TERHADAP NILAI TUKAR RUPIAH TAHUN 2013-2021. *JAMBIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(6), 831–841. <https://doi.org/10.31334/jambis.v2i6.2799>
- Oktoriza, L. A. (2023). ANALYSIS OF THE EFFECT OF EXCHANGE RATES, INDONESIAN COFFEE PRODUCTION AND INTERNATIONAL COFFEE PRICE ON COFFEE EXPORT VOLUME IN INDONESIA (CASE STUDY ON INDONESIAN COFFEE EXPORTS 2018-2022). *Jurnal Manajemen Dan Dinamika Bisnis*, 2(1), 14–25. <https://publikasi.dinus.ac.id/index.php/JMDB/article/view/8076>
- Sunardiyarningsih, S. P., & Pradipta, A. P. (2022). Pengaruh Ekspor, Impor, Cadangan Devisa, Suku Bunga Bank Sentral dan Tingkat Inflasi Nilai Tukar IDR terhadap USD dari

- Januari 2019 hingga Desember 2021, dibandingkan dengan Studi dari Januari 2011 hingga Desember 2013 per Kasus Dari Indonesia. *KRESNA: Jurnal Riset Dan Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 123–136. <https://doi.org/10.36080/jk.v2i1.20>
- Uktufia, M., & Septiani, Y. (2022). PENGARUH EKSPOR, IMPOR, DAN GDP TERHADAP KURS DI INDONESIA TAHUN 1990 - 2019. *Jurnal Jendela Inovasi Daerah*, 5(1), 88–103. <https://doi.org/10.56354/jendelainovasi.v5i1.117>
- Waldi, I., & Amar, S. (2020). Pengaruh Inflasi, Tingkat Bunga, Emas Dunia, dan Utang Luar Negeri Terhadap Nilai Tukar Rupiah. *Ecosains: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembangunan*, 9(2), 114. <https://doi.org/10.24036/ecosains.11574257.00>
- Wibowo, B. T. (2021). PENGARUH TINGKAT INFLASI TERHADAP KURS RUPIAH SELAMA PANDEMI COVID-19 DI INDONESIA. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis STIE Anindyaguna*, 3(2), 308–314. <https://jurnal.stieanindyaguna.ac.id/index.php/%20%20%20%20%20/article/view/40>
- Widianita, R., Hidayat, F., & Ilhamiwati, M. (2023). ANALISIS PERMINTAAN UANG PERSPEKTIF ISLAM DI INDONESIA. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, VIII(I), 1–18. <http://dx.doi.org/10.30829/ajei.v8i1.15095>
- Wijaya, E. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Tukar Rupiah Periode 1999Q1-2019Q2. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 11(2), 197–209. <https://doi.org/10.33059/jseb.v11i2.1919>



Pengaruh Investasi Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja pada Sektor Industri Besar di Kabupaten Sidoarjo

Dita Putri Eka Wahyuni¹, Kukuh Arisetyawan^{2*}, Lucky Rachmawati³,
Ladi Wajuba Perdini Fisabilillah⁴

ditaputri.20053@mhs.unesa.ac.id¹, kukuharisetyawan@unesa.ac.id^{2*}

luckyrachmawati@unesa.ac.id³, ladifisabilillah@unesa.ac.id⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Ekonomi

^{1,2,3,4}Universitas Negeri Surabaya

Received: 13 12 2023. Revised: 24 12 2023. Accepted: 31 12 2023.

Abstract : One of the classic problems in Indonesia that has not been successfully resolved until now and continues to be scientifically researched is the unemployment rate. This study aims to analyze whether the number of employment in large industries is affected by investment. This research applies quantitative methods and time series data analysis processed with the help of Stata. The research was conducted in one of the provinces in East Java, namely Sidoarjo Regency with a limited range of years between 2010 and 2021. The type of data applied is secondary data obtained through the Sidoarjo Regency Communication and Information Office. The results indicate that investment positively and significantly affects labor absorption. This means that an increase in investment increases labor absorption. The greater the investment, the higher the employment. Suggestions for future researchers are to use a wider scope of research data, such as the scope of Indonesia. In addition, it can expand the category of variables on the effect on educated, trained, uneducated, and unskilled labor.

Keywords : Investment, Labor absorption, Large industry.

Abstrak : Salah satu persoalan klasik di Indonesia yang belum berhasil diatasi hingga kini dan terus dilakukan penelitian secara ilmiah adalah tingkat pengangguran. Penelitian ini memiliki tujuan menganalisis apakah jumlah penyerapan tenaga kerja di industri besar terpengaruh atas investasi. Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif dan analisis data time series yang diolah dengan bantuan Stata. Penelitian dilakukan pada salah satu Provinsi di Jawa Timur, yaitu Kabupaten Sidoarjo dengan batasan rentang tahun antara 2010 hingga 2021. Jenis data yang diterapkan adalah data sekunder yang didapatkan melalui Diskominfo (Dinas Komunikasi dan Informatika) regional Kabupaten Sidoarjo. Hasil penelitian mengindikasikan apabila investasi secara positif dan signifikan memengaruhi penyerapan tenaga kerja. Artinya, kenaikan investasi meningkatkan penyerapan tenaga kerja. Semakin besar investasi, semakin tinggi penyerapan tenaga kerja. Saran untuk peneliti yang mendatang adalah menggunakan cakupan data penelitian yang lebih meluas, seperti ruang lingkup Indonesia. Selain itu, dapat memperluas kategori variabel pada pengaruh terhadap tenaga kerja yang terdidik, terlatih, tidak terdidik, dan tidak terlatih.

Kata Kunci: Investasi, Penyerapan tenaga kerja, Industri besar.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara dengan populasi terbesar di seluruh dunia. Menurut data, Indonesia menduduki peringkat keempat dalam hal jumlah penduduk (Hindun, 2019). Negara dengan jumlah populasi yang tinggi apabila diikuti dengan sumber daya manusia yang unggul dapat menjadi kekuatan dalam perekonomian negara. Namun, rendahnya kualitas pada sumber daya manusia menyebabkan banyak orang yang tidak terserap ke dalam industri. Perekonomian Indonesia sangat dipengaruhi oleh masalah penyerapan tenaga kerja, terutama dengan tingkat pengangguran yang tinggi (Yasin & Kartini, 2023). Pemerintah telah menerapkan berbagai kebijakan dan program untuk mengatasi persoalan tersebut, tetapi masih diperlukan lebih banyak upaya untuk memperbaiki kualitas sumber daya manusia dan juga meningkatkan kesempatan kerja (Wihastuti & Rahmatullah, 2018).

Di Indonesia, sektor industri termasuk satu diantara prioritas dalam pembangunan ekonomi yang berperan penting sebagai *leading sector* untuk meningkatkan lapangan pekerjaan. Pada triwulan III tahun 2022, pertumbuhan sektor industri 4,83% dan menjadi kontributor signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi hingga mencapai 5,72% pada kuartal yang sama. Hal itu berdampak positif bagi pembangunan ekonomi dalam suatu wilayah (Kementrian Perindustrian, 2022). Dominasi kontribusi sektor industri tidak terlepas dari peran berbagai industri yang berada di daerah, khususnya wilayah Jawa Timur. Kontribusi sektor industri pada tingkat PDRB di Provinsi Jawa Timur sebesar 30,52% pada tahun 2022 (Badan Pusat Statistik, 2022). Sehingga, pemilihan lokasi pada Provinsi Jawa Timur untuk dijadikan wilayah studi dalam penelitian ini sangat relevan. Namun, fokus dari penelitian ini tidak pada tingkat provinsi, melainkan pada Kabupaten Sidoarjo.

Satu diantara wilayah industri yang terletak di Provinsi Jawa Timur yang turut memberikan kontribusi cukup signifikan terhadap perekonomian daerah ialah Kabupaten Sidoarjo. Fokus utama pengembangan ekonomi daerah pada sektor industri pada wilayah Kabupaten Sidoarjo ini meliputi, industri pengolahan, yang tergolong ke dalam industri pengolahan non – migas, beserta juga industri pengolahan perikanan. Peran industri besar ini mempunyai signifikansi dalam perekonomian daerah serta turut menciptakan peluang kerja. Industri besar ini mampu memberikan pekerjaan bagi individu yang tidak menemukan pekerjaan dan terpinggirkan dalam persaingan kerja (Kurniawan, 2018). Terkait upaya pemerintah mengurangi kemiskinan, industri besar memiliki potensi melalui dua jalur. Pertama, menciptakan lapangan kerja, yang tergolong efektif untuk mengatasi kemiskinan.

Kedua, mengembangkan usaha mikro, memberdayakan masyarakat miskin, serta meningkatkan potensi ekonomi daerah itu.

Di Kabupaten Sidoarjo, pertumbuhan investasi dalam tahun 2010 – 2021 terus menghadapi kemerosotan yang cukup signifikan. Terlebih, pada tahun 2019 hingga 2021 investasi yang didapatkan tidak mengalami pertumbuhan sedikitpun. Dalam sektor industri besar, jumlah investasi pada tahun 2021 sebesar Rp 725.870.121.631, sama dengan nilai investasi dalam 2 tahun sebelumnya. Hal tersebut tidak terlepas oleh akibat dari pandemi Covid – 19 yang berpengaruh pada berbagai kegiatan perekonomian. Pada tahun 2010 – 2021, pertumbuhan tenaga kerja di Kabupaten Sidoarjo terus mengalami penurunan yang cukup signifikan. Dalam sektor industri besar, jumlah tenaga kerja pada tahun 2019 sebanyak 69.645 orang serta tidak mengalami pertumbuhan sama sekali hingga tahun 2021. Kondisi itu menandakan bahwa akibat dari terjadinya pandemi Covid – 19 sejak tahun 2020 yang lalu, berpengaruh cukup signifikan pada berkurangnya angka tenaga kerja yang dapat terserap ke dalam Kabupaten Sidoarjo.

Masalah penyerapan tenaga kerja merupakan masalah signifikan dalam negara berkembang seperti Indonesia (Yasin & Kartini, 2023). Untuk mendorong perekonomian, dibutuhkan tenaga kerja yang fleksibel dalam situasi pasar global yang terus tumbuh pesat saat ini (Priyono, 2018). Dalam teori Keynes, ditemukan korelasi positif pada investasi dan peluang kerja. Lebih banyak investasi berarti lebih banyak tenaga kerja yang dibutuhkan. Keynes menyatakan investasi mampu menciptakan lebih banyak lapangan kerja (Mita et al., 2023). Dengan investasi yang tinggi, hal itu tentunya mampu meningkatkan kapasitas produksi sehingga dapat menyebabkan jumlah penyerapan tenaga kerja meningkat dengan mencapai angka output yang paling tinggi (Dewi & Syaifullah, 2022).

Teori Keynes tersebut sejalan terhadap hasil penelitian yang berada di Indonesia. Beberapa penelitian menemukan adanya korelasi positif antara investasi pada penyerapan tenaga kerja (Amalia & Woyanti, 2020). Semakin besar nilai investasi, tingkat penyerapan tenaga kerja akan meningkat (Jaya & Kholilah, 2020). Namun, penelitian lainnya menemukan pengaruh yang berbeda yaitu adanya korelasi negatif antara investasi pada penyerapan tenaga kerja (Widjajanto & Agus, 2020). Semakin besar nilai investasi, maka tingkat penyerapan tenaga kerja akan menurun (Yasin & Kartini, 2023). Perbedaan dalam beberapa hasil penelitian tersebut menjadi celah dalam penelitian ini untuk menguji kembali pengaruh dari investasi terhadap penyerapan tenaga kerja pada sektor industri besar.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini memiliki sifat deskriptif serta menggunakan metode kuantitatif. Data yang dipakai ialah jenis data sekunder berupa *time series* yang tersedia dalam bentuk telah diolah, didapatkan dari Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sidoarjo, studi kepustakaan, mempelajari teori – teori dari literatur yang relevan, dan sumber yang lainnya yang dapat memberikan dukungan pada penelitian ini. Penelitian ini memakai dua kategori variabel, yakni variabel dependen dan variabel independen. Variabel yang bersifat dependen ialah penyerapan tenaga kerja sektor industri besar di Kabupaten Sidoarjo tahun 2010 – 2021. Variabel yang bersifat independen ialah investasi sektor industri besar di Kabupaten Sidoarjo tahun 2010 – 2021.

Populasi pada penelitian ini mencakup total industri besar dalam Kabupaten Sidoarjo tahun 2010 – 2021. Sampel dalam penelitian ini adalah investasi dan penyerapan tenaga kerja pada sektor industri besar di Kabupaten Sidoarjo pada tahun 2010 – 2021. Penerapan metodologi analisis data penelitian ini ialah penggunaan regresi linear sederhana, dengan bantuan perangkat analisis statistik, yaitu Stata 13.1. Regresi linear sederhana merupakan sebuah model regresi dengan satu variabel independen serta satu variabel dependen. Tujuan pada analisis regresi linear sederhana ialah untuk mengetahui seberapa baik dan bagaimana pengaruh variabel independen tersebut mampu memengaruhi terhadap pada variabel dependen dalam penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum analisis data, dilakukan uji asumsi klasik sebagai ketentuan sebelum menganalisis dengan regresi linear sederhana. Tujuan dalam uji asumsi klasik ialah meyakinkan persamaan regresi yang dihasilkan tidak bias, tepat estimasi, serta konsisten. Apabila seluruh uji asumsi klasik tersebut telah terpenuhi, maka model analisis dinyatakan layak untuk diterapkan (Montgomery et al., 2021).

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

Shapiro–Wilk W test for normal data					
Variable	Obs	W	V	z	Prob > z
X_Invest	12	0.86744	2.215	1.549	0.06064
Y_Labor	12	0.86988	2.174	1.513	0.06512

Pada tabel 1, disajikan hasil uji normalitas yang menunjukkan jika nilai probabilitas X (investasi) sebesar 0.06064, dan nilai probabilitas Y (penyerapan tenaga kerja) sebesar

0.06512. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa nilai probabilitas > 0.05 . Hal tersebut menunjukkan bahwa data penelitian yang digunakan dalam penelitian ini memiliki distribusi yang bersifat normal (Ghozali & Ratmono, 2017).

Tabel 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Breusch–Pagan / Cook–Weisberg test for heteroskedasticity
Ho: Constant variance
Variables: fitted values of Y_Labor
Chi2 (1) = 3.45
Prob > chi2 = 0.0634

Pada tabel 2, ditunjukkan bahwa hasil uji heteroskedastisitas yaitu nilai probabilitas menyatakan sebesar 0.0634 yang menunjukkan apabila nilai probabilitas > 0.05 . Artinya, tidak ditemukan adanya gejala indikasi masalah heteroskedastisitas di dalam model regresi dalam penelitian ini (Ghozali & Ratmono, 2017).

Tabel 3. Hasil Uji Autokorelasi

Durbin–Watson d–statistic (2, 12) = 0.7302076

Pada tabel 3, disajikan hasil uji autokorelasi dengan nilai statistik Durbin Watson sebesar 0.7302076. Artinya, apabila nilai statistik Durbin Watson tersebut terletak dalam rentang -2 dan 2 ($-2 < DW < 2$), maka tidak ada indikasi masalah autokorelasi dalam model regresi penelitian ini (Ghozali & Ratmono, 2017).

Regresi linear sederhana merupakan suatu model statistik yang mencakup sebuah variabel independen dengan sebuah variabel dependen. Analisis tersebut dikenal dengan analisis prediktif dengan tujuan mendeskripsikan data dan menerangkan keterkaitan pada variabel independen bersama variabel dependen. Dalam analisis regresi linear sederhana ditujukan untuk menganalisis keterkaitan variabel independen dengan variabel dependen, mengukur sejauh mana pengaruh dalam variabel independen terhadap variabel dependen, memperkirakan nilai pada variabel dependen bagi variabel independen, kemudian menguji signifikansi pola hubungan pada variabel independen dengan variabel dependen, dan juga mengevaluasi sejauh mana kecocokan model (Montgomery et al., 2021).

Tabel 4. Hasil Regresi Linear Sederhana

Y_Labor	Coef.	Std. Err.	T-Value	P-Value	[95% Conf. Interval]
X_Invest	.182714	.0201323	9.08	0.000	.1378565 .2275714
_Constant	-.861312	.5436355	-1.58	0.144	-2.072607 .3499833
Number of obs		12		R-Squared	0.8917
F (1, 10)		82.37		Adj R-Squared	0.8809
Prob > F		0.0000		Root MSE	.04457

Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana yang telah dilaksanakan diatas, dapat disusun model persamaan regresi linear sederhana seperti berikut:

$$Y = a + bX + e$$

$$Y = -0.861312 + 0.182714 X + e$$

Dari persamaan regresi linear sederhana, nilai konstanta memiliki koefisien regresi negatif sebesar -0.861312 . Kondisi itu mengindikasikan jika variabel lainnya mengalami pertumbuhan sekitar 1% maka akan terjadi penurunan variabel penyerapan tenaga kerja pada sektor industri besar di wilayah Kabupaten Sidoarjo sekitar 86.13 persen. Hasil analisis regresi variabel X (investasi) menunjukkan koefisien regresi sebesar 0.182714 yang berarti ada pengaruh positif pada investasi dengan penyerapan tenaga kerja. Setiap 1% kenaikan investasi, maka dapat meningkatkan penyerapan tenaga kerja dalam sektor industri besar di wilayah Kabupaten Sidoarjo sekitar 18.27 persen.

Setelah melakukan pengujian asumsi klasik, kemudian diteruskan dengan melakukan pengujian hipotesis agar dapat memastikan bahwa model regresi yang akan diterapkan telah memenuhi syarat ketentuan linier yang baik dan tidak mengandung penyimpangan asumsi. Uji hipotesis dilakukan untuk menjawab permasalahan pada penelitian dengan menggunakan uji signifikansi statistik satu arah secara simultan dan juga secara parsial guna menentukan apakah variabel independen memiliki pengaruh signifikan pada variabel dependen.

Uji T Statistika diterapkan untuk mengukur koefisien regresi secara parsial dengan tujuan mengidentifikasi pengaruh variabel independen dengan variabel dependen disertai asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan (Nuryadi et al., 2018). Pada tabel 4 di atas, hasil menunjukkan nilai probabilitas variabel X (investasi) sebesar 0.000, artinya nilai probabilitas < 0.05 yang menyatakan jika secara individu memengaruhi secara signifikan penyerapan tenaga kerja sektor industri besar Kabupaten Sidoarjo.

Uji R^2 Statistika merupakan suatu metode evaluasi yang diterapkan untuk dapat mengestimasi kapabilitas model regresi linear menguraikan keragaman dalam variabel dependen. Hasil koefisien determinasi tersebut ialah mengindikasikan seberapa baik nilai persentase dari variabel dependen yang mampu dijelaskan oleh variabel independen pada model regresi linear penelitian (Sahir, 2022). Pada tabel 4 di atas, hasil menunjukkan nilai R -Squared sebesar 0.8917 atau yang dapat juga diartikan setara dengan 89.17%. Hal tersebut menerangkan apabila variabel independen mampu memengaruhi variabel dependen sebesar 89.17% dalam penelitian ini, sedangkan sisanya yaitu sebesar 10.83% dipengaruhi oleh variabel independen yang lainnya yang tidak disampaikan dalam penelitian ini.

Berdasarkan tabel 4 di atas, investasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dengan penyerapan tenaga kerja. Artinya, kenaikan investasi dapat meningkatkan penyerapan tenaga kerja, sedangkan penurunan investasi mengakibatkan penurunan penyerapan tenaga kerja. Hasil penelitian ini menunjukkan kesesuaian dengan teori yang diajukan oleh Keynes, yaitu terdapat pengaruh yang positif diantara investasi terhadap penyerapan tenaga kerja. Semakin besar investasi, semakin tinggi penyerapan tenaga kerja. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dijalankan oleh (Soelistyo & Putri, 2018; Alisyahbana et al., 2022) yang mengungkapkan peningkatan nilai investasi berdampak positif signifikan pada penyerapan tenaga kerja. Menurut (Hariyadi et al., 2020), upaya mendorong investasi ialah salah satu strategi meningkatkan peluang kesempatan kerja. Dengan meningkatnya investasi, kapasitas produksi akan bertambah sehingga meningkatkan permintaan tenaga kerja (Soelistyo & Putri, 2018). Pertumbuhan ekonomi beserta jumlah investasi yang terdistribusi secara merata tersebut dapat menciptakan kesejahteraan beserta meningkatkan angka penyerapan tenaga kerja (Putri et al., 2019).

Peningkatan investasi terhadap industri besar mampu dimanfaatkan untuk memperkuat faktor produksi seperti teknologi dan tenaga kerja dengan tujuan meningkatkan nilai produksi. Investasi juga dapat dialokasikan untuk membangun unit – unit industri besar yang baru, menciptakan permintaan baru terhadap tenaga kerja yang dapat dimanfaatkan pada proses produksi. Dengan bertambahnya jumlah permintaan barang modal mampu meningkatkan permintaan tenaga kerja. Permintaan tenaga kerja tersebut yang dapat menciptakan peluang kerja yang lebih luas di wilayah Kabupaten Sidoarjo sehingga akan dapat meningkatkan penyerapan tenaga kerja, khususnya di dalam sektor industri besar.

SIMPULAN

Hasil dalam penelitian ini berhasil menemukan korelasi investasi dengan jumlah penyerapan tenaga kerja. Hasilnya, investasi memiliki dampak positif dengan penyerapan tenaga kerja. Dengan meningkatnya investasi mampu meningkatkan penyerapan tenaga kerja. Hal tersebut disebabkan oleh fakta bahwa meningkatnya investasi tersebut memungkinkan perusahaan untuk menanggapi permintaan para konsumen dengan meningkatkan kapasitas produksi serta meningkatkan permintaan tenaga kerja. Keterbatasan penelitian ini ialah sampel hanya diambil dari salah satu kabupaten di wilayah Jawa Timur, yakni Kabupaten Sidoarjo. Penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan data yang digunakan agar dapat merefleksikan kondisi ketenagakerjaan di Indonesia. Di sisi lain, penelitian juga dapat

berkonsentrasi pada pengaruh dalam berbagai tenaga kerja, yakni terdidik, terlatih, tidak terdidik, dan tidak terlatih. Besarnya nilai investasi diharapkan dapat mengurangi angka pengangguran dengan meningkatkan penyerapan tenaga kerja. Selain itu, kebijakan pemerintah diharapkan lebih memperhatikan insentif yang diberikan, seperti pajak dan subsidi pada industri besar untuk dapat mendorong produktivitas pada industri tersebut.

DAFTAR RUJUKAN

- Alisyahbana, A. N. Q. A., Fatmawati, & Anwar, A. I. (2022). Determinant Analysis of Labor Absorption in the Manufacturing Industry Sector in Sulawesi Island (2010-2019). *Proceedings of the International Conference on Social, Economics, Business, and Education (ICSEBE 2021)*, 205(Icsebe 2021), 217–223. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.220107.041>
- Amalia, D., & Woyanti, N. (2020). The Effect of Business Unit, Production, Private Investment, and Minimum Wage on the Labor Absorption in the Large and Medium Industry 6 Provinces in Java Island. *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 35(2), 206. <http://jurnal.untagsmg.ac.id/index.php/fe/article/view/1550>
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Proporsi Nilai Tambah Sektor Industri Manufaktur Terhadap PDB*. Badan Pusat Statistik.
- Dewi, M. K., & Syaifullah, Y. (2022). Analisis Pengaruh Jumlah Industri, Nilai Investasi, Dan Nilai Produksi Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja Sektor Industri Kecil Dan Mikro Di Jawa Timur. *Jurnal Ilmu Ekonomi JIE*, 6(1), 145–155. <https://doi.org/10.22219/jie.v6i1.19129>
- Ghozali, I., & Ratmono, D. (2017). *Analisis Multivariat dan Ekonometrika* (2nd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hariyadi, S., Militina, T., & Djohan, S. (2020). Pengaruh Investasi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Dan Penyerapan Tenaga Kerja di Kota Samarinda. *Jurnal Ilmu Ekonomi Mulawarman*, 5(2). <https://doi.org/10.29264/jiem.v5i2.7657>
- Hindun, H. (2019). Pendidikan, Pendapatan Nasional, dan Penyerapan Tenaga Kerja di Indonesia. *JPEKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen Dan Keuangan*, 3(1), 15. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jpeka/article/view/4513>
- Jaya, T. J., & Kholilah, K. (2020). Effect of Gross Domestic Regional Bruto, Provincial Minimum Wage, and Investment on Labor Absorption. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 9(3), 236. <https://dx.doi.org/10.26418/jebik.v9i3.42642>

- Kementrian Perindustrian. (2022). *Tumbuh 4,83 Persen, Sektor Industri Paling Moncer di Triwulan III-2022*. Kementrian Perindustrian.
- Kurniawan, M. A. (2018). Analisis Penyerapan Tenaga Kerja di Industri Kecil Konveksi. *Jurnal Ilmiah*, 1–14. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/4600>
- Mita, Sabir, & Fitrianti, R. (2023). The Effect of Investment and Minimum Wages on Labor Absorption For Small Industry in Gowa District. *Economics and Business Journal (ECBIS)*, 1(5), 611–618. <https://doi.org/10.47353/ecbis.v1i5.72>
- Montgomery, D. C., Peck, E. A., & Vining, G. G. (2021). *Introduction to Linear Regression Analysis Sixth Edition* (6th ed.). John Wiley & Sons, Inc.
- Nuryadi, Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara, M. (2018). Buku Ajar Dasar-Dasar Statistik Penelitian. In *Sibuku Media*.
- Priyono. (2018). Effect of Wage, Inflation and Exchange Rate on the Investment Policy in Sidoarjo District, Indonesia. *East Asia*, 35(3), 267–292. <https://doi.org/10.1007/s12140-018-9294-5>
- Putri, A. A., Abdul, K. S., & Rosmiayati, C. (2019). Factors Affecting Labor Absorption: Case Study In South Sumatra Province. *Modern Economics*, 18(1), 6–14. [http://dx.doi.org/10.31521/modecon.V18\(2019\)-01](http://dx.doi.org/10.31521/modecon.V18(2019)-01)
- Sahir, S. H. (2022). *Metodologi Penelitian* (2nd ed.). KBM Indonesia.
- Soelistyo, A., & Putri, N. A. (2018). Analisis Pengaruh Upah, PDRB, dan Investasi Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja di Kawasan Gerbangkertasusila Tahun 2012-2016. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 2, 357–371. <https://doi.org/10.22219/jie.v2i3.7095>
- Widjajanto, T., & Agus, I. (2020). Pengaruh Investasi dan PDRB Terhadap Peyerapan Tenaga Kerja di Provinsi Jawa Tengah Tahun 2018. *Sosio E-Kons*, 12(1), 89. <http://dx.doi.org/10.30998/sosioekons.v12i1.5846>
- Wihastuti, L., & Rahmatullah, H. (2018). Upah Minimum Provinsi (UMP) dan Penyerapan Tenaga Kerja di Pulau Jawa. *Jurnal Gama Societa*, 1(1), 96. <https://doi.org/10.22146/jgs.34054>
- Yasin, M., & Kartini, I. A. N. (2023). Analisis Pengaruh Nilai Investasi, Jumlah Unit Usaha, dan Upah Minimum Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja pada Sektor Industri di Provinsi Jawa Timur. *Journal Of Social Science Research*, 3(2), 9591–9596.



Analisis Efektivitas Pengeluaran Pemerintah, Ekspor, Investasi Asing Langsung, Tenaga Kerja dan Inflasi terhadap Pertumbuhan Ekonomi Tahun 2008 – 2021 (Studi Kasus : 8 Negara ASEAN)

Miftah Helmiyanti¹, Rifki Khoirudin^{2*}

miftahhelmiyanti66@gmail.com¹, rifki.khoirudin@ep.uad.ac.id^{2*}

^{1,2}Program Studi Ekonomi Pembangunan

^{1,2}Universitas Ahmad Dahlan

Received: 07 09 2023. Revised: 23 11 2023. Accepted: 01 01 2023.

Abstract : Economic growth is the increase in the production level of an economy measured through national income, including components such as government expenditure, exports, foreign direct investment, labor force, and inflation reflected in the Gross Domestic Product (GDP). This research analyzes the influence of these components on economic growth in 8 ASEAN countries during the period 2008-2021 using the Generalized Method of Moment (GMM) analysis method on dynamic panel data. With Stata 14 processing, the results of this study indicate that (1) government expenditure does not significantly affect economic growth, (2) exports have a positive and significant impact on economic growth, (3) foreign direct investment has a positive and significant impact on economic growth, (4) the labor force does not significantly affect economic growth, (5) inflation does not significantly affect economic growth.

Keywords : GDP, Economic Growth, GMM

Abstrak : Pertumbuhan ekonomi adalah peningkatan tingkat produksi dalam suatu ekonomi yang diukur melalui pendapatan nasional, termasuk komponen seperti pengeluaran pemerintah, ekspor, investasi asing langsung, tenaga kerja, dan inflasi yang tercermin dalam Gross Domestic Product (GDP). Penelitian ini menganalisis pengaruh komponen-komponen tersebut terhadap pertumbuhan ekonomi di 8 negara ASEAN selama periode 2008-2021 menggunakan metode analisis Generalized Method of Moment (GMM) pada data panel dinamis. dengan pengolahan Stata.14, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) pengeluaran pemerintah tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi, (2) ekspor berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, (3) investasi asing langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, (4) tenaga kerja tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi, (5) inflasi tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi.

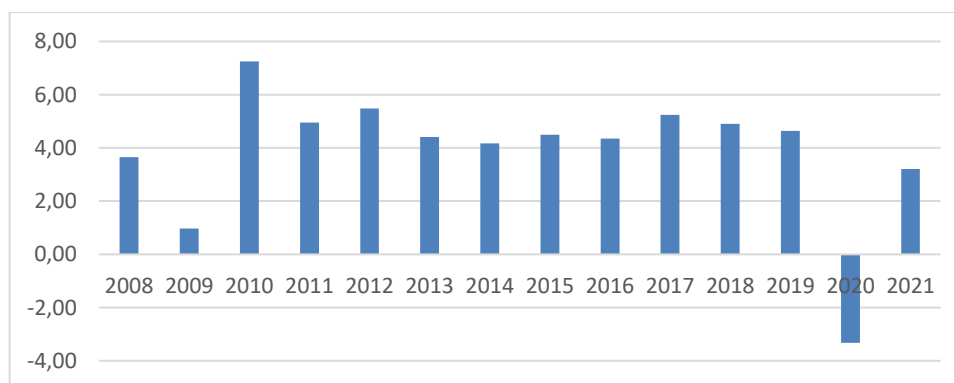
Kata Kunci : GDP, Pertumbuhan Ekonomi, GMM.

PENDAHULUAN

Wabah Covid-19 telah merambat ke semua penjuru dunia, memengaruhi ekonomi berbagai negara, termasuk yang ada di wilayah ASEAN. Hal ini telah mengganggu

pertumbuhan ekonomi dan memengaruhi berbagai lapisan masyarakat. Perubahan signifikan terjadi dalam kehidupan sehari-hari, dengan kerja dari jarak jauh menjadi umum, siswa belajar dari rumah, dan banyak perusahaan swasta dan pabrik menghadapi kesulitan keuangan, yang menyebabkan kehilangan pekerjaan. Kondisi ekonomi suatu negara dapat diamati melalui dinamika sektor-sektor ekonominya. Pertumbuhan ekonomi mencerminkan bagaimana tingkat produksi dalam suatu ekonomi meningkat, seperti yang terlihat dalam kerangka pendapatan nasional. Dalam satu tahun tertentu, kemajuan ekonomi dianggap telah terjadi jika tingkat pertumbuhannya secara signifikan melampaui tingkat tahun sebelumnya (Daniel, 2018). Dalam era globalisasi yang terjadi saat ini, keterkaitan antara berbagai negara di dunia semakin kuat melalui perdagangan, keuangan, politik, dan aspek budaya sosial. Ekonomi negara-negara saling berdampak dan terkait satu sama lain, terutama dalam konteks ASEAN. Pertumbuhan ekonomi di salah satu negara anggota ASEAN dapat mendorong negara-negara lain di kawasan tersebut untuk meningkatkan kinerja ekonomi nasional mereka (Damanik & Saragih, 2023).

Gambar 1. Rata – Rata GDP Tahun 2008 – 2021 8 Negara ASEAN (%)



Perkembangan ekonomi adalah perjalanan dalam kegiatan ekonomi yang menghasilkan pertumbuhan dalam produksi barang dan layanan oleh masyarakat, serta mengalami peningkatan pada tingkat kesejahteraan masyarakat. Pertumbuhan ekonomi yang berlangsung dengan cepat dapat mengakibatkan disparitas dalam distribusi pendapatan, karena pertumbuhan ini cenderung tidak mempertimbangkan apakah tingkat pertumbuhannya melebihi atau tidak sebanding dengan laju pertumbuhan populasi atau perubahan struktur ekonomi (Zulfa & Endang, 2021).

Pengeluaran pemerintah memiliki peran penting dalam memengaruhi perkembangan ekonomi di delapan Negara ASEAN. Pengeluaran pemerintah, baik di tingkat daerah maupun pusat, memiliki potensi untuk mempengaruhi pergerakan pertumbuhan ekonomi suatu negara (Koyongian et al., 2019). Pertumbuhan ekonomi biasanya menurun saat pengeluaran

pemerintah rendah, tetapi sebaliknya, pengeluaran yang seimbang memiliki potensi untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Namun, jika pemerintah mengalokasikan pengeluaran secara berlebihan, hal ini dapat menghambat pertumbuhan ekonomi (Hellen et al., 2017).

Menurut (Syahputra, 2017) Ekspor adalah proses perdagangan di mana barang-barang dari suatu negara dijual dan dikirim ke luar wilayah sesuai dengan regulasi yang berlaku. Eksportir merujuk pada entitas bisnis atau perusahaan, termasuk individu, yang beroperasi dalam kegiatan ekspor. Aktivitas ekspor memiliki peran penting dalam meningkatkan daya saing entitas usaha dalam persaingan bisnis. Ekspor merupakan bagian penting dari perdagangan internasional yang memiliki beberapa manfaat, seperti mengimbangi valuta asing, meningkatkan kapasitas ekspor negara, mengurangi ketergantungan pada bantuan luar negeri, memajukan pemasaran intra industri, mendukung partisipasi negara pada perekonomian global, dan mengurangi dampak guncangan eksternal terhadap ekonomi nasional (Elshehawy et al., 2014).

Investasi, yang sering juga disebut sebagai penanaman modal, merujuk pada aksi pembelian peralatan dan barang modal dalam proses produksi, dengan tujuan untuk memperkuat kapasitas entitas usaha dalam menciptakan barang dan layanan yang berperan penting dalam struktur perekonomian suatu negara (Sutawijaya & Zulfahmi, 2010). Menurut Harrod dan Domar dalam (Sugiarto, 2019), investasi memiliki dampak yang berlipat ganda terhadap perekonomian dalam jangka waktu yang lebih lama. Investasi tidak hanya memengaruhi pertumbuhan total produksi negara, tetapi juga memainkan peran dalam menentukan tingkat permintaan keseluruhan.

Kenaikan populasi dapat menghasilkan penambahan tenaga kerja yang berpotensi membuka peluang untuk meningkatkan produksi di suatu wilayah (Maharani & Isnowati, 2014) Namun, jika penambahan populasi tidak diimbangi dengan penambahan angkatan kerja yang sesuai, dapat mengakibatkan penurunan pertumbuhan ekonomi. Sebagai contoh, situasi ini terjadi selama pandemi Covid-19 ketika banyak pekerja bekerja dari rumah, yang berdampak negatif pada produktivitas. Menurut (KEMENPERIN, 2003) “pasal 1 angka 2 dari Undang-Undang No. 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan mendefinisikan tenaga kerja, sebagai entitas yang memiliki potensi untuk melaksanakan aktivitas dengan tujuan menciptakan barang dan layanan, berfungsi baik dalam memenuhi kebutuhan personal maupun memajukan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan”.

Inflasi dapat diartikan sebagai peningkatan yang berkelanjutan dalam harga-harga umum dari berbagai barang, atau sebagai penurunan kontinu dalam daya beli mata uang.

Semakin melonjak tingkat harga, semakin rendah nilai mata uang akan menjadi. Pengukuran umum untuk inflasi menggunakan "indeks harga konsumen", yang didasarkan pada kumpulan harga berbagai barang yang dipilih untuk mewakili pola belanja konsumen (Pioh et al., 2021). Secara umum, inflasi merujuk pada situasi di mana seluruh harga barang dan jasa mengalami peningkatan secara terus-menerus. Menurut definisi Samuelson (seperti yang dikutip dalam (Rezandy & Yasin, 2022)), inflasi dapat diartikan sebagai kondisi di mana tingkat umum harga-harga mengalami peningkatan. Penjelasan ini mengindikasikan bahwa daya beli masyarakat menurun, selanjutnya terjadi penurunan nilai mata uang suatu negara.

Jawaban sementara terhadap pertanyaan yang telah dirumuskan dalam konteks penelitian disebut sebagai hipotesis. Dalam hipotesis berdasar pada teori yang cocok dengan penelitian dan juga dianggap sebagai kesimpulan awal. Sebagaimana berikut:

H1: Pengeluaran pemerintah diduga memiliki pengaruh positif pada pertumbuhan ekonomi.

H2: Ekspor diduga memiliki pengaruh positif pada pertumbuhan ekonomi.

H3: Investasi diduga memiliki pengaruh positif pada pertumbuhan ekonomi.

H4: Tenaga kerja diduga memiliki pengaruh positif pada pertumbuhan ekonomi.

H5: Inflasi diduga memiliki pengaruh negatif pada pertumbuhan ekonomi

METODE PENELITIAN

Penelitian ini melibatkan penggunaan data sekunder dengan pendekatan kuantitatif, dimana seringkali berkaitan dengan penggunaan data berupa angka dari pengumpulan hingga penafsiran hasil penelitian. dalam penelitian ini, digunakan perangkat analisis statistic adalah stata. Jenis data diterapkan yakni data panel, yang termasuk antara data cross section juga data time series, mencakup 8 Negara ASEAN dari tahun 2008 hingga 2021. Data ini diperoleh dari situs resmi Bank Dunia (Hardani et al., 2020). Pendekatan analisis menggunakan *Generalized Method of Moments* (GMM) adalah model panel dengan karakteristik dinamis. GMM digunakan untuk mengestimasi dampak dinamis variabel independen terhadap variabel dependen. GMM adalah metode panel dinamis yang terbagi menjadi dua kategori, yaitu *different* GMM dan *system* GMM. *Different* GMM adalah teknik estimasi dimana dipakai dalam mencapai hasil estimasi yang stabil dalam persamaan dimana melibatkan efek individu, lag variabel dependen, dan variabel dependen yang tidak bersifat stricly eksogen.

Uji sargan dipakai dalam melihat validitas penggunaan variabel instrument. Hipotesis yang akan digunakan sebagai berikut. Hipotesis Nol : Variabel instrumen dalam estimasi model valid, Hipotesis Alternatif : Variabel instrumen dalam estimasi model tidak valid. Uji t

dipakai dalam menilai tiap variabel independen memberikan kontribusi yang signifikan pada variabel dependen secara individual. Uji t melibatkan nilai t-hitung dengan nilai t-kritis yang diperoleh dari analisis data. Dalam konteks ini, tingkat kepercayaan yang dipakai ialah 95%, ataupun tingkat signifikansi (α) sebesar 5%.

Uji F dilakukan dalam menentukan secara bersama-sama variabel independen memiliki pengaruh pada variabel dependen. Dalam proses pengambilan keputusan dengan uji F, langkah-langkah berikut dapat diikuti: Jika nilai F lebih kecil dari α , berarti hipotesis alternatif (H_a) diterima, yang menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Jika nilai F lebih besar dari α , berarti hipotesis nol (H_0) diterima, yang berarti bahwa secara bersama-sama variabel independen tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi R^2 dipakai sebagai ukuran dalam mengevaluasi sejauh mana variasi dalam variabel independen bisa menjelaskan variasi pada variabel dependen. Rentang nilai R^2 berkisar diantara 0 dan 1. Bila nilai R^2 mendekati 1, berarti bahwa variabel independen dengan efektif menjelaskan variasi dalam variabel dependen, menciptakan hubungan yang kuat di antara keduanya.

Uji apriori memiliki tujuan dalam menguji keterkaitan diantara variabel independen dan variabel dependen apakah sesuai pada dugaan awal. Variabel independen yang diuji mencakup pengeluaran pemerintah, ekspor, investasi, tenaga kerja, dan inflasi, sementara variabel dependennya adalah pertumbuhan ekonomi. Jika hubungan yang diamati tidak konsisten dengan hipotesis, maka uji apriori dianggap gagal. Namun, jika hasilnya sesuai dengan hipotesis penelitian, maka uji apriori dianggap berhasil. Metode pengujian hipotesis dalam statistika yang didekati dengan distribusi normal, dimana pada ukuran sampel yang besar maka semakin terdistribusi normal, dimana pada uji ini terdapat hipotesis dalam penentuan suatu keputusan adalah sebagaimana berikut: H_0 : sampel tidak terdistribusi normal, H_a : sampel terdistribusi normal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil pengolahan data menggunakan software Stata 14, ditemukan bahwa metode terbaik untuk analisis data panel dinamis adalah menggunakan pendekatan *Different GMM onestep*. Informasi dapat dicermati dalam tabel.

Tabel 1. Model Different GMM Onestep

Variabel	Symbol	Coefficient	Z-Value	P-Value
Pertumbuhan Ekonomi	Gdp	-5.432879	-2.04	0.042
Pengeluaran Pemerintah	Lnge	5.291317	2.06	0.039

Ekspor	Lnex	2.243728	3.73	0.000
Investasi Asing Langsung	Lninv	-16.58902	-2.21	0.027
Tenaga Kerja	Lnlabor	0.0256031	0.51	0.607
Inflasi	Inflasi	-5.432879	-2.04	0.042

Pengujian validitas diantara variabel independen dan variabel dependen menggunakan uji Sargan. Pada konteks, terdapat hipotesis memengaruhi proses pengambilan keputusan, seperti yang dijelaskan berikut ini: H_0 : data yang digunakan valid, H_a : data yang digunakan tidak valid.

Tabel 2. Uji Sargan

Model	P-Value
Different GMM onestep	0.2450

Dari hasil estimasi pada table, model different gmm onestep bernilai 0.2450 dimana lebih daripada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$. Dari hasil ini, kesimpulannya bahwa H_0 diterima berarti data yang digunakan valid.

Tabel 3. Uji Apriori

Variabel	Symbol	Hipotesis	Hasil	Keterangan
Pengeluaran Pemerintah	Lnge	+	-	Tidak Sesuai
Ekspor	Lnex	+	+	Sesuai
Investasi Asing Langsung	Lninv	+	+	Sesuai
Tenaga Kerja	Lnlabor	+	-	Tidak Sesuai
Inflasi	Inflasi	-	+	Tidak Sesuai

Berdasar pada tabel 2, terdapat kesesuaian antara hipotesis dengan hasil pengujian dampak variabel-variabel independen pada variabel dependen. Variabel dimana sesuai dengan hipotesis ialah Ekspor dan Investasi, sementara variabel yang tidak sesuai adalah Pengeluaran Pemerintah, Tenaga Kerja, dan Inflasi.

Uji Z merupakan salah satu metode pengujian hipotesis dalam statistika yang menggunakan pendekatan distribusi normal. Dalam uji ini, terdapat hipotesis yang digunakan untuk membuat keputusan, yaitu: H_0 : sampel tidak terdistribusi normal, H_a : sampel terdistribusi normal.

Tabel 4. Uji Z

Variabel	Symbol	Z-Tabel	Z-Value	Keterangan
Pengeluaran Pemerintah	Lnge	-/+ 1.96	-2.04	Tidak Terdistribusi Normal
Ekspor	Lnex	-/+ 1.96	2.06	Terdistribusi Normal
Investasi Asing Langsung	Lninv	-/+ 1.96	3.73	Terdistribusi Normal
Tenaga Kerja	Lnlabor	-/+ 1.96	-2.21	Tidak Terdistribusi Normal
Inflasi	Inflasi	-/+ 1.96	0.51	Tidak Terdistribusi Normal

Berdasar pada tabel 4, maka bisa diartikan bahwa hasil uji z ialah sebagaimana berikut: 1) Pengujian Hipotesis pada Pengeluaran Pemerintah, Tenaga Kerja dan Inflasi. H_0 : variabel tersebut tidak terdistribusi normal, H_a : variabel tersebut terdistribusi normal. Dapat dilihat dari tabel 4 pada variabel tersebut mempunyai nilai z-stat yang lebih kecil daripada nilai z-tabel yang ditetapkan, kesimpulannya yaitu H_0 diterima, artinya bahwa variabel pengeluaran pemerintah tenaga kerja dan inflasi tidak terdistribusi normal. 2) Pengujian Hipotesis Ekspor dan Investasi Asing Langsung. H_0 : variabel tersebut tidak terdistribusi normal, H_a : variabel tersebut terdistribusi normal. Dapat dilihat dari tabel 4 pada variabel tersebut mempunyai nilai z-stat yang lebih besar daripada nilai z-tabel yang ditetapkan, kesimpulannya yaitu H_0 ditolak, artinya bahwa variabel ekspor dan investasi asing langsung terdistribusi normal.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa variabel pengeluaran pemerintah tidak berpengaruh signifikan pada pertumbuhan ekonomi. Ini disebabkan oleh inefisiensi dalam pengeluaran pemerintah di 8 Negara ASEAN, yang mencerminkan kurangnya akurasi dalam pengalokasian anggaran. Hal ini sesuai dengan riset sebelumnya (Sujidno & Febriani, 2023) yang juga menemukan pengaruh negatif dan signifikan dari pengeluaran pemerintah pada pertumbuhan ekonomi. Hal menarik lainnya adalah bahwa negara-negara dengan pendapatan menengah ke atas cenderung mempunyai tingkat pengeluaran pada sektor publik yang besar, tetapi tidak efisien dalam pengeluarannya.

Hasil penelitian jelas menegaskan bahwa ekspor mempunyai dampak positif dan signifikan pada pertumbuhan ekonomi. Efek positif pada ekspor tidak hanya mencakup manfaat ekonomi bagi negara eksportir, tetapi juga berperan sebagai pendorong utama pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan. Ekspor menghasilkan aliran devisa masuk bagi negara eksportir, yang akan memicu pertumbuhan ekonomi. Temuan tersebut sesuai, seperti yang disampaikan (Pratiwi, 2013) menyatakan bahwa ekspor mempunyai dampak yang signifikan pada pertumbuhan ekonomi. Ini dapat dijelaskan sesuai fakta bahwa kegiatan ekspor dapat menyediakan sumber daya devisa yang substansial bagi negara.

Hasil penelitian menegaskan bahwa investasi asing mempunyai pengaruh positif juga signifikan pada pertumbuhan ekonomi, meskipun pengaruhnya bersifat tidak langsung. Investasi asing memiliki potensi untuk memacu pertumbuhan ekonomi di suatu wilayah, dapat meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) di tempat operasi perusahaan asing. PAD ini memiliki peran penting dalam membentuk Anggaran Pengeluaran Belanja Daerah

(APBD). Temuan ini sesuai riset sebelumnya (Wau et al., 2022) yang juga menunjukkan bahwa investasi asing berpengaruh positif juga signifikan pada pertumbuhan ekonomi.

Berdasar pada temuan penelitian, terungkap bahwa tenaga kerja tidak mempunyai pengaruh signifikan pada pertumbuhan ekonomi. Ini disebabkan oleh adanya jumlah tenaga kerja berlebihan, yang dapat mengakibatkan perlambatan pertumbuhan ekonomi. Situasi ini terjadi karena meskipun jumlah tenaga kerja terus meningkat, namun ketersediaan lapangan kerja yang terbatas dan produktivitas tenaga kerja yang tidak optimal mengakibatkan kontribusi mereka pada pertumbuhan ekonomi menjadi tidak efektif. Temuan ini sesuai dengan riset (Ni'mah & Islami, 2023), menegaskan bahwa pada jangka panjang, tenaga kerja dapat mempunyai dampak negatif pada pertumbuhan ekonomi.

Ditemukan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan diantara tingkat inflasi pada pertumbuhan ekonomi. Teori Fiscer dalam (Masfiatun et al., 2023), Ketika inflasi berada pada tingkat rendah, pertumbuhan ekonomi cenderung mengalami dampak positif. Namun, pergeseran terjadi saat inflasi terus meningkat, yang kemudian berpotensi memberikan efek negatif terhadap pertumbuhan ekonomi. Dalam konteks makroekonomi, stabilitas makroekonomi yang relatif terjaga dapat menjadi landasan bagi efektivitas kebijakan pemerintah dalam mendorong pertumbuhan. Fischer, dalam kerangka pemikiran ini, merumuskan hubungan linier pada inflasi dan pertumbuhan ekonomi, mengidentifikasi tingkat ambang tertentu yang berperan penting dalam mempengaruhi interaksi keduanya.

SIMPULAN

Dari hasil pengkajian di atas tentang pengaruh variabel pengeluaran pemerintah, ekspor, investasi, tenaga kerja dan inflasi terhadap pertumbuhan ekonomi pada 8 Negara ASEAN tahun 2008 – 2021, dijelaskan sebagaimana berikut ini: 1) Pengeluaran pemerintah terbukti tidak berpengaruh pada pertumbuhan ekonomi di 8 Negara ASEAN tahun 2008 – 2021, pernyataan tersebut berlawanan dengan hipotesis yang menerangkan bahwa pengeluaran pemerintah mempunyai efek positif pada pertumbuhan ekonomi. Temuan dari penelitian ini mengindikasikan bahwa peningkatan pengeluaran pemerintah sebenarnya dapat menghambat laju pertumbuhan ekonomi. 2) Ekspor terbukti berpengaruh positif juga signifikan pada pertumbuhan ekonomi pada 8 Negara ASEAN tahun 2008 – 2021, pernyataan tersebut mendukung hipotesis yang menyatakan bahwa ekspor mempunyai dampak yang positif juga signifikan pada pertumbuhan ekonomi. Temuan dari penelitian ini mengungkapkan bahwa ekspor memiliki peran penting dalam memacu pertumbuhan ekonomi

di negara-negara pengekspor. 3) Investasi terbukti berpengaruh positif juga signifikan pada pertumbuhan ekonomi di 8 Negara ASEAN tahun 2008 – 2021, pernyataan tersebut sejalan dengan dugaan awal dalam hipotesis yang mengindikasikan bahwa investasi memiliki efek positif dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi. Temuan dari penelitian ini mengungkapkan bahwa investasi asing, sebagai bentuk investasi yang digunakan dalam penelitian, memiliki potensi untuk memberikan dampak positif pada pertumbuhan ekonomi suatu wilayah. 4) Tenaga Kerja terbukti tidak berpengaruh pada pertumbuhan ekonomi di 8 Negara ASEAN tahun 2008 – 2021, pernyataan tersebut tidak sejalan dengan asumsi bahwa tenaga kerja memiliki dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi, sebagaimana yang dinyatakan dalam hipotesis. Temuan dari penelitian ini mengindikasikan fakta menarik: peningkatan jumlah tenaga kerja malah dapat berpotensi memperlambat pertumbuhan ekonomi. Fenomena ini muncul karena meskipun terdapat kenaikan tenaga kerja, kurangnya lapangan pekerjaan yang memadai dan produktivitas yang belum optimal dapat menghambat dampak positifnya terhadap perekonomian. 5) Inflasi terbukti tidak berpengaruh signifikan pada pertumbuhan ekonomi di 8 Negara ASEAN tahun 2008 – 2021, pernyataan ini mengkontradiksi hipotesis yang sebelumnya mengindikasikan adanya dampak negatif dari pengeluaran pemerintah pada pertumbuhan ekonomi.

DAFTAR RUJUKAN

- Damanik, D., & Saragih, M. (2023). Korupsi, Inflasi dan Pertumbuhan Ekonomi di ASEAN. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 5(1), 71–81. <https://doi.org/10.36985/ekuilnomi.v5i1.494>
- Daniel, P. A. (2018). Analisis Pengaruh Inflasi Terhadap Laju Pertumbuhan Ekonomi Di Kota Jambi. In *Ekonomis: Jurnal of Economics and Business* (Vol. 2, Issue 1). <http://dx.doi.org/10.33087/ekonomis.v2i1.37>
- Elshehawy, M. A., Shen, H., & Ahmed, R. A. (2014). The Factors Affecting Egypt's Exports: Evidence from the Gravity Model Analysis. *Open Journal of Social Sciences*, 02(11), 138–148. <https://doi.org/10.4236/jss.2014.211020>
- Hardani, Ustiawaty, J., Andriani, H., & Juliana Sukmana, D. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. <https://www.researchgate.net/publication/340021548>
- Hellen, Mintarti, S., & Fitriadi. (2017). *Pengaruh Investasi Dan Tenaga Kerja Serta Pengeluaran Pemerintah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Serta Kesempatan Kerja*. 13(1), 28–38. <https://doi.org/10.30872/jinv.v13i1.2490>

- KEMENPERIN. (2003). Undang - Undang RI No 13 tahun 2003. Ketenagakerjaan, 1.
- Koyongian, C. L., Kindangen, P., & Kawung, G. M. V. (2019). *Pengaruh Pengeluaran Pemerintah, Investasi, Dan Tenaga Kerja Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kota Manado*. <http://dx.doi.org/10.35794/jpekd.17664.19.4.2017>
- Maharani, K., & Isnowati, S. (2014). Kajian Investasi, Pengeluaran Pemerintah, Tenaga Kerja Dan Keterbukaan Ekonomi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Propinsi Jawa Tengah. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, 21(1), 62–72. <https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/fe3/article/view/3172>
- Masfiatun, Supriyadi, M., & Nahdila, M. (2023). Dampak ekonomi digital dan tingkat inflasi terhadap pertumbuhan sektor ekonomi di indonesia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(6), 2745–2750. <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue>
- Ni'mah, S., & Islami, F. S. (2023). Hubungan Tenaga Kerja Dan Keterbukaan Ekonomi Untuk Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(1), 62–78. <https://doi.org/10.46306/vls.v3i1>
- Pioh, M. A. G., Kaumaat, R. J., & Mandej, D. (2021). Pengaruh Pdb Amerika Serikat, Kurs Dan Inflasi Terhadap Ekspor Non Migas Di Sulawesi Utara Periode 2001-2020. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 21(4), 13–21. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jbie/article/view/36439>
- Pratiwi, D. R. A. (2013). *Influence Of Foreign Investment And Export To Economic Growth In The Province Of East Java*. <https://doi.org/10.24815/jimps.v8i2.24676>
- Rezandy, A., & Yasin, A. (2022). Pengaruh Nilai Tukar, Inflasi, Dan Pendapatan Nasional Terhadap Ekspor Nonmigas Indonesia. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 11(10), 1245–1255. <https://doi.org/10.26740/independent.v1i3.42784>
- Sugiarto, E. C. (2019). *Investasi dan Indonesia Maju*. https://www.setneg.go.id/baca/index/investasi_dan_indonesia_maju
- Sujidno, R., & Febriani, R. E. (2023). Pengaruh Korupsi, Pengeluaran Pemerintah dan Jumlah Uang Beredar (M2) Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di ASEAN. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 9(2), 205–220. <https://doi.org/10.29303/jseh.v9i2.202>
- Sutawijaya, A., & Zulfahmi. (2010). *Pengaruh Ekspor Dan Investasi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Tahun 1980-2006*. <https://doi.org/10.33830/jom.v6i1.265.2010>
- Syahputra, R. (2017). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia* (Vol. 1, Issue 2). <https://doi.org/10.1234/jse.v1i2.334>

- Wau, T., Sarah, U. M., Pritanti, D., Ramadhani, Y., & Ikhsan, M. S. (2022). Determinan Pertumbuhan Ekonomi Negara ASEAN: Model Data Panel. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 13(2), 163–176. <https://doi.org/10.33059/jseb.v13i2.5205>
- Zulfa, I., & Endang, M. (2021). The Effect of Labor, Export, and Government Expenditure on Economic Growth. *Economics and Business Quarterly Reviews*, 4(3), 52–56. <https://doi.org/10.31014/aior.1992.04.03.368>



Pengaruh Semangat Kerja, Disiplin Kerja dan Budaya Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Pada PT Arina Parama Jaya Gresik

Ibrahim Zakariya^{1*}, Roziana Ainul Hidayati²

zakakintir69@gmail.com^{1*}, roziana@umg.ac.id²

^{1,2}Program Studi Manajemen

^{1,2}Universitas Muhammadiyah Gresik

Received: 12 12 2023. Revised: 01 01 2024. Accepted: 03 01 2024.

Abstract : Value fluctuations arrive late and arrive on time so this has the potential to disrupt work productivity. Another factor faced by PT. Arina Parama Jaya is a decline in employee morale in achieving predetermined targets. There is a tendency for some employees to be lazy and come late and take the tasks given to them for granted. The impact of this behavior cannot be underestimated, as it includes more than just reduced productivity. This can also affect the company's image, because a company's reputation is formed from the quality of service and commitment to excellence. This research uses a quantitative type of research. The population and sample are all 104 employees. The data analysis technique for this research uses the PLS (Partial Least Square) analysis method with the help of the SmartPLS version 4.0 application. PLS. The research results can be concluded that work enthusiasm, work discipline and work culture have a significant positive influence on employee work productivity. High morale motivates employees to give their best in their work, while good work discipline helps increase efficiency and reduce the level of negligence. A positive work culture creates an environment that supports and encourages employees to contribute optimally.

Keywords : Work spirit, Work discipline, Work culture.

Abstrak : Fluktuasi nilai terlambat datang dan datang tepat waktu sehingga hal ini berpotensi mengganggu produktivitas kerja. Faktor lain yang dihadapi PT. Arina Parama Jaya adalah semangat kerja karyawan yang menurun dalam mencapai target yang sudah ditentukan. Kecenderungan beberapa karyawan yang sering kali bermalas-malasan datang telat waktu dan menyepelkan tugas yang diberikan kepada mereka. Dampak dari perilaku ini tak dapat dianggap remeh, karena mencakup lebih dari sekadar penurunan produktivitas. Hal ini juga dapat membawa citra perusahaan terpengaruh, karena reputasi sebuah perusahaan terbentuk dari kualitas layanan dan komitmen terhadap keunggulan. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Populasi dan sampel adalah seluruh karyawan pada yang berjumlah 104 orang. Teknik analisis data penelitian ini menggunakan metode Analisis PLS (Partial Least Square) dengan bantuan aplikasi SmartPLS versi 4.0. PLS. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa semangat kerja, disiplin kerja, dan budaya kerja memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap produktivitas kerja karyawan. Semangat kerja yang tinggi memotivasi karyawan untuk memberikan yang terbaik dalam pekerjaan mereka, sementara disiplin kerja yang baik membantu

meningkatkan efisiensi dan mengurangi tingkat kelalaian. Budaya kerja yang positif menciptakan lingkungan yang mendukung dan mendorong karyawan untuk berkontribusi secara maksimal.

Kata Kunci : Semangat kerja, Disiplin kerja, Budaya kerja

PENDAHULUAN

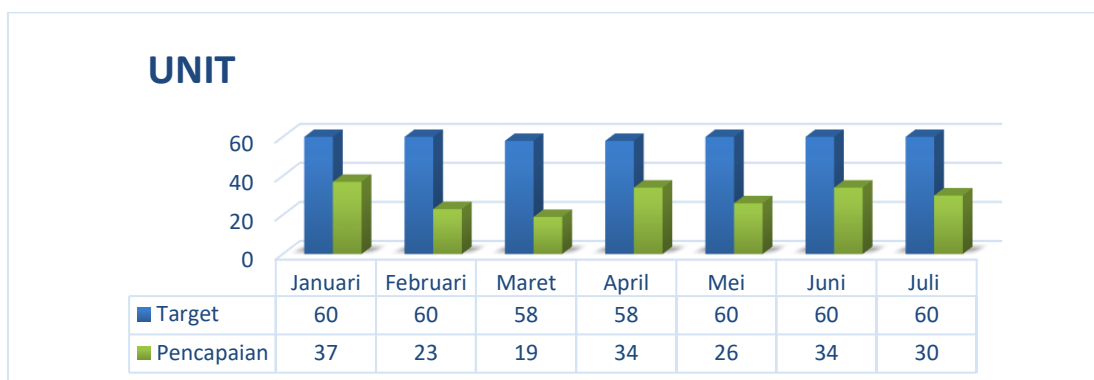
Perkembangan di era globalisasi sekarang ini tentunya membutuhkan sumber daya yang memiliki tingkat potensi dan kreativitas yang tinggi terutama bagi perseroan maupun perusahaan. Sumber daya manusia adalah salah satu faktor penting dalam sebuah perusahaan untuk mencapai tujuan dan sasarannya, karena sumber daya manusia adalah salah satu penentu berhasil atau tidaknya suatu perusahaan dalam mencapai tujuan (Amalia & Mauli Siagian, 2021). Sumber daya manusia bisa dikatakan baik dan buruk, ini dapat terlihat dari penilaian kinerja sumber daya manusia itu sendiri. Kinerja merupakan hasil dari kemampuan seseorang dalam menyelesaikan kewajiban ataupun tanggung jawabnya (Pratama, 2020). Oleh karena itu upaya untuk meningkatkan kinerja karyawan merupakan tantangan manajemen yang paling serius karena keberhasilan untuk mencapai tujuan dan kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada kualitas kinerja sumber daya manusia yang ada didalamnya. Begitu juga sebaliknya penurunan produktivitas juga dapat mempengaruhi output dan kinerja operasional.

Produktivitas kerja menunjukkan tingkat kemampuan pegawai dalam mencapai hasil (*output*), terutama dilihat dari sisi kuantitasnya, dengan adanya kepuasan kerja dan semangat kerja pada seorang pegawai diharapkan produktivitas pegawai tersebut dapat meningkat untuk mendukung tujuan dari perusahaan. Kepuasan kerja mencerminkan perasaan seseorang terhadap pekerjaannya. Ini tampak dari sikap karyawan terhadap pekerjaan dan segala sesuatu di lingkungan kerjanya. Kepuasan kerja menjadi menarik untuk diamati karena memberikan manfaat, baik dari segi individu maupun dari segi kepentingan industri. Bagi individu yang diteliti adalah tentang sebab dan sumber kepuasan kerja serta usaha yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kepuasan kerja individu, sedangkan bagi industri, penelitian dilakukan untuk kepentingan ekonomis, yaitu pengurangan biaya.

Produktivitas kerja di PT. Arina Parama Jaya pada bulan Januari – Februari terdapat target yang sama yaitu 60 Unit, namun pada bulan Januari dapat dilihat di gambar 1 untuk pencapaian pada bulan Januari yaitu 37 Unit dan pada bulan Februari terdapat pencapaian 23 Unit, lalu di bulan Maret – April terdapat target yang berbeda yaitu 58 Unit, namun pada bulan Maret dapat dilihat di gambar untuk pencapaian yaitu 19 Unit dan pada bulan April

terdapat pencapaian 34 Unit, lalu pada bulan Mei – Juli terdapat target yang sama yaitu 60 Unit, namun pada bulan Mei terdapat pencapaian 26 Unit, lalu pada bulan Juni terdapat pencapaian 34 Unit, dan pada bulan Juli terdapat pencapaian 30 Unit. Pada dasarnya produktivitas kerja yaitu kemampuan pegawai dalam mencapai hasil perusahaan. Maka dari gambar 1. dapat dikatakan bahwa produktivitas kerja PT. Arina Parama Jaya selama kurung waktu 7 bulan tidak pernah mencapai target yang di tentukan.

Gambar 1. Data Pencapaian Penjualan PT. Arina Parama Jaya



Menurut Hendri, E. (2016) Semangat kerja merupakan suatu sikap individu atau kelompok terhadap kesukarelaannya untuk bekerjasama agar mencurahkan kemampuannya secara menyeluruh. Dengan kata lain, semangat kerja adalah kemauan dari setiap individu atau kelompok untuk saling bekerja sama dengan giat, disiplin, dan penuh rasa tanggung jawab dalam melaksanakan tujuan yang telah ditetapkan. Faktor yang mempengaruhi semangat kerja adalah kebanggaan pekerja atas pekerjaannya, hasrat untuk maju perasaan telah diperlakukan dengan baik, kemampuan untuk bergaul dengan kawan sekerja dan kesadaran akan tanggung jawab terhadap pekerjaan. Faktor yang mempengaruhi semangat kerja adalah penempatan, kompensasi, kesempatan berprestasi, komunikasi dan lingkungan kerja. Ruang kerja yang bersih nyaman dan aman akan menimbulkan semangat kerja yang tidak tinggi. Demikian juga ruang kerja yang tidak bising, penerangan yang baik, penataan peralatan kantor rapi dan ruang gerak yang leluasa dapat meningkatkan semangat kerja karyawan. Semangat kerja merupakan suatu sikap positif yang memandang pekerjaan sebagai hal yang penting ditandai dengan sikap melakukan pekerjaan dengan sungguh-sungguh atau optimal (Munandar, 2014). Indikasi semangat kerja yang tinggi ditunjukkan oleh perasaan senang, optimis mengenai kegiatan-kegiatan dan tugas kelompok serta ramah tamah satu sama lain, sedangkan semangat kerja yang rendah ditunjukkan oleh perasaan tidak puas, lekas marah, sering sakit, suka membantah gelisah dan pesimistis Moekijat dalam Candra & Satria (2020).

Namun pada PT. Arina Parama Jaya terlihat semangat kerja karyawan yang menurun dengan diperkuat pada gambar 1. yang menjelaskan bahwasanya selama kurung waktu 7 bulan Januari 2023 – Juli 2023 tidak ada yang mencapai target yang ditentukan oleh PT. Arina Parama Jaya. Pada dasarnya semangat kerja yang tinggi memiliki sejumlah manfaat positif, tidak hanya bagi individu, tetapi juga untuk organisasi secara keseluruhan. Semangat kerja yang tinggi seringkali dikaitkan dengan peningkatan produktivitas kerja. Menurut Wibowo (2016), penurunan produktivitas adalah salah satu indikasi penurunan semangat kerja. Menurut Siagian dalam (Nuraini, 2013). Disiplin kerja adalah suatu sikap menghormati, menghargai, patuh dan taat terhadap peraturan – peraturan yang berlaku, baik yang tertulis maupun yang tidak tertulis serta sanggup menjalankan dan tidak mengelak untuk menerima sanksi – sanksinya apabila ia melanggar tugas dan wewenang yang diberikan kepadanya. Menurut Afandi (2018), disiplin kerja adalah suatu alat yang digunakan para manajer untuk mengubah suatu perilaku serta sebagai suatu upaya untuk meningkatkan kesadaran dan kesediaan seseorang menaati semua peraturan perusahaan dan norma-norma sosial yang berlaku. Disiplin kerja adalah suatu sikap menghormati, menghargai, patuh dan taat terhadap peraturan – peraturan yang berlaku, baik yang tertulis maupun yang tidak tertulis serta sanggup menjalankan dan tidak mengelak untuk menerima sanksi – sanksinya apabila ia melanggar tugas dan wewenang yang diberikan kepadanya Siagian dalam (Nuraini, 2013).

PT. Arina Parama Jaya, sebagai perusahaan yang bergerak di bidang penjualan mobil juga mempunyai karyawan yang merupakan tulang punggung operasionalnya. Namun, dalam mengelola sumber daya manusia, terdapat tantangan terkait dengan kedisiplinan karyawan yang sering tidak datang tepat waktu. Salah satu fenomena yang terlihat dalam PT. Arina Parama Jaya ini adalah kecenderungan sejumlah karyawan yang sering kali terlambat. Faktor-faktor yang mempengaruhi keterlambatan ini bervariasi dari setiap karyawan, mulai dari kendala transportasi hingga manajemen waktu pribadi. Keterlambatan ini, meskipun terkadang kecil dalam durasinya, dapat berdampak pada produktivitas operasional. Selain itu, dampak dari perilaku karyawan ini dapat dirasakan oleh karyawan di PT. Arina Parama Jaya. Pernyataan tersebut dibuktikan dalam tabel 1. di bawah.

Tabel 1. Absensi Karyawan Pada PT. Arina Parama Jaya Bulan Januari 2023- Juli 2023

Bulan	Jumlah Karyawan	Datang Terlambat (Orang/Karyawan)	Tepat Waktu (Orang/Karyawan)	Tanpa Keterangan
Januari	104	69	31	4
Februari	104	36	66	2
Maret	103	55	43	5
April	103	45	56	2

Mei	104	58	38	8
Juni	104	39	60	5
Juli	104	23	80	1

Pada tabel di atas menjelaskan bahwa pada bulan Januari 2023 terdapat 69 keterlambatan karyawan dan yang masuk tepat waktu berjumlah 31 karyawan dan yang tidak hadir tanpa keterangan 4 karyawan, lalu pada bulan Februari 2023 terdapat 36 karyawan yang terlambat dan yang masuk tepat waktu berjumlah 66 karyawan dan yang tidak hadir tanpa keterangan 2 karyawan, lalu pada bulan Maret 2023 terdapat 55 karyawan yang terlambat dan yang masuk tepat waktu berjumlah 43 dan yang tidak hadir tanpa keterangan 5 karyawan, lalu pada bulan April 2023 terdapat 45 karyawan yang terlambat dan yang masuk tepat waktu berjumlah 56 karyawan dan yang tidak hadir tanpa keterangan 2 karyawan, lalu pada bulan Mei 2023 terdapat 58 karyawan yang terlambat dan yang masuk tepat waktu berjumlah 38 karyawan dan yang tidak hadir tanpa keterangan 8 karyawan, dan pada bulan Juni 2023 terdapat 39 karyawan yang terlambat dan yang masuk tepat waktu berjumlah 60 karyawan dan yang tidak hadir tanpa keterangan 5 karyawan, lalu pada bulan Juli 2023 terdapat 23 karyawan yang terlambat dan yang masuk tepat waktu berjumlah 80 karyawan dan yang tidak masuk tanpa keterangan 1 karyawan. Pada bulan Januari 2023 - Juli 2023 terjadi fluktuasi nilai terlambat datang dan datang tepat waktu sehingga hal ini berpotensi mengganggu produktivitas kerja. Faktor lain yang dihadapi PT. Arina Parama Jaya adalah semangat kerja karyawan yang menurun dalam mencapai target yang sudah ditentukan.

Menurut Triguno dalam Ruliyansa (2018) Budaya kerja merupakan hal yang perlu diperhatikan dalam kegiatan perusahaan atau organisasi dalam membangun prestasi dan produktivitas kerja para pegawai sehingga mengarahkan perusahaan kepada keberhasilan yang dilakukan dengan kesadaran masing-masing individu, sedangkan kesadaran adalah merupakan sikap seseorang yang secara sukarela mentaati semua peraturan dan sadar akan tugas dan tanggung jawabnya. Menurut (Ruliyansa, 2018). Budaya kerja adalah Cara kerja sehari-hari yang bermutu dan selalu mendasari nilai-nilai yang penuh makna, sehingga menjadi motivasi, memberi inspirasi, untuk senantiasa bekerja lebih baik, dan memuaskan bagi masyarakat yang dilayani. Sedangkan Menurut Wibowo W (2010) budaya kerja merupakan suatu falsafah dengan di dasari pandangan hidup sebagai nilai-nilai yang menjadi sifat, kebiasaan dan juga pendorong yang dibudayakan dalam suatu kelompok dan tercermin dalam sikap menjadi perilaku, cita-cita, pendapat, padangan serta tindakan yang terwujud sebagai kerja.

Budaya kerja di sebuah perusahaan memiliki peran yang krusial dalam membentuk identitas dan kinerja organisasi secara keseluruhan. Setiap aspek dari cara perusahaan beroperasi, dari tingkat dedikasi karyawan hingga tingkat produktivitas yang dicapai, tercermin dalam budaya kerja yang ada. Budaya kerja di PT. Arina Parama Jaya yaitu *clan culture*, budaya kerja yang mengutamakan kepentingan kelompok dan rasa kekeluargaan di dalam perusahaan guna untuk mengedepankan komunikasi internal yang solid, produktivitas yang tinggi, terbuka dengan hal baru dan kedisiplinan yang tinggi. Pada dasarnya budaya kerja *clan culture* berpotensi untuk meningkatkan produktivitas. Namun pada bulan Januari 2023 – Juli 2023 terjadi ketidaktercapaian target yang sudah ditentukan PT. Arina Parama Jaya. Yang seharusnya budaya kerja *clan culture* berpotensi untuk meningkatkan produktivitas.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018) mengatakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme (mengandalkan empirisme) yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara acak (*random*), pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian objektif, dan analisis data bersifat jumlah atau banyaknya (kuantitatif) atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Lokasi penelitian ini dilakukan pada karyawan di PT. Arina Parama Jaya yang beralamat JL. Veteran KM 01 Kelurahan Segoromadu, Kecamatan Kebomas, Kabupaten Gresik. Populasi penelitian ini adalah seluruh karyawan pada PT. Arina Parama Jaya yang berjumlah berjumlah 104 Karyawan. Menurut Sugiyono (2017) sampel jenuh adalah teknik penentuan sampel apabila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Dapat dikatakan bahwa sampel yang digunakan dalam penelitian ini sama dengan jumlah populasi sebagai responden yakni sebanyak 104 karyawan.

Teknik pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menyebarkan kuesioner kepada responden secara langsung berupa hardfile. Peneliti membagikan lembar kuesioner yang telah berisikan pernyataan – pernyataan kepada responden yaitu karyawan PT. Arina Parama Jaya. Menurut Sugiyono (2017), menyatakan bahwa pengujian instrumen adalah alat untuk mengukur fenomena alam dan sosial yang diamati. Semua fenomena ini semua disebut variabel penelitian. Instrumen ini digunakan untuk mengukur dan mengumpulkan data tentang variable tertentu. Tujuan uji penelitian ini

adalah untuk mengukur seberapa layak data ini agar dapat dipertanggungjawabkan. Dalam penelitian ini untuk pengujian instrumen menggunakan *software SmartPLS version 4.0*.

Menurut Sugiyono (2016), uji validitas menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mencari validitas sebuah item, lalu mengkorelasikan skor item dengan total item – item tersebut. Pada analisa SEM, menurut (Sarstedt et al, 2017), nilai AVE variabel $> 0,5$ artinya syarat *convergent validity* yang baik sudah terpenuhi atau menunjukkan bahwa konstruk dapat menjelaskan 50% atau lebih variasi itemnya dan menurut (Ghozali dan Latan, 2015), setiap item berkorelasi lebih tinggi dengan variabel yang diukurnya maka evaluasi *discriminant validity* terpenuhi. Menurut Sugiyono (2016), uji reliabilitas merupakan uji yang digunakan untuk mengatur ketepatan suatu ukuran atau alat pengukur keandalannya. Suatu ukuran atau alat ukur yang dapat dipercaya harus memiliki reliabilitas yang tinggi. Pada analisa SEM dalam SmartPLS, menurut Ghozali dan Latan (2015), nilai reliabilitas dihitung sebagai nilai cronbach's alpha dan nilai cronbach's alpha yang baik adalah diatas 0,7, serta menurut Sarstedt et al, (2017), nilai composite reliability (ρ_c) $> 0,7$ variabel item nya reliabel.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode Analisis PLS (Partial Least Square) dengan bantuan aplikasi SmartPLS versi 4.0. PLS (Partial Least Square). Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan *software SmartPLS* menggunakan metode *bootstrapping*. Dalam pengujian hipotesis bisa dilihat dari hasil path coefficients pada nilai t statistik dan p value. Menurut Ghozali (2016), nilai t statistik $> 1,96$ artinya signifikan dan apabila nilai p value $< 0,05$ artinya berpengaruh (h1 diterima), p value $> 0,05$ tidak berpengaruh (h1 ditolak).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil menyebarkan kuisioner kepada 104 karyawan pada PT. Arina Parama Jaya. Dari keseluruhan yang tersebar terdapat 4 eror kuisioner yang kembali dan dapat diolah, yang selanjutnya dapat diuji dan dianalisis.

Tabel 2. Tingkat pengembalian kuesioner

Kriteria	Jumlah	Persentase
Kuesioner yang disebar	104	100 %
Kuesioner yang tidak kembali	0	0 %
Jumlah Kuesioner yang eror	4	3,8 %
Kuesioner yang memenuhi syarat	100	96,2 %

Berdasarkan data yang, jawaban dari responden telah direkapitulasi kemudian dianalisis untuk mengetahui deskriptif terhadap masing-masing variabel.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Konvergen

Variabel	Other Loadings
X1.1 <- X1	0.705
X1.2 <- X1	0.892
X1.3 <- X1	0.877
X1.4 <- X1	0.778
X2.1 <- X2	0.892
X2.2 <- X2	0.900
X3.1 <- X3	0.969
X3.2 <- X3	0.970
X3.3 <- X3	0.970
X3.4 <- X3	0.926
Y.1 <- Y	0.866
Y.2 <- Y	0.857
Y.3 <- Y	0.755

Berdasarkan tabel yang terlampir, dapat disimpulkan bahwa semua indikator memiliki outer loadings di atas 0,7. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua indikator tersebut valid.

Tabel 4. Hasil Uji Deskriminasi

	X1	X2	X3	Y
X1				
X2	0.692			
X3	0.497	0.500		
Y	0.802	0.821	0.635	

Berdasarkan tabel yang terlampir, dapat disimpulkan bahwa semua indikator memiliki Nilai HTMT di bawah 0,9 untuk setiap pasangan variabel. Hal ini dapat dilihat dari angka yang ditulis tebal. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa evaluasi validitas diskriminan dengan menggunakan HTMT terpenuhi.

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite reliability (rho c)</i>
X1	0.832	0.888
X2	0.755	0.891
X3	0.971	0.979
X4	0.768	0.860.

Berdasarkan tabel yang terlampir, dapat disimpulkan bahwa semua indikator memiliki nilai reliabilitas Cronbach's alpha dan composite reliability (rho_c) di atas 0,7. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua indikator tersebut valid.

Tabel 6. Hasil Uji R Square

R Square	
Y	0.569

Berdasarkan tabel yang terlampir, dapat disimpulkan bahwa pengaruh X1 hingga X3 terhadap Y memiliki tingkat kekuatan yang moderat hingga kuat, dengan nilai sebesar 0,569

Tabel 7. Hasil Uji F Square

F square	
X1 <- Y	0.190
X2 <- Y	0.150
X3 <- Y	0.107

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa pengaruh X1 hingga X3 pada Y termasuk pada level moderat menuju kuat.

Tabel 8. Hasil Uji *Bootstrapping*

	t-statistics	p-values
X1 <- Y	2.657	0.008
X2 <- Y	2.951	0.003
X3 <- Y	2.850	0.004

Penelitian ini melibatkan 104 responden yang menggunakan kuisioner. Namun, karena adanya error dalam hal validitas kuisioner, data yang diambil dan diproses berasal dari 100 responden. Berdasarkan tabel yang disajikan di atas, hasil penelitian menunjukkan tanggapan responden terhadap pertanyaan dalam kuisioner. Hasil di bawah ini menjelaskan melalui uji bootstrapping yang telah dilakukan peneliti.

Adanya penelitian mengenai pengaruh semangat kerja terhadap produktivitas kerja PT. Arina Parama Jaya menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara keduanya. Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa t-statistik sebesar 2.657 dengan nilai p-value sebesar 0,008, yang mengindikasikan bahwa semangat kerja memiliki pengaruh yang signifikan terhadap produktivitas kerja PT. Arina Parama Jaya. Hal ini menunjukkan bahwa Semangat kerja yang tinggi memiliki pengaruh yang positif terhadap produktivitas kerja. Ketika seseorang memiliki semangat kerja yang kuat, mereka cenderung lebih berdedikasi, fokus, dan berenergi untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Mereka memiliki keinginan yang tinggi untuk memberikan yang terbaik dalam pekerjaan mereka dan siap menghadapi tantangan dengan tekad yang kuat. Semangat kerja yang tinggi juga dapat memotivasi orang untuk terus belajar, mengembangkan keterampilan, dan meningkatkan kinerja mereka. Dengan semangat kerja yang tinggi, seseorang akan memiliki dorongan internal yang kuat

untuk mencapai hasil yang lebih baik, berkolaborasi dengan tim secara efektif, dan menghasilkan karya yang berkualitas. Semangat kerja yang positif menciptakan lingkungan kerja yang energik, berdampak pada peningkatan produktivitas secara keseluruhan, dan membantu mencapai kesuksesan individu maupun organisasi.

Adanya penelitian mengenai pengaruh disiplin kerja terhadap produktivitas kerja PT. Arina Parama Jaya menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara keduanya. Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa t-statistik sebesar 2.951 dengan nilai p-value sebesar 0.003, yang mengindikasikan bahwa disiplin kerja memiliki pengaruh yang signifikan terhadap produktivitas kerja PT. Arina Parama Jaya. Hal ini menunjukkan bahwa Disiplin kerja yang tinggi memiliki pengaruh yang positif terhadap produktivitas kerja. Dengan disiplin kerja yang tinggi, seseorang akan menghindari kebiasaan menunda-nunda pekerjaan, mengatur prioritas dengan baik, dan mengelola waktu dengan efektif. Mereka akan menghindari gangguan dan fokus pada tugas-tugas yang penting. Disiplin kerja yang tinggi juga mencerminkan tanggung jawab pribadi dan profesional yang kuat, di mana seseorang bertanggung jawab atas hasil kerja mereka sendiri.

Adanya penelitian mengenai pengaruh disiplin kerja terhadap produktivitas kerja PT. Arina Parama Jaya menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara keduanya. Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa t-statistik sebesar 2.850 dengan nilai p-value sebesar 0.004, yang mengindikasikan bahwa budaya kerja memiliki pengaruh yang signifikan terhadap produktivitas kerja PT. Arina Parama Jaya. Hal ini menunjukkan bahwa Budaya kerja yang positif memiliki pengaruh yang signifikan terhadap produktivitas kerja. Dalam budaya kerja yang positif, karyawan merasa didukung dan dihargai. Mereka merasa memiliki tujuan yang jelas dan mendapatkan umpan balik yang konstruktif. Budaya kerja yang positif juga mendorong komunikasi terbuka, kerjasama, dan kepercayaan antara rekan kerja. Karyawan merasa nyaman untuk berbagi ide, memberikan masukan, dan mengambil inisiatif untuk meningkatkan proses kerja.

Adanya penelitian mengenai pengaruh semangat kerja, disiplin kerja dan budaya kerja terhadap produktivitas kerja PT. Arina Parama Jaya bersama – sama memiliki pengaruh positif terhadap produktivitas kerja PT. Arina Parama Jaya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semangat kerja berpengaruh positif terhadap produktivitas kerja. Hasil ini menunjukkan bahwa ketika semangat kerja itu mengalir di dalam setiap individu, produktivitas tidak hanya meningkat, tetapi menciptakan gelombang perubahan positif dalam lingkungan kerja. Hasil ini sesuai dengan teori Siswanto dalam Busro

(2020), semangat kerja dapat diartikan sebagai suatu kondisi rohaniyah atau perilaku individu tenaga kerja dan kelompok-kelompok yang dapat menimbulkan kesenangan yang mendalam pada diri tenaga kerja untuk bekerja lebih giat dan konsekuen dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan. Hasil ini juga didukung oleh penelitian terdahulu yang pernah dilakukan oleh Endah Ratna Sari dkk, (2020), dengan hasil semangat kerja berpengaruh positif terhadap produktivitas kerja.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa disiplin kerja berpengaruh positif terhadap produktivitas kerja. Hasil ini menunjukkan bahwa disiplin dalam menjalankan tugas dengan penuh komitmen akan memperkuat fondasi produktivitas, mengarah pada pencapaian yang melebihi ekspektasi. Di balik setiap sukses ada disiplin yang tak pernah berhenti bekerja, menjadi pendorong utama produktivitas yang menginspirasi. Hasil ini sesuai dengan teori Afandi (2018), disiplin kerja adalah suatu alat yang digunakan para manajer untuk mengubah suatu perilaku serta sebagai suatu upaya untuk meningkatkan kesadaran dan kesediaan seseorang mentaati semua peraturan perusahaan dan norma - norma sosial yang berlaku. Hasil ini juga didukung oleh penelitian terdahulu yang pernah dilakukan oleh Agung Prawoto & Wachid Hasyim (2022), dengan hasil disiplin kerja berpengaruh terhadap produktivitas kerja.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa budaya kerja berpengaruh positif terhadap produktivitas kerja. Hasil ini menunjukkan bahwa budaya kerja yang positif akan membangun fondasi yang solid untuk produktivitas kerja yang berkelanjutan. Di dalamnya terdapat kekuatan untuk mendorong perubahan dan menginspirasi kinerja yang luar biasa. Hasil ini sesuai dengan teori (Ahiabor, 2014), Perusahaan yang memiliki komitmen dalam segala bidang perusahaannya dan memiliki identifikasi nilai-nilai yang berlaku dalam perusahaan tersebut dinilai memiliki budaya kerja. Budaya kerja merupakan sistem untuk karyawan yang bertujuan untuk membentuk karakteristik karyawan agar mencapai sebuah produktivitas. Hasil ini juga diperkuat oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kerenhapukh Faith Leihitu dkk, (2022), dengan hasil budaya kerja berpengaruh signifikan terhadap produktivitas kerja. Hasil menunjukkan bahwa pengaruh semangat kerja, disiplin kerja dan budaya kerja terhadap produktivitas kerja bersama – sama memiliki pengaruh terhadap produktivitas kerja.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa semangat kerja, disiplin kerja, dan budaya kerja memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap produktivitas kerja karyawan di PT. Arina Parama Jaya Gresik. Semangat kerja yang tinggi memotivasi

karyawan untuk memberikan yang terbaik dalam pekerjaan mereka, sementara disiplin kerja yang baik membantu meningkatkan efisiensi dan mengurangi tingkat kelalaian. Budaya kerja yang positif menciptakan lingkungan yang mendukung dan mendorong karyawan untuk berkontribusi secara maksimal.

DAFTAR RUJUKAN

- Afandi, P., 2018. Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep dan Indikator). Riau : Zanafa Publishing
- Ahiabor, G. (2013). The impact of incentives on productivity of firms in Ghana: a case study of Ghana airport company limited. *Problems of management in the 21th century* vol. 8. Hal 6 – 15. <https://doi.org/10.33225/pmc/13.08.06b>
- Ahiabor, G. (2014). The Impact of Corporate Culture on Productivity of Firms in Ghana: A Case of Vodafone Ghana. *Problems of Management in the 21st Century*, 9(3), 173–182. <https://doi.org/10.33225/pmc/14.09.173>
- Alfred, D. Chandler, Jr .1962. *Strategy and Structure: Chapters in The History of The industrial Enterprise*. Cambridge Mass: MIT Press
- Amalia, S., & Siagian, M. (2021). Pengaruh Disiplin Kerja, Pengalaman Kerja dan Budaya Organisasi terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Kumala Indonesia Shipyard. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 4(1), 719-730. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.240>
- BIJA, A. P. (2021). *PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN, BUDAYA KERJA, DAN KEPUASAN KERJA TERHADAP EMPLOYEE ENGAGEMENT DI KEMENTERIAN PERTAHANAN* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA).
- Busro, Muhammad. 2020. *Teori-teori Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Kencana Prenadamedia.
- Cooper, D.R. & Schindler, P.S. (2003). *Bussiness Research Methode*, 8th ed., New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Darmawan, Didit. 2013. *Prinsip-Prinsip Perilaku Organisasi*. Pena Semesta, Surabaya.
- Dewi, R., Putriani, D. A., & Windiara, W. (2022). Pengaruh Semangat Kerja dan Disiplin Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada PT. Multi Media Selular Baturaja. *Ekonomika*, 15(1), 70-86. <https://journal.unbara.ac.id/index.php/fe/article/view/1388>

- Dharma, Agus, 1993, *Manajemen Perilaku Organisasi: Pendayagunaan Sumber Daya Manusia*, Edisi Keempat, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Edy Sutrisno, (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Cetak ke sebelas. Prananda Media Group, Jakarta.
- Enggana, J., Lie, D., & Julyanthry, J. (2017). Pengaruh Budaya Organisasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada Pt Bank Mestika Dharma, Tbk. Cabang Pematangsiantar. *SULTANIST: Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 5(1), 11-20. <https://doi.org/10.37403/sultanist.v5i1.80>
- Ghozali, I. (2018). “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS” Edisi Sembilan. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, I., Latan, H. (2015) *Partial Least Squares : Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0, -2/E*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Gondokusumo, 2005, *Evaluasi Kinerja Karyawan*, Penerbit PT Renieka Cipta Bandung.
- Handayani, H. 2017. Pengaruh kepuasan kerja dan semangat kerja terhadap prestasi kerja pada PT Bumi Karsa Makassar. *Economics Bosowa*, 3(4), 87-98.
- Hasibuan, Malayu S.P 2007, *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*,
- Hasley, George D. (1992). *Asas-Asas Manajemen*. Bandung: Alumi.



Pengaruh Dana Otonomi Khusus, Pengeluaran Perkapita, Umur Harapan Hidup Saat Lahir, Harapan Lama Sekolah, dan Rata-Rata Lama Sekolah Terhadap Indeks Pembangunan Manusia di Provinsi Papua Tahun 2014-2022

Ryana Syafira¹, Rifki Khoirudin^{2*}, Indanazulfa Qurrota A'yun³
ryana1900010267@webmail.uad.ac.id¹, rifki.khoirudin@ep.uad.ac.id^{2*},
indanazulfa.ayun@ep.uad.ac.id³
^{1,2,3}Program Studi Ekonomi Pembangunan
^{1,2,3}Universitas Ahmad Dahlan

Received: 18 09 2023. Revised: 12 11 2023. Accepted: 02 01 2024.

Abstract : During the period of 2014-2022, the province of Papua experienced a Human Development Index (HDI) level below the national average, and the rankings of HDI indicators also tended to be lower compared to other provinces. This research aims to explore the impact of HDI indicators on the HDI levels in various districts/cities in the province of Papua. The research approach used is a correlational method with a focus on understanding the correlation between dependent and independent variables. Regression analysis techniques were applied to the districts/cities in the province of Papua over the period of 2014-2022. The research findings reveal that the special autonomy fund indicator has a negative and non-significant effect on the Human Development Index in the province of Papua during that period. Meanwhile, the indicators of per capita expenditure, life expectancy at birth, expected years of schooling, and average years of schooling positively and significantly influence the improvement of the Human Development Index in the province of Papua during the same period.

Keywords : Human Development Index, Special Autonomy Fund, Per Capita Expenditure, Life Expectancy at Birth, Expected Years of Schooling, Average Years of Schooling.

Abstrak : Selama periode 2014-2022, Provinsi Papua mengalami tingkat Indeks Pembangunan Manusia di bawah rata-rata nasional, dan peringkat indikator IPM juga cenderung lebih rendah dibandingkan dengan provinsi lain. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengeksplorasi dampak indikator-indikator IPM terhadap tingkat IPM di berbagai kabupaten/kota di Provinsi Papua. Pendekatan studi yang dipakai ialah metode korelasional dengan fokus untuk memahami korelasi diantara variabel dependen serta variabel independen. Teknik analisis regresi diterapkan kepada kabupaten/kota di Provinsi Papua pada jangka waktu 2014-2022. Temuan penelitian mengungkapkan bahwa indikator dana otonomi khusus mempunyai pengaruh negatif serta tidak signifikan pada indeks pembangunan manusia di Provinsi Papua selama periode tersebut. Sementara itu, indikator pengeluaran perkapita, umur harapan hidup saat lahir, harapan lama sekolah, serta rata-rata lama sekolah secara positif serta bermakna memengaruhi peningkatan indeks pembangunan manusia di Provinsi Papua selama periode sama.

Kata Kunci : Indeks Pembangunan Manusia, Dana Otonomi Khusus, Pengeluaran Perkapita, Umur Harapan Hidup Saat Lahir, Harapan Lama Sekolah, Rata-rata Lama Sekolah.

PENDAHULUAN

Pembangunan adalah suatu proses perubahan berencana guna menghasilkan dampak yang lebih baik dari sebelumnya. Secara umum, pembangunan ekonomi adalah usaha pemerintah dalam meningkatkan standar hidup rakyatnya yang berkaitan dengan pertumbuhan ekonomi, politik, dan kesejahteraan sosial. Salah satu aspek tercapainya pembangunan ekonomi yang maju adalah pembangunan manusia. Menurut Supadi (2011), penggunaan sumber daya manusia secara efektif menjadi indikator utama pembangunan ekonomi suatu negara. Secara spesifik terdapat beberapa aspek kehidupan sebagai penunjang pembangunan manusia, antara lain pendidikan, kesehatan, dan standar kelayakan hidup. Menurut BPS (2022), IPM Indonesia meningkat 0,62 persen dari tahun 2021 yang hanya bernilai 0,35 persen. Pada tahun 2014-2022 tiap Provinsi di Indonesia setiap tahunnya berada dalam kategori sedang atau menengah yaitu dalam rentang nilai antara 60-70. Namun, Provinsi Papua hanya berada dalam kategori rendah dengan nilai 50-60. Salah satu penyebab Provinsi Papua menempati tingkat terendah diantara Provinsi lainnya disebabkan oleh rendahnya indikator-indikator Indeks Pembangunan Manusia seperti dana otonomi khusus, pengeluaran perkapita, umur harapan hidup saat lahir, harapan lama sekolah serta rata-rata lama sekolah.

Kontribusi pemerintah daerah dalam pengalokasian dana otsus bertujuan untuk memperkuat struktur daerah selaras pada aspirasi, kebutuhan, dan perkembangan masyarakat di Provinsi Papua, serta untuk meningkatkan pembangunan kesejahteraan dan pelayanan publik di wilayah tersebut. Dalam kurun waktu 20 tahun, total dana otonomi khusus serta dana tambahan untuk infrastruktur yang disediakan oleh pemerintah untuk Papua serta Papua Barat mencapai jumlah yang cukup substansial, yaitu sekitar Rp 1.092 triliun. Hal ini diharapkan dapat menghasilkan peningkatan kesejahteraan bagi wilayah dan penduduk Papua. Menurut BPS, pengeluaran perkapita adalah biaya yang digunakan oleh rumah tangga agar dapat memenuhi kebutuhan setiap bulannya. Biaya tersebut dihasilkan dari pendapatan rumah tangga dan dibagi rata sesuai dengan jumlah anggota rumah tangga tersebut. Pendapatan masyarakat sangat berpengaruh pada pengeluaran per kapita. Pengeluaran rumah tangga terbagi atas konsumsi pangan serta non pangan, sedangkan pengeluaran untuk usaha atau pengeluaran lainnya yang dibagikan kepada pihak lain tidak termasuk dalam kedua pengeluaran tersebut.

Umur Harapan Hidup saat lahir menginterpretasikan suatu kemampuan untuk menjalani kehidupan yang sehat dan panjang. Menurut BPS, angka umur harapan hidup saat kelahiran di

Papua pada 2022 meningkat dari tahun 2021 menjadi 66,23 tahun. Pada indikator umur harapan hidup saat lahir ini, Papua dan Sulawesi Barat mempunyai nilai rata-rata yang sama selama 7 tahun terakhir, yaitu sebesar 65 tahun. Hal ini membuktikan bahwa Papua masih memiliki kesempatan untuk mengejar ketertinggalannya dalam memperbaiki aspek-aspek penunjang umur harapan hidup saat lahir yang nantinya akan mempengaruhi tingkat indeks pembangunan manusia di daerahnya. Harapan lama sekolah merupakan tolak ukur untuk melihat kondisi sistem pendidikan di masa yang akan datang dihitung dari lamanya anak usia tujuh tahun ke atas dalam mencapai pendidikannya.

Menurut data BPS tahun 2014-2022, Provinsi Papua menduduki posisi terendah selama 8 tahun berturut-turut dengan angka sebesar 10-11 tahun. Rendahnya kualitas pendidikan masyarakat menyebabkan rendahnya indeks pembangunan manusia. Oleh karena itu, diharapkan pemerintah dan masyarakat dapat saling bekerja sama dalam meningkatkan kualitas pendidikan yang tentunya akan mempengaruhi indeks pembangunan manusia. Perlu diperhatikan bahwa rata-rata durasi pendidikan mencerminkan perkembangan pendidikan dalam jangka panjang, sedangkan harapan durasi pendidikan mencerminkan pencapaian serta peningkatan sumber daya manusia pada jangka pendek di suatu daerah. Penelitian ini perlu diteliti karena ingin melihat peran dari dana otonomi khusus terhadap Pembangunan sumber daya manusia di Papua.

METODE PENELITIAN

Metode yang diterapkan pada studi ini ialah pendekatan korelasional, yang bermaksud dalam memahami hubungan antar variabel. Pendekatan kuantitatif diterapkan dalam penelitian ini sebab melibatkan aktivitas perhitungan yang dijelaskan dalam bentuk data angka. Selanjutnya, angka-angka tersebut bakal dianalisis melalui teknik regresi data panel dengan bantuan perangkat lunak pengolahan data EViews. Pemilihan metode regresi data panel diputuskan untuk menyatukan data cross section serta data time series yang memberi kemudahan ketika menganalisis pengaruh antar variabel. Data yang dimanfaatkan kedalam studi ialah data sekunder. Sumber data didapatkan Badan Pusat Statistik Provinsi Papua serta BPKAD Provinsi Papua yang diperoleh melalui situs resmi. Pada riset ini, digunakan data panel yang mencakup 29 kabupaten/kota di Provinsi Papua jangka waktu 2014 sampai 2022.

Uji multikolinearitas berfungsi mengidentifikasi keterkaitan antara variabel independen pada kerangka regresi data panel. Dalam regresi yang optimal, sebaiknya tidak terdapat hubungan yang kuat diantara variabel independen. Sebuah model regresi dianggap tidak

terpengaruh oleh multikolinearitas apabila nilai korelasi diantara variabelnya $< 0,9$. Uji heterokedastisitas dilaksanakan untuk menilai adanya variasi yang tidak merata diantara variabel independen pada model regresi. Uji heteroskedastisitas menjadi signifikan karena jika terjadi variasi yang tidak merata ini, maka estimasi model regresi akan kehilangan efisiensi dan mengurangi akurasi analisis. Uji ini bisa dijalankan dengan melakukan perbandingan antara probabilitas serta nilai alpha (0,05). Bila p-value lebih tinggi daripada 0,05, maknanya tidak terdapat indikasi heteroskedastisitas.

Pemilihan model regresi tujuannya adalah untuk mendapatkan model analisis yang paling cocok dengan sifat data dan tujuan dari penelitian. Uji Chow : memiliki tujuan dalam merujuk model optimal yang cocok dengan membandingkan antara FEM dan CEM. Bila nilai F-hitung atau chi-square menunjukkan signifikansi, maka FEM lebih cocok digunakan daripada CEM. Namun, bila nilai F-hitung ataupun chi-square tidak signifikan, maka CEM lebih sesuai dipilih ketimbang FEM. Uji Hausman : dilaksanakan dalam memilih pilihan model optimal dalam studi dengan membandingkan antara FEM dan REM.. Uji Hausman didasarkan pada perbandingan estimasi koefisien regresi dari kedua model tersebut. Secara statistik, jika perbedaan ini memiliki signifikansi, maka pilihan model yang lebih tepat adalah FEM. Namun, jika perbedaan ini tidak signifikan, berarti model yang lebih sesuai ialah REM.

Model estimasi data panel. Model *common effect* ialah model simpel ataupun dasar pada regresi dimana menyatukan *time series* serta *cross section* dan tidak melihat aspek waktu juga orang hingga bisa diperkirakan bahwasanya tingkah laku antar individu didalam beragam rentang waktu. Model *fixed effect* mengambil pendekatan dalam menguji dampak variabel independen pada variabel dependen dan anggapan bahwa tiap individu memiliki nilai khas yang tetap seiring berjalannya waktu. Model fixed effect memperhitungkan adanya perbedaan tetap antar individu, yang mana bisa diakomodasi melalui penggunaan variabel dummy atau penghapusan rata-rata dari setiap individu. Model *random effect* dipakai dalam menganalisis data di mana variasi sumbernya tidak dapat diidentifikasi atau diukur, dengan anggapan bahwa efek antar variabel tidak tetap dan bervariasi secara acak. Model ini dirancang untuk menangani situasi di mana korelasi diantara variabel-variabel tidak konsisten sepanjang waktu. Model *random effect* memiliki kemampuan untuk mengatasi masalah-masalah seperti heteroskedastisitas, autokorelasi, dan multikolinearitas dalam data.

Uji F melibatkan perbandingan rata-rata dari beberapa kelompok populasi, dengan tujuan menggali apakah terdapat dampak bersama diantara variabel dependen serta variabel independen, dengan hipotesis jikalau F-hitung $>$ F-tabel maknanya variabel independen secara

bersamaan punya pengaruh efek pada variabel dependen, begitu pula sebaliknya. Nilai koefisien determinasi (R²) dalam prinsipnya mengindikasikan sejauh apa model mampu memaparkan variasi dalam variabel independen di mana dibuktikan dengan nilai R² yang mendekati satu mencerminkan bahwasanya variabel independen berhasil secara substansial memaparkan variasi dalam variabel dependen.

Uji apriori dilaksanakan untuk mengambil keputusan mengenai validitas hipotesis penelitian. Uji ini melibatkan perbandingan antara nilai P yang telah ditentukan sebelumnya dengan nilai statistik yang dihasilkan dari data. Jika nilai P melebihi ambang batas yang ditentukan, maka hipotesis diterima. Namun, jika nilai P berada di bawah ambang batas, maka hipotesis tersebut ditolak. Dimaksudkan untuk mengilustrasikan dampak individual variabel independen ketika memaparkan variabel dependen, dengan memperhatikan ambang signifikansi sebesar 0,05 dengan hipotesis bahwasannya jikalau p-value < 0,05 maknanya variabel independen secara individu mempunyai dampak pada variabel dependen, serta pula berlaku sebalik itu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Hasil Uji Chow

Effects Test	Stat	df	P-value
Nilai Crossection F	59.162248	(28,227)	0.0000
Nilai Crossection Chi-square	552.265511	(28)	0.0000

Dapat disimpulkan bahwa probabilitas memiliki nilai bernilai 0.0000, dimana berada dibawah 0.05 maknanya model dimana paling optimal dapat dipakai ialah FEM.

Tabel 2 Hasil Uji Hausman

Test Summary	Stat	df	P-value
Nilai Crossection random	14.393252	5	0.0133

Dari ilustrasi dipaparan, terlihat bahwasannya probabilitas memiliki nilai 0,0133, yang lebih rendah dari tingkat alfa 0,05. Dengan begitu, menunjukkan disarankan menggunakan model yang optimal digunakan yaitu FEM.

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

	X1	X2	X3	X4	X5
X1	1.000000	-0.178418	-0.122934	-0.153678	-0.200166
X2	-0.178418	1.000000	0.538108	0.703259	0.826099
X3	-0.122934	0.538108	1.000000	0.450577	0.502323
X4	-0.153678	0.703259	0.450577	1.000000	0.879037

X5	-0.200166	0.826099	0.502323	0.879037	1.000000
----	-----------	----------	----------	----------	----------

Berdasar pada gambar yang dipaparkan, nilai korelasi antara X1, X2, X3, X4, dan X5 < 0,9 yang artinya tidak ada masalah multikolinearitas.

Tabel 4 Hasil Uji Heterokedastisitas

Variabel	Koefisien	Standar Error	t-stat	P-value
C	0.799710	0.768965	1.039982	0.2995
X1	-9.67E-07	1.82E-06	-0.531047	0.5959
X2	-1.15E-05	3.06E-05	-0.374635	0.7083
X3	-0.012584	0.013532	-0.929956	0.3534
X4	0.006244	0.013590	0.459479	0.6463
X5	0.026244	0.017758	1.477851	0.1408

Berdasarkan gambar di atas, nilai Prob. > 0,05 berarti tidak ada masalah heteroskedastisitas.

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Data Panel Metode Fixed Effect

Variabel	Koefisien	Standar Error	t-stat	P-value
C	-15.31893	4.398735	-3.482575	0.0006
X1	1.01E-05	6.27E-06	1.617096	0.1072
X2	0.001508	0.000120	12.59612	0.0000
X3	0.636931	0.079115	8.050673	0.0000
X4	1.408791	0.076879	18.32478	0.0000
X5	0.991128	0.135557	7.311501	0.0000

Dapat disimpulkan bahwasannya variabel X1 memiliki probabilitas yang melebihi 0,05, mengindikasikan bahwasannya variabel tersebut tidak memiliki dampak yang signifikan pada variabel Y. Sementara itu, variabel-variabel lainnya memiliki probabilitas yang lebih rendah daripada 0,05, menandakan bahwasannya variabel-variabel tersebut mempunyai dampak yang signifikan pada variabel Y.

Tabel 6. Hasil Uji F

F-statistik	F-tabel	Alpha	Keterangan
8507.834	2.2494220	0.00000	Signifikan

Berdasar data yang dipaparkan, F-statistic (8507.834) > (2.2494220) dan Prob(F-stat) 0.000000 < 0,05 artinyabisa ditarik sebuah kesimpulan yaitu variabel independen punya efek signifikan pada variabel dependen secara bersamaan.

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R-square)

Estimasi models	Fixed effect
Adjusted R-Square	0.999075

Berdasar data yang telah dipaparkan, dapat dilihat bahwa R-square FEM bernilai 0.999075 yang artinya variabel independent memaparkan ke variabel dependennya sebesar 99% sementara itu 1% lainnya dijelaskan oleh variabel diluar model.

Tabel 8. Hasil Uji Apriori

Variabel	Hipotesis	Hasil	Kesimpulan
Dana otonomi khusus	Positif	Negatif	Tidak sesuai
Pengeluaran perkapita	Positif	Positif	Sesuai
Umur harapan hidup	Positif	Positif	Sesuai
Harapan lama sekolah	Positif	Positif	Sesuai
Rata-rata lama sekolah	Positif	Positif	Sesuai

Terdapat kesesuaian hipotesis dengan hasil pengujian antara variabel independen pengeluaran perkapita, umur harapan hidup, harapan lama sekolah, serta rata-rata lama sekolah terhadap variabel dependen IPM. Namun, pada variabel independen dana otonomi khusus terhadap variabel dependen IPM tidak terdapat kesesuaian hipotesis dengan hasil pengujian.

Tabel 9. Hasil Uji T

Variabel	Koefisien	t-Statistic	t-tabel	P-value	Keterangan
Dana Otonomi Khusus	1.01E-05	1.617096	1.960	0.1072	Tidak signifikan
Pengeluaran Perkapita	0.001508	12.59612	1.960	0.0000	Signifikan
Umur Harapan Hidup	0.636931	8.050673	1.960	0.0000	Signifikan
Harapan Lama Sekolah	1.408791	18.32478	1.960	0.0000	Signifikan
Rata-Rata Lama Sekolah	0.991128	7.311501	1.960	0.0000	Signifikan

Variabel dana otonomi khusus memiliki t-stat lebih sedikit dari t-tabel maknanya mempunyai dampak negatif pada variabel IPM. Sedangkan variabel pengeluaran perkapita, umur harapan hidup, harapan lama sekolah, serta rata-rata lama sekolah memiliki t-stat lebih tinggi dari t-tabel maknanya mempunyai dampak positif pada variabel IPM.

Temuan penelitian dalam variabel ialah dana otonomi khusus mempunyai dampak negatif pada IPM. Dengan demikian, walaupun pengalokasian dana otonomi khusus sudah terbagi secara merata untuk dua indikator utama, ialah pendidikan dan kesehatan, namun pada kenyataannya tidak mempengaruhi tingkat indeks pembangunan manusia secara umum di Provinsi Papua.

Pengeluaran perkapita mempunyai dampak positif pada IPM, dikonfirmasi pada pengujian t, bahwasannya t-stat lebih tinggi daripada t-tabel yaitu $12.59612 > 1.960$ serta nilai prob lebih rendah daripada 0,05 yaitu 0,0000. Jumlah pengeluaran yang berbanding lurus dengan pendapatan membuktikan bagaimana tingkat kesejahteraan masyarakat pada suatu wilayah. Apabila pola konsumsi masyarakat telah bergeser dari pangan ke non-pangan, maka

membuktikan bahwa masyarakat tersebut sudah mampu memenuhi kebutuhan utamanya yaitu pangan sehingga mereka dapat mengeluarkan pendapatan lainnya untuk konsumsi non-pangan. Variabel umur harapan hidup berpengaruh positif pada variabel IPM yang dibuktikan dalam uji t, bahwa t statistik bernilai 8.050673 lebih tinggi daripada t-tabel 1.960 serta bernilai signifikansi 0.0000 lebih rendah daripada 0,05. Dengan demikian, membuktikan bahwasannya kualitas kesehatan masyarakat dalam kondisi yang cukup baik untuk meningkatkan kualitas pembangunan manusia di lokasi tersebut.

Variabel harapan lama sekolah mempunyai dampak positif pada variabel indeks pembangunan manusia. terbukti dengan hasil pengujian t, di mana t-stat bernilai 18.32478 lebih besar dibandingkan dengan t-tabel 1.960 dan nilai signifikansi bernilai 0.0000 lebih rendah daripada 0,05. Hal ini juga terkonfirmasi oleh meningkatnya angka harapan lama pendidikan diikuti dengan meningkatnya nilai indeks pembangunan manusia di daerah tersebut. Variabel rata-rata lama sekolah mempunyai dampak positif pada variabel indeks pembangunan manusia yang dikonfirmasi pada hasil uji t, di mana t-stat bernilai lebih besar dari t-tabel yakni 7.311501 > 1.960, nilai signifikan 0.0000 lebih rendah dari 0.05. Semakin tinggi angka rata-rata lama pendidikan mengindikasikan bahwa kualitas pendidikan masyarakat termasuk pada kondisi yang baik sehingga mampu meningkatkan indeks pembangunan manusia.

SIMPULAN

Hasil uji pemilihan model terbaik dalam estimasi data panel dalam studi ini ialah *fixed effect model*. Temuan uji regresi memakai FEM membuktikan bahwa variabel independen pengeluaran perkapita, umur harapan hidup saat lahir, harapan lama sekolah, serta rata-rata lama sekolah mempunyai dampak positif pada variabel indeks pembangunan manusia pada 29 Kabupaten/Kota di Provinsi Papua pada 2014-2022. Temuan uji regresi memakai FEM mengkonfirmasi bahwasannya variabel dana otonomi khusus mempunyai dampak negatif pada variabel indeks pembangunan manusia di 29 Kabupaten/Kota di Provinsi Papua pada 2014-2022. Temuan penelitian menunjukkan bahwa variabel independen dana otonomi khusus mempunyai t-statistik lebih rendah daripada t-tabel serta nilai signifikansi lebih tinggi daripada 0,05 hingga variabel independen dana otonomi khusus mempunyai dampak negatif pada indeks pembangunan manusia. Temuan studi menunjukkan bahwa variabel independen pengeluaran perkapita, umur harapan hidup saat lahir, harapan hidup saat lahir, dan rata-rata lama sekolah mempunyai t-statistik lebih tinggi daripada t-tabel serta nilai signifikansi lebih rendah daripada

0,05 hingga variabel independen tersebut punya efek positif pada variabel dependen indeks pembangunan manusia.

DAFTAR RUJUKAN

- Agustina, A., & Fadhiela, K. (2015). Analisis Ketahanan Pangan Rumah Tangga Berdasarkan Proporsi Pengeluaran Pangan Dan Konsumsi Energi (Studi Kasus Pada Rumah Tangga Petani Peserta Program Desa Mandiri Pangan Di Kecamatan Indrapuri Kabupaten Aceh Besar). In *Agrisep* (Vol. 16, Issue 1). <https://jurnal.usk.ac.id/agrisep/article/view/3028>
- Andi Fakhruddin Yusuf, N. (2014). *Analisis Pengaruh Desentralisasi Fiskal Terhadap Indeks Pembangunan Manusia Di Kabupaten/Kota Eks Karesidenan Surakarta Skripsi*. Universitas Diponegoro.
- Arofah, I., & Rohimah, S. (2019). Analisis Jalur Untuk Pengaruh Angka Harapan Hidup, Harapan Lama Sekolah, Rata-Rata Lama Sekolah Terhadap Indeks Pembangunan Manusia Melalui Pengeluaran Riil Perkapita Di Provinsi Nusa Tenggara Timur. *Jurnal Sainatika*, 2(1). <http://dx.doi.org/10.32493/jsmu.v2i1.2920>
- Bakar, A. (2020). Analisis Pengaruh Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga Dan Pengeluaran Pemerintah Terhadap Indeks Pembangunan Manusia Kabupaten Mimika. *Jurnal Kritis*, 4(2). <http://ejournal.stiejb.ac.id/index.php/jurnal-kritis/article/view/111>
- Bisai, C. M., Kbarek, M., & Pajeru, A. R. (2019). Analisa Pembangunan Manusia Dan Pengaruhnya Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Di Provinsi Papua. *Jurnal Kajian Ekonomi & Keuangan Daerah*, 184(3), 184–219. <https://doi.org/10.52062/keuda.v4i3.1125>
- Ham, U., & Octaviani, H. (2022). Dampak Kebijakan Otonomi Khusus Terhadap Peningkatan Indeks Pembangunan Manusia di Papua. *Musamus Journal Of Public Administration*. 2022, 5(1). <https://doi.org/10.35724/mjpa.v5i1.4531>
- Jauhar Mahya, A. (2021). Pengaruh Angka Harapan Lama Sekolah, Rata-Rata Lama Sekolah, Dan Pengeluaran Per Kapita Terhadap Indeks Pembangunan Manusia. In *Jurnal Pendidikan dan Riset Matematika* (Vol. 3, Issue 2). <https://doi.org/10.35326/jiam.v4i2.1718>
- Junaedi, A., (2021). Analisis Akuntabilitas Pengelolaan Dana Otonomi Khusus Papua. *Jurnal Tata Sejuta*, 7(2). <https://doi.org/10.32666/tatasejuta.v7i2.209>

- Manurung, E. N., & Hutabarat, F. (2021). Pengaruh Angka Harapan Lama Sekolah, Rata-Rata Lama Sekolah, Pengeluaran per Kapita Terhadap Indeks Pembangunan Manusia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 4(2), 121–129. <https://doi.org/10.35326/jiam.v4i2.1718>
- Muhtarulloh, F. (2021). Analysis of the Impact of Papua and West Papua Special Autonomy Funds on IPM Fahrudin Muhtarulloh. *Jurnal Budget*, 6(1). <https://doi.org/10.22212/jbudget.v6i1.76>
- Noor, A., & Yulianti, A. (2018). Determinan Indeks Pembangunan Manusia Di Wilayah Indonesia Timur (Studi kasus Pemerintah Kabupaten/Kota Provinsi Papua pada tahun 2013-2016). *Majalah Ilmiah Solusi*, 16(4). <http://dx.doi.org/10.26623/slsi.v16i4.1674>



Manajemen Pengelolaan Usaha Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Sriwijaya

Yuliana FH^{1*}, Deskoni², Firmansyah³

yulianafh@fkip.unsri.ac.id^{1*}, deskoni@fkip.unsri.ac.id², firmansyah@fkip.unsri.ac.id³

^{1,2,3}Program Studi Pendidikan Ekonomi

^{1,2,3}Universitas Sriwijaya

Received: 18 12 2023. Revised: 28 12 2023. Accepted: 02 01 2024.

Abstract : Students' interest in entrepreneurship shows a positive trend, but what is no less important in running a business is not only the courage to start but also the consistency needed from students to be able to maintain the existence of their business through regular and directed business management. This research aims to 1) provide a general overview of student businesses and 2) how business management is carried out by students of the Sriwijaya University Economic Education Study Program Class of 2018-2020 in terms of operational and product management, capital, and financial management, and marketing management. This type of research is qualitative descriptive research with data collection techniques using in-depth interviews, observations and documentation of 20 students who run businesses. Based on the results of research that has been obtained data that there are 13.5% of students who run businesses in the fields of services, reseller, art / crafts, and culinary. In managing its business on operational and product management, most of it is still done independently because the focus is still divided between lectures and managing business. In addition, the limitation of capital is one of the obstacles in starting a business and for financial management management that is still very simple by making records related to cash in and outflow funds to find out the amount of business profit. Furthermore, marketing management is done through offline and online marketing through social media and marketplaces.

Keywords : Business management, Students, Entrepreneurship, Management

Abstrak : Minat mahasiswa dalam berwirausaha menunjukkan tren yang positif, namun yang tak kalah penting dalam menjalankan suatu usaha bukan hanya keberanian untuk memulai, namun juga dibutuhkan konsistensi dari mahasiswa untuk dapat mempertahankan eksistensi usahanya melalui manajemen usaha yang teratur dan terarah. Penelitian ini bertujuan untuk 1) memberikan gambaran umum usaha mahasiswa dan 2) bagaimana pengelolaan usaha yang dilakukan oleh mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Sriwijaya Angkatan 2018-2020 yang ditinjau dari aspek manajemen operasional dan produk, manajemen permodalan dan keuangan, serta manajemen pemasaran. Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara secara mendalam, observasi dan dokumentasi terhadap 20 mahasiswa yang menjalankan usaha. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh data bahwa terdapat 13,5% mahasiswa yang

menjalankan usaha di bidang jasa, *reseller*, art/kerajinan, dan kuliner. Dalam mengelola usahanya pada manajemen operasional dan produk sebagian besar masih dilakukan secara mandiri karena fokus yang masih terbagi antara kuliah dan mengelola usaha. Selain itu, keterbatasan modal menjadi salah satu kendala dalam memulai usaha dan untuk manajemen pengelolaan keuangan yang dilakukan masih sangat sederhana dengan membuat pencatatan terkait *cash flow* untuk mengetahui besarnya laba usaha. Selanjutnya, pada manajemen pemasaran dilakukan melalui pemasaran secara *offline* dan *online* melalui media sosial dan *marketplace* yang tersedia.

Kata Kunci : Pengelolaan usaha, Mahasiswa, Wirausaha, Manajemen

PENDAHULUAN

Pengangguran merupakan salah satu masalah pembangunan yang dihadapi suatu negara. Jumlah penduduk bekerja untuk lulusan universitas memperlihatkan tren yang fluktuatif, yakni pada Februari 2020 sebesar 10,23%, Agustus 2020 sebesar 9,63%, dan Februari 2021 sebesar 10,18% (bps.go.id: 2021). Angka ini menunjukkan bahwa kontribusi lulusan universitas yang bekerja masih lebih sedikit dibanding dengan lulusan jenjang pendidikan lainnya. Kondisi ketenagakerjaan ini diperparah lagi dengan adanya dampak pandemi covid-19 yang melanda dunia yang pada tahun 2021 ini yang menyebabkan beberapa pekerjaan hilang dan sebanyak 19,10 juta pekerja terdampak covid-19 mulai dari mereka yang mengalami pengurangan jam kerja hingga kehilangan pekerjaan (bps.go.id: 2021).

Salah satu langkah dalam dunia pendidikan khususnya di jenjang pendidikan tinggi dalam mengatasi permasalahan pengangguran ialah dengan melaksanakan pendidikan kewirausahaan. Pendidikan kewirausahaan di Perguruan Tinggi dapat dimaknai sebagai pelatihan yang memungkinkan mahasiswa untuk mengembangkan kreativitas mereka, mengambil peluang, inisiatif, tanggung jawab dan risiko. Melalui pengembangan karakter, pola pikir dan perilaku wirausaha ini diharapkan kedepannya, lulusan perguruan tinggi siap menghadapi berbagai persaingan yang kian kompetitif di semua bidang profesi.

Lebih lanjut Prastyaningtyas dan Arifin (2019) menjelaskan bahwa pentingnya kewirausahaan bagi mahasiswa adalah agar mereka mampu membangun dan mengembangkan inovasi atau ide baru untuk dijadikan sebagai usaha dengan demikian dapat merubah pola pikir mahasiswa yang hanya berorientasi sebagai pencari kerja, namun lebih berorientasi sebagai pencipta lapangan kerja, sehingga dapat mengurangi angka pengangguran. Langkah yang diambil di Universitas Sriwijaya sendiri dalam pengembangan kewirausahaan, yakni dengan menjadikan mata kuliah kewirausahaan sebagai mata kuliah wajib universitas yang harus diikuti oleh seluruh mahasiswa program diploma dan sarjana yang pelaksanaannya dilakukan

oleh masing-masing program studi. Kebijakan ini sejalan dengan salah satu tujuan program studi Pendidikan Ekonomi, yakni menciptakan atmosfer akademik yang mendorong mahasiswa untuk kreatif, adaptif, berkarakter, serta memiliki kemampuan manajerial dan kewirausahaan yang berorientasi pada Pendidikan ekonomi sesuai dengan tuntutan masyarakat global. Oleh karena itu, perlu pembinaan dan pengembangan bakat dan minat mahasiswa dalam berwirausaha, melalui muatan mata kuliah dalam kurikulum yang mendukung kewirausahaan.

Beberapa mata kuliah pendukung pengembangan kewirausahaan yang telah diberikan diantaranya mata kuliah perencanaan bisnis, praktikum UMKM, manajemen, dan praktikum kewirausahaan. Diharapkan dengan adanya mata kuliah ini dapat mendorong minat dan motivasi mahasiswa untuk berwirausaha dan menjadi insan yang kreatif dan mandiri. Karena pada dasarnya kewirausahaan itu sesuatu yang dapat diajarkan dan dikembangkan dalam diri individu, sebagaimana yang diungkapkan oleh Wijoyo, et al (2021) bahwa kewirausahaan merupakan sebuah realistik atau *construct* yang dapat dipelajari melalui proses pembelajaran, pelatihan, simulasi dan praktik yang dilakukan secara intens. Melalui pendidikan kewirausahaan dan program pembelajaran yang terencana, seorang individu akan mampu terbuka wawasannya dan memunculkan ide untuk termotivasi dan memiliki minat dalam bersirausaha (Rukmana, et al, 2021).

Berdasarkan data penelitian pendahuluan yang telah dilakukan sebelumnya, tercatat bahwa di tahun 2021 sebesar 13,5% mahasiswa program studi Pendidikan ekonomi UNSRI Angkatan 2018-2020 yang telah berwirausaha. Adapun jenis usaha yang digeluti meliputi usaha di bidang jasa, kuliner, perdagangan dan reseller, *craft* dan *art*. Berdasarkan data ini menunjukkan bahwa telah terlihat adanya minat dan ketertarikan mahasiswa untuk berwirausaha dan menjalankan bisnis tertentu, selanjutnya yang menjadi tantangan adalah bagaimana mereka mengelola usaha yang dijalankan saat ini agar tetap mampu bertahan dan terus berkembang hingga di masa mendatang. Karena pada dasarnya keberlangsungan usaha merupakan bentuk konsistensi para pemilik usaha untuk terus bertumbuh dan bertahan dengan usaha yang dijalankan tersebut dengan pengelolaan faktor keuangan dan nonkeuangan yang perlu diatur dengan baik (Alvianti dan Rochayatun, 2021). Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk (1) memberikan gambaran umum usaha mahasiswa, dan (2) menggambarkan bagaimana pengelolaan usaha yang dilakukan oleh mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Sriwijaya yang ditinjau dari aspek manajemen operasional dan produk, manajemen permodalan dan keuangan, serta manajemen pemasaran.

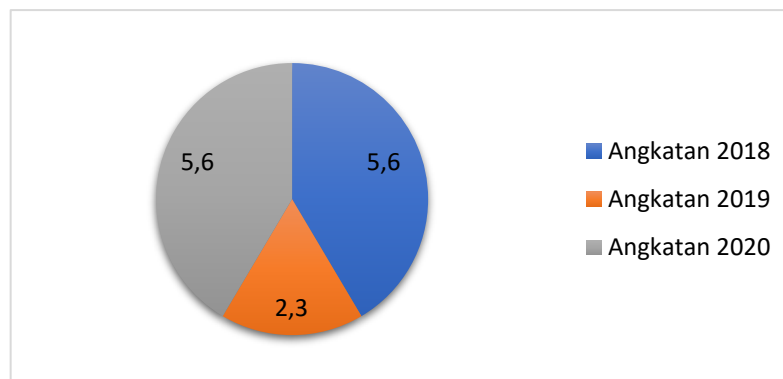
METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk memberikan gambaran umum usaha mahasiswa dan pengelolaan usaha yang dilakukan oleh mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Sriwijaya dalam mempertahankan usahanya yang ditinjau dari 3 aspek, yakni aspek manajemen operasional dan produk, manajemen permodalan dan keuangan, serta manajemen pemasaran. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Ramdhan (2021) bahwa penelitian deskriptif kualitatif merupakan jenis penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran, penjelasan, dan juga validasi mengenai fenomena yang sedang diteliti.

Subjek dalam penelitian ini merupakan mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Sriwijaya Angkatan 2018 – 2020 yang telah menjalankan usaha sebanyak 20 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan, yakni wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi untuk memperoleh informasi secara mendalam terkait pengelolaan usaha yang dilakukan mahasiswa wirausaha. Teknik analisisnya menggunakan analisis deskriptif yang mengacu pada model Miles and Huberman dalam Setiawan (2021), meliputi tahap reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan verifikasi.

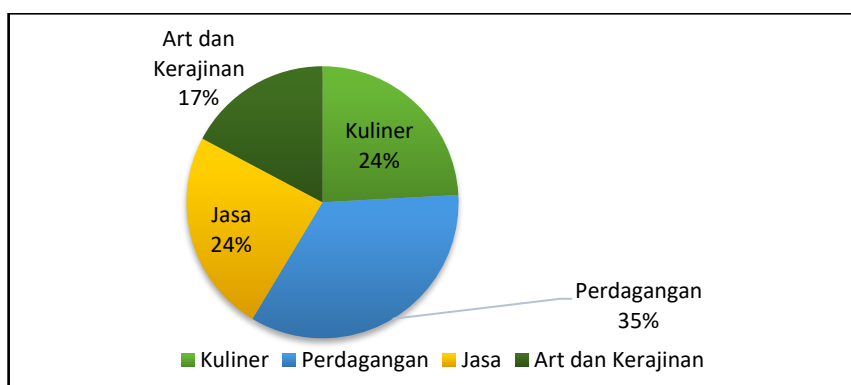
HASIL DAN PEMBAHASAN

Jumlah mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Sriwijaya Angkatan 2018-2020 yang memiliki usaha tertentu diperoleh dengan memberikan angket melalui *google form* untuk memperoleh data awal terkait usaha yang dijalankan. Melalui kegiatan tersebut diperoleh hasil bahwa pada Angkatan 2018 sebanyak 12 mahasiswa (5,6%), Angkatan 2019 sebanyak 5 mahasiswa (2,3%), dan Angkatan 2020 sebanyak 12 mahasiswa (5,6%). Data tersebut dapat digambarkan pada diagram berikut:



Gambar 1. Persentase Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi yang Berwirausaha Tahun 2021

Berdasarkan data tersebut dapat dilihat bahwa jumlah mahasiswa berwirausaha di tahun 2021 ini berjumlah 29 mahasiswa. Jika dilihat dari persentase jumlahnya ini mengalami penurunan, salah satu penyebabnya adalah efek pandemi covid-19 yang tengah melanda sehingga beberapa usaha yang telah dijalankan mahasiswa terpaksa harus tutup. Pangsa pasar usaha yang dijalankan sebagian merupakan mahasiswa UNSRI, dan dengan adanya kebijakan untuk melaksanakan kegiatan perkuliahan dan kegiatan kampus lainnya secara daring (*online*) berdampak pada penurunan omset usaha yang dijalankan, selain itu pemanfaatan pemasaran secara *online* yang belum optimal dan persaingan yang kian ketat menyebabkan beberapa usaha yang dijalankan mahasiswa ‘mandeg’. Meskipun demikian, masih terdapat 29 mahasiswa yang mampu mempertahankan eksistensi usahanya di masa pandemi ini, dimana jenis usaha yang dijalankan mahasiswa dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 2. Persentase Jumlah Wirausaha Berdasarkan Bidang Usaha

Berdasarkan diagram tersebut dapat dilihat bahwa jenis usaha perdagangan dan *reseller* merupakan jenis usaha yang paling banyak digeluti mahasiswa. Diakui oleh beberapa mahasiswa bahwa *reseller* adalah langkah awal dan paling mudah dilakukan untuk memulai usaha, karena sistem perdagangan *reseller* ini tidak membutuhkan modal yang besar, tidak harus memproduksi barang sendiri sehingga risiko kerugian relatif kecil. Selain itu, melakukan kegiatan perdagangan dan *reseller* ini tidak membutuhkan waktu yang lama, sehingga mereka bisa membagi waktu antara kuliah dan menjalankan usahanya. Hal ini senada dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Hada, et al (2020) yang menjelaskan bahwa rentang usia produktif yakni kelompok mahasiswa paling banyak memilih untuk menjadi *reseller* sebanyak 49%, dan produk fashion merupakan jenis produk yang paling sering diperdagangkan.

Hal ini terjadi karena pekerjaan sebagai *reseller* memberikan fleksibilitas dan keseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan. Jenis usaha kedua yang paling banyak dijalankan mahasiswa Pendidikan ekonomi adalah usaha di bidang kuliner yang diantaranya dilatarbelakangi oleh hobi atau keterampilan mahasiswa dalam membuat dan mengolah

beberapa jenis makanan dan minuman. Jenis usaha di bidang jasa yang dilakukan mahasiswa, meliputi jasa desain, editing, *top up* pulsa listrik dan sebagainya, jasa *make up* jasa pengetikan dan fotokopi, serta fotografi. Sedangkan pada jenis usaha *art/kerajinan*, meliputi usaha pembuatan hampers, hadiah *custom*, *flower frame* dan buket.

Proses Pengelolaan Usaha Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Sriwijaya Tahun Angkatan 2018-2020. Keterampilan dalam mengelola usaha menjadi sesuatu yang penting untuk dimiliki para pelaku usaha. Karena dengan keterampilan ini, mereka mampu mengoptimalkan penggunaan sumber daya yang dimiliki untuk mencapai target dan sasaran usaha yang dijalankan. Suaidy dan Lewenussa (2019) menjelaskan bahwa keterampilan dan pola pikir wirausaha merupakan dua hal penting untuk menghasilkan wirausahawan yang sukses dan tangguh, karena dengan pola pikir wirausaha, seseorang akan selalu termotivasi untuk selalu produktif dengan menciptakan inovasi terbaru dalam mengembangkan usahanya. Selain itu keterampilan usaha sangat dibutuhkan untuk mendayagunakan akal fikiran, ide dan kreativitas untuk membuat sesuatu menjadi lebih bermakna. Beberapa aspek yang perlu dikelola dengan baik oleh para wirausaha, diantaranya manajemen operasional dan produk, manajemen permodalan dan keuangan, serta manajemen pemasaran.

Manajemen operasional dan produk merupakan salah satu aspek penting dalam pengelolaan usaha dalam mengoptimalkan aktivitas usaha dalam penciptaan produk bermutu dengan penggunaan biaya produksi yang tepat. Manajemen operasional dapat diartikan sebagai upaya transformasi input menjadi output (Hanafi, 2019). Lebih lanjut, ia menjelaskan bahwa dalam manajemen operasional terdapat 2 hal pokok yang harus diperhatikan, yakni manajemen kualitas dan manajemen produktivitas, manajemen kualitas terkait dengan mutu produk yang dihasilkan. Pada kegiatan operasional yang dilakukan oleh mahasiswa berwirausaha di Program Studi Pendidikan Ekonomi ini Sebagian besar semua aktivitas dilakukan sendiri, karena usaha yang dijalankan merupakan usaha pemula yang belum memiliki karyawan atau rekan dengan jumlah tertentu. Biasanya, semua aktivitas mulai dari kegiatan produksi barang, pengemasan, hingga kegiatan pemasaran dilakukan sendiri.

Sebagaimana, yang diungkapkan oleh Ratih Septiyanti pemilik usaha kaktus dan sukulen (Petani Palembang): “...*usaha ini diawali hobi saya memelihara kaktus dan sukulen, dan karena di rumah sudah terlalu banyak, makanya saya berinisiatif untuk menjualnya, untuk proses pengemasan dan pemilihan tanah, pot dan pernik-pernik agar terlihat menarik itu saya lakukan sendiri, bahkan untuk mengemas kaktus ini agar sampai ke konsumen tetap indah juga*

saya lakukan sendiri, karena penjualan yang saya lakukan tidak hanya secara offline saja namun juga online dan harus dikirim ke beberapa daerah di luar Palembang... ”. Selain itu, karena usaha yang dijalankan masih terbagi dengan kegiatan kuliah yang dilakukan oleh mahasiswa, maka jika terdapat kendala dalam pembagian waktu antara kuliah dan usaha biasanya anggota keluarga seperti ibu atau adik yang akan membantu menjalankan usaha tersebut, seperti yang diungkapkan oleh Muhammad Iqbal pemilik usaha fotocopy dan minuman boba berikut: “...untuk rekan biasanya ibu saya yang akan membantu, jika saya ada kuliah, tapi kalau konsumen mau cetak foto biasanya hanya saya yang bisa, karena ibu saya tidak bisa mengedit foto...”

Pembagian waktu antara menjalankan kegiatan usaha dengan waktu kuliah merupakan salah satu kendala yang dihadapi oleh mahasiswa wirausaha dalam menjalankan aktivitas operasional usahanya sebagaimana hasil penelitian yang dilakukan oleh Komara dan Setiawan (2020) bahwa sebesar 27% mahasiswa mengalami kendala tidak bisa membagi waktu antara kuliah dan usaha. Dengan demikian, dukungan dari lingkungan keluarga sangat dibutuhkan untuk membantu menjalankan aktivitas usaha tersebut, dan biasanya mahasiswa yang menjalankan usaha memiliki latar belakang keluarga yang juga berwirausaha serta mendukung mereka dalam menjalankan usaha tersebut. Manajemen waktu yang baik merupakan salah satu syarat keberhasilan mahasiswa dalam menyelesaikan pendidikannya sembari menjalankan usahanya. Sebaiknya mereka telah memiliki jadwal teratur agar dapat mengimbangi antara jadwal kuliah dan berwirausaha (Pratama, et al, 2022).

Pada kegiatan produksi, mulai dari pemilihan bahan baku dan produksi barang dilakukan sendiri oleh mahasiswa. Seperti untuk pembelian bahan baku usaha *art* dan kerajinan, dan untuk menghemat biaya produksi, biasanya bahan baku dibeli secara *online* sehingga dapat membandingkan dan memilih harga bahan baku yang paling murah. Untuk jenis usaha seperti *counter* pulsa dan *voucher* biasanya barang-barang telah dipasok oleh pemasok yang merupakan langganan. Responden Nurlailah Sabariah pemilik usaha *giftshop* dan *counter* pulsa mengungkapkan: “...untuk bahan-bahan kami beli langsung di agen kertas, atau biasanya mencari di *e-commers* seperti *shoopee* karena harganya biasanya bisa pilih yang lebih murah, kalau untuk pulsa biasanya ada dari agen besar di Palembang...”

Dalam kegiatan produksi barang atau jasa, untuk usaha di bidang jasa desain maupun kerajinan, serta kuliner sangat mengandalkan keahlian dan kreativitas pemilik usaha, karena untuk usaha jasa desain dan kerajinan biasanya akan memproduksi sesuai pesanan konsumen atau sistem *custom*, dan hal ini lah yang menjadi salah satu keunggulan produk yang dihasilkan.

Sebagaimana yang diungkapkan oleh responden Wardah Ramdhanti pemilik usaha *totebag custom*: *...desain totebag saya ini asli buatan saya sendiri, jadi tidak pasaran dan hanya bisa ditemui di olshop saya sendiri, desain nya juga saya buat sesuai dengan keinginan konsumen agar mereka puas dengan hasil totebag yang saya jual...".* Selain itu, untuk kegiatan produksi yang belum bisa dilakukan sendiri karena adanya keterbatasan alat yang dimiliki, biasanya mahasiswa menggunakan jasa pihak ketiga, seperti yang dilakukan oleh responden Rifdah Nur Azmi pemilik usaha *mug* dan *tumbler custom* yang mengatakan bahwa: *"...untuk produksi saya membeli mug polos dari salah satu penjual mug, kemudian saya mendesain gambar yang diinginkan konsumen, lalu untuk mencetaknya, karena saya belum punya alat sendiri saya bekerja sama dengan percetakan untuk mencetak foto, tulisan dan lain-lain, karena memang keterbatasan modal yang saya miliki belum mampu membeli lata cetak tersebut..."*.

Dapat diperoleh garis besar bahwa kegiatan usaha dan produksi yang dilakukan oleh mahasiswa wirausaha ini didasarkan pada keterampilan yang dimiliki oleh masing-masing mahasiswa karena kegiatan operasional sebagian besar dilakukan secara mandiri oleh mahasiswa. Atau dapat dikatakan bahwa kegiatan usaha dijalankan sesuai dengan hobi yang dimiliki dan dimanfaatkan untuk menjadi salah satu sumber penghasilan bagi mereka. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Pratama, et al (2022) bahwa mahasiswa wirausahawan akan memilih jenis usaha yang simple dan sesuai dengan *passion*/hobi yang mereka miliki agar usaha tersebut dapat tetap dijalankan sembari kuliah. Hal yang sama diungkapkan oleh Deskoni et al (2021) bahwa melakukan suatu pekerjaan yang sesuai dengan hobi akan lebih menyenangkan karena kita bekerja sesuai dengan *passion* yang sekaligus dapat mendatangkan keuntungan.

Manajemen Permodalan dan Keuangan. Permodalan merupakan salah satu kendala utama yang dihadapi mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Sriwijaya dalam memulai usaha, dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa beberapa kendala yang mereka alami diantaranya: 1) keterbatasan modal yang dimiliki (40%); 2) manajemen waktu antara kuliah dan mengelola usaha (28%); 3) sulitnya memaksimalkan pemasaran produk karena banyaknya pesaing (17%); dan 4) keraguan atau rasa takut akan risiko kerugian/gagal (15%). Besaran modal awal yang digunakan untuk membuka usaha tersebut berkisar antara Rp 200.000,- hingga Rp 10.000.000,-. Sebagian besar sumber permodalan berasal dari orang tua dan tabungan yang mereka sisihkan dari uang saku yang diberikan orang tua. Selain itu, terdapat juga mahasiswa yang merupakan penerima dana PKH yang memanfaatkan dana yang diperoleh agar lebih produktif, seperti yang diungkapkan oleh responden Imam Tantowi yang memiliki

usaha di bidang fotocopy dan cetak foto berikut: “...awal mula buat usaha fotocopy ini bu, karena saya merupakan siswa penerima PKH dari pemerintah bu, dan berpikir bagaimana kalo uang yang saya dapet ini saya puter agar menjadi sumber penghasilan bagi saya, kebetulan di daerah rumah saya belum banyak fotokopian, jadi kalo masyarakat sekitar mau fotokopy lumayan jauh jaraknya, jadi dengan uang itu saya jadikan modal awal untuk buka fotokopy bu....”

Purnamasari (2020) menjelaskan bahwa selain modal yang bersifat keuangan, modal yang utama harus dimiliki seorang wirausaha adalah ‘berkat’, yakni berani dan nekat, berani untuk melangkah lebih maju dari hal-hal yang ditakuti dan nekat dengan keyakinan hati bahwa usaha yang dijalankan akan berhasil dengan jiwa kreatif dan inovatif serta berbagai pengalaman yang dimiliki. Selain itu, seorang wirausahawan harus memiliki *adversity quotient*, yakni kemampuan dalam menghadapi berbagai kesulitan dan memiliki kecerdasan dalam mengolah kesulitan itu untuk dapat diselesaikan dengan baik, dengan demikian hal ini akan memperkuat ketekunan seorang wirausaha dalam menjalankan aktivitas usahanya (tambunan, 2020). Salah satu tantangan yang tak kalah penting terkait praktik pengelolaan keuangan perlu dilaksanakan dalam menjaga kelangsungan usaha. karena melalui pengelolaan keuangan dengan melakukan kegiatan perencanaan, pencatatan, pelaporan dan pengendalian, seorang pemilik usaha dapat memantau dan melakukan kontrol keuangan usaha untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi dan mengambil tindakan/keputusan yang tepat agar usaha yang dijalankan dapat berjalan hingga jangka waktu yang panjang (Alvianti dan Rochayatun, 2021).

Pada praktiknya sebagian besar usaha yang dijalankan mahasiswa masih menerapkan sistem pencatatan pengelolaan keuangan yang sederhana dengan melakukan pencatatan terkait aliran kas masuk dan kas keluar (*cash flow*) untuk mengetahui besaran laba usaha yang diperoleh. Hal ini dilakukan karena memang usaha yang dijalankan belum menjadi fokus utama bagi mahasiswa, karena masih perlu membagi waktu dan perhatian untuk menyelesaikan Pendidikan di universitas. Selain itu, beberapa mahasiswa mengatakan bahwa terkadang pendapatan usaha yang diperoleh dipergunakan untuk keperluan pribadi, sehingga tidak ada pemisahan antara asset usaha dan asset pribadi. Sebagaimana yang diungkapkan oleh responden Nyayu Audiah pemilik usaha parfum refill berikut: “...kalau untuk pengelolaan keuangan biasanya saya hanya mencatat besaran uang masuk dan keluar untuk mengetahui berapa keuntungan yang saya dapat, namun terkadang ada juga pendapatan yang saya peroleh saya gunakan untuk keperluan pribadi saya...”.

Kondisi di masa pandemi Covid-19 yang tengah melanda juga mempengaruhi pendapatan beberapa jenis usaha mahasiswa, seperti usaha di bidang penjualan pulsa kuota bahkan jasa penyewaan zoom mengalami peningkatan, akibat adanya kebijakan dari pemerintah untuk pelaksanaan *school from home*, dan *work from home* yang menyebabkan kebutuhan akan penggunaan pulsa/kuota meningkat. Namun untuk usaha di bidang *art* dan kerajinan, serta kuliner mengalami penurunan karena berbagai aktivitas masyarakat dibatasi seperti adanya pemberlakuan PPKM dan kebijakan untuk pelaksanaan wisuda secara *online* menyebabkan permintaan akan *bucket* atau hampers wisuda mengalami penurunan. Langkah yang mahasiswa ambil untuk tetap mempertahankan usahanya tersebut adalah dengan melakukan diversifikasi produk, pembuatan dan pengemasan produk yang lebih kreatif, serta memaksimalkan penggunaan pemasaran digital/online untuk menarik konsumen. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Insana, et al (2022) bahwa mahasiswa merupakan anak muda yang memiliki ide-ide kreatif, sehingga yang awalnya usaha dilakukan secara konvensional dan mendapat hambatan di masa pandemi, mereka akan berupaya untuk menemukan ide-ide kreatif agar usahanya tetap bertahan.

Kegiatan pemasaran dapat dikatakan sebagai ujung tombak keberhasilan suatu usaha yang sedang dijalankan, karena penciptaan produk yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan harapan pelanggan saja tidak cukup dan harus dibarengi dengan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan jumlah penjualan dan *value* dari usaha yang dijalankan. Maka tak heran, jika kita lihat beberapa usaha mampu menghasilkan produk yang baik/dapat berproduksi namun belum mampu mengoptimalkan *revenue* usaha karena strategi pemasaran yang kurang baik. Di era industri 4.0 yang ditandai dengan penggunaan teknologi dan informasi dalam berbagai aspek kehidupan, hal ini menjadi peluang bagi pelaku usaha dalam menerapkan pemasaran digital seperti penggunaan e-commerce, dan media sosial sebagai media promosi dalam mengembangkan usaha dan bersaing di era digital (Dewi dan Nasution, 2023).

Penggunaan pemasaran digital selain pemasaran secara *offline* telah dilakukan oleh para mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Sriwijaya saat memulai usaha yang ditekuni, karena mahasiswa ini merupakan kaum milenial yang sangat familiar dengan penggunaan *smartphone* dan internet di kehidupan sehari-hari. Atau dapat dikatakan bahwa generasi milenial ini merupakan generasi yang lebih mengerti teknologi, tumbuh di dunia media sosial, dibesarkan dalam budaya ekspresi dan dapat belajar melalui interaksi online, salah satunya melakukan interaksi melalui pembelian online (Hayu, 2019). Di sisi lain, alasan mahasiswa wirausaha memanfaatkan pemasaran secara *online* karena menjadi salah satu

peluang untuk melakukan promosi dengan jangkauan konsumen yang lebih luas, tidak membutuhkan modal yang besar jika dibandingkan dengan harus membuka toko dan memasang iklan di media massa tertentu. Selain itu, masa pandemi covid-19 yang terjadi mengharuskan mereka untuk memanfaatkan pemasaran digital karena aktivitas masyarakat telah dibatasi. Sebagaimana yang diungkapkan oleh responden Ratih Septiyanti pemilik usaha petani Palembang: “...untuk saat ini pemasaran yang saya lakukan dengan membuka stand pameran di mall, di Palembang Indah Mall dan memasarkannya melalui sosial media, seperti melalui IG, facebook dan wa...”.

Berbagai sosial media seperti penggunaan *Instagram*, *facebook*, *Whatsapp* serta *marketplace* seperti *shopee* dan *Lazada* menjadi *platform* pilihan mahasiswa wirausaha dalam memasarkan produknya. Namun, pada beberapa mahasiswa diakui bahwa pemanfaatan pemasaran secara online ini belum dapat dimaksimalkan, karena beberapa hal diantaranya jumlah *follower* sosial media yang dimiliki terbatas sehingga hanya menjangkau konsumen yang mengenal mereka, konten promosi yang dibuat kurang menarik sehingga kalah bersaing dengan kompetitor lain, dan kemasan produk (*packaging*) yang kurang menarik membuat konsumen tidak tertarik membeli produk yang ditawarkan. Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat dikatakan bahwa pemasaran secara online memang memiliki banyak manfaat bagi pengembangan usaha dengan syarat tertentu, diantaranya pelaku usaha juga perlu memiliki kreatifitas dan keterampilan dalam mengemas produk, menyusun konten promosi yang menarik, dimana keterampilan ini tidak dimiliki oleh semua pelaku usaha. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Hayu (2019) bahwa untuk menjaring konsumen millennial diperlukan strategi *smart digital content marketing*, yakni dengan langkah berikut: 1) memaksimalkan konten optimasi media sosial; 2) memanfaatkan peran *influencer endorse*; 3) memberikan konten promosi seperti free ongkir, diskon dan lainnya; 4) berikan *feedback* pada konsumen; 5) meningkatkan *relationship* dengan konsumen dengan interaksi yang kontinyu.

SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 15,3% mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi yang menjalankan usaha, dengan jenis usaha yang digeluti berupa usaha di bidang jasa, perdagangan/*reseller*, kuliner dan art/kerajinan. Pengelolaan usaha yang telah dilakukan mahasiswa dalam mempertahankan eksistensi usahanya, diantaranya pada manajemen operasional dan produk, kegiatan usaha dilakukan secara mandiri oleh mahasiswa. Fokus mahasiswa yang masih terbagi antara menjalankan usaha dan kuliah, sehingga perlu

dukungan dan bantuan dari keluarga untuk mendukung kegiatan usaha yang sedang dijalankan. Selain itu, keterbatasan modal dan pengelolaan keuangan yang masih sederhana menjadi hambatan mereka dalam menjalankan usaha. Pada manajemen pemasaran yang dilakukan melalui pemasaran secara *offline* dan *online*. Namun, di sisi lain beberapa mahasiswa masih mengalami kesulitan untuk memaksimalkan penggunaan pemasaran secara *online* karena adanya keterbatasan dalam membuat konten kreatif yang mampu menarik minat konsumen.

DAFTAR RUJUKAN

- Alvianti, A.D., Rochayatun, S. 2021. Mengungkap Makna Pengelolaan Keuangan Untuk Kelangsungan Usaha Online Shop Mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi (JEBA)*, Vol 23 (3), 99-105. <https://doi.org/10.32424/jeba.v23i3.2865>
- BPS. Diakses pada 23 November 2021. <https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/05/05/1815/februari-2021--tingkat-pengangguran-terbuka--tpt--sebesar-6-26-persen.html>
- Deskoni, FH, Yuliana., & Firmansyah. (2021). Studi Deskriptif Pendirian Usaha Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Sriwijaya. *Jurnal PROFIT: Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*, 8(2), 102-111. DOI: <https://doi.org/10.36706/jp.v8i2.15584>
- Dewi, N. P. N. C., & Nasution, D. A. D. (2023). Pentingnya Penerapan E-Commerce Bagi UMKM Sebagai Salah Satu Bentuk Pemasaran Digital Dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Pijar*, 1(3), 566-577. <https://e-journal.naurendigiton.com/index.php/pmb/article/view/570>
- Hada, R.I.P., Fanggidae, R.E., & Nursiani, N.P. 2020. Flexible Working Arrangement dan Pengaruhnya Terhadap Work-Life Balance Pada Resellers Online Shop. *Jurnal Ekobis: Ekonomi, Bisnis, dan Manajemen*, Vol 10(2), 162-171. DOI: <https://doi.org/10.37932/j.e.v10i2.111>
- Hanafi, M.M. 2019. *Manajemen Plus Kasus-kasus Manajemen*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Hayu, R.S. 2019. Smart Digital Content Marketing, Strategi Membidik Konsumen Millennial Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol 4(1), 61-69. DOI: <http://dx.doi.org/10.32503/jmk.v4i1.362>

- Insana, D.R.M., Suseno, I., & Yolanda. 2022. Minat Wirausaha Mahasiswa Berbasis Ekonomi Kreatif di Masa Pandemi Covid 19. *Sosio e-Kons*, 14 (1), 45-53. DOI: <http://dx.doi.org/10.30998/sosioekons.v14i1.12058>
- Komara, B.D., Setiawan, H.C.B. 2020. Inkubator Bisnis Sebagai Pendorong Tumbuhnya Wirausaha Muda: Studi Tentang Sukse Kewirausahaan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, Vol 3 (1), 33-39. DOI: <http://dx.doi.org/10.30587/jre.v3i1.1159>
- Prastyaningtyas, E.W., & Arifin, Z. Pentingnya Pendidikan Kewirausahaan Pada Mahasiswa Dengan Memanfaatkan Teknologi Digital Sebagai Upaya Menghadapi Revolusi 4.0. *Proceedings of the ICECRS*, Vol 2 (1), 281-285. DOI: <https://doi.org/10.21070/picecrs.v2i1.2382>
- Pratama, H.Y., Darusman, Y., & Danial, A. 2022. Profil Mahasiswa Pendidikan Masyarakat Universitas Siliwangi yang Berwirausaha. *Lifelong Educational Journal*, Vol 2(1), 63-69. DOI: <https://doi.org/10.180685/lej.v2i1.85>
- Purnamasari, E.P. 2020. Ide Bisnis Modal Tipis 500 Ribuan: Langkah Sukses Membangun, Menerapkan Strategi, Hingga Mengatasi Hambatan Bisnis. Unicorn Publishing. Diakses pada 14 April 2022. https://books.google.co.id/books?id=A3D0DwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Ramadhan, M. (2021). *Metode penelitian*. Cipta Media Nusantara.
- Rukmana, A. Y., Harto, B., & Gunawan, H. (2021). Analisis analisis urgensi kewirausahaan berbasis teknologi (technopreneurship) dan peranan society 5.0 dalam perspektif ilmu pendidikan kewirausahaan. *JSMA (Jurnal Sains Manajemen dan Akuntansi)*, 13(1), 8-23. <https://doi.org/10.37151/jsma.v13i1.65>
- Setiawan, H. R. (2021, June). Manajemen kegiatan evaluasi pembelajaran. In *Seminar Nasional Teknologi Edukasi Sosial dan Humaniora* (Vol. 1, No. 1, pp. 507-511). <https://doi.org/10.53695/sintesa.v1i1.350>
- Suaidy, H., dan Lewenussa, R. 2019. Pengaruh Pola Pikir (Mindset) Kewirausahaan Terhadap Motivasi dan Keterampilan Wirausaha Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sorong. *Sentralisasi*, Vol 8(1), 1-17. DOI: <https://doi.org/10.33506/sl.v8i1.385>.
- Tambunan, F. (2020). Pengaruh Adversity Quotient Terhadap Kesuksesan Berwirausaha (Studi Empiris Pada Wirausahaan Di Kelurahan Tanjung Rejo Kecamatan Medan

Sunggal). *JUPIIS: Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial*, 12(1), 68-74.
<https://doi.org/10.24114/jupiis.v12i1.15697>

Wijoyo, H., Utama, A.S., Dewi, S., Haudi, Anggraini, N., & Sapiun, Z. 2021. *Enterpreneurship*. Sumatera Barat: Insan Cendikia Mandiri.



Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan dengan Dimediasi Variabel Motivasi

Puji Santoso^{1*}, Heru Baskoro²

pujisantos40@gmail.com^{1*}, herbas.gresik@umg.ac.id²

^{1,2}Program Studi Manajemen

^{1,2}Universitas Muhammadiyah Gresik

Received: 19 12 2023. Revised: 29 12 2023. Accepted: 04 01 2024.

Abstract : This research aims to determine the effect of Leadership Style and Work Environment on Employee Performance mediated by Motivation variables. The population used in this research were employees in the quality control department at an PT. XYZ instant food company in Gresik district. The sample in this research was 54 respondents with a quantitative approach, using non-probability sampling techniques. This data was taken using a questionnaire which was distributed directly to respondents. After the questionnaire was collected, the data was tabulated using Microsoft Excel and analyzed using Smart PLS 4. The results of this research show that Leadership Style has a significant effect on Employee Performance, Work Environment has a significant effect on Employee Performance, Motivation has a significant effect on Employee Performance, Leadership Style has a significant effect on Motivation, Work Environment has a significant effect on Motivation. The Motivation variable succeeded in mediating the effect of the Leadership Style and Work Environment variables on employee performance.

Keywords : Leadership style, Work environment, Motivation, Employee performance

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan dengan Dimediasi variabel Motivasi. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah karyawan di departemen *quality control* di PT. XYZ yang merupakan perusahaan makanan instan di kabupaten Gresik. Sampel pada penelitian ini sebanyak 54 responden dengan pendekatan kuantitatif, dengan teknik *non probability sampling*. Data ini diambil menggunakan kuesioner yang dibagikan secara langsung kepada responden, setelah kuesioner terkumpul maka dilakukan tabulasi data menggunakan *microsoft excel* dan dianalisis menggunakan Smart PLS 4. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Gaya Kepemimpinan berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Karyawan, Lingkungan Kerja berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Karyawan, Motivasi berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Karyawan, Gaya Kepemimpinan berpengaruh signifikan terhadap Motivasi, Lingkungan Kerja berpengaruh signifikan terhadap Motivasi. Variabel Motivasi berhasil memediasi pengaruh variabel Gaya Kepemimpinan dan Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan.

Kata kunci : Gaya kepemimpinan, Lingkungan kerja, Motivasi, Kinerja karyawan

PENDAHULUAN

Salah satu aspek terpenting dari bisnis apa pun, baik itu perusahaan manufaktur atau jasa, adalah kemampuannya menghasilkan keuntungan. Salah satu aspek yang sangat penting dari organisasi mana pun adalah sumber daya manusianya. Umat manusia mempunyai kedudukan yang sangat strategis dalam organisasi, artinya manusia harus mengikuti pedoman penting dalam menjalankan tugasnya untuk mencapai tujuannya. Untuk mencapai hasil yang diinginkan, pengelolaan sumber daya manusia harus dilakukan secara metodis sehingga dapat dihasilkan sumber daya manusia yang berkualitas, dapat diandalkan, dan dapat dipercaya. Manajemen sumber daya manusia adalah proses menilai dan mengalokasikan sumber daya manusia dalam suatu organisasi agar dapat bekerja sesuai dengan yang diharapkan oleh organisasi. Sumber daya manusia merupakan tumpuan sumber daya manusia; Meski demikian, ada pula oknum yang menyamakan sumber daya manusia dengan “man power” (tenaga kerja).

Suatu perusahaan akan berkembang atau tidak sangat bergantung pada kualitas sumber daya yang menggerakannya karena setiap pegawai dalam perusahaan memiliki arti dan peranan di mana aktivitas individual serta kegiatan sosial mempengaruhi fungsi dari perindustrian tersebut. Hal ini akan mempengaruhi kinerja setiap karyawan, yang kemudian mempengaruhi pencapaian tujuan perusahaan. Menurut Siahaan (2019) Sumber Daya Manusia adalah suatu komponen vital bagi perusahaan, karena sumber daya manusia menjadi pelaksana utama aktivitas manajerial dan operasional di dalam perusahaan tersebut. Elemen lain, seperti uang, mesin, dan modal tidak akan bisa berjalan dengan baik tanpa adanya campur tangan dari sumber daya manusia.

Salah satu acuan untuk dapat menilai bahwa sebuah perusahaan itu berhasil mengelola sumber daya manusia dengan baik adalah kinerja karyawan, dengan kinerja karyawan yang baik akan memudahkan perusahaan dalam pencapaian tujuannya. Menurut Kasmir (2016) mengatakan kinerja merupakan hasil kerja dan perilaku kerja yang telah dicapai dalam menyelesaikan tugas-tugas dan tanggung jawab yang diberikan dalam suatu periode tertentu. Kinerja karyawan akan membawa dampak bagi perusahaan serta karyawan itu sendiri. Kinerja adalah hasil yang dicapai oleh seseorang dalam melaksanakan tugas yang diberikan kepadanya sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Kualitas sumber daya manusia mutlak harus ditingkatkan sejalan dengan era globalisasi di segala bidang.

Menurut Moeheriono (2009), kinerja diartikan sebagai ambang batas terselesainya suatu program, kegiatan, atau proyek dalam rangka memenuhi tujuan, sasaran, visi, dan misi suatu organisasi yang ditentukan melalui rencana strategis untuk organisasi itu. Berdasarkan beberapa kriteria yang telah ditetapkan, dapat dikatakan bahwa prestasi kerja merupakan hasil pencapaian tingkat pelaksanaan tertentu sesuai dengan maksud dan tujuan perusahaan. Berbagai macam strategi digunakan oleh dunia usaha atau organisasi untuk meningkatkan prestasi kerja karyawannya, seperti program pelatihan dan pendidikan, bonus atau *reward*, program motivasi karyawan, serta menciptakan lingkungan kerja yang aman dan sehat bagi karyawan. Semua strategi ini diperlukan untuk memaksimalkan sumber daya manusia dalam bisnis. Salah satu faktor utama yang secara signifikan mempengaruhi kemampuan organisasi untuk sukses adalah motivasi.

Motivasi diperlukan untuk mulai hidup dan mengangkat seluruh umat manusia. Seorang karyawan akan membutuhkan sebuah dorongan untuk mendorong semangat dalam bekerja dan dapat disebut juga motivasi kerja. Motivasi kerja bisa terjadi jika karyawan mempunyai kebanggaan akan keberhasilan dalam bekerja. Motivasi diartikan sebagai suatu dorongan atau kesediaan individu dalam memenuhi kewajiban pekerjaannya lantaran terdapat target yang ingin diraih pada setiap motivasi (Sutrisno, 2016). Untuk mendukung pencapaian kinerja karyawan, peranan motivasi sangatlah penting sebagai kekuatan yang ada dalam diri individu yang akan menggerakkan orang-orang untuk melakukan sesuatu dengan lebih bersemangat terutama dalam motivasi kerja yang berperan bagi prestasi kerja.

Kebijakan dan prosedur di tempat kerja, serta lingkungan kerja, akan menciptakan motivasi karyawan untuk meningkatkan produktivitas dan menjadikan pekerjaan lebih baik. Faktor pertama adalah gaya kepemimpinan. Istilah “kepemimpinan” berasal dari bahasa Inggris dan mengacu pada kemampuan memimpin. Menurut penelitian ini, pemimpin adalah orang yang memimpin orang lain dengan menunjukkan dukungannya atau lebih formal dengan menunjukkan bahwa dalam proses pembentukan kelompok dukungan sejawat, orang tersebut menawarkan dukungan (Sulistiyani, 2008).

Menurut Muizu (2019) maju mundurnya suatu perusahaan akan bergantung pada kepemimpinannya dalam mengelola organisasi, karena loyalitas dan disiplin karyawan akan memberikan dukungan terhadap pemimpin yang bertanggung jawab dan berdedikasi tinggi. Selain itu, pemimpin sebagai orang yang memiliki kemampuan, kompetensi, distribusi kekuasaan, serta melibatkan pihak lain, memberikan peranan besar bagi kelangsungan hidup organisasi dengan mengimplementasikan budaya organisasi yang diseimbangkan dengan

nilai-nilai karyawan sebagai perekat sosial bagi seluruh anggota organisasi. Gaya kepemimpinan setiap pemimpin memberikan suatu metode kepemimpinan yang dapat memberikan dampak signifikan pada penciptaan kinerjanya. pemimpin dalam organisasi dirasa sangat penting, karena pemimpin memiliki peranan yang strategis dalam mencapai tujuan organisasi yang biasa tertuang dalam visi dan misi organisasi.

Faktor lain yang memiliki peran yang cukup penting dalam usaha perusahaan dalam pencapaian tujuannya adalah lingkungan kerja. Lingkungan kerja juga memiliki peranan vital pada perusahaan. Lingkungan kerja merupakan aspek yang penting untuk dicermati oleh perusahaan. Lingkungan kerja yang baik mampu meningkatkan kemampuan pegawai. Di sisi lain, lingkungan kerja yang kurang baik dapat menghambat keahlian pegawai. Apabila karyawan dapat dengan nyaman dan optimal menjalankan kegiatan operasional perusahaan maka dapat dikatakan lingkungan kerjanya sudah baik (Naibaho, 2019). Menurut Davis dalam (Ekaningsih, 2012) lingkungan kerja dalam suatu organisasi mempunyai arti penting bagi individu yang bekerja di dalamnya, karena lingkungan ini akan mempengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung manusia yang ada di dalamnya.

PT. Karunia Alam Segar merupakan anak perusahaan dari PT. Wings Surya (Wings Food) yang berdiri pada tahun 1948. Karunia Corporation mempunyai tujuan untuk memproduksi produk-produk berkualitas Internasional dengan harga ekonomis. Sabun cuci hijau buatan tangan merupakan produksi pertama yang berhasil menembus pasar kompetitif oleh Wings pada tahun 1940-an. Seiring berjalannya karir, PT. Karunia Alam Segar lebih banyak memproduksi makanan dan minuman instan di mana Wings menetapkan PT. Karunia Alam Segar sebagai anak cabangnya yang memproduksi makanan dan minuman instan. Pada PT karunia Alam terdapat suatu kebijakan yang di mana terjadi pergantian atau pertukaran pemimpin di level supervisor dalam jangka waktu setahun sekali. Hal ini dilakukan oleh manajemen dengan tujuan untuk meningkatkan kinerja supervisor itu sendiri serta bawahannya.

Perputaran posisi supervisor ini sedikit banyak tentu mempengaruhi kinerja dari bawahannya karena setiap pemimpin pasti mempunyai karakter dan gaya kepemimpinan yang berbeda. Perputaran ini juga terjadi di level terbawah yakni pada posisi *quality control* lapangan, bedanya di posisi ini terjadi perputaran area di setiap bulan. Setiap area tentu memiliki lingkungan kerja yang berbeda baik dari lingkungan kerja fisik maupun non fisik. Perbedaan lingkungan kerja ini dikhawatirkan akan mempengaruhi kinerja dari karyawan itu

sendiri. Fenomena perputaran kepemimpinan dan lingkungan kerja ini juga dapat mempengaruhi karyawan dalam hal motivasi kerjanya.

METODE PENELITIAN

Sugiyono (2019) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang ditentukan oleh peneliti untuk penelitian. dan kemudian ditarik suatu kesimpulan. Sampel menurut Sugiyono (2019) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah karyawan di departemen *quality control* di PT. XYZ yang merupakan perusahaan makanan instan di kabupaten Gresik. Sampel pada penelitian ini sebanyak 54 responden. Teknik sampling pada dasarnya dapat digolongkan menjadi dua, yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. Teknik sampling yang digunakan oleh penulis adalah *non probability sampling*. Menurut Sugiyono (2017) *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Menurut Sugiyono (2017) Sumber primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data yang berhubungan dengan variable-variabel yang diajukan kepada responden. Proses memperoleh data berasal dari kuesioner yang diberikan oleh peneliti kepada responden. Menurut Sugiyono (2017) Sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung kepada pengumpul data. Data yang didapatkan dari arsip yang dimiliki organisasi atau perusahaan, internet, studi pustaka penelitian terdahulu dan artikel yang berhubungan dengan permasalahan yang akan diteliti. Teknik pengambilan data akan yang digunakan adalah dengan menyebar kuesioner.

Menurut Sugiyono (2019) kuesioner adalah cara dalam mengumpulkan data dengan memberikan pertanyaan kemudian dijawab oleh responden. Kemudian data yang yang diperoleh dari jawaban akan diukur dengan dengan skala likert. Menurut Sugiyono (2019) Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi sekumpulan orang mengenai suatu fenomena sosial. Penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu satu variabel terikat (*dependen*), dua variabel bebas (*independen*), dan satu variabel mediasi. Untuk menganalisis pengaruh antar variable dalam penelitian ini melalui analisis structural equation model (SEM) dengan Partial Least Square (SEM – PLS). Software yang digunakan untuk analisis SEM PLS adalah program SmartPLS 4. Analisis SEM PLS terdapat dua pengujian

yaitu evaluasi model pengukuran (*outher mdel*) yang terdiri dari uji validitas, uji reliabilitas, dan uji kolinearitas. Serta yang kedua yakni evaluasi model struktural (*inner model*) yang terdiri dari r square, uji hipotesis, dan uji mediasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data hasil pengumpulan kuesioner kemudian dianalisis menggunakan structural equition model (SEM) dengan Partial Least Square (SEM – PLS). Softwere yang digunakan untuk analisis SEM PLS adalah program SmartPLS 4.

Tabel 1. Nilai *Outer Loading* dan VIF Setiap Indikator

Variabel	Indikator	Outer Loading	VIF
Gaya Kepemimpinan (X1)	X1.1	0.771	2.039
	X1.2	0.743	1.725
	X1.3	0.769	1.628
	X1.4	0.766	1.843
	X1.5	0.787	1.972
Lingkungan Kerja (X2)	X2.1	0.762	1.843
	X2.2	0.735	1.532
	X2.3	0.772	1.703
	X2.4	0.791	1.880
	X2.5	0.762	1.738
Motivasi (Z)	Z1	0.816	1.957
	Z2	0.747	1.697
	Z3	0.723	1.660
	Z4	0.775	1.780
	Z5	0.777	1.745
Kinerja Karyawan (Y)	Y1	0.788	2.079
	Y2	0.763	1.939
	Y3	0.801	2.136
	Y4	0.789	2.277
	Y5	0.753	2.029
	Y6	0.767	2.147
	Y7	0.779	2.176

Pada tabel 1 menunjukkan bahwa nilai *outer loading* setiap indikator sudah memenuhi syarat yakni nilai minimum 0,70 yang berarti bahwa item pengukuran tersebut sudah valid mencerminkan pengukuran setiap variable dalam penelitian. semua indikator dari setiap variabel memiliki nilai < 5. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator sudah memenuhi syarat dan reliable untuk digunakan dalam penelitian ini (Hair et al, 2019).

Tabel 2. Uji Reliabilitas dan Validitas

	Cronbachs Alpha	Composite Reliability	AVE
Kepemimpinan Transformasional	0.810	0.862	0.721

Budaya Organisasi	0.877	0.916	0.731
Kinerja Karyawan	0.765	0.864	0.681
Kepuasan Kerja	0.721	0.841	0.639

Pada tabel 2 di atas juga dapat dilihat nilai variable dalam pengujian reliabilitas menggunakan AVE dengan nilai lebih dari 0,5 maka dapat disimpulkan bahwa variable yang diajukan valid reliable. Uji reabilitas dapat dilihat dari nilai *composite reliability* yang direkomendasikan adalah minimum 0,70 dan *Cronbach's Alpha* nilai minimum 0,70 yang berarti alat ukur atau instrument secara keseluruhan konsisten atau reliable dalam mengukur variable, maka dapat disimpulkan bahwa variable yang diajukan valid reliable.

Tabel 3. Nilai R-Square

	R-Square	R-Square adjusted
Motivasi	0.865	0.859
Kinerja Karyawan	0.882	0.875

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan bahwa diperoleh nilai r-square variable kinerja karyawan dengan nilai 0.882 maka dapat diartikan bahwa gaya kepemimpinan dan lingkungan kerja dapat menjelaskan variable kinerja karyawan sebesar 88% dan sisanya sebesar 12% dijelaskan oleh variable lain diluar penelitian ini, maka pengaruh Gaya kepemimpinan dan lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan masuk ke dalam kategori tinggi. Sedangkan variable motivasi dengan nilai 0.865 maka dapat diartikan bahwa gaya kepemimpinan dan lingkungan kerja mampu menjelaskan motivasi sebesar 87% dan sisanya 13% dijelaskan oleh variable lain diluar penelitian ini, maka pengaruh gaya kepemimpinan dan lingkungan kerja terhadap motivasi masuk kedalam kategori tinggi.

Tabel 4. Hasil *Path Coefficient* (Uji Hipotesis)

	Original Sampel (O)	Sampel Mean (M)	Standart Deviation (STDEV)	T Statistics (IO/STDEVI)	P - Value
Gaya Kepemimpinan (X1)→ Kinerja Karyawan (Y)	0.321	0.327	0.139	2.303	0.021
Gaya Kepemimpinan (X1)→ Motivasi (Z)	0.533	0.522	0.127	4.192	0.000
Lingkungan Kerja (X2)→ Kinerja Karyawan (Y)	0.307	0.316	0.121	2.532	0.011
Lingkungan Kerja (X2)→ Motivasi (Z)	0.420	0.432	0.127	3.305	0.001
Motivasi (Z)→ Kinerja Karyawan (Y)	0.324	0.329	0.131	2.621	0.009

Tabel 5. *Spesific Inderect Effects* (Uji Mediasi)

	Original Sampel (O)	Sampel Mean (M)	Standart Deviation (STDEV)	T Statistics (IO/STDE VI)	P - Value
Gaya Kepemimpinan → Motivasi → Kinerja Karyawan	0.182	0.172	0.081	2.240	0.025
Lingkungan Kerja→ Motivasi→ Kinerja Karyawan	0.144	0.142	0.072	1.999	0.046

Pengaruh Gaya Kepemimpinan terhadap Kinerja Karyawan. Dari hasil uji menggunakan SmartPLS dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H1) dalam penelitian ini diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa gaya kepemimpinan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan. Hal ini terlihat jelas dengan adanya hasil koefisien pengaruh langsung sebesar 0.321, nilai *T- Statistik* 2.303 (> 1.96) dan *P-Value* 0.021 (< 0.05) menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara kepemimpinan transformasional terhadap kinerja karyawan PT. XYZ. Hasil ini searah dengan studi yang dilakukan oleh Rahman (2020) yang menunjukkan bahwa gaya kepemimpinan berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Oleh sebab itu perusahaan harus lebih memperhatikan gaya kepemimpinan yang dipakai di dalam perusahaan karena akan mempengaruhi kinerja dalam pekerjaannya.

Pengaruh Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan. Dari hasil uji menggunakan SmartPLS dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua (H2) dalam penelitian ini diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa lingkungan kerja memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan kinerja karyawan. Hal ini terlihat jelas dengan adanya hasil koefisien pengaruh langsung sebesar 0.307, nilai *T- Statistik* 2.532 (> 1.96) dan *P-Value* 0.011 (< 0.05) menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan PT. XYZ. Hasil ini searah dengan beberapa studi yang dilakukan oleh Dewi (2019) yang menunjukkan bahwa lingkungan kerja mempengaruhi kinerja karyawan dengan signifikan, oleh sebab itu pihak perusahaan harus lebih memperhatikan lingkungan kerja karyawannya seperti apa yang diterapkan didalam perusahaan karena akan mempengaruhi karyawan dalam kerjanya.

Pengaruh Gaya Kepemimpinan terhadap Motivasi. Dari hasil uji menggunakan SmartPLS dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga (H3) dalam penelitian ini diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa gaya kepemimpinan memberikan pengaruh yang signifikan

terhadap motivasi karyawan. Hal ini terlihat jelas dengan adanya hasil koefisien pengaruh langsung sebesar 0.533, nilai *T- Statistik* 4.192 (< 1.96) dan *P-Value* 0.000 (< 0.05) menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara kepemimpinan terhadap motivasi karyawan PT. XYZ. Hasil ini searah dengan studi yang dilakukan oleh Efendi (2019) yang menunjukkan bahwa gaya kepemimpinan berpengaruh signifikan terhadap motivasi. Oleh sebab itu perusahaan harus lebih memperhatikan gaya kepemimpinan yang dipakai di dalam perusahaan karena akan mempengaruhi motivasi dalam pekerjaannya.

Pengaruh Lingkungan Kerja terhadap Motivasi. Dari hasil uji menggunakan SmartPLS dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat (H4) dalam penelitian ini diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa lingkungan kerja memiliki pengaruh yang signifikan terhadap motivasi karyawan PT XYZ. Hal ini terlihat jelas dengan adanya hasil koefisien pengaruh langsung sebesar 0.420, nilai *T- Statistik* 3.305 (> 1.96) dan *P-Value* 0.001 (< 0.05) menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara lingkungan kerja terhadap motivasi karyawan PT. XYZ. Hasil ini searah dengan beberapa studi yang dilakukan oleh Nugroho (2016) yang menunjukkan bahwa lingkungan kerja mempengaruhi motivasi dengan signifikan, oleh sebab itu perusahaan harus lebih memperhatikan lingkungan kerja di dalam perusahaan karena akan mempengaruhi motivasi dalam pekerjaannya.

Pengaruh motivasi terhadap Kinerja Karyawan. Dari hasil uji menggunakan SmartPLS dapat disimpulkan bahwa hipotesis kelima (H5) dalam penelitian diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa motivasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan. Hal ini terlihat jelas dengan adanya hasil koefisien pengaruh langsung sebesar 0.342, nilai *T- Statistik* 2.621 (> 1.96) dan *P-Value* 0.009 (< 0.05) menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara motivasi terhadap kinerja karyawan PT. XYZ. Hasil ini searah dengan studi yang dilakukan oleh Fatiria (2021) yang menunjukkan bahwa motivasi mempengaruhi kinerja karyawan dengan signifikan, oleh sebab itu perusahaan harus lebih memperhatikan cara memberikan motivasi karyawannya, karena akan mempengaruhi kinerja karyawan dalam pekerjaannya.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan maka dapat diperoleh beberapa kesimpulan diantaranya 1) Semakin sesuai gaya kepemimpinan yang dibawakan oleh pimpinan perusahaan maka akan semakin meningkatkan kinerja karyawan dalam perusahaan. Hal ini terjadi karena gaya kepemimpinan yang diterapkan oleh PT XYZ sudah tertata rapi sehingga

mempengaruhi kinerja karyawannya. 2) Semakin bagus lingkungan kerja yang diciptakan oleh perusahaan maka akan semakin meningkatkan kinerja karyawan dalam perusahaan. Hal ini terjadi karena lingkungan kerja yang ada di PT XYZ sudah sesuai dan nyaman sehingga mempengaruhi kinerja karyawannya. 3) Semakin sesuai lingkungan kerja yang ada di perusahaan maka akan semakin meningkatkan motivasi dalam perusahaan. Hal ini terjadi karena lingkungan kerja yang disediakan oleh PT XYZ sudah sesuai sehingga mempengaruhi kinerja karyawannya. 4) Semakin bagus lingkungan kerja yang diterapkan dalam perusahaan maka akan semakin meningkatkan kepuasan kerja karyawan. Hal ini terjadi karena lingkungan kerja yang disediakan oleh PT XYZ sudah berjalan dengan baik sehingga dapat mempengaruhi kenyamanan dan motivasi karyawannya. 5) Ketika karyawan memiliki motivasi yang kuat dalam bekerja maka akan semakin meningkat pula kinerja yang dilakukan karyawan. hal ini terjadi karena PT XYZ sudah memperhatikan motivasi karyawannya sehingga memiliki kualitas kinerja karyawan yang baik.

DAFTAR RUJUKAN

- Budianto, A. ., & Katini, A. (2015). Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Pt Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk Sbu Distribusi Wilayah I Jakarta. *Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang Kreatif*, 3(1), 1–12. <http://dx.doi.org/10.32493/jk.v3i1.y2015.p%25p>
- Dewi, N. N. (2019). Analisis Pengaruh Gaya Kepemimpinan Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Menggunakan Motivasi Kerja Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada PT Suparma Tbk). *Media Mahardika Media Komunikasi Ekonomi dan Manajemen*, 278-289. <https://doi.org/10.29062/mahardika.v17i2.84>
- Ekaningsih, S., & Ana. (2012). *Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja dengan Persepsi Lingkungan Kerja Sebagai Variabel Pemoderasi (studi satuan polisi pamong praja kota surabaya)*. Vol 4: No.1.
- Fatiria, M. N., & Nawawi, M. T. (2021). Pengaruh Kepemimpinan, Budaya Organisasi, Lingkungan Kerja, Terhadap Kinerja Dengan Motivasi Sebagai Variabel Mediasi Pada PT ATM. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, Vol 3, No.3, 794-804.
- Gumilang, A. I. (2016). *Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Motivasi Sebagai Variabel Mediasi Pada PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur Area Jember. Skripsi*. Jember: Jurusan Mnajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Univrsitas Jember.
- Hasibuan, S. P., & Malayu. (2007). *Organisasi dan Motivasi : asar Peningkatan Produktivitas*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Kasmir. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori dan Praktek)*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kasmir. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori dan Praktik)*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Komarudin. (2001). *Ensiklopedia Manajemen*. Edisi ke-5, Jakarta: Bumi Aksara.
- Luthans. (2006). *Perilaku Organisasi*. Diterjemahkan oleh Vivin Andika Yuwono dkk: Edisi Pertama, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Mangkunegara, A. P. (2009). *Evaluasi Kinerja SDM*. Bandung: Refika Aditama.
- Maslow, A. (2010). *Motivation And Personality*. Jakarta: Rajawali.
- Moehersono. (2009). *Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi*. Bandung: Ghalia Indonesia.
- Muizu. (2019). Pengaruh Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan. *Perwira : Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan Indonesia*, 2 (1), 61-78. <https://doi.org/10.21632/perwira.2.1.70-78>
- Naibaho, P. (2019). Hubungan Antara Motivasi, Lingkungan Kerja, Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus Pemerintah Daerah Kota Administrasi Jakarta Barat). *Jurnal Penelitian Manajemen*, 1 (1), 22-34.
- Nugroho, M. A., Saryadi, & Widiartanto. (2016). Pengaruh Kepemimpinan Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Motivasi Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Karyawan Bagian Produksi PT Bandeng Juwana). *JiAB Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol 5, No.1, 196-205. <https://doi.org/10.14710/jiab.2016.10400>
- Paramita, L. (2017). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Pegawai Badan Penelitian Dan Pengembangan Daerah Provinsi Kalimantan Timur. *Jurnal Administrasi Negara*, 5(3), 6168–6182. <https://ejournal.ap.fisip-unmul.ac.id/site/?p=2496>
- Rahman, A. A., Lubis, Y., & Saleh, K. (2020). Pengaruh Kepemimpinan dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan pada PT Sinar Sosro Tanjung Morawa Medan. *Jurnal Ilmu Pertanian (JIPERTA)*, Vol 1 No.1 (106-111). <https://doi.org/10.31289/jiperta.v1i1.76>
- Robbins, S. P., & Judge. (2007). *Perilaku Organisasi*. Alih Bahasa Drs. Benyamin Molan. Jakarta: Salemba Empat.
- Sedarmayanti. (2017). *Perencanaan Dan Pengembangan Sdm Untuk Meningkatkan Kompetensi, Kinerja Dan Produktivitas Kerja*. Jakarta: PT Refika Aditama.
- Siagian, T. S dan Khair, H. (2018). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 1(1), 59–70. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v1i1.2241>
- Siahaan, Syalimono, & Bahri, S. (2019). Pengaruh Penempatan Pegawai, Motivasi, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai. *Maneggio : Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, Vol 2 No 1

- (16-30). <https://doi.org/10.30596/maneggio.v2i1.3402>
- Sugito Efendi, E. H. (2021). Analysis of the Influence of Leadership Style, Work Discipline, and Work Environment on Employee Performance through Motivation as Intervening Variables (Study at PT Shopee International Indonesia). *FOCUS Journal of Social Studies*, Vol 2, No.1, 15-26. <https://doi.org/10.37010/fcs.v2i1.291>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan research and development*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiyani. (2008). *Kepemimpinan Profesional : Pendekatan Leadership Games*. Bandung: Alfabeta.
- Sumiatik, Sarkum, S., & Ritonga, Z. (2021). Analisis Pengaruh Kompensasi, Motivasi, Lingkungan Kerja, Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Komitmen Organisasi Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi & Ekonomika*, Vol 11, No.2, 213-221. <https://doi.org/10.37859/jae.v11i2.2720>
- Sutrisno, E. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Thoha, M. (2015). *Kepemimpinan Dalam Manajemen*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.



Tinjauan Kritis Atas Pelaporan Keuangan Hotel Berbasis Syariah

Maulidatul Hasanah^{1*}, Agus Sugiono², Ach. Baihaki³, Aminatus Zakhra⁴

maulidatulhasanah049@gmail.com^{1*}, agussugiono@uim.ac.id²,

ach.baihaki.se.m.sc@gmail.com³, zakhra1982@gmail.com⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Akuntansi

^{1,2,3,4}Universitas Islam Madura

Received: 10 08 2023. Revised: 21 11 2023. Accepted: 05 01 2024.

Abstract : The purpose of this study is to review how the financial reporting process is carried out by the Cahaya Berlian Syariah Hotel. This study uses qualitative research by collecting data in the form of observations, interviews and documentation. The results of this study indicate that 1) The Cahaya Berlian Syariah Hotel uses an ijarah contract in accordance with PSAK 107, however the transactions carried out are not in accordance with the principles of sharia hotel governance because they use conventional banks so they have the potential to generate usury or non halal fund, 2) Buying and selling transaction in restaurants are in accordance with PSAK 102, however when canceling orders hotels do not calculate how much cost have been incurred in the order making process which can trigger losses for hotels and restaurants, 3) Financial reporting is not in accordance with PSAK 101, because the reporting is incomplete,. The zakat issued does not account or 2,5% of income, and the hotel does not separate non-halal funds rom conventional bank account so that the benevolent fund issued come from hotel and restaurant income.

Keywords : Critical review, Financial reporting, Sharia basedhotels

Abstrak : Tujuan penelitian untuk meninjau bagaimana proses pelaporan keuangan yang dilakukan oleh Hotel Cahaya Berlian Syariah. Jenis penelitian kualitatif, menggunakan data primer dengan pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan 1) Hotel Cahaya Berlian Syariah menggunakan akad ijarah sesuai dengan PSAK 107, namun transaksi yang dilakukan belum sesuai dengan prinsip tata kelola hotel syariah karena menggunakan Bank Konvensional sehingga berpotensi menghasilkan riba atau dana non halal, 2) Transaksi jual beli di resto sesuai dengan PSAK 102, akan tetapi dalam pembatalan pesanan hotel tidak menghitung berapa besar biaya yang sudah dikeluarkan dalam proses pembuatan pesanan sehingga dapat memicu terjadinya kerugian pada hotel, 3) Pelaporan keuangan hotel belum sesuai dengan PSAK 101, karena laporan yang di buat tidak lengkap, zakat yang dikeluarkan tidak menghitung sebanyak 2,5% dari pendapatan, dan hotel tidak memisahkan dana non halal dari rekening bank konvensional sehingga dana kebajikan yang dikeluarkan bersumber dari pendapatan hotel dan resto.

Kata Kunci : Tinjauan kritis, Pelaporan keuangan, Hotel berbasis syariah

PENDAHULUAN

Saat ini di Indonesia, pelaporan keuangan harus mengikuti berbagai standar akuntansi keuangan yang beragam, mulai dari Standar Akuntansi Keuangan (SAK), SAK ETAP (Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik), SAK EMKM (Entitas Mikro, Kecil dan Menengah), dan juga SAK Syariah. Secara garis besar, berdasarkan ideologi yang melatarbelakanginya, maka SAK tersebut masih dibagi dua, yaitu SAK konvensional dan SAK syariah. Bahkan secara lebih jelas dinyatakan dalam PSAK 101 paragraf 3 yang menyatakan bahwa, entitas syariah yang dimaksud dalam pernyataan ini adalah entitas yang melaksanakan transaksi syariah sebagai kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yang dinyatakan dalam anggaran dasarnya. Entitas syariah saat ini juga telah berkembang dan tidak hanya terbatas kepada entitas lembaga keuangan syariah. Bahkan entitas syariah yang berkembang saat ini adalah hotel-hotel yang beroperasi secara syariah yang secara operasionalnya telah memiliki prinsip-prinsip yang jelas.

Hotel syariah memiliki 6 prinsip salah satunya yaitu prinsip kegiatan, prinsip ini menyatakan bahwa dalam penyusunan pelaporan keuangan harus sesuai dengan ketentuan entitas syariah (Ramadhanu & Briandika, 2018). Sementara dalam PSAK 101 masih belum tersedia tentang ilustrasi penyusunan laporan keuangan untuk hotel syariah hanya saja ilustrasi yang ada dalam PSAK 101 yaitu tentang penyajian laporan keuangan Bank syariah, asuransi syariah, lembaga amil zakat, dan wakaf. Perusahaan jasa seperti hotel sama-sama menyewakan kamar, ruang *meeting*, makanan dan minuman. Namun untuk hotel syariah harus memenuhi prinsip syariah diantaranya prinsip konsumsi, prinsip hiburan, prinsip kegiatan, prinsip etika, dan prinsip tata letak (Ramadhanu & Briandika, 2018). Selain perbedaan prinsip hotel syariah dan hotel non-syariah juga memiliki perbedaan dalam pelaporan keuangannya, yang membedakan laporan keuangan hotel syariah dan hotel non-syariah yaitu hotel syariah harus menyajikan pelaporan sumber dan penggunaan dana zakat serta pelaporan sumber dan penggunaan dana kebajikan, namun tidak dengan hotel non syariah.

(Moha & Oktaviani, 2017) menyatakan bahwa laporan keuangan Eljie Hotel Syariah belum sesuai dengan PSAK 101. Pelaporan keuangan entitas Syariah di Indonesia mengacu pada Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 101 tentang Penyajian Laporan Keuangan Syariah yang diterbitkan oleh Dewan Standar Akuntansi Keuangan, Ikatan Akuntansi Indonesia. PSAK 101 mensyaratkan setiap entitas syariah yang beroperasi secara syariah harus menyajikan laporan keuangan sebagaimana yang sudah diatur dalam PSAK

101. Hotel Cahaya Berlian Syariah memiliki fasilitas berupa masjid yang disediakan untuk pengunjung dan tamu hotel. Pengelolaan masjid tersebut juga termasuk dalam pengelolaan hotel, tidak secara terpisah. Selain itu hotel syariah setiap melakukan transaksi atas produknya harus sesuai dengan akad, seperti kamar hotel yang biasanya menggunakan akad ijarah (bayar sewa), dan untuk makanan dan minuman yang disediakan oleh hotel syariah apakah sudah memenuhi persyaratan yang disyaratkan sementara standar akuntansi keuangan syariahnya atau aturan SAK nya untuk jual beli yaitu ada murabahah, salam, dan istishna', sehingga label syariah yang ada pada hotel syariah tidak hanya nama saja melainkan benar-benar identitas, apalagi sampai saat ini hotel syariah masih sangat jauh berada di bawah rata-rata industri (Mulyani & Jamilah, 2022). Berdasarkan latar belakang di atas maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana proses pelaporan keuangan pada Hotel Cahaya Berlian Syariah.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini metode kualitatif pendekatan deskriptif. Penelitian ini akan menjelaskan dan mereview bagaimana pelaporan keuangan yang dilakukan oleh Hotel Cahaya Berlian Syariah, mulai dari praktik akad yang digunakan untuk perusahaan jasa dan resto serta tahapan-tahapan untuk membuat laporan keuangan. Narasumber dalam penelitian ini yaitu: 1). Owner Hotel, 2). Bagian keuangan Hotel, 3). Bagian pelayanan (*front office*) Hotel, 4). Bagian pelayanan resto Hotel. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer sedangkan metode pengumpulan datanya menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data mengacu pada konsep Miles dan Huberman (Sugiyono, 2016) yang terbagi menjadi tiga tahap yaitu: *data reduktion*, *data display* dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaporan Keuangan Hotel Cahaya Berlian Syariah Berdasarkan Transaksi Ijarah 107. Hotel Cahaya Berlian Syariah merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa yaitu sewa kamar. Selain menyediakan produk kamar juga menyediakan produk berupa *Meeting Room*. Hotel Cahaya Berlian Syariah merupakan hotel yang bergerak di bidang jasa dengan menerapkan prinsip syariah dalam mengelola usahanya, fasilitas lain yang disediakan yaitu menyediakan Masjid As-Sulaiha untuk para pengunjung hotel dan umum. Prinsip dan kaidah syariah yang telah dijadikan pedoman dalam mengelola hotel sehingga terwujud nuansa dan suasana yang diinginkan seperti, memuliakan tamu, tentram, jujur, dapat dipercaya, konsisten,

tolong menolong, dalam hal berbuat kebaikan telah diterapkan dalam operasional bisnis Hotel Syariah (Azizah, Hamang, & Hannani, 2022). Hotel Cahaya Berlian Syariah merupakan hotel yang sesuai dengan prinsip syariah karena merupakan hotel yang bersikap jujur dalam pembuatan nota di setiap transaksi yang dilakukan dengan tamu hotel, tidak membuat nota kosong atau nota palsu. Hotel Cahaya Berlian Syariah membuat nota sesuai dengan berapa besar jumlah yang di bayarkan oleh tamu hotel, jika memang ada potongan harga maka menuliskan sesuai dengan harga yang dibayarkan dan persen potongan tersebut.

Hotel Cahaya Berlian Syariah sudah menerapkan akad ijarah dalam menjalankan usahanya dan juga sudah sesuai dengan Fatwa DSN NO:09/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Transaksi Ijarah. Dalam artian ijab dan qabul dilakukan oleh ke dua belah pihak yang berakad, seperti yang dilakukan oleh Hotel Cahaya Berlian Syariah yaitu 1) ijab dan qabul yang dilakukan oleh ke dua belah pihak yaitu antara penyewa dan pemberi sewa, bisa dinyatakan dalam bentuk lisan maupun tertulis. 2) Pihak-pihak yang berakad: terdiri atas pemberi sewa/jasa dan penyewa/pengguna jasa, dalam artian sebelum melakukan transaksi ijarah Hotel Cahaya Berlian Syariah harus memiliki pihak-pihak yang berakad. Hotel Cahaya Berlian Syariah sudah memenuhi syarat tersebut karena akadnya terdiri dari pemberi sewa yaitu Hotel Cahaya Berlian Syariah dan penyewa yaitu orang yang akan menyewa jasa hotel. 3) Objek akad ijarah yang terdiri dari manfaat barang dan sewa serta manfaat jasa dan upah.

Berdasarkan pemaparan Rahmadhanu (2019), menyatakan bahwa ada beberapa prinsip yang perlu diterapkan Hotel Syariah, diantaranya: Prinsip konsumsi yaitu hotel syariah menyediakan makanan dan minuman halal. Prinsip hiburan yaitu hotel syariah tidak menyediakan tempat yang dilarang oleh Islam. Prinsip kegiatan usaha yaitu tentang penyusunan laporan keuangan syariah, setiap laporan harus disusun secara sistematis jujur dan sesuai dengan ketentuan syariah. Prinsip batasan hubungan yaitu batasan hubungan dengan lawan jenis, dan prinsip etika yaitu etika dalam berpakaian sopan dan menutup aurat, berkomunikasi dengan baik. Berdasarkan prinsip tata kelola hotel syariah maka Hotel Cahaya Berlian Syariah sudah sesuai dengan prinsip-prinsip dalam tata kelola hotel syariah seperti prinsip konsumsi, prinsip hiburan dan prinsip batasan hubungan. Namun dalam prinsip kegiatan usaha Hotel masih belum sepenuhnya menerapkan prinsip syariah dikarenakan dalam melakukan transaksi tidak menggunakan Rekening Bank Syariah melainkan menggunakan Rekening Bank Konvensional seperti Bank BCA dan Bank BNI.

Mas'uda (2022) menjelaskan bahwa, hotel syariah adalah hotel yang menyediakan layanan dan transaksi keuangan berdasarkan prinsip syariah secara keseluruhan. Sedangkan

dalam kegiatan usaha berdasarkan transaksi yang dilakukan oleh Hotel Cahaya Berlian Syariah belum sepenuhnya sesuai dengan prinsip syariah dikarenakan masih menggunakan Bank Konvensional dalam melakukan transaksi, sehingga hal tersebut akan memicu terjadinya riba, sedangkan dalam kegiatan usaha seperti hotel syariah tidak diperbolehkan adanya riba. Hal tersebut juga disampaikan oleh Mas'uda (2022) bahwa, pemberian label Syariah pada hotel syariah bukan hanya klaim yang tidak dapat dipertanggungjawabkan, karena syariah oleh para ahli hukum Islam diartikan sebagai seperangkat peraturan atau ketentuan dari Allah untuk manusia yang disampaikan melalui rasulnya.

Untuk menghindari unsur-unsur yang dilarang dalam akad muamalah seperti riba, gharar, maysir. Hotel Cahaya Berlian Syariah harus menggunakan bank syariah dalam melakukan transaksi, hal tersebut perlu dilakukan untuk meminimalisir terjadinya riba. Jika Hotel Cahaya Berlian Syariah masih menggunakan Rekening Bank Konvensional dalam melakukan transaksi, maka hal tersebut akan menimbulkan terjadinya riba. Riba termasuk dalam dana non halal yang bersumber dari bunga Bank Konvensional dan dana tersebut tidak boleh digunakan untuk kegiatan operasional usaha syariah, sehingga perlu adanya pemisahan antara dana halal dan dana non halal, hal tersebut dilakukan untuk menghindari terjadinya riba. Dana non halal dapat disalurkan menjadi dana kebajikan seperti disalurkan pada kegiatan-kegiatan umum seperti bantuan untuk bencana alam, beasiswa dan lain sebagainya.

Pelaporan Keuangan Resto Berdasarkan Transaksi Murabahah PSAK 102. Berdasarkan data yang didapat dari informan Hotel Cahaya Berlian Syariah menyatakan bahwa, Resto menyediakan makanan atau minuman jika ada orang yang memesan, dan untuk pesanan tersebut tidak boleh dibatalkan oleh konsumen kecuali pesanan tersebut belum dibuatkan, akan tetapi jika pesanan sudah di buat dan sudah *ready* maka pesanan tersebut tidak boleh dibatalkan dan bersifat terikat. Berdasarkan analisis yang dilakukan maka Hotel Cahaya Berlian Syariah belum sesuai dengan PSAK 102 tentang Murabahah akad jual beli, karena hotel cahaya berlian syariah tidak menyatakan harga perolehan dan keuantungan (margin) yang disepakati oleh penjual dan pembeli. Hotel Cahaya Berlian Syariah menggunakan murabahah dengan pesanan atau bisa disebut juga dengan *bai' al-murabahah li al-amir bi al-syira'* karena pihak hotel menyediakan apabila ada pesanan atau atas dasar pesanan dari pihak calon pembeli. Hotel Cahaya Berlian Syariah juga menerapkan murabahah berdasarkan pesanan yang bersifat mengikat yang artinya apabila konsumen sudah memesan maka pesanan tersebut tidak boleh dibatalkan oleh pembeli.

Dari hasil wawancara yang dilakukan dengan pihak Resto Hotel Cahaya Berlian Syariah menyatakan bahwa, di Resto Hotel pesanan dapat dibatalkan apabila belum *ready*, namun ketika seorang pelanggan melakukan pembayaran dengan membayarkan uang muka terlebih dahulu kemudian pelanggan tersebut membatalkan pesannya maka pihak resto akan mengembalikan uang muka tersebut 100% meskipun pihak resto sudah melakukan pembelian persediaan atas pesanan tersebut, akan tetapi hal tersebut perlu dilihat terlebih dahulu berapa persen persiapan yang dilakukan oleh pihak resto dalam mempersiapkan pesannya. Dalam PSAK 102 paragraf 12 menyatakan bahwa, penjual dapat meminta uang muka (*hamish jiddiyah*) kepada pembeli sebagai bukti komitmen pembelian sebelum akad disepakati jika akad murabahah batal, maka uang muka tersebut dikembalikan kepada pembeli setelah dikurangi biaya rill yang dikeluarkan oleh penjual. Jika uang muka lebih kecil daripada biaya rill yang dikeluarkan oleh penjual, maka penjual dapat meminta ganti rugi kepada pembeli. Dari penjelasan di atas maka resto tersebut masih belum sesuai dengan PSAK 102 paragraf 12 dalam pembatalan pesanan dikarenakan, uang muka akan tetap dikembalikan 100% meskipun resto tersebut sudah melakukan belanja atas persediaan pesanan, ketika resto melakukan belanja atas persediaan pesanan maka pihak resto akan mengeluarkan biaya, ketika terjadi pembatalan pesanan resto akan mengalami kerugian atas biaya yang sudah dikeluarkan.

Semestinya pihak penjual melakukan penjumlahan dari setiap biaya yang sudah dikeluarkan oleh penjual, jika biaya yang dikeluarkan lebih sedikit daripada uang muka yang dibayarkan maka uang muka akan dikembalikan setelah dikurangi biaya yang dikeluarkan, akan tetapi jika biaya yang dikeluarkan lebih banyak maka pihak penjual boleh minta ganti rugi atas biaya yang dikeluarkan sehingga penjual tidak mengalami kerugian. Namun di Resto Hotel Cahaya Berlian Syariah, melakukan kesepakatan atau akad dengan pihak pembeli bahwa uang muka akan dikembalikan 100% meskipun pihak penjual sudah mengeluarkan biaya atas persediaan pesanan, akan tetapi jika persediaan tersebut sudah di proses atau di masak maka pembatalannya tidak boleh dilakukan dan pihak pembeli harus tetap membayarkan harga sesuai dengan kesepakatan awal.

Pelaporan Keuangan Hotel Cahaya Berlian Syariah Berdasarkan PSAK 101. Berdasarkan hasil wawancara dari informan menyatakan bahwa, proses pembuatan laporan keuangan dimulai setelah menerima data dari transaksi sewa kamar dan penjualan resto dari pihak FO, kemudian bagian administrasi membuat laporan keuangan berupa:

Laporan posisi keuangan (Neraca). Wiroso (2019) menyatakan bahwa, unsur yang berkaitan secara langsung dengan pengukuran laporan posisi keuangan adalah aset,

kewajiban, dana syirkah temporer dan ekuitas. Berikut adalah ilustrasi laporan neraca yang di buat oleh Hotel Cahaya Berlian Syariah:

Tabel 1. Laporan Neraca Hotel Cahaya Berlian Syariah Per 31 Desember 20xx

Hotel Cahaya Berlian Syariah			
Laporan Neraca			
Per 31 Desember 20xx			
Aktiva	Pasiva		
Aktiva Lancar	Kewajiban		
Kas	Xxx	Hutang Bank BNI	xxx
Kas Bank BCA	Xxx		
Kas Bank BNI	xxx		
Piutang	xxx		
Laba Tahun Sebelumnya	xxx		
Jumlah aktiva lancar	xxx	Jumlah kewajiban	xxx
Aktiva tetap	Modal		
Tanah	xxx	Modal usaha	xxx
Gedung	xxx		
Mobil	Xxx		
Motor	Xxx		
Peralatan	Xxx		
Jumlah aktiva tetap	Xxx	Jumlah modal	xxx
Jumlah aktiva	Xxx	Jumlah aktiva	xxx

Dari ilustrasi di atas maka dapat di jelaskan bahwa, Hotel Cahaya Berlian Syariah tidak memasukkan pos dana syirkah temporer dalam laporan keuangan neraca hal tersebut dikarenakan Hotel Cahaya Berlian Syariah adalah perusahaan milik pribadi sehingga tidak ada konsep bagi hasil dan tidak memerlukan pos dana syirkah temporer. Mas'udah (2022) menyatakan, dana non-halal pada hotel syariah didapat dari dua sumber, dari tamu bukan mahram yang menginap di hotel dan dari bunga bank konvensional. Tentang bunga Bank, MUI mendefinisikan bunga (*interest/fai'idah*) adalah tambahan yang dikenakan dalam transaksi pinjaman uang (*al-qardh*) yang diperhitungkan dari pokok pinjaman tanpa mempertimbangkan pemanfaatan/hasil pokok tersebut, berdasarkan tempo waktu, diperhitungkan secara pasti di muka, dan pada umumnya berdasarkan persentase, sehingga kemungkinan besar ada dana non halal dalam rekening Hotel Cahaya Berlian Syariah yang berasal dari bunga bank konvensional, karena Hotel Cahaya Berlian Syariah melakukan pinjaman pada bank BNI dan melakukan transaksi dengan menggunakan rekening bank konvensional yaitu bank BCA dan bank BNI. Hal tersebut dapat menghasilkan bunga bank dikarenakan kas yang masuk pada bank konvensional mengendap sehingga dapat menghasilkan bunga bank dan termasuk dalam dana non halal. Dana non halal yang masuk

dalam rekening Hotel Cahaya Berlian Syariah perlu untuk dipisahkan, karena dana non halal tidak boleh digunakan untuk kepentingan operasional hotel.

Tabel 2. Laporan Laba Rugi Hotel Cahaya Berlian Syariah Per 31 Desember 20xx

Hotel Cahaya Berlian Syariah	
Laporan Laba Rugi	
Per 31 Desember 20xx	
Pendapatan	
Pendapatan ijarah	Xxx
Pendapatan murobahah	Xxx
Laba Kotor	Xxx
Biaya langsung	
Gaji karyawan	(xxx)
Biaya Tidak Langsung	
Biaya listrik	(xxx)
Biaya asuransi	(xxx)
Biaya Tetap	
PBB	(xxx)
Laba Sebelum Pajak	
Pajak	(xxx)
Laba bersih	Xxx

Dari ilustrasi di atas maka dapat dijelaskan bahwa Hotel Cahaya Berlian Syariah sudah membuat laporan laba rugi, dalam laporan laba rugi ada pemisahan antara pendapatan ijarah dan pendapatan murabahah dikarenakan Hotel Cahaya Berlian Syariah satu kesatuan dengan resto. Mas'udah (2022) menyatakan, keuangan yang bersih dari riba, *gharar* dan *maysir* merupakan hal yang mutlak bagi setiap Muslim pelaku bisnis syariah. Maka dari itu, pengelolaan akuntansi yang syariah pada bisnis yang mereka jalankan juga dibutuhkan, karena sebuah aktivitas bisnis bisa jadi melakukan aktivitas bisnisnya dengan berinteraksi bersama pihak ke tiga, misal interaksi dengan lembaga keuangan baik perbankan, asuransi, dan lain sebagainya. Dalam laporan laba rugi terdapat biaya asuransi yang mana Hotel Cahaya Berlian Syariah membayar biaya asuransi untuk karyawan hotel, namun tidak sesuai dengan prinsip syariah dalam pembayaran asuransi, karena asuransi yang digunakan termasuk dalam asuransi konvensional yaitu asuransi ketenagakerjaan dan asuransi kesehatan menggunakan BPJS, semestinya entitas syariah seperti Hotel Cahaya Berlian Syariah menggunakan asuransi syariah sehingga hotel tersebut dalam kegiatan atau operasinya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Laporan arus kas. PSAK 101 dalam Laporan arus kas paragraf 117 menyatakan bahwa, informasi arus kas memberikan dasar bagi pengguna laporan keuangan untuk menilai

kemampuan entitas syariah dalam menghasilkan kas dan setara kas dan kebutuhan entitas syariah dalam menggunakan arus kas tersebut.

Tabel 3. Laporan Arus Kas Hotel Cahaya Berlian Syariah Per 31 Desember 20xx

Hotel Cahaya Berlian Syariah		
Laporan Arus Kas		
Per 31 Desember 20xx		
Arus kas dari aktivitas operasi		
Kas yang diterima dari pendapatan hotel	xxx	
Kas yang diterima dari pendapatan resto	xxx	
Belanja hotel		(xxx)
Belanja resto		(xxx)
Biaya dan beban		(xxx)
Total Arus Kas dari aktivitas operasi		Xxx

Dari ilustrasi Laporan Arus Kas di atas maka dapat dijelaskan bahwa Laporan Arus Kas yang di buat oleh Hotel Cahaya Berlian Syariah belum sesuai dengan PSAK 101, karena dalam PSAK 101 arus kas terdapat beberapa poin seperti arus kas yang berasal dari kegiatan operasional, arus kas yang berasal dari kegiatan investasi, dan arus kas dari kegiatan pembiayaan. Sedangkan dalam Laporan Arus Kas yang di buat oleh Hotel Cahaya Berlian Syariah hanya terdapat satu poin yaitu arus kas dari kegiatan operasional.

Laporan perubahan ekuitas. PSAK 101 paragraf 115 tentang Laporan perubahan ekuitas menyatakan bahwa, perubahan ekuitas entitas syariah antara awal dan akhir periode pelaporan mencerminkan naik turunnya aset neto selama periode. Kecuali untuk perubahan yang timbul dari transaksi dengan pemilik dalam kapasitasnya sebagai pemilik (seperti kontribusi modal, perolehan kembali instrumen ekuitas, dan dividen) dan biaya transaksi yang secara langsung berkaitan dengan transaksi tersebut, perubahan keseluruhan atas ekuitas selama periode menggambarkan jumlah total penghasilan dan beban (termasuk keuntungan dan kerugian) yang dihasilkan oleh aktivitas selama periode tersebut. Hotel Cahaya Berlian Syariah tidak membuat laporan perubahan ekuitas karena sudah membuat laporan laba rugi, sehingga untuk melihat keuntungan dan kerugian yang dialami melihat dari laporan laba ruginya sehingga tidak perlu untuk membuat laporan perubahan ekuitas.

Laporan sumber dan penggunaan dana zakat, infaq dan shadaqah. Berdasarkan PSAK 101 dalam laporan sumber dan penggunaan dana zakat, infaq dan shadaqah paragraf 118 menyatakan bahwa, entitas syariah menyajikan laporan sumber dan penggunaan dana zakat infaq dan shadaqah sebagai komponen utama laporan keuangan, yang menunjukkan Dana zakat berasal dari wajib zakat dan Penyaluran dana zakat, infaq dan shadaqah melalui entitas pengelola zakat, infaq dan shadaqah. Purbasari (2013) menyatakan bahwa, zakat wajib bagi

bagi setiap muslim. Jika diterapkan dalam konteks perusahaan, subyek zakat adalah pemilik perusahaan. Hal ini dikaitkan dengan prinsip bahwa setiap harta yang diperoleh dari usaha apapun wajib dialokasikan sebesar 2,5% untuk zakat, sehingga entitas seperti Hotel Cahaya Berlian Syariah perlu mengeluarkan zakat nya yang mana zakat yang harus dikeluarkan yaitu sebesar 2,5% dari penghasilan usahanya yaitu usaha resto dan hotel. Hotel Cahaya Berlian Syariah menyalurkan dana zakat, infaq dan shadaqahnya melalui pengurus Masjid Agung Asy-Syuhada Pamekasan dan pengurus Masjid As Sulaiha (masjid hotel). Namun dalam penyaluran zakatnya Hotel Cahaya Berlian Syariah tidak menghitung zakat yang harus dikeluarkan sebesar 2,5% dari penghasilannya. Selain itu, Hotel Cahaya Berlian Syariah tidak mengelola zakatnya sendiri sehingga tidak membuat laporan tentang sumber dan penggunaan dana zakat, infaq dan shadaqah sehingga pihak hotel tidak memiliki catatan atas dana zakat, infaq dan shadaqah yang dikeluarkan oleh pihak hotel.

Laporan sumber dan penggunaan dana kebajikan. Hotel Cahaya Berlian Syariah memiliki masjid yang disediakan untuk umum yang dana operasional masjid tersebut diambil dari pendapatan hotel dan resto, tidak hanya itu di masjid tersebut menyediakan beberapa fasilitas seperti mukenah, sajadah, Al-Qur'an, sarung dan air minum yang disediakan bagi siapa saja yang ingin menggunakan fasilitas yang ada di Masjid As-Sulaiha, setiap hari jum'at Masjid As-Sulaiha juga menyediakan makanan bagi orang-orang yang melakukan sholat jum'at, hal tersebut termasuk dalam sumber dan penggunaan dana kebajikan. Selain itu penggunaan dana kebajikan juga sering kali diberikan pada kegiatan-kegiatan sosial kemanusiaan seperti bantuan dana kematian, bantuan orang sakit, bantuan kaum duafa bagi penduduk sekitar hotel (*Corporate Sosial Responsibility*). Sumber dan penggunaan dana kebajikan di Hotel Cahaya Berlian Syariah bersumber dari pendapatan operasional hotel, yang mestinya dana tersebut bersumber dari dana non halal seperti bunga bank, akan tetapi karena Hotel Cahaya Berlian Syariah tidak melakukan pemisahan dana halal dan dana non halal, sehingga menggunakan dana pendapatan hotel untuk disalurkan dalam penggunaan dana kebajikan.

Catatan atas laporan keuangan mengungkapkan informasi yang disyaratkan oleh SAK yang tidak disajikan dibagian manapun dalam laporan keuangan dan memberikan informasi yang tidak disajikan dibagian manapun dalam laporan keuangan, tetapi informasi tersebut relevan untuk memahami laporan keuangan. Namun Hotel Cahaya Berlian Syariah tidak membuat catatan atas laporan keuangan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian di atas maka kesimpulan yang dapat diambil yaitu: 1). Hotel Cahaya Berlian Syariah menggunakan akad ijarah sesuai dengan PSAK 107, namun transaksi yang dilakukan belum sesuai dengan prinsip tata kelola hotel syariah karena menggunakan Bank Konvensional sehingga berpotensi menghasilkan riba atau dana non halal. 2). Transaksi jual beli di resto sesuai dengan PSAK 102, akan tetapi dalam pembatalan pesanan hotel tidak menghitung berapa besar biaya yang sudah dikeluarkan dalam proses pembuatan pesanan sehingga dapat memicu terjadinya kerugian pada pihak hotel. 3). Pelaporan keuangan Hotel Cahaya Berlian Syariah belum sesuai dengan PSAK 101, karena laporan yang di buat tidak lengkap, zakat yang dikeluarkan tidak menghitung sebanyak 2,5% dari pendapatan, dan hotel tidak memisahkan dana non halal dari rekening bank konvensional sehingga dana kebajikan yang dikeluarkan bersumber dari pendapatan hotel dan resto.

DAFTAR RUJUKAN

- Azizah, N., Hamang, M. N., & Hannani. (2022). Analisis penerapan prinsip syariah pada Hotel Syaiah Atiqa Pinrang. *IAIN Pare*, 1-16. <http://repository.iainpare.ac.id/3938/>
- Dwiyono, G., & Tedi, E. (2022). Akuntansi Perhotelan Dalam Pengelolaan Kas Pada Hotel Grand Asrillia Bandung. *Jurnal Of Office Administration*, 13-24. <https://www.jurnal.ariyanti.ac.id/index.php/adminof/article/view/19>
- Fatwa DSN. (2000). Pembiayaan Ijarah. *No:09/DSN-MUI/IV/2000*.
- Fatwa DSN. (2017). Ketentuan Terkait Hukum dan Bentuk Murabahah. *NO.111/DSN-MUI/IX/2017*.
- Harahap, S. S., Wiroso, & Yusuf, M. (2010). *Akuntansi Perbankan Syariah*. Grogol- Jakarta Barat: LPFE Usakti.
- Ikatan Akuntansi Indonesia. (2020). *PSAK No. 101 Penyajian Laporan Keuangan Syariah*. Jakarta: Ikatan Akuntansi Indonesia.
- Ikatan Akuntansi Indonesia. (2020). *PSAK No. 102 Akuntansi Murabahah*. Jakarta: Ikatan Akuntansi Indonesia.
- Ikatan Akuntansi Indonesia. (2020). *PSAK No. 107 Akuntansi Ijarah*. Jakarta: Ikatan Akuntansi Indonesia.
- Mas'udah, A. (2022). Konsep Dana Non-Halal Pada Hotel Syariah Dalam Perspektif Hukum Islam. *Institut Agama Islam Negeri Kediri*, 345-364. <https://ejournal.staika.ac.id/index.php/alkamal/article/view/17>

- M. Moha, & Oktaviani, S. (2017). Penyajian Laporan Keuangan Eljie Hotel Syariah Gorontalo. *Skripsi*.
- Muliana, & Nurbayani. (2019). Analisis Profitabilitas Untuk Mengukur Kinerja Keuangan Manajemen Hotel Syariah "Al Badar" di Makasar. *Universitas Fajar, Vol 3, No 1*, 1-12. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v3i1.466>
- Mulyani, S., & Jamilah, S. (2022). Implementasi Manajemen Dana Pada Bank Syariah. *Jurnal Perbankan Syariah*, 1-11. <https://doi.org/10.56184/jkupsjournal.v5i2.148>
- Purbasari, I. (2013). Pengelolaan zakat oleh badan dan lembaga amil zakat di Surabaya dan Gresik. *Universitas Trunojoyo Madura*, 69-81. <https://doi.org/10.22146/jmh.15911>
- Ramadhanu, & Briandika. (2018). Penerapan Prinsip Syariah Dalam Manajemen Hotel (Studi BANDING Hotel G Syariah dan Hotel Syariah Airport). *Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*. <http://repository.radenintan.ac.id/6464/>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta: Bandung.
- Wiroso. (2019). *Akuntansi Transaksi Syariah*. Jakarta: Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI).



Peran Profit Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi dalam Mendukung Penghindaran Pajak (Tax Avoidance) di Indonesia

Shintia Apriliana^{1*}, Amalia Nur Chasanah²

shintiaapril11@gmail.com^{1*}, amalia.nurchasanah@dsn.dinus.ac.id²

^{1,2}Program Studi Manajemen

^{1,2}Universitas Dian Nuswantoro

Received: 29 12 2023. Revised: 06 01 2024. Accepted: 12 01 2024.

Abstract : The obligation to pay taxes has become very important as taxes contribute significantly to state revenue. This research aims to determine the influence of profitability, leverage, and company size on tax avoidance. The study was conducted in manufacturing companies in the consumer goods industry sector listed on the Indonesia Stock Exchange (BEI) during the period 2018-2022, with a population of 88 companies. The purposive sampling technique was used to select the sample, resulting in a research sample of 26 companies. Using predetermined criteria, the purposive sampling method was employed in the sample selection. A total of 130 metrics from 26 different companies were collected over five years. Descriptive statistical analysis included tests for normality, heteroskedasticity, autocorrelation, multiple regression tests, coefficient of determination tests, T-tests, and F-tests as part of the research analysis method. This procedure utilized SPSS Statistics 24. From the research results, it was found that tax profitability hasn't effect on tax avoidance, while leverage and company size have an impact on tax avoidance.

Keywords : Tax avoidance, Profitability, Leverage, Company size

Abstrak : Kewajiban membayar pajak menjadi sangat penting karena pajak berkontribusi besar pada penerimaan negara. Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan terhadap penghindaran pajak. Penelitian ini diadakan di perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi terdaftar di BEI periode 2018-2022 dengan populasi sebanyak 88 perusahaan. Teknik *purposive sampling* dipakai memutuskan sampel, hingga menghasilkan sampel penelitian sejumlah 26 perusahaan. Dengan memanfaatkan kriteria yang diputuskan, dipakailah metode *purposive sampling* di pemilihan sampel. Sejumlah 130 metrik dari 26 perusahaan berbeda dikumpulkan selama lima tahun. Analisis statistik deskriptif meliputi uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, uji regresi berganda, uji koefisien determinasi, uji T dan uji F ialah bagian metode analisis penelitian. Prosedur ini memakai SPSS Statistics 24. Dari hasil penelitian, profitabilitas pajak tidak memberi pengaruh terhadap penghindaran pajak, selain itu leverage dan ukuran perusahaan memberi pengaruh pada penghindaran pajak.

Kata Kunci : Penghindaran pajak, Profitabilitas, Leverage, Ukuran perusahaan

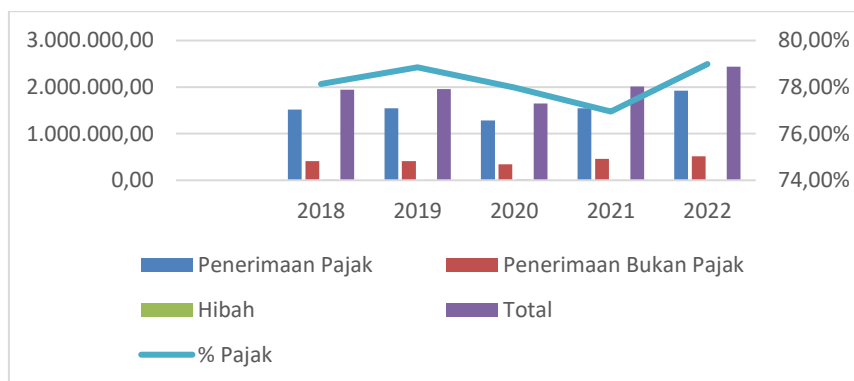
PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara berkembang yang memiliki pendapatan pajak tertinggi. Perpajakan adalah salah satu metode dimana masyarakat dapat berkontribusi dan mendukung negara. Hal ini sejalan dengan Pasal 1 ayat 1 Undang-Undang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (UU KUP) mengatakan ini ialah iuran wajib terutang oleh pribadi ataupun badan kepada masyarakat yang sifatnya sah dan tidak menerima kompensasi dari kesejahteraan penduduk (Anggraeni & Febrianti, 2019). Pasal 1 KUP dan Tata Cara Perpajakan mengatakan pajak yakni penghasilan negara seperti di Pasal 1 angka 1. Sebaliknya, perusahaan dikenakan pajak yang menyangkut biaya atau pengeluaran, pajak tersebut dikenakan biaya ataupun denda yang mengurangi laba bersih perusahaan. potensi keuntungan (Anggraeni & Febrianti, 2019). Pajak merupakan komitmen yang harus dilakukan oleh korporasi di negara-negara yang rentan terhadap jenis pendapatan yang dihasilkan dalam jangka waktu tertentu. Oleh karena itu, wajib pajak orang pribadi, terutama wajib pajak badan, biasanya mengurangi pajak yang harus dibayarnya atau menghindarinya (Rustian & Kusumastuti, 2023).

Penghindaran pajak dapat berpengaruh pada pemerintah dan perusahaan. Pemerintah diharapkan dapat meningkatkan besaran pendapatan negara, mengingat dalam mempengaruhi dan meningkatkan pengeluaran tahunan negara dinilai mempunyai potensi luar biasa yang dapat dimanfaatkan untuk mendanai seluruh rencana kegiatan pemerintahan (Mayndarto, 2022). Sedangkan bagi organisasi yang berhubungan pemerintah, organisasi terbebani dengan peningkatan biaya yang dilakukan, dengan naiknya biaya produksi, maka biaya bahan baku meningkatkan jumlah biaya yang wajib dibayar langsung organisasi. Dalam situasi ini, terdapat berbagai kepentingan antar organisasi dan otoritas publik yang menyebabkan perlawanan pajak. Dua jenis resistensi pajak adalah perlawanan aktif dan perlawanan pasif. Perlawanan aktif mencakup kendala yang dapat menyulitkan proses pengumpulan pajak. Sedangkan perlawanan pasif adalah semua upaya serta tindakan otoritas pajak guna menghindari pajak (Mayndarto, 2022).

Ada dua sistem perencanaan pajak yang biasa dipakai, yakni penghematan serta penghindaran pajak. Penghematan pajak dimaksudkan menurunkan tarif pajak lewat memilih tingkat pajak lebih rendah. Strategi yang efisien yakni penghindaran pajak yang merupakan suatu metode pembayaran pajak yang melibatkan minimalisasi pembayaran pajak dengan tetap mematuhi peraturan dan pedoman mengenai pengeluaran pajak. Penghindaran pembayaran pajak (tax penghindaran) merupakan suatu cara penghindaran tanggung jawab yang diperbolehkan secara hukum karena tidak menyimpang dari pedoman pengeluaran yang

diputuskan UU yang dapat dipakai mengurangi jumlah pajak yang wajib dibayar (Priatno & Andini, 2022). Meskipun penghindaran pungutan itu sah, namun secara hukum hal tersebut masih merugikan suatu negara, karena menyebabkan penurunan pemasukan negara dari sektor pajak yang dalam hal ini penghindaran pungutan dianggap mempunyai akibat buruk dan dapat merugikan Negara (Priatno & Andini, 2022). Pengaruh pajak sebagai penerimaan paling besar pendapatan negara bisa diketahui dari realisasi penerimaan negara di gambar 1.



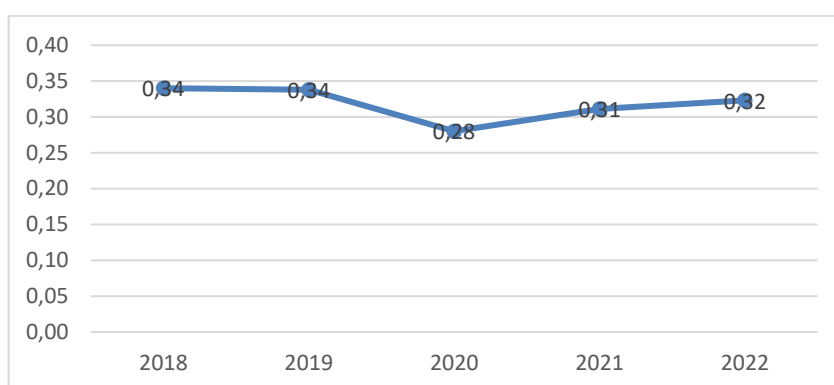
Gambar 1. Realisasi Penerimaan Pajak tahun 2018-2022

Menurut data BPS penerimaan pajak di Indonesia tahun 2018 yakni Rp 1.518.798,80 (dalam miliar rupiah) mengalami peningkatan, pada tahun 2019 mencapai Rp1.546.141,90 (dalam miliar rupiah), mengalami penurunan dan kenaikan pada tahun 2020 hingga 2022. Data tersebut menunjukkan penerimaan pajak masih meningkat setiap tahunnya. Namun berdasarkan konferensi pers Menteri Keuangan Sri Mulyani, pendapatan negara APBN 2022 terealisasi sebesar Rp2.436,8 triliun, jauh dari target menurut PP No 98 Tahun 2022 sejumlah Rp2.266,2 triliun. Selaras pemulihan ekonomi kuat serta harga komoditas relatif tinggi, realisasi ini meningkat sebesar 30,6%.

Pemerintah merancang kebijakan pajak dengan tujuan memberikan insentif kepada Wajib Pajak yang terdampak pandemi virus corona, seperti yang diatur dalam PMK No. 44/2020. Kebijakan tersebut bertujuan untuk mendukung dan melindungi Wajib Pajak yang mengalami penurunan ekonomi akibat situasi saat ini. Beberapa insentif yang disediakan melibatkan tanggung jawab pemerintah terhadap Pajak Penghasilan (PPh) Pasal 21, pembebasan Pajak Penghasilan (PPh) Pasal 22 untuk barang impor, pengurangan tarif angsuran Pajak Penghasilan (PPh) Pasal 25, dan percepatan restitusi (Munandar, 2020). Selain itu, pemerintah juga mengeluarkan kebijakan lain terkait perpajakan untuk meredakan dampak pandemi COVID-19. Kebijakan ini bertujuan untuk meningkatkan dan mempercepat arus keuangan, barang, dan produksi guna menjaga stabilitas dan ketahanan ekonomi selama pandemi. Seluruh langkah ini diambil dengan harapan dapat memberikan manfaat dan

kesejahteraan bagi semua pihak yang terdampak oleh kebijakan tersebut.

Praktik penghindaran pajak pada dasarnya bertujuan untuk meminimalkan pajak yang diwajibkan secara hukum, yang memiliki kecenderungan perusahaan untuk menggunakan berbagai metode untuk mengurangi beban pajak. Dengan demikian, satu pihak dianggap melanggar hukum, namun pihak lain tidak dikehendaki pemerintah. Penghindaran pajak merupakan permasalahan yang unik dan rumit. Penelitian ini memakai tarif pajak efektif atas transaksi tunai (CETR) sebagai alat untuk mengukur penghindaran pajak perilaku perusahaan (Mayndarto, 2022). Berikut perilaku penghindaran pajak pada industri barang konsumsi selama rentang waktu 2018-2022.



Gambar 2 Rata-Rata *Tax Avoidance* Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi

Grafik di atas ini menggambarkan perubahan CETR usaha di industri barang konsumsi dari tahun 2018 sampai tahun 2022. Hal ini terlihat pada rata-rata CETR perusahaan tahun 2018 yaitu sejumlah 0,34. Pada tahun 2019, CETR mengalami seimbang sekitar 0,34, pada tahun 2020, CETR turun sekitar 0,28 pada tahun 2021 naik sekitar 0,31 dan tahun 2022 mengalami peningkatan sekitar 0,32. Setiap nilai rata-rata CETR mengalami penurunan dikarenakan pembayaran pajak yang dibayarkan lebih kecil dari pendapatan sebelum pajak, sehingga tingkat penghindaran pajak yang dilakukan perusahaan manufaktur semakin rendah. Sedangkan jika nilai CETR mengalami peningkatan maka total pembayaran pajak yang dibayarkan tidak sesuai yang berarti terjadi penghindaran pajak yang dilakukan perusahaan manufaktur. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pada tahun 2021 dan 2022 kegiatan penghindaran pajak banyak dilakukan oleh perusahaan manufaktur.

Beberapa faktor mempengaruhi keputusan perusahaan mengadakan tindakan penghindaran pajak antara lain profitabilitas, leverage, serta ukuran perusahaan yang dapat berdampak negatif terhadap kapasitas perusahaan dalam melakukan tindakan pajak (Mayndarto, 2022). Profitabilitas yakni kemampuan suatu perusahaan menghasilkan keuntungan. Profitabilitas ditentukan memakai beberapa rasio, yang paling umum yakni Return

on Assets (ROA). Pengembalian aset (ROA) yakni istilah keuangan yang membandingkan pendapatan yang dihasilkan perusahaan dengan total asetnya. Jika suatu korporasi memiliki laba besar, maka besarnya pajak dibayarkan korporasi juga akan meningkat sebanding dengan peningkatan laba tersebut. Pada akhirnya perusahaan mengadakan manajemen pajak guna meminimalisir jumlah pajak yang wajib dibayar (Mayndarto, 2022). Hasil penelitian terdahulu yang diteliti oleh (Anggraeni & Oktaviani, 2021) menunjukkan bahwa profitabilitas memberi pengaruh positif serta signifikan pada penghindaran pajak perusahaan manufaktur terdaftar di BEI pada tahun 2017-2019. Sebaliknya pada penelitian yang dilakukan oleh (Mayndarto, 2022), profitabilitas suatu perusahaan secara parsial bersifat negatif serta berpengaruh signifikan pada penghindaran pajak perusahaan manufaktur subsektor otomotif selama rentang waktu 2015-2019.

Leverage merupakan kemampuan suatu organisasi untuk berinvestasi pada aset yang dimiliki oleh kreditornya untuk mengurangi biaya dan meningkatkan laba atas investasi (Fali Ilyas, 2021). Ada beberapa indikator untuk mengukur *leverage* salah satunya yakni *Debt to Equity Ratio* (DER). DER adalah persentase menghitung sejauh mana perusahaan dibiayai hutang serta kemampuan membayar kembali hutangnya dengan ekuitas mereka sendiri. Dalam penelitian oleh Praditasari & Setiawan (2017), pengaruh *leverage* penghindaran pajak perusahaan *property* dan *real estate* di BEI periode 2011-2015 adalah positif. Penelitian Lustiana, dkk (2021) memperlihatkan *leverage* tidak berpengaruh signifikan pada penghindaran pajak perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2015-2019.

Ukuran perusahaan ialah skala perusahaan yang dapat diklasifikasikan menjadi perusahaan besar, sedang, dan kecil (Priatno & Andini, 2022). Peningkatan perusahaan menunjukkan stabilitas dan kapasitas melakukan kegiatan ekonomi, termasuk kegiatan terkait perpajakan. Seiring bertambahnya ukuran organisasi, potensi risiko yang terkait dengan penerapan pajak bakal meningkat. Temuan penelitian oleh Rachmawati, et al (2021) menunjukkan ukuran perusahaan berpengaruh pada penghindaran pajak perusahaan makanan dan minuman di BEI periode 2014-2019. Namun (Priatno & Andini, 2022) mendokumentasikan ukuran perusahaan tidak berpengaruh pada penggelapan pajak subsektor otomotif periode 2017-2020.

Penelitian Praditasari & Setiawan (2018) mengungkapkan bahwa perusahaan yang menguntungkan seringkali mempunyai kemampuan membayar pajak lebih tinggi dibanding perusahaan yang tak menguntungkan. Ini dikarenakan beban pajak perusahaan atas penghasilan didasarkan pada jumlah seluruh penghasilan yang diterima perusahaan. Beban pajak yang berat

menyebabkan perusahaan mencari cara untuk menghindari pajak. Akibatnya, perusahaan yang memperoleh keuntungan tinggi biasanya melakukan manajemen risiko, termasuk metode penghindaran pajak. Teori keagenan menyatakan bahwa agen akan selalu ingin meningkatkan profitabilitas perusahaan. Peningkatan laba ini diukur dengan ROA, makin tinggi ROA laba yang didapat perusahaan makin besar dan jumlah penerimaan pajak pun semakin meningkat.

H1 : Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penghindaran Pajak.

Penelitian Widodo & Wulandari (2021) mengindikasikan bahwa *leverage* dikaitkan dengan memaksimalkan pembiayaan modal melalui utang daripada melalui penjualan saham. Ini mengakibatkan perusahaan wajib membayar bunga atas hutangnya yang dapat mengurangi laba sebelum pajak. Karenanya, level *leverage* tinggi berdampak pada keputusan perusahaan untuk melakukan tindakan penghindaran pajak. Penghitungan rasio yang diterapkan dalam menghitung *leverage* yakni *Debt to Equity Ratio* (DER). H2 : Leverage berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penghindaran Pajak. Penelitian Sulaeman (2021) mengindikasikan bahwa besaran dan besar kecilnya perusahaan menjadi signifikan menentukan derajat perkembangan organisasi, khususnya mengenai jumlah sumber daya yang dicurahkan. Makin besar komitmen terhadap sumber daya, makin besar potensi pertumbuhan jangka waktu yang panjang. Mendokumentasikan ukuran perusahaan punya hubungan positif dengan penghindaran pajak. Temuan penelitian memperlihatkan makin besar ukuran perusahaan, makin besar level penghindaran pajak perusahaan. H3 : Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penghindaran Pajak.

Dari latar belakang dan fenomena yang terjadi serta perbedaan hasil penelitian sebelumnya, maka peneliti bermaksud menyelidiki kembali permasalahan tersebut dengan mengambil sudut pandang “Peran Profit Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi dalam Mendukung Penghindaran Pajak (Tax Avoidance) di Indonesia”. Tujuan penelitian ini mengetahui pengaruh profitabilitas, leverage, serta ukuran perusahaan terhadap penghindaran pajak di BEI di tahun 2018-2022. Manfaat teoritis penelitian ini adalah hasilnya harapannya bermanfaat dan berefek ke penelitian-penelitian khususnya di bidang penghindaran pajak. Di samping itu, hasil penelitian ini bisa dijadikan pedoman penelitian tambahan mengenai penghindaran pajak. Manfaat praktis penelitian ini memfasilitasi peningkatan pemahaman mengenai perpajakan manufaktur. Manfaat penelitian bagi masyarakat dapat dimanfaatkan menggambarkan hubungan *profitabilitas*, *leverage* serta ukuran perusahaan dengan penghindaran pajak perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI antara tahun 2018 hingga 2022.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan data sekunder yang menggunakan metode *purposive sampling*. Data sekunder yang digunakan mencakup laporan tahunan perusahaan yang terdaftar di BEI pada tahun 2018 hingga 2022 yang relevan dengan variabel penelitian. Informasi penelitian ini bersumber dari website BEI serta perusahaan terkait. Populasi penelitian yang digunakan yakni 88 perusahaan dan sampel yang sesuai kriteria 26 perusahaan selama 5 tahun berturut-turut.

Pada pengkajian ini melibatkan dua jenis variabel yaitu: variabel dependen ialah Penghindaran Pajak (Y), sementara variabel independennya mencakup profitabilitas (X1), leverage (X2), dan ukuran perusahaan (X3). Metode analisis regresi linier berganda yang diterapkan dan perangkat lunak SPSS untuk mengkaji hipotesis penelitian. Persamaan regresi linear berganda bisa memakai rumus : $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. *Descriptive Statistics*

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Profitabilitas	130	-9,71	40,83	4,2432	8,03991
Leverage	130	-2,54	156,00	2,3942	13,86817
Ukuran Perusahaan	130	0,04	6,89	2,6102	2,28973
Penghindaran Pajak	130	0,00	1,43	0,3185	0,25467
Valid N (listwise)	130				

Hasil uji deskriptif statistik di tabel 3 memperlihatkan volume data yang diolah sejumlah 130, untuk variabel Profitabilitas pada perusahaan manufaktur punya nilai minimum -9,71 dan nilai maksimum 40,83 dengan rata-rata 4,2432 dan standar deviasi 8,03991. Variabel Leverage mempunyai nilai minimum -2,54 dan nilai maksimum 156,00 dengan rata-rata sejumlah 2,3942 dan standar deviasi 13,86817. Sedangkan variabel Ukuran Perusahaan punya nilai minimum 0,04 dan nilai maksimum 36,89 dengan rata-rata sejumlah 2,6102 dan standar deviasi 2,28973. Penghindaran Pajak sebagai variabel dependen mempunyai nilai minimum 0,00 dan nilai maksimum 1,43 dengan rata-rata 0,3185 serta standar deviasi 0,25467.

Tabel 2. *Coefficients*

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0,229	0,010		22,582	0,000
Profitabilitas	-0,001	0,001	-0,120	-1,316	0,191
Leverage	-0,002	0,000	-0,344	-3,770	0,000

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

Persamaan = 0,229 - 0,001 Profitabilitas – 0,002 Leverage + 0,009 Ukuran Perusahaan

Hasil persamaan regresi adalah (1) nilai constanta sebesar 0,229 yang berarti variabel independen tak masuk ke dalam model regresi, maka nilai variabel dependen yakni penghindaran pajak 0,229. (2) Nilai estimasi β_1 sebesar -0,001 artinya variabel X1 yaitu profitabilitas naik sejumlah 1, nilai penghindaran pajak menurun sebesar 0,001. (3) Nilai koefisien β_2 -0,002 berarti apabila variabel X2 yaitu leverage naik 1, hingga nilai penghindaran pajak mengalami penurunan 0,002. (4) Nilai koefisien β_3 0,009 yang berarti apabila ukuran suatu perusahaan ditingkatkan 1 hingga nilai penghindaran pajak meningkat 0,009.

Tabel 3. Uji T Parsial

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0,229	0,010		22,582	0,000
Profitabilitas	-0,001	0,001	-0,120	-1,316	0,191
Leverage	-0,002	0,000	-0,344	-3,770	0,000
Ukuran Perusahaan	0,009	0,003	0,267	2,965	0,004

Dari Tabel 3 hasil uji tiap variabel independen pada variabel dependen bisa diuraikan dengan: Variabel profitabilitas diukur memakai *ROA* punya nilai t hitung sejumlah -1,316 serta level signifikansi sejumlah 0,191 dimana $> 0,05$ berdasarkan hasil itu bisa dinyatakan profitabilitas memberi pengaruh positif pada penghindaran pajak, sehingga H1 ditolak. 1) Variabel *leverage* diukur memakai *DER* punya nilai t hitung sejumlah -3,770 serta level signifikansi 0,000 yang mana $< 0,05$ berdasarkan hasil itu bisa dinyatakan leverage tidak memberi pengaruh pada penghindaran pajak, sehingga H2 diterima. 2) Variabel ukuran perusahaan diukur dengan *Firm Size* punya nilai t hitung 2,965 dan level signifikansi 0,004 dimana $< 0,05$ berdasarkan hasil itu bisa dikatakan ukuran perusahaan tidak memberi pengaruh pada penghindaran pajak, maka H3 diterima.

Tabel 4. Anova

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	0,092	3	0,031	7,473	,000
Residual	0,415	101	0,004		
Total	0,507	104			

Dari output ANOVA diperoleh nilai probabilitas 0,003 dengan nilai probabilitas 0,000 $< 0,05$ model regresi dapat digunakan serta variabel profitabilitas, leverage serta ukuran

perusahaan simultan memberi pengaruh pada nilai penghindaran pajak.

Tabel 5. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,426 ^a	0,182	0,157	0,06410	1,675

Tabel 5 memperlihatkan nilai R Square 0,182 serta nilai Adjusted R Square 0,157. Hingga Profitabilitas, Leverage serta Ukuran Perusahaan hanya mampu menjelaskan penghindaran pajak sektor manufaktur 15,7 %, dan 84,3% mendapat pengaruh faktor lain yang tidak diuji di penelitian.

Pengaruh Profitabilitas Pada Penghindaran Pajak. Hasil uji di Tabel 3 memperlihatkan memiliki nilai p sebesar 0,191. Nilai itu $> 0,05$ yang memperlihatkan penghindaran pajak terutama disebabkan oleh profitabilitas. Ini memperlihatkan ketika profitabilitas perusahaan meningkat, tingkat penghindaran pajak menurun. Fenomena ini disebabkan karena penerimaan pajak didasarkan pada jumlah keuntungan yang diperoleh. Teori keagenan akan memicu agen untuk meningkatkan laba perusahaan. Keuntungan perusahaan yang semakin tinggi mengindikasikan bahwa laba bersih yang diperoleh melalui operasional perusahaan dilakukan dengan efisiensi biaya yang tinggi. Dengan demikian, perusahaan cenderung tidak terlibat dalam praktik penghindaran pajak, karena mampu mengelola perencanaan pajaknya secara optimal untuk meminimalkan tingkat pembayaran pajak. Hal ini disebabkan perusahaan memiliki kemampuan untuk merancang perencanaan pajak dengan cermat, sehingga pembayaran pajaknya dapat diminimalkan tanpa melibatkan tindakan yang melanggar hukum atau etika. Keahlian dalam manajemen perencanaan pajak memungkinkan perusahaan untuk menjalankan operasionalnya dengan efisien dan tetap mematuhi kewajiban pajak tanpa mengadopsi praktik-praktik yang dapat dianggap sebagai penghindaran pajak yang tidak etis. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Putra (2019) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak. Namun, penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Rahmadani & Erwin (2020).

Pengaruh Leverage Terhadap Penghindaran Pajak. Hasil uji Tabel 3 memperlihatkan nilai p sebesar 0,000. Nilai itu $< 0,05$ yang memperlihatkan *leverage* mempunyai peranan yang signifikan pada penghindaran pajak. Hal ini memperlihatkan besarnya hutang perusahaan mempunyai peranan yang signifikan terhadap keputusan perusahaan mengadakan penghindaran pajak. Semakin tinggi hutang, semakin banyak perusahaan menggunakan dana eksternal karena biaya bunga yang dikeluarkan oleh hutang dapat dikurangkan dari perhitungan

pajak sehingga perusahaan dapat mengurangi pembayaran beban pajak pada pemerintah. Menurut teori keagenan, ketika kepentingan antara prinsipal dan agen tidak sejalan, terdapat potensi kesulitan dalam membentuk kontrak yang efektif dalam hubungan keagenan. Dalam konteks ini, pengawasan menjadi suatu kebutuhan penting untuk mengawasi aktivitas agen, karena semakin banyak tindakan pengawasan yang dilakukan oleh prinsipal, semakin berhati-hati agen dalam mengambil setiap keputusan. Konsep ini menekankan pentingnya pengawasan untuk mengurangi risiko agen melakukan tindakan yang tidak sesuai dengan kepentingan prinsipal. Dengan adanya mekanisme pengawasan yang efektif, prinsipal dapat memastikan bahwa agen berperilaku sesuai dengan harapan dan tujuan perusahaan. Seiring dengan meningkatnya tingkat pengawasan, diharapkan agen akan lebih memperhatikan keputusan-keputusan yang diambilnya, sehingga risiko ketidaksesuaian kepentingan antara prinsipal dan agen dapat diminimalkan. Hasil ini sejalan dengan penelitian (Praditasari & Setiawan, 2018).

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak. Hasil uji Tabel 3 memperlihatkan nilai p sebesar 0,004. Angka ini $< 0,05$ yang memperlihatkan ukuran perusahaan mempunyai peranan pada penghindaran pajak. Ini memperlihatkan besar kecilnya perusahaan, baik besar maupun kecil, memberi pengaruh pada manajemen menghindari pajak. Semakin besar ukuran perusahaan, kecenderungan untuk melakukan aktivitas penghindaran pajak juga semakin tinggi. Hal ini disebabkan oleh kemampuan perusahaan dengan total aset yang besar untuk lebih efektif melakukan strategi penghindaran pajak. Perusahaan yang memiliki jumlah aset yang relatif besar cenderung lebih mampu dan stabil dalam menghasilkan laba. Fenomena ini dapat mendorong manajemen perusahaan untuk meningkatkan total aset perusahaan. Peningkatan total aset perusahaan dapat dikaitkan dengan teori agensi, yang menjelaskan perbedaan antara agen dan prinsipal. Manajemen perusahaan, sebagai agen, mungkin memiliki insentif untuk melakukan penghindaran pajak karena dapat meningkatkan laba bersih perusahaan, tetapi hal ini tidak selalu sejalan dengan kepentingan langsung pemilik atau prinsipal. Oleh karena itu, dalam konteks keagenan, adanya perbedaan kepentingan antara manajemen perusahaan dan pemilik dapat mendorong praktik penghindaran pajak, terutama dalam perusahaan dengan skala besar. Hasil penelitian ini didukung penelitian oleh Mahdiana & Amin (2020).

SIMPULAN

Hasil penelitian dan pembahasan bisa diambil kesimpulan yaitu Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak. Berarti makin tinggi profitabilitas perusahaan

hingga level penghindaran pajak juga semakin menurun. Perusahaan yang menguntungkan mempunyai kemampuan membayar pajak yang lebih besar oleh karena itu didapatkan dengan cara beroperasi dengan tingkat biaya rendah, sehingga perusahaan tidak melakukan praktik penghindaran pajak. Pengaruh *leverage* pada penghindaran pajak berpengaruh. Hal ini mengandung arti besarnya hutang perusahaan berpengaruh terhadap keputusan perusahaan menghindari pajak. Semakin tinggi hutang, semakin banyak perusahaan menggunakan dana eksternal karena biaya bunga yang dikeluarkan oleh hutang dapat dikurangkan dari perhitungan pajak sehingga perusahaan dapat mengurangi pembayaran beban pajak pada pemerintah. Ukuran perusahaan memang dapat memengaruhi aktivitas penghindaran pajak. Secara khusus, semakin besar ukuran perusahaan, kecenderungan untuk melakukan penghindaran pajak juga semakin tinggi. Fenomena ini dapat dijelaskan oleh fakta bahwa perusahaan dengan jumlah total aset yang besar cenderung memiliki lebih banyak sumber daya dan fleksibilitas untuk menerapkan strategi penghindaran pajak yang kompleks. Pengembangan penelitian dapat dilakukan dengan memperkenalkan variabel independen tambahan untuk meningkatkan kualitas temuan. Variabel tambahan yang dapat dimasukkan mencakup komisaris independen, sales growth, dan good corporate. Selain itu, untuk penelitian masa depan, subjek penelitian yang berpotensi melibatkan perusahaan manufaktur di sektor perbankan, perusahaan farmasi, dan entitas lain yang terlibat dalam kegiatan manufaktur dapat dipertimbangkan. Pendekatan ini diharapkan dapat memperluas pemahaman terkait penghindaran pajak dan menyediakan informasi yang lebih komprehensif.

DAFTAR RUJUKAN

- Anggraeni, R., & Febrianti, M. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tax Avoidance Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 21(1), 185–192. <https://doi.org/10.34208/jba.v19i1.63>
- Anggraeni, T., & Oktaviani, R. (2021). Dampak Thin Capitalization, Profitabilitas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Tindakan Penghindaran Pajak. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 21(2), 390–397. <https://doi.org/10.29040/jap.v21i2.1530>
- Dewinta, I. A., & Setiawan, P. E. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Profitabilitas, Leverage dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Tax Avoidance. *Jurnal Akuntansi*, 14(3), 1590–1613. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/akuntansi/article/view/16009>

- Ilyas, F. A. (2021). Pengaruh Leverage Dan Efisiensi Operasi Terhadap Return On Assets (*Studi Kasus Pada Bank Umum Konvensional Yang Tercatat Sebagai BUMN di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2020*) (Doctoral dissertation, Universitas Siliwangi).
- Mahdiana, M. Q., & Amin, M. N. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, dan Sales Growth Terhadap Tax Avoidance. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 7(1), 127–138. <https://doi.org/10.25105/jat.v7i1.6289>
- Mayndarto, E. C. (2022). Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Otomotif Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Riset & Jurnal Akuntansi*, 6(1), 426–442. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i1.590>
- Munandar. (2020). Pengaruh Perubahan Tarif Pph UMKM Terhadap Kepatuhan Pembayaran Pajak di KPP Pratama Boyolali. *Simposium Nasional Keuangan Negara*, 2(1), 43–58.
- Praditasari, & Setiawan. (2018). Pengaruh Good Corporate, Ukuran Perusahaan, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Tax Avoidance. *Akuntansi Universitas Udayana*, 19(2), 1229–1258. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/article/view/27647>
- Priatno, A., & Andini, P. (2022). Penghindaran Pajak Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Otomotif dan Komponen. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 2(2), 219–228. <https://doi.org/10.55606/jaem.v2i2.256>
- Putra. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Good Governance dan Leverage Terhadap Penghindaran Pajak Sektor Industri Barang Konsumsi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 12(8).
- Rahmadani, F. N. U., Muda, I., & Abubakar, E. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage dan Manajemen Laba Terhadap Penghindaran Pajak dimoderasi oleh Political Connection. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 8(2), 375-392.
- Rustian, N., & Kusumastuti, S. (2023). Pengaruh Pendapatan Nasional, Tingkat Inflasi, Nilai Tukar, Suku Bunga Terhadap Penerimaan Pakal Tahun 2008-2022. *Jurnal Mufakat*, 2(4), 555–568. <https://doi.org/10.572349/mufakat.v2i4.942>
- Sulaeman, R. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Tax Avoidance. *2021*, 3(2), 354–367. <https://doi.org/10.30872/jakt.v17i2.7981>
- Trisakti, S. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penghindaran Pajak Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia. *19*(1), 38–46. <http://www.tsm.ac.id/JBA>
- Widodo, S., & Wulandari, S. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Capital Intensity, Sales Growth dan Ukuran Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 19(1), 152–173. <https://doi.org/10.35129/simak.v19i01.174>



Implementasi Pemberian Kredit Usaha Rakyat (KUR) pada KSP Kopdit Obor Mas Cabang Pasar Tingkat

Angelina Lale Buu^{1*}, Yosefina Andia Dekrita², Yoseph Darius Purnama Ranga³
lalebuuangelina@gmail.com^{1*}, andiadekrita1234@gmail.com², jo.darius1206@gmail.com³
^{1,2,3}Program Studi Akuntansi
^{1,2,3}Universitas Nusa Nipa

Received: 23 12 2023. Revised: 10 01 2024. Accepted: 22 01 2024.

Abstract : This study aims to explain the implementation of People's Business Credit (KUR) at the KSP of the Obor Mas Cooperative Market Level Branch. The research method used is descriptive qualitative research. Data collection techniques are carried out by triangulation (combined observation, interviews, documentation). The subjects in this study included employees at KSP Kopdit Obor Mas Pasar Level Branch. The results showed that the Implementation of People's Business Lending (KUR) at the KSP Kopdit Obor Mas Pasar Level Branch has implemented the provision of KUR. In the implementation of the provision of people's business loans, the KSP Kopdit Obor Mas implements the provision of KUR in accordance with the provisions of KUR services regulated in the Regulation of the Minister of Cooperatives for Economic Affairs of the Republic of Indonesia No. 1 of 2023 concerning amendments to the regulation of the Coordinating Minister for Economic Affairs of the Republic of Indonesia No. 1 of 2022 concerning guidelines for the implementation of people's business loans.

Keywords : People's business credit, Savings and loan cooperatives, Loans.

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan implementasi pemberian Kredit Usaha Rakyat (KUR) pada KSP Koperasi Obor Mas Cabang Pasar Tingkat. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan observasi, wawancara, dokumentasi). Subjek dalam penelitian ini antara lain pegawai pada KSP Kopdit Obor Mas Cabang Pasar Tingkat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Implementasi Pemberian Kredit Usaha Rakyat (KUR) pada KSP Kopdit Obor Mas Cabang Pasar Tingkat sudah menerapkan pemberian KUR. Dalam pelaksanaan pemberian kredit usaha rakyat KSP Kopdit Obor Mas menerapkan pemberian KUR sesuai dengan ketentuan pelayanan KUR di atur dalam Permenkop Bidang Perekonomian RI No. 1 Tahun 2023 tentang perubahan atas peraturan Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia No. 1 Tahun 2022 tentang pedoman pelaksanaan kredit usaha rakyat.

Kata Kunci : Kredit usaha rakyat, Koperasi simpan pinjam, Pinjaman.

PENDAHULUAN

Koperasi adalah suatu badan hukum yang anggotanya berusaha untuk menciptakan nilai tambah yang dapat digunakan untuk meningkatkan kesejahteraan para anggotanya.

Selain itu, koperasi merupakan gerakan ekonomi kerakyatan yang mengedepankan partisipasi masyarakat dan berupaya memperkuat struktur perekonomian nasional dengan demokrasi ekonomi berdasarkan prinsip kekeluargaan. Jenis koperasi ada bermacam-macam berdasarkan kesamaan kegiatan dan kepentingan ekonomi para anggotanya, seperti koperasi simpan pinjam, koperasi konsumen, koperasi produksi, koperasi pemasaran, dan koperasi jasa. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 tahun 1992 Tentang Perkoperasian Indonesia, Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat, yang berdasarkan atas kekeluargaan. Koperasi bertujuan memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya, serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional, dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil, dan makmur berlandaskan Pancasila dan UUD 1945. Menurut Ikatan Akuntan Indonesia, (2012) koperasi adalah badan usaha yang terdiri dari kumpulan orang-orang bukan kumpulan modal, artinya aktivitas koperasi harus benar-benar mengutamakan kesejahteraan anggota. Dapat disimpulkan bahwa koperasi adalah salah satu badan usaha yang berbadan hukum dengan usaha yang beranggotakan perorangan yang berorientasi menghasilkan nilai tambah yang dapat dimanfaatkan bagi peningkatan anggotanya.

Kredit Usaha Rakyat (KUR) merupakan program pemerintah Indonesia yang memberikan bantuan kredit dan suku bunga rendah kepada debitur usaha mikro, kecil, dan menengah untuk mendukung pengembangan usaha debitur (Mitan et al., 2021). Program ini membantu mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan membantu masyarakat yang kekurangan uang untuk mengembangkan bisnis. Dalam perkembangannya sejak tahun 2007 hingga Desember 2014, KUR telah membayar Rp.1,78,85 triliun kepada total 12,4 juta debitur. Pada tahun 2014, jumlah KUR yang disalurkan kepada 2,4 juta debitur sebesar Rp . 40,2 triliun. Pada tahun 2015 jumlah KUR yang disalurkan kepada 22,75 juta debitur sebesar Rp.30 triliun. Pada tahun 2016 jumlah KUR yang disalurkan 94 juta debitur sebesar Rp.100 triliun. Pada tahun 2017 jumlah KUR yang disalurkan kepada 96,7 juta debitur sebesar Rp.110 triliun. Pada tahun 2018 jumlah KUR yang disalurkan 120,3 juta debitur sebesar Rp.120 triliun. Pada tahun 2019 jumlah KUR yang disalurkan 140,1 juta debitur sebesar Rp. 140 triliun. Pada tahun 2020 jumlah KUR yang disalurkan 198,53 juta debitur sebesar Rp. 190 triliun. Kebijakan/program KUR yang bertujuan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dimana pada tahun 2020 tidak bisa dipungkiri pandemi covid-19 telah memberikan dampak

langsung ke banyak usaha UMKM, namun juga berdampak pada banyaknya UMKM yang tidak dapat bertahan atau gulung tikar (Goo et al., 2023).

Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Koperasi Obor Mas merupakan koperasi yang ditetapkan sebagai penyalur Kredit Usaha Rakyat (KUR) menunjukkan bahwa minat masyarakat untuk mendapatkan akad cukup baik. Koperasi Obor Mas telah mendapat rekomendasi dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sebagai penyalur KUR dan telah bekerja sama dengan yaitu PT.Jaminan Kredit Indonesia (Jamkarindo) Selain itu Koperasi Obor Mas mendapatkan posisi ke-dua sebagai penerima jatah penyaluran KUR Mikro menunjukkan akses yang cukup mudah bagi anggota untuk mengajukan pembiayaan KUR Mikro. Sebagai salah satu koperasi penyalur KUR, tentu Koperasi Obor Mas memiliki perbedaan dengan Bank-bank penyalur KUR lainnya yang berbasis bunga, baik dalam sistem akad, hukum yang digunakan, maupun syarat pengolahan dana, dan lain-lain.

Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Koperasi Obor Mas sebagai lembaga keuangan penyalur pembiayaan KUR. Begitupun disegi koperasi itu sendiri juga lebih memilah UMKM mana yang pantas untuk disalurkan modal agar pengembalian pembiayaan yang dilakukan dapat berjalan dengan lancar. Sehingga kredit yang diberikan oleh pemerintah melalui program Kredit Usaha Rakyat ini, diharapkan sesuai dengan kemampuan pengusaha kecil dalam hal penggunaan kredit secara selektif guna mencapai tujuan yang diharapkan serta tidak membebani pengusaha kecil. Pelaksanaan dari Kredit Usaha Rakyat ini diharapkan dapat menjadi solusi dari permasalahan yang dihadapi oleh pengusaha kecil dalam mendapatkan tambahan modal usaha yang mereka butuhkan dengan kredit yang terjangkau dan prosedur yang sederhana. Dengan tambahan modal yang didapatkan oleh pengusaha kecil diharapkan dapat meningkatkan serta mengembangkan usaha yang dimilikinya.

KSP Koperasi Obor Mas telah menyusun standar operasional prosedur (SOP) pelayanan KUR mikro yang meliputi: (1) prosedur pengajuan kredit, (2) prosedur analisa kredit, (3) prosedur kredit, tata cara pembayaran, dan (4) riwayat kredit program. Modal (kredit) memegang peranan yang sangat penting dalam pengembangan usaha kecil. Misalnya, program KUR memberikan pengusaha kecil akses terhadap kredit yang dapat digunakan sebagai modal awal untuk meluncurkan usaha produktif baru. Selain itu, modal atau kredit ini akan mendorong masyarakat untuk lebih bersemangat dalam menjalankan berbagai jenis usaha dengan kreativitas dan inisiatif mereka sendiri, dengan tujuan meningkatkan kualitas hidup mereka. Dengan kata lain, modal atau kredit ini dapat dimanfaatkan oleh pengusaha

kecil untuk memperluas dan mengembangkan usahanya, yang pada akhirnya akan meningkatkan pendapatan yang diperoleh para pengusaha kecil.

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan penulis saat melakukan magang di KSP Kopdit Obor Mas terkhususnya pada KSP Kopdit Obor Mas Cabang Pasar Tingkat, penulis menemukan permasalahan yakni terjadi kurangnya berkas-berkas administrasi dalam proses pinjaman, banyak temuan yang membuat anggota merasa sulit dalam proses peminjaman KUR. kurangnya *Member Service Pinjaman* yang mengakibatkan terjadi penundaan proses pencarian KUR, penunggakan pengembalian pinjaman. Anggota peminjam tidak seluruhnya dapat mengembalikan pinjaman, baik untuk angsuran pokok maupun bunga pinjaman sesuai dengan ketentuan dan tepat pada waktu yang diperjanjikan. Selalu ada sebagian anggota yang dengan berbagai macam alasan tidak dapat mengembalikan pinjaman sehingga terjadinya penunggakan.

Prosedur pemberian kredit adalah aspek yang sangat vital dan perlu selalu diperhatikan serta dimonitor secara cermat untuk membantu mengurangi masalah penunggakan yang seringkali muncul (Patty et al., 2023). Kekurangan dalam melakukan analisis kredit dan kurangnya informasi yang diterima oleh koperasi dapat menjadi pemicu penundaan pembayaran oleh anggota peminjam. Selain itu, keputusan dan pencairan kredit yang tidak akurat juga dapat mengakibatkan anggota tidak dapat memanfaatkan dana tersebut sesuai dengan keperluan yang diinginkan. Adanya berbagai faktor penyebab tunggakan kredit, seperti yang telah diuraikan, menuntut koperasi untuk lebih memperhatikan dan meningkatkan prosedur pemberian kredit agar lebih efektif.

Menurut Muhammad dan Hamaya, (2019) menyatakan bahwa prosedur peminjaman KUR Calon debitur kredit usaha rakyat diharuskan memenuhi persyaratan yang telah ditetapkan dalam hal pengajuan permohonan kredit usaha rakyat. Kredit usaha rakyat diperkenalkan sebagai kredit yang mudah didapat, maka syarat- syarat yang ditetapkan pun sangat sederhana. Syarat-syarat yang perlu disertakan adalah bukti identitas diri berupa Foto Copy Kartu Tanda Penduduk (KTP), foto kopi Kartu Keluarga (KK), dan Surat Keterangan Usaha. Mulyana et al., (2023) menjelaskan bahwa Implementasi kebijakan KUR pada UMKM adanya kemampuan baik potensi maupun pengetahuan/ketrampilan, serta dukungan motivasi dalam berbagai aspek, kedua hal tersebut tentunya akan berdampak langsung terhadap peningkatan usaha baik peningkatan kapasitas produksi, target maupun realisasi dapat tercapai. Berkaitan dengan implementasi Kredit Usaha Rakyat (KUR) Mikro, peningkatan kinerja usaha (UMKM) harus ditopang oleh kemampuan secara finansial maupun

permodalan. hal tersebut selalu diupayakan melalui peran pemerintah kepada pemilik usaha (UMKM) dalam memperoleh bantuan berupa kredit maupun pinjaman-pinjaman dana dengan harapan usaha yang dilakukan dapat tumbuh dan berkembang.

METODE PENELITIAN

Menurut Sugiyono, (2019), Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Metode kualitatif adalah metode penelitian digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah dimana peneliti sebagai instrumen kunci. Teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan observasi, wawancara, dokumentasi) data yang diperoleh cenderung data kualitatif analisis data bersifat induktif dan hasil penelitian kualitatif dapat bersifat temuan potensi dan masalah keunikan objek makna suatu peristiwa proses dan interaksi sosial kepastian kebenaran data kontruksi fenomena temuan hipotesis. Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah selesai di lapangan.

Berdasarkan pendapat ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif berlandaskan pada filsafat *postpositivisme* atau *enterpretif*. Penelitian ini dilakukan pada kondisi yang alamiah serta menggunakan kenyataan yang sebenarnya bisa disebut penelitian naturalistik. Pada penelitian kualitatif teknik pengumpulan data secara triangulasi gabungan antara observasi, wawancara, dokumentasi. Analisis data pada penelitian kualitatif menggunakan analisis data bersifat induktif. Menurut Sugiyono, (2019), subjek penelitian adalah pihak yang berkaitan dengan yang diteliti (informan atau narasumber) untuk mendapatkan informasi terkait data penelitian yang merupakan sampel dari sebuah penelitian. Subjek dalam penelitian ini antara lain pegawai pada KSP Kopdit Obor Mas Cabang Pasar Tingkat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan ketentuan umum pelayanan kredit usaha rakyat diatur dalam permenko bidang perekonomian RI No.1 tahun 2023 tentang perubahan atas peraturan. Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2022 tentang Pedoman Pelaksanaan Kredit Usaha Rakyat. Sesuai dengan ketentuan tersebut KSP Kopdit Obor Mas menerapkan tiga jenis pinjaman Kredit Usaha Rakyat (KUR), yaitu: 1) KUR Super Mikro, 2) KUR Mikro, dan 3) KUR Kecil. Dalam memberikan Kredit Usaha Rakyat (KUR), proses ini di KSP Kopdit Obor Mas Cabang Pasar Tingkat harus dilaksanakan sesuai dengan

ketentuan umum pelayanan kredit usaha rakyat yang diatur dalam Peraturan Menteri Koordinator bidang Perekonomian Republik Indonesia No.1 tahun 2023 tentang perubahan atas peraturan. Pernyataan ini sesuai dengan penjelasan yang diberikan oleh Ibu Roneni Sisilia S.Ak., selaku manager KSP Kopdit Obor Mas Cabang Pasar Tingkat.

Sesuai dengan ketentuan Seorang warga negara Indonesia diizinkan untuk mengajukan pinjaman KUR hingga Rp.500.000.000, walaupun sudah memiliki pinjaman sebesar Rp.25.000.000 dari Koperasi Obor Mas cabang pasar tingkat. Jika ingin mengajukan pinjaman tambahan, anggota dapat mengajukannya di Bank dengan nominal melebihi jumlah yang sudah dipinjam di KSP Kopdit Obor Mas. Terdapat tiga jenis KUR dengan ketentuan berbeda, yaitu KUR Super Mikro dengan besaran pinjaman antara Rp.1.000.000 s/d Rp.10.000.000, KUR Mikro dengan besaran pinjaman antara Rp.11.000.000., s/d Rp.100.000.000., dan KUR Kecil dengan plafon pinjaman antara Rp.100.000.000., s/d Rp.500.000.000. KSP Kopdit Obor Mas telah menjalankan penyaluran pinjaman dengan mematuhi ketentuan umum layanan Kredit Usaha Rakyat (KUR), sesuai dengan Peraturan Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2023. Hasil wawancara dengan Manager Ibu Roneni Sisilia S.Ak.

Adapun tahap-tahap dalam proses pemberian Kredit Usaha Rakyat (KUR) pada KSP Kopdit Obor Mas Cabang Pasar Tingkat adalah sebagai berikut. 1) Wawancara Awal, 2) Penjelasan Proses Kredit, 3) Pengisian Formulir Permohonan KUR, 4) Registrasi Pinjaman, 5) Registrasi Idep-slik, dan 6) Cek Limid. Dalam pemberian Kredit Usaha Rakyat (KUR), langkah-langkah yang telah disebutkan di atas menjadi bagian penting dari keseluruhan proses. Tahap-tahap tersebut menjadi bagian dalam proses memastikan bahwa anggota memiliki pemahaman yang baik terhadap prosedur-prosedur yang harus diikuti dan dapat memenuhi semua syarat yang diperlukan agar pengajuan kredit dapat berjalan lancar. Pernyataan ini sesuai dengan penjelasan yang diberikan oleh Ibu Veronica Mengga ST. selaku member service pinjaman KSP Kopdit Obor Mas Cabang Pasar Tingkat.

Anggota datang ke kantor untuk konsultasi seputar Kredit Usaha Rakyat (KUR), dan petugas layanan pinjaman menjelaskan langkah-langkah pemberian KUR di KSP Kopdit Obor Mas Cabang Pasar Tingkat. Setelah anggota menyetujui, petugas layanan pinjaman mengisi formulir permohonan KUR. Proses selanjutnya melibatkan beberapa tahapan, seperti registrasi kredit, registrasi Idep-slik untuk memastikan tidak ada pinjaman di lembaga lain, dan cek limit pada SIKOPDIT untuk menentukan kelayakan anggota menerima KUR. Setelah itu, dilakukan rapat panitia kredit dengan anggota yang terdiri dari pengurus, general

manager, manager, staf pemasaran, dan petugas layanan pinjaman. Jika permohonan disetujui, petugas layanan pinjaman mencetak formulir permohonan pinjaman dan melakukan pemeriksaan kelengkapan berkas administrasi. Setelah menyelesaikan pengecekan, petugas layanan pinjaman menghubungi anggota untuk memberitahu apakah anggota layak atau tidak menerima KUR. Hasil wawancara dengan Member Service Pinjaman Ibu Veronica Mengga ST.

Menurut Wati et al., (2021) dalam penelitiannya yang berjudul Tanggung Jawab Pihak Asuransi Terhadap Perjanjian Kredit Bank Dalam Hal Debitur Meninggal Dunia menyatakan bahwa akibat hukum perjanjian kredit dalam hal debitur meninggal dunia ada dua kemungkinan yaitu kredit jatuh ke ahli waris sebagaimana diatur dalam pasal 833 KUH Perdata (*Burgerlijk Wetboek*) atau jaminannya dieksekusi pihak bank, serta kemungkinan kedua adalah kredit hapus karena adanya klausula asuransi jiwa atau perjanjian asuransi jiwa dengan syarat *banker's clause*, artinya disini pihak asuransi harus bertanggung jawab melunasi sisa utang debitur yang meninggal sesuai syarat dan ketentuan dalam polis.

Dalam pemberian Kredit Usaha Rakyat (KUR), terdapat perbedaan dalam prosedur pemberian KUR di setiap lembaga penyalur KUR. Hal ini sesuai dengan pernyataan yang dijelaskan oleh Ibu Roneni Sisilia S. Ak, selaku manajer KSP Kopdit Obor Mas Cabang Pasar Tingkat. Berdasarkan informasi yang ada, terdapat perbedaan pendekatan antara lembaga keuangan lain seperti bank dan koperasi dalam memberikan Kredit Usaha Rakyat (KUR). Di bank, pemberian KUR dilakukan secara penuh sesuai dengan jumlah yang diajukan tanpa ada potongan administrasi atau persyaratan simpanan lainnya. Hal ini dilakukan untuk memotivasi pelanggan sebagai nasabah. Di sisi lain, koperasi menganggap pelanggan sebagai anggota yang memiliki peran sebagai pemilik. Dalam koperasi, anggota yang mengajukan pinjaman KUR diwajibkan memiliki simpanan seperti simpanan wajib, simpanan khusus, dan simpanan non saham. Pentingnya simpanan tersebut dikaitkan dengan kewajiban-kewajiban anggota, seperti penyelesaian tunggakan pinjaman sebelumnya, Santunan Rawat Inap (SRI), Santunan Solidaritas Duka (SSD), serta hak dan kewajiban lainnya yang harus dipenuhi sebagai anggota.

Perbedaan konsep antara bank dan koperasi juga tercermin dalam pelaksanaan Rapat Anggota Tahunan (RAT), di mana anggota koperasi memiliki peran penting dalam pengambilan keputusan. Selain itu, dalam keberlanjutan anggota, koperasi memberikan berbagai bentuk dukungan seperti Santunan Rawat Inap (SRI) ketika anggota sakit dan Santunan Solidaritas Duka (SSD) saat anggota meninggal. Dalam hal penyelesaian pinjaman,

koperasi memiliki mekanisme seperti pengembalian Simpanan Saham kepada ahli waris pada akhir tahun, pembayaran Dividen atau Sisa Hasil Usaha (SHU), serta kewajiban pembayaran pinjaman akan dilunaskan pada saat pembayaran klaim asuransi pada DAPERMA bersamaan dengan dikembalikan saham anggota meninggal tersebut kepada ahli waris ketika anggota meninggal. Perbedaan lainnya adalah bahwa di bank, tidak ada Rapat Anggota Tahunan (RAT), dan pembayaran pinjaman dilanjutkan oleh ahli waris jika nasabah meninggal,

Menurut Mudassir et al., (2020) Penyaluran Kredit Usaha Rakyat (KUR) pada koperasi bisa menghadapi beberapa kendala yang dapat mempengaruhi efektivitas dan efisiensi program tersebut. Beberapa kendala umumnya melibatkan aspek administratif, keuangan, dan regulasi. Berikut adalah beberapa kendala potensial yang mungkin dihadapi dalam penyaluran KUR pada koperasi: 1) Ketidaksesuaian Kriteria Peminjam, 2) Proses Administrasi yang Rumit, 3) Keterbatasan Sumber Daya Manusia, 4) Pengelolaan Risiko, 5) Pemahaman Anggota Tentang KUR, 6) Keterbatasan Modal dan Likuiditas, 7) Ketidakpastian Regulasi, dan 7) Masalah Teknis dan Infrastruktur. Untuk mengatasi kendala-kendala ini, penting bagi koperasi untuk memiliki strategi yang baik dalam manajemen risiko, meningkatkan pemahaman anggota, memperbaiki proses administrasi, dan menjaga kepatuhan terhadap regulasi yang berlaku. Selain itu, kerja sama dengan lembaga keuangan, pelatihan anggota, dan pendekatan partisipatif dapat membantu meningkatkan efisiensi dalam penyaluran KUR pada koperasi.

Pada KSP Kopdit Obor Mas Cabang Pasar Tingkat tentunya menghadapi beberapa kendala dalam penyaluran KUR. Berikut ini berdasarkan pengamatan dan wawancara mengenai ketentuan pemberian KUR pada KSP Kopdit Obor Mas Cabang Pasar Tingkat. Pernyataan ini sesuai dengan penjelasan yang diberikan oleh Bapak Arnoldus Lareda S.pd selaku staf pemasaran KSP Kopdit Obor Mas Cabang Pasar Tingkat. Kendala yang dihadapi mencakup hasil survei yang tidak sesuai dengan plafon pinjaman yang diminta, pemeriksaan limit yang mengungkap adanya pinjaman yang macet di lembaga Keuangan lain oleh anggota, ketidaksesuaian jaminan pinjaman, dan perhitungan sisa terima yang tidak memadai untuk memenuhi kebutuhan, serta kurangnya member service pinjaman dalam pelayanan pinjaman anggota. Akibatnya, anggota yang bersangkutan memutuskan untuk membatalkan pengajuan pinjaman Kredit Usaha Rakyat (KUR).

Implementasi Pemberian Kredit Usaha Rakyat (KUR) pada KSP Kopdit Obor Mas Cabang Pasar Tingkat sudah menerapkan pemberian KUR. Dalam pelaksanaan pemberian kredit usaha rakyat KSP Kopdit Obor Mas menerapkan pemberian KUR sesuai dengan

ketentuan pelayanan KUR di atur dalam Permenkop Bidang Perekonomian RI No. 1 Tahun 2023 tentang perubahan atas peraturan Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia No. 1 Tahun 2022 tentang pedoman pelaksanaan kredit usaha rakyat. Dimana berdasarkan peraturan Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia No. 1 Tahun 2022, Kredit Usaha Rakyat yang selanjutnya disingkat KUR adalah kredit/pembiayaan modal kerja dan/atau investasi kepada debitur individu/perseorangan, badan usaha dan/atau kelompok usaha yang produktif dan layak namun belum memiliki agunan tambahan atau agunan tambahan belum cukup yang mana dapat disalurkan melalui lembaga-lembaga keuangan yang berdasarkan prinsip konvensional maupun syariah yang diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang jasa keuangan seperti lembaga *linkage*, dan koperasi.

Berdasarkan teori *Agency Theory* atau teori keagenan adalah hubungan keagenan atau suatu kontrak dimana satu orang atau lebih (*Principal*) memerintah orang lain (*agen*) untuk melakukan beberapa layanan atas nama principal serta memberi kewenangan kepada *agen* untuk membuat keputusan yang terbaik bagi principal. *Principal* adalah Pihak yang memberikan kewenangan pada agen untuk melakukan pengawasan tindakan agen. Jika *principal* dan *agen* memiliki tujuan yang sama maka agen akan mendukung dan melaksanakan semua yang diperintahkan oleh principal (Lewar et al., 2023). Dalam penelitian ini, yang dikatakan Agen adalah lembaga keuangan dalam hal ini adalah KSP Kopdit Obor Mas Cabang Pasar Tingkat (Poling et al., 2023). Dalam peningkatan program Kredit Usaha Rakyat (KUR) koperasi KSP Kopdit Obor Mas Cabang Pasar Tingkat berperan untuk meningkatkan akses penyaluran pembiayaan kepada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Dalam penyaluran atau implementasi KUR koperasi juga dituntut untuk mampu mematuhi prosedur serta ketentuan yang ditetapkan oleh pemerintah guna mencapai tujuan untuk memperkuat kemampuan permodalan usaha dalam rangka pelaksanaan kebijakan percepatan pengembangan sektor riil dan pemberdayaan UMKM.

Dari hasil pengamatan dan wawancara yang peneliti lakukan pada KSP Kopdit Obor Mas Cabang Pasar Tingkat, dapat dikatakan bahwa implemetasi pemberian kredit usaha rakyat kepada peminjam KUR melibatkan serangkaian langkah dan proses yang dirancang untuk memastikan bahwa pinjaman disalurkan dengan efektif kepada pelaku usaha kecil dan mikro. Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti bersama Ibu Roneni Sisilia (Manager) mengatakan Sebelum melakukan pemberian pinjaman, ada beberapa persyaratan atau prosedur yang harus di lakukan dan dipenuhi oleh anggota untuk mendapatkan pinjaman KUR

yaitu untuk memenuhi persyaratan pinjaman dimana peminjam sudah menjadi anggota koperasi Obor Mas Cabang Pasar Tingkat, melampirkan Foto copy KTP suami istri 1 lembar, melampirkan Foto copy KK 1 lembar, melampirkan Surat keterangan Usaha yang sudah berjalan 6 bulan, melampirkan Surat Izin usaha dari Desa atau Lurah, melampirkan hasil idep sliik OJK suami istri, melampirkan foto usah, bila anggota mengajukan pinjaman KUR Super Mikro dan KUR Mikro, bagi calon peminjam mengajukan KUR Kecil wajib ikut serta dalam program

Penyelenggaraan Jaminan Sosial (BPJS) ketenagakerjaan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undang di bidang penyelenggara jaminan sosial ketenagakerjaan dengan jangka waktu pembayaran iuran sesuai dengan jangka waktu KUR yang bersangkutan dan dibuktikan dengan fotocopy bukti pembayaraan iuran BPJS ketenagakerjaaaan, telah mengikuti diklat pendidikan dasar sehari atau diklat *Financial Literacy* yang dibuktikan dengan foto copy sertefikat pendidikan dasar sehari atau foto copy setefikat Financial Sehari peminjam bila anggota mengajukan pinjaman dengan nominal yang besar ada kesepakatan antara peminjam dengan koperasi dimana ada jaminan berupa, Alat-alat rumah tangga/ elektronik, BPKB (dilengkapi dengan foto kendaraan), Sertifikat tanah. Muhammad dan Hamaya, (2019), dalam penelitiannya yang berjudul “Pelaksanaan Pemberian Kredit Usaha Rakyat (KUR) Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Studi Kasus Bank BRI Merdeka Cabang Ternate)” menjelaskan bahwa Pelaksanaan pemberian kredit usaha rakyat (KUR) dilakukan melalui beberapa tahap yaitu: tahap permohonan kredit, tahap peninjauan dan analisis kredit (tahap pemeriksaan), tahap pemberian putusan, serta tahap pencairan kredit/akad kredit.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan maka dapat disimpulkan bahwa Pelaksanaan Pemberian Kredit Usaha Rakyat (KUR) pada KSP Kopdit Obor Mas Cabang Pasar Tingkat sebelum melakukan pemberian pinjaman, ada beberapa persyaratan atau prosedur yang harus dilakukan dan dipenuhi oleh anggota untuk mendapatkan pinjaman KUR pada KSP Kopdit Obor Mas yaitu persyaratan atau jaminan sebagai bukti pengambilan kredit di koperasi seperti sudah menjadi anggota di KSP Kopdit Obor Mas, *foto copy* KTP suami dan istri 1 lembar, foto copy KK 1 lembar, surat keterangan usaha yang sudah berjalan enam bulan dari desa atau lurah. Jaminan pinjaman berupa alat-alat rumah tangga atau barang elektronik, BPKB (dilengkapai foto kendaraan), sertifikat tanah. pemberian pinjaman KUR pada KSP Kopdit Obor Mas Cabang Pasar Tingkat untuk modal usaha melakukan beberapa

tahapan pengecekan terhadap anggota yang mengajukan pinjaman, antara lain melengkapi persyaratan kredit, tahapan awal yang dilakukan oleh anggota peminjam yang akan mengajukan permohonan kredit untuk modal usaha adalah melengkapi seluruh persyaratan pinjaman yang telah ditentukan oleh KSP Kopdit Obor Mas. Implementasi Pemberian Kredit Usaha Rakyat (KUR) pada KSP Kopdit Obor Mas Cabang Pasar Tingkat sudah menerapkan pemberian KUR.

DAFTAR RUJUKAN

- Goo, E. E. K., Herdi, H., & Rusmawati, L. (2023). Analysis of Implementation of SAK ETAP in Presentation of Financial Reports KSP KOPDIT Tuke Jung Head Office. *International Journal of Economics, Management, Business and Social Science (IJEMBIS) Peer-Reviewed – International Journal*, 3(2), 129–139. <https://cvodis.com/ijembis/index.php/ijembis/arti%0Dcle/view/120>
- Ikatan Akuntan Indonesia. (2002). *Standar Akuntansi Keuangan*. Salemba Empat.
- Lewar, M. V. N., Tokan, M. G. M., & Rangga, Y. D. P. (2023). Kinerja Keuangan pada Kantor Pusat KSP Kopdit Pintu Air Rotat Ditinjau dari ROI, ROA dan ROE. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 4(4), 1342–1351. <https://doi.org/DOI 10.47065/ekuitas.v4i4.3436>
- Mitan, W., Dilliana, S. M., & Meyer, R. T. (2021). Pengaruh Fraud Diamond Terhadap Kecenderungan Kecurangan Laporan Keuangan pada Koperasi Kredit Sube Huter. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 7(5), 212–217. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.5521568>
- Mudassir, A., Saleh, Dj., & Nasrulhaq. (2020). Efektivitas Penyaluran KUR (Kredit Usaha Rakyat) Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Tanah Lemo Kecamatan Bonto Bahari Kabupaten Bulukumba. *Kajian Ilmiah Mahasiswa Administrasi Publik*, 1(2), 381–393. <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/kimap/article/view/3683/2995>
- Muhammad, A., & Hamaya, B. (2019). Pelaksanaan Pemberian Kredit Usaha Rakyat (KUR) pada PT Bank Rakyat Indonesia (Studi Kasus Bank BRI Merdeka Cabang Ternate). *De Jure; Jurnal Ilmiah Ilmu Hukum*, 1(1), 30–45. <https://doi.org/https://doi.org/10.33387/dejure.v1i1.1416>
- Mulyana, Y., Rosid, A., & Nurhayati. (2023). Implementasi Kebijakan Kredit Usaha Rakyat Pada Umkm Di Kabupaten Bandung. *Business Preneur: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 2(2), 102–122. <https://doi.org/https://doi.org/10.23969/bp.v2i2.3504>

- Patty, T. F. Q., Aurelia, P. N., & Diliiana, S. M. (2023). Application of Good Corporate Governance Principles to the Quality of Financial Statements. *Neo Journal of Economy and Social Humanities*, 2(2), 89–99.
<https://doi.org/https://doi.org/10.56403/nejesh.v2i2.105>
- Poling, M. Y., Herdi, H., & Lamawitak, P. L. (2023). Analisis Peranan Koperasi Simpan Pinjam Dalam Upaya Pengembangan UMKM Pada KSP Kopdit Ikamala. *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi (JUMIA)*, 1(2).
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 tentang Perkoperasian Indonesia*. (1992).
- Wati, N. P. P., Mahendrawati, N. L. M., & Arini, D. G. D. (2021). Tanggung Jawab Pihak Asuransi Terhadap Perjanjian Kredit Bank Dalam Hal Debitur Meninggal Dunia. *Jurnal Konstruksi Hukum*, 2(1), 196–201.
<https://doi.org/https://10.22225/jkh.2.1.2996.196-201>



Penerapan *Affixed Signature and Stamp* pada Surat Keterangan Asal sebagai Mitigasi Kinerja Ekspor di Masa Pandemi Covid-19

Ni Putu Ari Setiawati^{1*}, I Wayan Sutrisna²

ariesetiawati75@gmail.com^{1*}, sutrisna76@yahoo.co.id²

^{1,2}Program Studi Ilmu Administrasi Negara

^{1,2}Universitas Mahendradatta

Received: 19 08 2023. Revised: 13 12 2023. Accepted: 22 01 2024.

Abstract : This research focuses on determining, implementing, factors that affect implementation and their implications for the export performance of Bali Province towards the G20 destination countries during the Covid-19 pandemic. The research method used is qualitative research. The informants used are from officials and exporters as policy implementers, as well as forwarders and carriers as implicated group targets. The questionnaire was distributed to 100 respondents, with 97 returned questionnaires. Based on the results of observations and interviews, it can be concluded that the establishment of the Regulation of the Minister of Trade of the Republic of Indonesia Number 39 of 2020 as a mitigation response in minimizing the impact of the Covid-19 pandemic in the smooth flow of goods in export performance. The Bali Provincial Industry and Trade Office as the Issuing Agency of Certificate of Origin (SKA) and exporters jointly implemented the Regulation of the Minister of Trade of the Republic of Indonesia Number 39 of 2020 by implementing the ASnS system in the original SKA issued, so that the efficiency of the SKA process can be improved, the smooth flow of goods can be increased, and export demand from G20 countries during the Covid-19 pandemic to Bali Province can be realized.

Keywords : Affixed Signature and Stamp, Certificate of origin, Ekspor, Mitigation

Abstrak : Penelitian ini menitik beratkan pada penetapan, implementasi, faktor-faktor yang mempengaruhi implementasi dan implikasinya terhadap kinerja ekspor Provinsi Bali terhadap negara tujuan G20 dimasa pandemi Covid-19. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Informan yang digunakan adalah dari kedinasan dan eksportir sebagai implementor kebijakan, serta forwarder dan carrier sebagai target grup yang terimplikasi. Kuesioner disebarkan kepada 100 responden, dengan kuesioner kembali sebanyak 97. Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara, dapat disimpulkan bahwa penetapan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 39 Tahun 2020 sebagai respon mitigasi dalam menimalisir dampak pandemi Covid-19 dalam kelancaran arus barang dalam kinerja ekspor. Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Bali selaku Instansi Penerbit Surat Keterangan Asal (SKA) dan eksportir secara bersama-sama mengimplentasikan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 39 Tahun 2020 ini dengan menerapkan sistem ASnS dalam SKA asli yang diterbitkan, sehingga efisiensi proses SKA dapat ditingkatkan,

kelancaran arus barang dapat ditingkatkan, dan permintaan ekspor dari negara G20 dimasa pandemi Covid-19 terhadap Provinsi Bali dapat direalisasikan.

Kata Kunci : *Affixed Signature and Stamp*, Ekspor, Mitigasi, Surat keterangan asal.

PENDAHULUAN

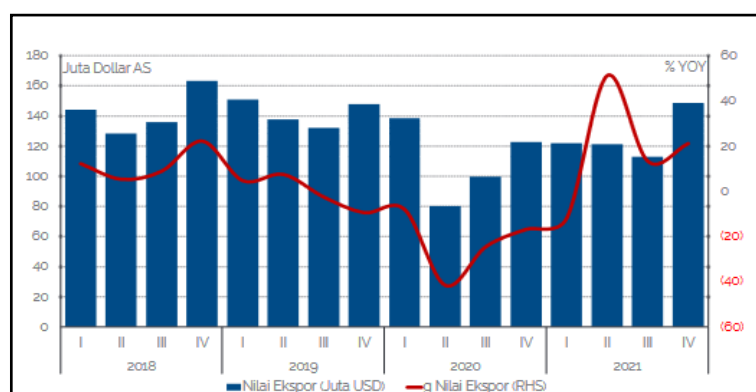
Pandemi merupakan ancaman serius tidak hanya bagi populasi dunia, tetapi juga bagi ekonominya. Dampak kerugian ekonomi dapat mengakibatkan ketidakstabilan ekonomi, yaitu melalui biaya langsung, beban jangka panjang, dan biaya tidak langsung (Qiu et al., 2017). Dengan adanya pandemi Covid-19 pengiriman internasional juga dibatasi oleh gangguan dalam layanan transportasi, misalnya layanan transportasi udara. Pemulihan China kemungkinan akan terhambat misalnya, oleh gangguan dalam rantai pasokannya juga sebagai pemulihan yang tertinggal dalam permintaan untuk ekspornya. Di masa lalu, China telah menunjukkan tingkat ketergantungan yang tinggi pada komponen impor yang digunakan dalam pembuatan barang-barangnya (Tisdell, 2020).

Strategi mitigasi resiko dalam sektor perdagangan internasional Indonesia, salah satunya dengan ditetapkannya kebijakan tentang tata cara penerbitan Surat Keterangan Asal untuk barang asal Indonesia oleh Kementerian Perdagangan Republik Indonesia (Kemendag RI). Peraturan Menteri tersebut adalah Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 39 tahun 2020 Tentang Perubahan Ketiga Atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 24 Tahun 2018 Tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Keterangan Asal untuk barang asal Indonesia. Surat Keterangan Asal (SKA) adalah dokumen *mandatory* atas dasar perjanjian bilateral antara Indonesia dengan negara tujuan ekspor untuk barang yang akan diekspor dari Indonesia, termasuk didalamnya untuk tujuan ekspor negara G20. G20 adalah *platform* multilateral strategis yang menghubungkan negara maju dan berkembang utama di dunia (Pratama et al., 2022).

Kebijakan dalam usaha pengendalian dampak pandemi Covid-19 dibidang perdagangan selama masa pandemi Covid-19 telah ditetapkan, baik kebijakan yang diberlakukan untuk menjaga stabilitas perdagangan dalam negeri, maupun perdagangan luar negeri. Kebijakan yang diterbitkan dalam menjaga transaksi perdagangan luar negeri (ekspor) salah satunya adalah permendag RI Nomor 39 Tahun 2020 tentang Perubahan Ketiga Atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 24 Tahun 2018 tentang Ketentuan Dan Tata Cara Penerbitan Surat Keterangan Asal Untuk barang asal Indonesia. Surat Keterangan Asal (SKA) atau dalam perdagangan disebut dengan *Certificate Of Origin (COO)* adalah dokumen yang membuktikan

bahwa barang ekspor Indonesia telah memenuhi ketentuan Asal Barang Indonesia (*Rules Of Origin* Indonesia) (Permendagri Nomor 39 Tahun 2020, 2020). Penurunan transaksi perdagangan barang dan jasa secara internasional tidak dapat dihindari, namun dalam usaha menjaga transaksi yang masih berlangsung diharapkan bahwa Permendag RI No. 39 Tahun 2020 dapat mengatasi salah satu gangguan (*disruption*) dalam transaksi perdagangan barang internasional dalam menjaga dan mengendalikan dampak dari disrupsi perdagangan internasional yang terjadi selama masa pandemi Covid-19.

Pemerintah Provinsi Bali, sebagaimana diinstruksikan melalui Kementerian Dalam Negeri dalam penanggulangan Covid-19, menindaklanjuti kebijakan tentang penanggulangan Covid-19, termasuk kebijakan yang dikeluarkan oleh Kemendag RI. Pemerintah Provinsi Bali tidak mengeluarkan kebijakan turunan dalam merespon Permendag RI No. 39 Tahun 2020 tentang Perubahan Ketiga Atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 24 Tahun 2018 tentang Ketentuan Dan Tata Cara Penerbitan Surat Keterangan Asal Untuk Barang Indonesia. Implementasi kebijakan ini di laksanakan sepenuhnya oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan provinsi Bali sebagai Instansi Penerbit SKA (IPSKA) yang ditunjuk oleh menteri dan diberi kewenangan untuk menerbitkan SKA. Kinerja ekspor barang luar negeri Provinsi Bali, mengalami fluktuasi selama tahun 2018-2021. Penurunan kinerja ekspor barang Provinsi Bali mengalami penurunan tajam di masa pandemi Covid-19, yaitu pada triwulan I – II tahun 2020, kemudian kembali meningkat dan berfluktuasi sampai dengan triwulan IV tahun 2021. Ekspor barang Provinsi Bali tercatat tumbuh 21.09% (yoy), meningkat dibandingkan triwulan sebelumnya yang tumbuh 11.32%



Gambar 1. Grafik Perkembangan Ekspor Barang Provinsi Bali Tahun 2018 - 2021

Disrupsi perdagangan adalah hal yang tidak bisa dihindari dimasa pandemi Covid-19, untuk itu peneliti tertarik untuk menganalisis implementasi kebijakan dalam sektor perdagangan internasional selama pandemi Covid-19 Provinsi Bali, yaitu dari salah satu

langkah kebijakan strategis kementerian perdagangan dalam sektor nonfiskal, dalam bentuk Peraturan Menteri Perdagangan No.39 tahun 2020. Berdasarkan pemaparan di atas penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana implementasi Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 39 tahun 2020 di era trade disruption pandemi Covid-19, mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan kebijakan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 39 tahun 2020 di era trade disruption pandemi Covid-19 dan untuk mengetahui implikasi implementasi Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 39 tahun 2020 terhadap kinerja ekspor Provinsi Bali di era trade disruption pandemi Covid-19 untuk negara tujuan G20.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk jenis penelitian terapan (*applied research*). Metode penelitian yang dipergunakan adalah Metode Kualitatif–Studi Kasus. Selanjutnya dalam penelitian kualitatif ini ditentukan sumber data yang diharapkan dapat memberi informasi. Sumber data selain orang juga bisa berupa peristiwa dan proses kegiatan yang sedang berlangsung (Sugiyono, 2018). Variabel dalam penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu variabel independent dan variabel dependent. Variabel Independent dalam penelitian ini adalah : 1) Implementasi Permendag RI No.39 Tahun 2020 (X1), 2) Faktor yang mempengaruhi Implementasi Permendag RI No.39 Tahun 2020 (X2). Sedangkan variabel *dependent* nya adalah Kinerja Ekspor hasil implementasi Permendag RI No.39 Tahun 2022 (Y).

Teknik pengambilan *sample* pada penelitian yang dapat mewakili populasi adalah dengan teknik *non-probability sampling*, yaitu *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, yang dalam penelitian ini sampelnya adalah pejabat di Dinas Perindustrian dan Perdagangan, eksportir, *forwarder*, dan *carrier*. Instrumen pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah pedoman wawancara, lembar observasi dan kuisioner. Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis deskriptif yang dilakukan untuk mengetahui implementasi kebijakan, faktor-faktor yang mempengaruhi implementasi kebijakan serta implikasinya terhadap kinerja ekspor Provinsi Bali ke negara tujuan G20 selama masa pandemi Covid-19. Analisis data dilakukan dengan tiga alur yaitu reduksi data, penyajian data, penarikan tahap reduksi data. Model analisis yang digunakan adalah model Miles dan Huberman.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Implementasi Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 39 Tahun 2020 Di Era Trade Disruption Pandemi Covid-19. Permendag Nomor 39 Tahun 2022 tentang Perubahan Ketiga Atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 24 Tahun 2018 Tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Keterangan Asal Untuk Barang Asal Indonesia adalah peraturan yang ditetapkan oleh Kementerian Perdagangan Republik Indonesia di masa pandemi Covid-19. Implementasi Permendag No.39 Tahun 2020 ini menitik beratkan pada penggunaan *affixed signature* dan *stamp* (ASnS) pada dokumen SKA Asli. Wardhana (2020) mengkonfirmasi bahwa implementasi ASnS ini dilakukan secara bertahap. Tahap awal dari 10 IPSKA, yaitu IPSKA Provinsi DKI Jakarta dan 5 IPSKA Suku Dinas Jakarta, IPSKA Provinsi Jawa Timur, IPSKA Povinsi Jawa Tengah, IPSKA Kabupaten Bogor, dan IPSKA Kabupaten Tangerang. Tahap berikutnya kemudian akan dikembangkan hingga meliputi 94 lokasi IPSKA di seluruh Indonesia.

Ditjen Daglu Kemendag RI juga mengeluarkan Surat Edaran No.237/DAGLU.5.1/SD/IV/2020 Pemberlakuan Tanda tangan dan Stempel yang diaplikasikan secara Elektronik (*Affixed Signature and Stamp* /ASnS) pada Surat Keterangan Asal (SKA) Indonesia–tahap 3. Surat Edaran ini di tujukan kepada para Pejabat di 14 IPSKA dan para Eksportir pengguna SKA di wilayah IPSKA, yaitu IPSKA Provinsi Sumatera Selatan, IPSKA provinsi Sumatera Barat, IPSKA Provinsi Riau, IPSKA Provinsi DI Yoyakarta, IPSKA Provinsi Bali IPSKA Provinsi Sulawesi Tengah, IPSKA Kab. Bandung, IPSKA Kab. Banyuwangi, IPSKA Kab. Gresik, IPSKA Kota Bandung, IPSKA Kota Cirebon, IPSKA Kota Cilegon, IPSKA Kota Tarakan dan IPSKA BP Batam.

Pada Surat edaran ini juga di cantumkan Daftar Form SKA (tahap 3) yang sudah bisa menggunakan ASnS, yaitu sebanyak 10 SKA Preferensi dan 4 SKA Non Preferensi, sebagai berikut; (1) SKA Preferensi terdiri atas: 1) *General System Of Preferences* (GSP) – Form A; 2) *ASEAN Trade in Goods Agreement* – Form D; 3) *ASEAN China FTA* (ACFTA) – Form E; 4) *ASEAN Korea FTA* (AKFTA) – Form AK; 5) *ASEAN Australia New Zealand* (AANZFTA) – Form AANZ; 6) *ASEAN Japan Comprehensive Econimic Partnership* (AJCEP) – Form AJ; 7) *Global System Of Trade Preferences Among Developing Countries* (GSTP) – Form GSTP; 8) *Indonesia Japan Economic Partnership Agreement* (IJEPA) – Form IJEPA; () *Indonesia Chile Free Trade Agreement* – Form IC dan SKA Preferensi produk tembakau – Form COA. (2) SKA Non Preferensi terdiri atas: 1) Form B; 2) Form ICO (Ekspor Kopi); 3) Form TP (Ekspor TPT tujuan Eropa) dan 4) Form Annexo III (Ekspor ke Meksiko).

Sesuai Surat edaran tersebut juga di tegaskan bahwa Kemendag RI telah mengimplementasikan fasilitas penggunaan Tanda Tangan Penerbit SKA dan Stempel IPSKA yang telah diaplikasikan secara Elektronik (*Affixed Signature and Stamp* sejak 1 April 2020 (tahap 1) dan 15 April 2020 (Tahap 2) melalui SE No.2019/DGALU.5.1/SD/IV/2020 tanggal 13 April 2020. Fasilitas ini bertujuan meningkatkan efektivitas waktu penerbitan SKA serta untuk meminimalkan kontak fisik antara Pejabat Penerbit SKA dengan Eksportir. Sebagai informasi juga di sampaikan bahwa tambahan fitur QR juga dimunculkan pada seluruh hasil cetak SKA Indonesia, baik menggunakan ASnS maupun tanda tangan manual, sebagai fasilitas pemeriksaan validitas SKA Indonesia yang dapat digunakan oleh otoritas kepabeanan negara mitra dagang. Implementasi penggunaan AsnS di IPSKA dan eksportir di fasilitasi dengan platform elektronik e-SKA Indonesia Elektronik Certificate Of Origin Kementerian Perdagangan Republik Indonesia melalui laman e-ska.kemendag.go.id. Skema atau alur pengajuan SKA dan penggunaan ASnS di pandu melalui *User Manual Sistem e-SKA Eksportir Versi 1.3*.

Alur Pengajuan Permohonan adalah sebagai berikut : 1) Setelah login ke sistem e-SKA, eksportir/pengusaha membuat permohonan bau SKA (*Header, Goods dan Cost Structure*) yang disertai dengan *upload file* pendukung/dipersyaratkan seperti PEB, *Invoice*, B/L, AWB dan lain lain. 2) Data tersebut kemudian dikirimkan oleh eksportir/pengusaha ke IPSKA melalui sistem e-SKA. 3) Petugas IPSKA memeriksa data permohonan yang baru, kemudian membandingkan data tersebut dengan *file* pendukung yang di *up-load*. 4) Jika data sesuai, petugas IPSKA melakukan proses persetujuan terhadap data (persetujuan sementara). Nomor SKA akan di *generate* secara otomatis oleh sistem. 4) Data yang telah disetujui akan diproses lebih lanjut oleh eksportir/pengusaha. 5) Eksportir/pengusaha mencetak SKA dan *Cost Structure* yang telah disetujui, kemudian menandatangani SKA (ditandatangani oleh Kuasa Perusahaan). 6) Eksportir/pengusaha kemudian mendatangi petugas IPSKA dengan membawa SKA yang telah Di tandatangani disertai dengan dokumen pendukung dalam bentuk *hardcopy*. 7) Petugas IPSKA menerima dokumen SKA beserta pendukungnya dari eksportir/pengusaha yang datang ke kantor IPSKA. Petugas IPSKA kemudian melakukan verifikasi terhadap dokumen asli/*hardcopy* dengan data permohonan yang ada di sistem e-SKA. 8) Jika verifikasi absah (valid), petugas IPSKA akan memberikan *approval* terhadap permohonan pada sistem e-SKA. Dokumen SKA tersebut kemudian di tandatangani oleh pejabat IPSKA. 9) Petugas IPSKA melakukan *scan* dan *up loop* dokumen SKA yang telah disetujui. 10) Petugas IPSKA menyerahkan dokumen SKA ke eksportir/pengusaha. Proses penerbitan SKA telah selesai

(Kementrian Perdagangan, 2013). Pada alur tersebut di atas, pengimplementasian ASnS dilaksanakan pada tahap 9, dengan membubuhkan tanda tangan pejabat IPSKA dan stempel IPSKA secara elektronik.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Kebijakan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 39 Tahun 2020 Di Era Trade Disruption Pandemi Covid-19. Berdasarkan hasil penelitian terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi penetapan kebijakan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 39 Tahun 2020 di era trade disruption pandemi covid-19 diantaranya adalah. Komunikasi, Sumber Daya, Disposisi, dan Struktur Birokrasi.

Komunikasi. Menurut Artawayasa, narasumber (2022) faktor yang mempengaruhi implementasinya ada beberapa hal, diantaranya adalah: Sosialisasi kebijakan kepada para pengguna kebijakan tersebut, hal ini penting agar kebijakan yang di tetapkan dapat dijalankan dengan baik dan tepat sasaran, terlebih hal ini menyangkut teknologi, dan penggunaan aplikasi. Hal ini didukung dengan hasil umpan balik dari responden terkait dengan komunikasi yaitu penyampaian informasi tentang penggunaan ASnS di masa pandemi, 93 % responden menyatakan informasi yang tersampaikan Baik Sekali sebanyak 93%, dan 7% responden yang menjawab Baik. Hal ini juga dikuatkan oleh Mantrawan, *carrier* (2022), jika informasi tidak tersampaikan dengan baik termasuk kepada pihak terkait lain dalam proses ekspor, maka kemungkinan kesalahan dalam penyematan dokumen ekspor yang valid pada barang ekspor dapat terjadi, dan akan merugikan eksportir.

Sumber Daya. Operator SKA, baik di perusahaan eksportir maupun petugas di IPSKA harus diberikan bimbingan teknis yang mumpuni serta di kawal oleh staf yang betul-betul mengerti teknologi, agar apabila ada kendala dapat cepat tertangani (Artawayasa, narasumber ;2022). Sunarto, operator (2022) juga menimpali hal yang berkaitan dengan *hardware* , baik eksportir dan petugas IPSKA harus mempersiapkan *hardware* yang bisa menjalankan *platform* tersebut, pernah terjadi di awal penerapan, *platform* tidak bisa *running* karena spesifikasi komputer yang digunakan di eksportir tidak mumpuni, demikian juga tentang keberlangsungan implemtasi ASnS, jika koneksi aman dan *server* aman, maka pekerjaan pengajuaan IPSKA menjadi sangat efisien. Koneksi internet juga menjadi hal yang penting untuk penyelesaian dokumen yang tepat waktu agar keberangkatan barang oleh *carrier* tidak tertunda (*delayed*) yang dapat mengakibatkan, mundurnya waktu tiba di negara tujuan serta mencegah peningkatan tingkat kematian untuk komoditi Ikan hias. (Mantrawan, *carrier*, 2022). Hasil umpan balik responden menunjukkan 100% responden memiliki SDM yang cukup untuk

melaksanakan kebijakan, sementara 2% responden tidak memiliki koneksi internet yang cukup, 25% cukup, dan 73% responden memiliki koneksi internet yang sangat cukup selama masa pandemi untuk melaksanakan ASnS, selain itu 16% responden memiliki spesifikasi *hardware* yang cukup untuk memproses kebijakan penggunaan ASnS dan 84% responden memiliki spesifikasi *hardware* yang Sangat Cukup.

Disposisi. Kebijakan juga harus jelas, mudah dimengerti dan dapat dikerjakan (Artawayasa, 2022). Pemberlakuan AsnS ini dirasa cukup jelas, spesimen tanda tangan pejabat IPSKA dan stemple IPSKA disimpan secara digital ditunjang dengan QR Code, selain itu dalam Permendag di jelaskan bila di tatanan IPSKA terdapat kendala di tatanan pejabat SKA, maka Menteri dapat membantu melalui Dirjen Perdagangan. Implementasi ini berjalan baik dan optimal karena dari pihak-pihak pelaksana mempunyai komitmen, baik dari IPSKA maupun dari eksportir. Pihak-pihak sama-sama menyadari bahwa pemberlakuan ASnS ini sepenuhnya untuk membantu kelancaran arus barang dalam perdagangann internasional, sehingga permintaan ekspor dapat terpenuhi, dan juga proses ekspor yang tertunda dimasa awal pandemi yang diakibatkan pemberlakuan PSBB, *social distancing*, *lockdown* dan WFH dapat dibuka dan terkirim.

Struktur Birokrasi. Secara birokrasi pemberlakuan ASnS ini jelas, terdapat standar operasional prosedur, baik dengan media *user manual* dan juga dari *platform* yang digunakan, tekanan dari *stakeholder* juga hampir tidak ada, karena di masa pandemi Covid-19 proses ekspor tertunda, perdagangan global berpotensi turun, sehingga para *stakeholder* berada di kepentingan yang sama yaitu meningkatkan kelancaran arus barang, untuk menjaga stabilitas perdagangan ekspor. Hal ini dikuatkan dengan hasilumpan balik bahwa 100% responden telah memiliki panduan tentang pelaksanaan kebijakan ini. Nusyirwan, (2022), berpendapat, jika implementasi ASnS ini terus diberlakukan maka, efisiensi SDM di bagian dokumen SKA menjadi optimal, dan juga mengharapkan dilaksanakannya bimbingan teknis berkala yang bersifat penyegaran dan *update* teknologi. Hal ini dikuatkan oleh hasil umpan balik 100% responden telah terbantu proses ekspornya dimasa pandemi dengan pemberlakuan ASnS, dan 65% responden Sangat Setuju untuk tetap memberlakukan ASnS, 30% responden Setuju dan 5% Tidak Setuju. Responden yang tidak setuju dengan dasar pertimbangan mekanisme monitoring dan kontroling penggunaan ASnS yang harus diperkuat, untuk menghindari kemungkinan penggunaan ASnS yang disalah gunakan, karena tidak melibatkan Pejabat IPSKA secara langsung.

Kendala yang ditemui dalam pelaksanaan kebijakan ini yaitu 48% responden masih menemui kendala, dan 52% responden tidak menemui kendala. Jenis kendala yang dialami responden adalah terdapat 25% responden terkendala pada koneksi internet, 30% terkendala pada spesifikasi *hardware*, dan 45% terkendala *softskill*. Dari empat faktor di atas, hasil wawancara dan umpan balik menunjukkan faktor komunikasi adalah faktor yang berimplikasi paling kuat dalam implementasi kebijakan. Komunikasi memiliki *flow impact* yang kuat antara pemangku kebijakan, implementor dan pihak yang terlibat dalam rantai proses ekspor, yang selanjutnya diikuti oleh faktor sumber daya, disposisi serta struktur birokrasi.

Implikasi Implementasi Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 39 Tahun 2020 Terhadap Kinerja Eskpor Provinsi Bali Di Era Trade Disruption Pandemi Covid-19 Untuk Negara Tujuan G20. G20 merupakan forum sentral untuk kerja sama internasional mengenai isu keuangan dan ekonomi dan merupakan arena internasional utama untuk pendekatan tata Kelola ekonomi global. Forum G20 yang beranggotakan 19 negara dan Uni Eropa ini mengedepankan dialog untuk membangun komitmen politik para pemimpin G20, memiliki “sinyal kuat” dalam menyelesaikan berbagai tantangan yang berpengaruh terhadap pertumbuhan perekonomian global. Kinerja ekspor dalam penelitian ini menggunakan konsep dari Biro Pusat Statistik yaitu, pencapaian jumlah ekspor dan nilai ekspor. Kinerja ini disajikan dalam rentang waktu sebelum pandemi Covid-19 sampai dengan Tahun 2021. Realisasi Ekspor Bali dalam nilai (US Dollar) Tahun 2017-2021 tersaji dalam Tabel 3.2 berikut:

Tabel 1. Realisasi Ekspor Provinsi Bali ke Negara Tujuan G20 Dalam USD

No.	Negara Tujuan	Nilai (USD)				
		2017	2018	2019	2020	2021
1.	Afrika Selatan	1.728.2217	1.590.842	1.879.679	973.214	1.176.751
2.	Amerika Serikat	152.105.195	164.508.013	175.416.396	143.959.548	185.055.536
3.	Arab Saudi	0	0	0	0	0
4.	Argentina	0	0	0	0	0
5.	Australia	47.514.813	46.718.265	49.535.539	38.926.157	46.233.632
6.	Brasil	7.410.592	5.304.138	4.562.783	2.039.906	1.761.260
7.	India	2.581.497	3.230.135	2.603.770	1.635.838	1.459.534
8.	Inggris	9.669.968	12.0665.990	14.455.548	14.752.500	16.444.645
9.	Italia	8.676.939	8.327.957	8.220.456	6.715.225	8.820.417
10.	Jepang	40.590.407	43.674.122	33.686.070	31.862.348	25.770.903
11.	Jerman	15.493.388	16.774.199	16.194.838	13.938.523	17.783.343
12.	Kanada	0	0	0	0	0
13.	Meksiko	0	0	0	0	0
14.	Rep. Korea	0	0	0	0	0
15.	Rusia	0	0	0	0	0

16.	Perancis	17.156.885	17.200.386	17.731.858	20.182.042	18.460.542
17.	China	32.334.508	47.931.442	31.879.887	27.106.297	35.339.913
18.	Turki	0	0	0	0	0
19.	Uni Eropa	12.828.5547	14.488.242	16.033.427	12.642.986	15.560.748
	Jumlah	248.090.866	381.813.731	372.200.252	314.734.586	373.867.223

Dari Tabel di atas terlihat realisasi ekspor Provinsi Bali terhadap negara G20 dalam satuan Nilai (USD) terbesar berturut-turut 5 peringkat teratas dimasa pemberlakuan ASnS adalah ke negara Amerika Serikat (USD 143.959.548), Australia (USD 38.926.157), Jepang (USD 31.862.348), China (Tiongkok) (USD 27.106.297), dan Perancis (USD 20.182.042), dan peringkat tersebut bertahan baik sebelum pandemi Covid-19, masa pandemi dan masa jelang *new normal*. Berdasarkan data tersebut terlihat nilai ekspor Provinsi Bali ke negara G20, berfluktuasi dari tahun 2019, 2020 dan 2021 data menunjukkan tahun 2020 nilai menurun dan kembali naik, dengan jumlah total nilai Tahun 2019 sebesar USD 372.200.252, Tahun 2020 sebesar USD 314.734.586 dan Tahun 2021 sebesar USD 373.867.223.

Dari fluktuasi tersebut dapat diasumsikan bahwa permintaan ekspor yang dapat realisasikan dalam kondisi pandemi Covid-19 di tengah pemberlakuan pembatasan ketat *social distancing* dan *lockdown* pada tahun 2020 melalui kebijakan Permendag RI Nomor 39 Tahun 2022 sebesar 41.480.100 kg dengan nilai USD 314.734.586, dan mengalami peningkatan di tahun 2021 sebesar 42.381.706 kg dengan nilai USD. 373.867.223. Jika diperbandingkan dengan tahun 2019 dimasa sebelum pemberlakuan pembatasan ketat *social distancing* dan *lockdown* dan pemberlakuan Permendag RI Nomor 39 Tahun 2020, maka realisasi tahun 2019-2020 mengalami penurunan yaitu sebesar 8.132.164 kg (-16,40%) dengan nilai USD 57.465.396 (-15,44%). Memasuki masa era *new-normal* di tahun 2021 dimana pembatasan *social distancing* dan *lockdown* mulai dikurangi, namun Permendag RI Nomor 39 tahun 2020 masih tetap diberlakukan berimplikasi positif sebesar 3.17% (1.301.606 kg) dengan kenaikan nilai 27.53% (USD 59.132.637). Hal ini dapat diasumsikan positif bila dibandingkan bila proses ekspor tidak di jembatani dengan Permendag RI Nomor 39 Tahun 2020, maka penurunan volume dan nilai ekspor akan semakin besar khususnya untuk negara tujuan G20 dan negara mitra kerjasama perdagangan internasional lain pada umumnya.

SIMPULAN

Permendag RI No.39 Tahun 2020 adalah satu produk kebijakan nonfiskal dalam langkah mitigasi kondisi global akibat pandemi Covid-19. Impelementasi dilaksanakan melalui penyampaian informasi melalui peraturan, informasi pada laman web Kemendag RI, melalui

siaran pers, dilanjutkan dengan penunjukan operator, kesiapan platform digital, dan prosedur. Hal tersebut membuat implementasi dapat terlaksana dengan baik. Faktor-faktor yang mempengaruhi implementasi Pemendag RI ini telah terpenuhi, mulai dari Komunikasi, SDM, Struktur Birokrasi dan Disposisi. Kinerja ekspor tidak dapat terhindari mengalami penurunan di masa pandemi Covid-19, hal ini karena situasi global pandemi di negara forum G20, pemberlakuan *lockdown*, *social distancing*, *work from home* dan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) membuat proses ekspor menjadi terhambat, dengan pemberlakuan *ASnS* and *Stamp* membantu kelancaran arus barang dan meningkatkan efisiensi dalam proses pengajuan SKA/COO sebagai dokumen *mandatory* dalam kepabeanaan internasional, sehingga ekspor Provinsi Bali ke negara G20 dapat terealisasi dimasa pandemi Covid-19. Dari simpulan diatas dapat di berikan saran, bahwa implementasi ini dapat diberlakukan berkesinambungan meskipun masa pandemi telah berakhir, hal ini untuk tetap meningkatkan kelancaran arus barang dan efisiensi proses penerbitan SKA/COO.

DAFTAR RUJUKAN

- Artawayasa, I Nengah, diwawancarai oleh Ni Putu Ari Setiawati, Juli 2021, Denpasar, Bali Bank Indonesia Provinsi Bali. (2022). Laporan Perekonomian Provinsi Bali Agustus 2022. In *Bank Indonesia*. <https://www.bi.go.id/id/publikasi>
- BPS Provinsi Bali. (2022). *Data Ekspor Provinsi Bali ke Negara G20*. Badan Pusat Statistik.
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 39 Tahun 2020, (2020).
- Kementrian Perdagangan. (2013). Sistem e-SKA untuk Eksportir Versi 1.3. In *manual book system e-SKA untuk eksportir*. <http://e-ska.kemendag.go.id/uploads/UM-eSKA.pdf>
- Pratama, I. G. J., Ardani, W., & Putri, I. A. S. (2022). Pemanfaatan Presidensi G20 sebagai Sarana Marketing dan Branding Ekonomi Kreatif pada Era Pandemi Covid-19. *Lensa Ilmiah: Jurnal Manajemen Dan Sumberdaya*, 1(1), 28–33. <https://doi.org/10.54371/jms.v1i1.164>
- Qiu, W., Rutherford, S., Mao, A., & Chu, C. (2017). The Pandemic and its Impacts. *Health, Culture and Society*, 9, 1–11. <https://doi.org/10.5195/hcs.2017.221>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Tisdell, C. A. (2020). Economic, social and political issues raised by the COVID-19 pandemic. In *Economic Analysis and Policy* (Vol. 68, pp. 17–28). <https://doi.org/10.1016/j.eap.2020.08.002>



Analisis Penerapan Sistem Pengendalian Internal dalam Menunjang Efektifitas Sistem Pemberian Kredit pada KSP. Kopdit Tuke Jung Kantor Pusat Nelle

Theresia Peni Kumanireng^{1*}, Henrikus Herdi², Yoseph Darius Purnama Rangga³
donakumanireng@gmail.com^{1*}, henrikusherdi@gmail.com², jo.darius1206@gmail.com³
^{1,2,3}Program Studi Akuntansi
^{1,2,3}Universitas Nusa Nipa

Received: 26 12 2023. Revised: 13 01 2024. Accepted: 23 01 2024.

Abstract : This research aims to analyze the implementation of the internal control system in supporting the effectiveness of the credit granting system at KSP. Kopdit Tuke Jung Nelle Head Office. This research uses a qualitative descriptive approach to analyze the implementation of the internal control system in supporting the effectiveness of the credit granting system at KSP. Kopdit Tuke Jung Nelle Head Office. Primary data was obtained through interviews with KSP managers. Kopdit Tuke Jung Nelle Head Office uses a structured question guide. Secondary data was obtained from literature sources and literature studies. Data analysis was carried out by identifying the factors causing bad credit and the internal controls implemented at the Kopdit Tuke Jung cooperative, Nelle Head Office. Implementation of an internal control system to support the effectiveness of the credit granting system at KSP. Kopdit Tuke Jung Nelle head office has been implemented well. However, in the credit granting procedure there are components that have not been implemented optimally.

Keywords : Internal Control System, Lending.

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan sistem pengendalian internal dalam menunjang efektifitas sistem pemberian kredit pada KSP. Kopdit Tuke Jung Kantor Pusat Nelle. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menganalisis penerapan sistem pengendalian internal dalam menunjang efektifitas sistem pemberian kredit pada KSP. Kopdit Tuke Jung Kantor Pusat Nelle. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan manajer KSP. Kopdit Tuke Jung Kantor Pusat Nelle menggunakan panduan pertanyaan terstruktur. Data sekunder diperoleh dari sumber literatur dan studi pustaka. Analisis data dilakukan dengan mengidentifikasi faktor-faktor penyebab terjadinya kredit macet dan pengendalian internal yang di terapkan pada koperasi Kopdit Tuke Jung Kantor Pusat Nelle. Penerapan sistem pengendalian internal dalam menunjang efektifitas sistem pemberian kredit pada KSP. Kopdit Tuke Jung Kantor pusat Nelle sudah di terapkan dengan baik. Namun dalam prosedur pemberian kredit terdapat komponen yang belum maksimal dilaksanakan.

Kata Kunci : Sistem Pengendalian Internal, Pemberian Kredit.

PENDAHULUAN

Koperasi adalah bentuk kerjasama di bidang ekonomi yang sesuai dengan Pancasila dan UUD 1945. Didalam UUD 1945 pasal 33 ayat 1 yaitu ditegaskan bahwa perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasarkan atas azas kekeluargaan. Menurut Undang-undang Republik Indonesia No. 25 tahun 1992 tentang Perkoperasian Tentang Perkoperasian, Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-seorang atau badan hukum Koperasi dengan berlandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berlandaskan atas dasar asas kekeluargaan. Berdasarkan pengertian koperasi secara umum pembentukan koperasi bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi dari para anggotanya. Tujuan lainnya, membantu memperbaiki taraf hidup maupun ekonomi para anggotanya serta masyarakat sekitar. Menurut Undang-undang Nomor 25 tahun 1992 Pasal 3 koperasi bertujuan memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil dan makmur berlandaskan Pancasila dan UUD 1945. Di Indonesia, ada beberapa jenis koperasi salah satunya adalah Koperasi Simpan Pinjam (KSP).

Koperasi Tuke Jung merupakan salah satu Koperasi Simpan Pinjam (KSP) yang dalam bidang usahanya memberikan pinjaman atau kredit bagi anggotanya. Kegiatan yang dilakukan Koperasi Simpan Pinjam (KSP) adalah menghimpun dana dari anggota. Koperasi tuke jung memiliki enam Kantor Cabang, yaitu kantor cabang ruteng, cabang hepang, cabang utama, cabang watubala, cabang bola dan cabang alok. Simpanan anggota merupakan simpanan dalam bentuk kas atau pendapatan utama koperasi untuk selanjutnya mengadakan usaha-usaha lain guna mendapat keuntungan. Dana dari simpanan anggota dan usaha-usaha lain yang dilakukan koperasi itulah yang menjadi dana bagi koperasi untuk memberikan kredit atau pinjaman kepada anggota. Pinjaman adalah suatu jenis hutang yang disediakan oleh individu atau lembaga keuangan, dimana disediakan sejumlah uang untuk dipinjamkan kepada debitur, biasanya dengan bunga. Berdasarkan kesepakatan pinjaman, debitur diwajibkan untuk melunasi hutang pinjaman bersamaan dengan bunga yang ditentukan secara bertahap dalam jangka waktu tertentu. Bentuk pinjamannya harus menggunakan jaminan.

Menurut Hasibuan (2006) Kredit adalah semua jenis pinjaman yang harus dibayar kembali bersama bunganya oleh peminjam sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati. Sedangkan menurut Suyatno & Thomas (2003) adalah hak untuk menerima pembayaran atau kewajiban untuk melakukan pembayaran pada waktu yang akan datang, karena penyerahan

barang-barang sekarang. Fasilitas pemberian kredit yang diberikan koperasi merupakan aset terbesar bagi koperasi. Kelancaran penyaluran kredit tergantung peranan koperasi itu sendiri dan kesadaran pihak debitur untuk menyelesaikan kredit sebagaimana yang telah disepakati. Dengan adanya prosedur penyaluran kredit yang efisien dan efektif diharapkan kebutuhan anggota dapat terpenuhi dan risiko kegagalan kredit menjadi kecil, (Lewar *et al.*, 2023). Masalah keamanan atas kredit yang diberikan merupakan masalah yang harus diperhatikan oleh koperasi, karena adanya risiko yang timbul dalam sistem pemberian kredit. Risiko tersebut adalah kredit macet atau kredit bermasalah. Deleng, dkk (2023) menunjukkan bahwa penerapan sistem pengendalian intern dalam menunjang efektivitas pemberian kredit pada Puskopdit Swadaya Utama Maumere dan menurut Ikatan akuntan Indonesia (2019) telah dilaksanakan namun masih terdapat komponen pengendalian yaitu belum dilakukan pemantauan keluar secara optimal.

Pipit dan Wati (2018) bahwa sistem pemberian kredit pada KSP Mitra Rakyat telah menerapkan sistem pemberian kredit yang memadai. Pengendalian internal yang berlaku pada KSP Mitra Rakyat sudah dapat dikatakan memadai dan mendukung efektivitas pemberian kredit. Adapun masih ada kelemahan dalam proses pemberian kreditnya, yaitu: 1) masih diutamakannya asas kekeluargaan dalam pemberian kreditnya. Kemudahan ini oleh para debitur (anggota) disalahgunakan, seperti menyepelkan tagihan kredit, sehingga para debitur tidak membayar tepat waktu, yang berakibat terjadinya kredit macet. 2) dalam proses pemberian kredit di KSP Mitra Rakyat tidak ada proposal permohonan kredit. Calon debitur (anggota) saat mengajukan permohonan kredit hanya membawa berkas-berkas persyaratan pengajuan kredit, sehingga kurangnya informasi latar belakang dari anggota. Beberapa temuan perlu diwaspadai dan perhatikan oleh KSP Mitra Rakyat, karena dapat berakibat meningkatnya kredit macet yang memperlambat aktivitas operasi.

Pusat Koperasi Tuke Jung Kantor Pusat Nelle yang bergerak dalam bidang usaha pengkreditan, memberikan pinjaman atau kredit bagi anggotanya yaitu di bawah naungannya. Untuk memberikan kredit bagi calon debitur, Koperasi Tuke Jung sudah menetapkan prosedur-prosedur pemberian kredit yang bisa menunjang efektifitas sistem pemberian kredit namun dalam pelaksanaannya ada prosedur-prosedur yang belum maksimal diterapkan. Berdasarkan hasil wawancara pada Bapak Hilarius Sabat, S.Fil, dan observasi penulis menemukan permasalahan yaitu adanya kredit bermasalah atau kredit macet. Penyebab terjadinya kredit bermasalah di Pusat Koperasi Tuke Jung Kantor Pusat Nelle karena belum maksimalnya penerapan komponen pengendalian internal aktivitas pemantauan seperti

kurangnya monitoring pada kopdit paska memberikan pelayanan pinjaman sehingga kurang mengetahui apakah pinjaman yang diberikan sudah tepat sasaran kepada anggota atau tidak yang bisa berakibat terjadinya kredit macet.

Selain uraian permasalahan di atas, masalah lain yang menjadi dasar terjadinya suatu kredit bermasalah di Pusat Koperasi Tuke Jung Kantor pusat Nelle yaitu nasabah yang tidak memiliki rasa tanggung jawab atas apa yang telah diterimanya. Dapat diketahui bahwa ada beberapa kendala yang menyebabkan terjadinya kredit macet yakni adanya unsur kesengajaan, ketidaksengajaan, serta penyalahgunaan kredit yang diperoleh. Masalah keamanan atas kredit yang diberikan merupakan masalah yang harus diperhatikan oleh Pusat Koperasi Tuke Jung Kantor Pusat Nelle, karena adanya risiko yang timbul dalam sistem pemberian kredit. Permasalahan ini bisa dihindari dengan adanya suatu pengendalian internal yang memadai dalam bidang perkreditan. Dengan kata lain, diperlukan suatu pengendalian internal yang dapat menunjang efektivitas sistem pemberian kredit. Dengan terselenggaranya pengendalian internal yang memadai dalam bidang perkreditan, berarti menunjukkan sikap kehati-hatian dalam tubuh koperasi tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menganalisis penerapan sistem pengendalian internal dalam menunjang efektifitas sistem pemberian kredit pada KSP. Kopdit Tuke Jung Kantor Pusat Nelle. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan manajer KSP. Kopdit Tuke Jung Kantor Pusat Nelle menggunakan panduan pertanyaan terstruktur. Data sekunder diperoleh dari sumber literatur dan studi pustaka. Analisis data dilakukan dengan mengidentifikasi faktor-faktor penyebab terjadinya kredit macet dan pengendalian internal yang di terapkan pada koperasi Kopdit Tuke Jung Kantor Pusat Nelle. Metode penelitian ini memberikan pemahaman mendalam tentang penerapan sistem pengendalian internal dalam menunjang efektifitas sistem pemberian kredit Kopdit Tuke Jung Kantor Pusat Nelle.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penerapan Sistem Pengendalian Internal dalam Menunjang Efektivitas Sistem Pemberian Kredit pada KSP Kopdit Tuke Jung kantor Pusat Nelle. Berikut adalah penerapan sistem pengendalian internal COSO (Committee of Sponsoring Organization of The Treadway) pada KSP. Kopdit Tuke Jung Kantor Pusat Nelle adalah Lingkungan

Pengendalian, Penafsiran Risiko, Informasi dan Komunikasi, Aktifitas Pengendalian dan Pemantauan. Lingkungan Pengendalian. KSP. Kopdit Tuke Jung Kantor Pusat Nelle telah menetapkan sepenuhnya unsur pengendalian internal lingkungan pengendalian yaitu: 1) Nilai Integritas dan Etika, 2) Komitmen terhadap kompetensi, 3) Pengurus dan pengawas, 4) Filosofi dan gaya operasional manajemen. 5) Struktur Organisasi. 6) Pembagian wewenang dan beban tanggung jawab, dan 7) Kebijakan dan praktik sumber daya manusia. Dilihat dari penilaian kinerja menunjukkan karyawan memiliki sikap jujur, bertanggung jawab, dan semangat kerja yang tinggi dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab masing-masing serta mampu taat pada peraturan yang telah ditetapkan. Hal ini menunjukkan bahwa KSP. Kopdit Tuke Jung Kantor Pusat Nelle telah menetapkan nilai integritas dan etika sesuai SOP (Standar Operasional Prosedur) dan kerangka kerja pengendalian internal COSO.

Komitmen terhadap kompetensi terhadap KSP. Kopdit Tuke Jung Kantor Pusat Nelle merekrut karyawan yang memiliki potensi dan kemampuan sesuai dengan kebutuhan perusahaan sehingga ditempatkan sesuai dengan tingkat keterampilan dan pengetahuan yang mereka miliki KSP. Kopdit Tuke Jung juga memberikan pelatihan kepada karyawan serta memberikan ruang kepada staf untuk meningkatkan pemahaman dan kemampuan lewat pelatihan maupun studi lanjut sehingga staf memiliki kompetensi sesuai dengan tanggung jawab. Hal ini menunjukkan bahwa KSP. Kopdit Tuke Jung Kantor Pusat Nelle telah menetapkan komitmen terhadap kompetensi sesuai dengan kerangka kerja pengendalian internal COSO. Pengurus dan pengawas KSP. Kopdit Tuke Jung Kantor Pusat Nelle secara Undang-Undang telah memiliki pengurus yang mempunyai tugas dan tanggung jawab yang jelas untuk mewakili lembaga dalam melakukan pengawasan terhadap kebijakan atas pengelolaan koperasi.

Filosofi dan gaya operasional manajemen. KSP. Kopdit Tuke Jung Kantor Pusat Nelle memiliki filosofi dan gaya operasi manajemen perusahaan yang baik. Pimpinan memberikan contoh yang baik dengan telah menunjukkan sikap tanggung jawab dan memberikan arahan serta selalu memotivasi karyawan untuk selalu bertindak jujur dalam menjalankan tugasnya. Sehingga filosofi yang diterapkan pimpinan mampu melahirkan karyawan yang memiliki akhlak serta tingkah laku yang baik. Struktur Organisasi KSP. Kopdit Tuke Jung Kantor Pusat Nelle telah memiliki struktur organisasi yang menunjukkan pola wewenang tugas dan tanggung jawab pegawai yang jelas dan di dalam struktur organisasi juga telah memiliki bagian pengendalian internal yaitu PI (pengawas internal) yang berfungsi membantu pengawas dalam melaksanakan audit internal.

Pembagian wewenang dan pembebanan tanggung jawab. KSP Kopdit Tuke Jung Kantor Pusat Nelle telah memiliki pedoman kebijakan uraian tugas dan tanggung jawab untuk setiap bagian atau bidang yang tertera dalam *job description* dan juga mempunyai SOP kebijakan dalam perkreditan. Kebijakan dan praktik sumber daya manusia. KSP. Kopdit Tuke Jung Kantor Pusat Nelle telah melakukan pertukaran jabatan secara periodik diantara para pegawai baik mutasi, rotasi dan juga telah melakukan pelatihan bagi para pegawai mengenai tugas dan tanggung jawabnya serta memiliki kebijakan mengenai cuti kerja pegawai dan sebagainya sudah sesuai dengan UU ketenagakerjaan No. 13 Tahun 2003. Penafsiran Risiko KSP. Kopdit Tuke Kantor Pusat Nelle telah menerapkan sepenuhnya unsur pengendalian resiko yaitu: 1) Identifikasi Resiko KSP. Kopdit Tuke Jung Kantor Pusat telah melakukan identifikasi resiko seperti mengasuransikan lembaga, untuk menghindari resiko yang mungkin terjadi seperti gempa bumi, kebakaran, meninggal dunia dan secara umum semuanya sudah diansuransikan dan koperasi memberikan keringanan kepada peminjam untuk membayar. 2) Analisis Resiko KSP. Kopdit Tuke Jung Kantor Pusat Nelle telah memiliki 5 C yaitu untuk menganalisis kredit macet.

Informasi dan Komunikasi KSP. Kopdit Tuke Jung Kantor Pusat Nelle telah menerapkan sepenuhnya unsur pengendalian resiko yaitu: 1) Mengidentifikasi dan mencatat semua transaksi yang valid. KSP. Kopdit Tuke Jung Kantor Pusat Nelle telah mengidentifikasi dan mencatat semua transaksi yang valid seperti KSP. Kopdit Tuke Jung Kantor Pusat Nelle telah menggunakan sistem *online* dalam mencatat semua transaksi dalam dokumen. 2) Mencatat transaksi pada periode akuntansi yang tepat. KSP. Koperasi Tuke Jung Kantor Pusat Nele sudah menggunakan sistem *online* sehingga semua transaksi langsung terekam secara jelas dan lengkap. 3) Menyajikan transaksi dan pengungkapan terkait dalam laporan keuangan secara tepat. KSP. Kopdit Tuke Jung Kantor Pusat Nelle telah menyajikan transaksi sesuai dengan laporan keuangan yang berlaku secara tepat. Aktifitas Pengendalian KSP. Kopdit Tuke Jung Kantor Pusat Nelle telah menerapkan sepenuhnya aktifitas pengendalian yaitu: 1) Otoritas transaksi dan kegiatan yang memadai. 2) Pemisahan fungsi yang memadai. 3) Pengendalian fisik atas kekayaan dan catatan. 4) Pemeriksaan independen atas kinerja. 5) Desain dan Penggunaan dokumen dan serta catatan yang memadai.

Otoritas transaksi dan kegiatan yang memadai KSP. Kopdit Tuke Jung Kantor Pusat Nelle dalam pengotorisasian surat dan dokumen telah dilakukan sesuai dengan pejabat yang berwenang seperti pengajuan pinjaman ada tingkatan pinjaman sesuai dengan kewenangannya dan secara sistem juga setiap transaksi ada otorisasinya. Pemisahan fungsi yang memadai.

KSP. Kopdit Tuke Jung Kantor Pusat Nelle telah terdapat pemisahan tugas antara fungsi penyimpanan harta, fungsi pencatat dan fungsi otorisasi seperti di bagian kredit ada petugas bagian pembukuan, ada petugas untuk menyimpan surat berharga atau jaminan dan ada petugas untuk mencairkan pinjaman dan masing-masing tugas itu dilakukan oleh petugas yang berbeda tujuannya agar tidak terjadi kekeliruan dan mencegah terjadinya kecurangan dan KSP. Kopdit Tuke Jung Kantor Pusat Nelle juga telah melibatkan seluruh bagian fungsi yang terdapat dalam koperasi sehingga seluruh aktivitas koperasi dapat berjalan dengan lancar dan tujuan lembaga bisa tercapai. Pengendalian fisik atas kekayaan dan catatan. KSP. Kopdit Tuke Jung Kantor Pusat Nelle sudah memiliki tempat khusus untuk melindungi dokumen anggota yaitu dalam brankas kalau terjadi resiko terburuk seperti kebakaran dipastikan dokumen tersebut aman dan berharga KSP. Kopdit Tuke Jung Kantor Pusat Nelle melakukan pengendalian fisik secara memadai seperti asset, perlengkapan dan peralatan dicatat dalam pembukuan inventaris.

Pemeriksaan independen atas kinerja. KSP. Kopdit Tuke Jung Kantor Pusat Nelle telah melakukan pemeriksaan internal baik secara mendadak maupun melalui pemberitahuan terlebih dahulu. Semua dilakukan sesuai dengan situasi dan kondisi juga kebutuhan dari KSP. Kopdit Tuke Jung Kantor Pusat Nelle lalu secara eksternal yaitu mengundang akuntan publik untuk mengaudit laporan keuangan, semua pemeriksaan baik secara internal maupun eksternal dilakukan agar bisa menemukan kekurangan dari koperasi juga sebagai evaluasi kinerja dan KSP. Kopdit Tuke Jung Kantor Pusat Nelle juga mempunyai pihak yang bertugas untuk melakukan pengendalian internal yaitu pengawas yang berjumlah 5 orang karena koperasi tuke jung mempunyai 6 cabang maka selain pengawas ada juga PI (Pengendalian Internal) yang berfungsi membantu pengawas dalam melaksanakan audit internal. Desain dan Penggunaan dokumen dan serta catatan yang memadai. KSP. Kopdit Tuke Jung Kantor Pusat Nelle dalam surat dan dokumen pemberian kredit dilengkapi dengan nomor urut tercetak dan secara manual juga tertulis di dalam register. Hal tersebut dilakukan guna mengurangi tingkat kesalahan dan kekeliruan dan KSP. Koperasi Tuke Jung Kantor Pusat Nelle juga telah memiliki desain yang memadai. Mulai dari permohonan pinjaman sampai dengan pencairan pinjaman semua sudah memiliki desain yang memadai dan sesuai dengan standar koperasi.

Pemantauan. KSP. Kopdit Tuke Jung Kantor Pusat Nelle telah menjalankan unsur pengendalian internal pemantauan yaitu: 1) Aspek Pengawasan dan 2) Audit Internal. Aspek Pengawasan KSP. Kopdit Tuke Jung Kantor Pusat telah melakukan pengawasan terhadap jumlah *plafond* kredit, pengawasan terhadap jaminan, pengawasan terhadap lampiran

permohonan kredit, pengawasan dalam meninjau setoran jaminan, pengawasan kepada aspek lain yang perlu diperhatikan dalam analisa kredit, pengawasan terhadap administrasi anggota baik secara individu maupun secara keseluruhan tetapi pengawasan dalam meninjau kegiatan usaha anggota belum secara maksimal dilakukan oleh KSP. Kopdit Tuke Jung Kantor Pusat Nelle sehingga kelalaian pinjaman anggota masih tinggi.

Audit Internal. KSP. Kopdit Tuke Jung Kantor Pusat Nelle telah melakukan evaluasi kinerja untuk seluruh kegiatan pegawai dalam koperasi yaitu dengan menggunakan KPI (keep performance indicator) di dalamnya sudah terdapat indikator dan penilaiannya secara lengkap. Dari uraian tersebut KSP. Kopdit Tuke Jung Kantor Pusat Nelle yang bergerak dalam bidang usaha pengkreditan telah sepenuhnya menjalankan penerapan sistem pengendalian internal dalam menunjang efektifitas sistem pemberian kredit pada 6 cabang yang terdiri dari cabang Watubala, cabang Hepang, cabang Bola, cabang Alok, cabang Utama dan cabang Ruteng. Koperasi Tuke Jung sudah menetapkan prosedur pemberian kredit yang bisa menunjang efektifitas sistem pemberian kredit. Prosedur tersebut yakni tahapan permohonan kredit telah mencakup tahap pengajuan berkas-berkas, penyelidikan berkas pinjaman, dan wawancara I. Tahapan analisis kredit mencakup tahap *on the spot*, wawancara II, keputusan kredit, dan penandatanganan akad kredit. Pada tahapan pencairan kredit mencakup tahap realisasi kredit, dan penyaluran dana. Namun dalam pelaksanaannya ada komponen yang belum diterapkan yaitu belum maksimalnya penerapan komponen pengendalian internal aktivitas pemantauan seperti kurangnya monitoring pada kopdit paska memberikan pelayanan pinjaman sehingga kurang mengetahui apakah pinjaman yang diberikan sudah tepat pada sasaran anggota atau belum yang mengakibatkan kredit bermasalah seta kurang pengawasan secara maksimal pada usaha mikro anggota sehingga kelalaian pinjaman anggota masih tinggi.

Adapun Faktor lain yang sering menjadi penyebab terjadinya kredit macet pada KSP. Kopdit Tuke Jung Kantor Pusat Nelle disebabkan oleh faktor anggota sebagai berikut: 1) Anggota menyalahgunakan kredit yaitu anggota yang mempergunakan atau pemakaian kredit yang menyimpang dari pemakaian sehingga mengakibatkan anggota tidak mengembalikan kredit sebagaimana mestinya. 2) Anggota kurang mampu mengelola usahanya yaitu anggota yang kurang menguasai secara teknis usaha yang dijalankannya sehingga mempengaruhi minat masyarakat dalam mengonsumsi produk yang dihasilkannya. Pada KSP. Kopdit Tuke Jung Kantor Pusat Nelle anggota yang melakukan pinjaman untuk membangun usaha tetapi usaha tersebut berkendala atau mengalami penurunan pendapat sehingga anggota tidak dapat memenuhi pengembalian pinjaman tersebut. Menurunnya pendapatan tersebut berakibat

anggota susah dalam melunasi pinjamannya. Dan adanya anggota yang kurang menguasai usaha yang dijalankannya, sehingga mempengaruhi minat masyarakat dalam mengonsumsi produknya dan berpengaruh terhadap kelancaran pelunasan kreditnya. 3) Anggota beritikad tidak baik yaitu anggota yang melakukan pinjaman tetapi digunakan begitu saja tanpa dapat dipertanggung jawabkan. Pada KSP. Kopdit Tuke Jung Kantor Pusat Nelle adanya itikad atau watak tidak baik dari anggota dan adanya anggota yang melakukan pinjaman baru padahal anggota tersebut masih belum lunas pinjaman sebelumnya sehingga menyebabkan susah dalam pelunasan pinjaman biasanya ketika kredit sudah jatuh tempo, anggota tidak bisa membayar dan susah ditemui oleh pihak KSP. Kopdit Tuke Jung Kantor Pusat Nelle tersebut untuk menagih pinjaman. Anggota yang mempunyai pemikiran tersebut mempunyai watak atau itikad tidak baik karena hanya ingin meminjam dana tetapi tidak mau mengangsur pinjaman yang telah disepakati sebelumnya.

Masalah keamanan atas kredit yang diberikan merupakan masalah yang harus diperhatikan oleh KSP. Koperasi Tuke Jung, karena adanya resiko yang timbul dalam sistem pemberian kredit. Permasalahan ini bisa dihindari dengan adanya suatu pengendalian internal yang memadai dalam bidang pengkreditan. Dengan kata lain diperlukan suatu pengendalian internal yang dapat menunjang efektifitas sistem pemberian kredit. Hal ini sejalan dengan teori keagenan yang menjelaskan bahwa hubungan antara principal (pemilik kepentingan) dan *agent* (pelaksana) Dalam konteks ini, principal adalah pihak yang memiliki kepentingan dalam suatu entitas, sementara agent adalah pihak yang bertindak atas nama principal, (Lamawitak, 2022). Pengendalian aktivitas pemantauan mengacu pada langkah-langkah yang di ambil oleh principal untuk memantau dan mengendalikan perilaku agent agar sesuai dengan kepentingan principal. Hubungan antara teori keagenan dengan pengendalian aktivitas pemantauan terletak pada upaya principal untuk mengurangi agent yang oportunisti. Dalam konteks pemberiann kredit, hubungan keagenan dapat terjadi antara pemberian pinjaman (*principal*) dan peminjam (*agent*). Principal (pemberian pinjaman) ingin memastikan bahwa agent (peminjam) menggunakan dana dengan benar dan mengembalikannya sesuai dengan perjanjian, (Sari, 2019).

Jika agent memiliki insentif untuk bertindak tidak sesuai dengan kepentingan principal, maka pengendalian aktivitas pemantauan diperlukan untuk meminimalkan resiko tersebut. Misalnya, principal dapat menggunakan sistem pengendalian internal untuk memantau tindakan agent, seperti pemantauan pada kinerja manajemen, melakukan observasi pada peminjam, dan melakukan pemeriksaan. Dengan demikian, pengendalian aktivitas

pemantauan bertujuan untuk memastikan bahwa agent tidak melakukan tindakan yang merugikan principal dan setiap keputusan harus didasarkan atas kepentingan bersama, (Ngurawan, 2021). Dalam konteks teori keagenan, pengendalian aktivitas pemantauan menjadi alat yang penting dalam mengelola konflik keagenan dan membantu mencapai tujuan pemegang saham atau principal.

Dapat disimpulkan bahwa sistem pengendalian internal dalam menunjang efektifitas pemberian kredit yang di lakukan pada KSP. Kopdit Tuke Jung Kantor Pusat Nelle menyangkut lingkungan pengendalian, penafsiran risiko aktivitas pengendalian, informasi dan komunikasi, serta pemantauan ini sudah sejalan dengan teori keagenan yang menyatakan bahwa perlu adanya pengawasan terhadap kinerja manajemen dan juga setiap keputusan harus didasarkan atas kepentingan bersama. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Deleng dkk (2023) dalam penelitian yang berjudul “Analisis Penerapan Sistem Pengendalian Internal Dalam Menunjang Efektifitas Sistem Pemberian Kredit” (studi kasus pada Puskopdit Swadaya Utama Maumere). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan sistem pengendalian internal dalam menunjang efektifitas sistem pemberian kredit pada Puskopdit Swadaya Utama Maumere dan Menurut IAI (2001) telah dilaksanakan namun masih terdapat komponen pengendalian yaitu belum dilakukan pemantauan keluar secara optimal. Terdapat perbedaan dan persamaan antara peneliti terdahulu dengan penelitian ini. Persamaannya adalah terletak pada variabel yang akan diteliti yaitu penerapan sistem pengendalian internal dan efektifitas sistem pemberian kredit. Sedangkan perbedaannya adalah terletak pada objek yang diteliti.

SIMPULAN

Penerapan sistem pengendalian internal dalam menunjang efektifitas sistem pemberian kredit pada KSP. Kopdit Tuke Jung Kantor pusat Nelle sudah di terapkan dengan baik. Namun dalam prosedur pemberian kredit terdapat komponen yang belum maksimal dilaksanakan yaitu pengendalian internal aktivitas pemantauan seperti kurangnya monitoring pada kopdit paska memberikan pelayanan pinjaman sehingga kurang mengetahui apakah pinjaman yang diberikan sudah tepat pada sasaran anggota atau belum yang mengakibatkan kredit bermasalah. Dan kurang pengawasan secara maksimal pada usaha mikro anggota sehingga kelalaian pinjaman anggota masih tinggi. Ada beberapa faktor penyebab kredit macet yang disebabkan oleh anggota yakni adanya unsur kesengajaan, ketidaksengajaan, serta penyalahgunaan kredit yang diperoleh. Sehingga menyebabkan masih banyak anggota yang

lalai dalam membayar pinjaman dan tingkat kredit macet meningkat.

DAFTAR RUJUKAN

- Arisandi, Mitan, w., & D. M. S. (2023). Implementasi Restrukturisasi Dalam Upaya Penanganan Kredit Macet Pada KSP Kopdit Suru Pudi Koting. *Mutiara Ilmu Akuntansi (JUMIA)*, 1(1), 251–261. <https://doi.org/10.55606/jumia.v1i1.1152>
- Deleng, M. R., Dekrita, Y. A., & Jaeng, W. M. Y. (2023). Analisis Penerapan Sistem Pengendalian Internal Dalam Menunjang Efektivitas Sistem Pemberian Kredit Pada Puskopdit Swadaya Utama Maumere. *Strategi*, 13(1), 23–32. <https://doi.org/10.52333/strategi.v13i1.70>
- Hasibuan. (2006). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Herdi, H., Site, M. D. (2022). Analisis Prediksi Kebangkrutan Dengan Menggunakan Model Altman Z-Score Pada Koperasi Kredit Sewilayah PUSKOPDIT Swadaya Utama Tahun 2015-2017. *Jurnal Accounting*, 1, 1–11. <https://dx.doi.org/10.2221/accounting.v1i1.28>
- Ikatan akuntan Indonesia. (2019). *Standar Akuntansi Keuangan Syariah*. Jakarta: IAI.
- Lamawitak, P. L., Siba, M. F. (2022). Analisis Penerapan Sistem Pengendalian Internal Dalam Menunjang Efektifitas Sistem Pemberian Kredit. *Accounting Unipa*, 1. <https://doi.org/10.52333/strategi.v13i1.70>
- Lewar, M.V.N., Mao Tokan, M.G. & Rangga, Y.D.P. (2023). Kinerja Keuangan pada Kantor Pusat KSP Kopdit Pintu Air Rotat Ditinjau dari ROI, ROA dan ROE. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, 4(4): 1342–1351. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i4.3436>
- Ngurawan, Y. i., Morasa, & J., Kapojos, P. M. (2021). Evaluasi Sistem Pengendalian Internal Pemberian Kredit Di PT. Bank Sulut Go. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3), 1579–1590. <https://doi.org/10.35794/emba.v9i3.35826>
- No, P. M. K.-U. (2015). Peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor 12/PER/M.UMKM/IX/2015 Tentang Pedoman Umum Akuntansi Koperasi Sektor Riil. *Peraturan Bpk*, 1–56. Retrieved from <https://www.peraturan.bpk.go.id>
- Pipit, T. (2018). Analisis Pengendalian Internal Dalam Menunjang Efektivitas Pemberian Kredit. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 3(1), 7–13. Retrieved

from <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/554>

- Sari, K., & Sari, I. (2019). Pengaruh Sistem Pengendalian Internal Terhadap Efektivitas Pemberian Kredit Pada Bank Lampung. *Jurnal Pajak, Akuntansi, Sistem Informasi, Dan Auditing (PAKSI)*, 1(1), 98–115. <https://doi.org/10.33476/jpaksi.v1i1.969>
- Sari, T. P. N. (2018). Analisis Penerapan Sistem Pengendalian Internal Dalam Menunjang Efektivitas Pemberin Kredit Pada KSP Mitra Rakyat Kota Pare. (1), 430–439. <http://simki.unpkediri.ac.id/detail/14.1.02.01.0014>
- Suyatno & Thomas (2003). *Dasar-Dasar Perkreditan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Undang-undang Republik Indonesia No. 25 tahun 1992 tentang Perkoperasian. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/46650/uu-no-25-tahun-1992>



Respon Pasar Saham Terhadap Kurs, Harga Emas dan Inflasi di Indonesia

Anwar Puteh^{1*}, Nurul Mawaddah²

anwarputeh@unimal.ac.id^{1*}, nurulmawaddah@pnl.ac.id²

¹Program Studi Ekonomi Syariah

²Program Studi Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah

¹Universitas Malikussaleh

²Politeknik Negeri Lhokseumawe

Received: 05 01 2024. Revised: 14 01 2024. Accepted: 25 01 2024.

Abstract : The financial market is the driving force of the country's economy because it can be used as an instrument for capital formation, facilitating community participation in resource mobilization, and facilitating financing for national development. This study examines the stock market response to the exchange rate, gold prices and inflation in Indonesia. This research uses quantitative methods with secondary data collection methods for the period June 2016 – July 2023. Data processing was carried out using a multiple linear regression analysis model. The results show that the Indonesian stock market responded positively to changes in the exchange rate, namely 36.244. Meanwhile, the price of gold was also responded positively by the Indonesian stock market at 0.532, while inflation was responded negatively by the Indonesian stock market at 0.253. Thus, the Indonesian stock market responds to every change in variables such as the exchange rate, gold prices and inflation.

Keywords : Stock market, Exchange rate, Gold price, Inflation

Abstrak : Pasar keuangan merupakan motor penggerak perekonomian negara karena dapat digunakan sebagai instrumen pembentukan modal, memfasilitasi partisipasi masyarakat dalam mobilisasi sumber daya, dan memfasilitasi pembiayaan pembangunan nasional. Studi ini menguji respon pasar saham terhadap kurs, harga emas dan inflasi di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan metode pengumpulan data secara sekunder dengan periode Juni 2016 – Juli 2023. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan model analisis regresi linear berganda. Hasilnya menunjukkan bahwa pasar saham Indonesia merespon positif dengan perubahan kurs yaitu sebesar 36,244. Sementara harga emas juga direspon positif oleh pasar saham sebesar 0,532, sedangkan Inflasi direspon negatif oleh pasar saham Indonesia sebesar 0,253. Dengan demikian, pasar saham Indonesia merespon setiap perubahan variabel seperti kurs, harga emas dan inflasi.

Kata Kunci : Pasar saham, Kurs, Harga emas, Inflasi

PENDAHULUAN

Krisis keuangan global yang pernah terjadi beberapa kali dapat mengubah perekonomian dunia. Krisis ini berdampak pada banyak negara di dunia, mulai dari negara-

negara berkembang maupun negara-negara maju. Krisis keuangan global ini terjadi disebabkan oleh perubahan kebijakan moneter pada akhirnya berdampak pada pasar saham global. Semua negara dengan cepat mengambil langkah untuk memulihkan perekonomian negaranya. Keadaan ini menunjukkan jika perekonomian negara tidak stabil, akan mempengaruhi pergerakan di segala bidang perekonomian. Ini berdampak pada kondisi makroekonomi yang mempengaruhi perekonomian. Krisis keuangan juga akan berdampak pada keberlangsungan hidup perusahaan, yang membuat perusahaan terkendala dalam menjalannya usahanya. Jika ini terus terjadi perusahaan akan memiliki banyak hutang jika dibandingkan dengan aset yang dimiliki. Keuangan perusahaan menjadi tidak sehat karena kinerjanya yang tidak baik, dan ini berdampak pada penurunan nilai saham perusahaan. Investor tidak mengharapkan kerugian akibat membeli saham perusahaan yang mengalami penurunan harga. Pasar saham Indonesia juga berdampak akibat krisis keuangan global, karena pada umumnya saham yang dikuasai investor dalam bentuk portofolio, sehingga menyebabkan kinerja pasar saham Indonesia jatuh dalam kurun waktu yang relatif singkat.

Harga saham menggambarkan nilai suatu perusahaan, sehingga dapat mempengaruhi keberhasilan dan kinerja perusahaan, serta prospek peningkatan nilai perusahaan di masa depan. Ketika kinerja perusahaan meningkat, maka investor menerima pendapatan atau keuntungan dari saham perusahaan tersebut. Ada beberapa cara untuk melihat performa atau pergerakan kinerja pasar saham di Bursa Efek. Salah satunya dengan melihat pergerakan indeks saham. Jika indeks harga naik, menunjukkan bahwa harga saham rata-rata mengalami kenaikan harga. Sebaliknya jika indeks harga turun, ini menandakan rata-rata harga saham sedang mengalami koreksi atau penurunan harga. Investor berharap adanya keuntungan (*return*) dari setiap modal yang ditanamkan. Namun untuk mendapatkan *return* sebagaimana yang diharapkan harusla mempertimbangkan faktor ekonomi yang mungkin mempengaruhi return perusahaan, seperti perubahan nilai tukar mata uang atau disebut juga kurs. Kurs dapat dipengaruhi oleh sentimen pasar global, kondisi ekonomi global, dan peristiwa geopolitik. Perubahan dalam sentimen ini dapat memicu pergerakan dalam nilai tukar, yang dapat memengaruhi harga saham secara keseluruhan di pasar keuangan global. Perubahan nilai tukar dapat menyebabkan risiko mata uang bagi perusahaan yang memiliki transaksi internasional. Perusahaan sering menggunakan instrumen keuangan seperti kontrak berjangka atau opsi untuk melindungi diri dari fluktuasi mata uang. Risiko mata uang ini dapat mempengaruhi kinerja finansial perusahaan dan, pada gilirannya akan berdampak pada harga saham.

Di sisi lain, kondisi ekonomi global juga dapat mempengaruhi harga emas dengan harga saham (Al-Ameer, Hammad, Ismail, & Hamdan, 2018). Saat ekonomi global mengalami perlambatan atau krisis, investor mungkin cenderung beralih ke emas sebagai bentuk perlindungan, yang dapat mengakibatkan kenaikan harga emas. Di sisi lain, dalam periode pertumbuhan ekonomi yang kuat, investor mungkin lebih suka berinvestasi dalam saham, karena emas dianggap sebagai aset tempat berlindung (*safe haven*) saat investor menghadapi ketidakpastian atau gejolak di pasar saham. Ketika kepercayaan investor terhadap pasar saham menurun, investor cenderung beralih ke emas sebagai investasi yang dianggap lebih stabil. Sebagai akibatnya, harga emas dapat naik ketika pasar saham mengalami tekanan. Emas dianggap sebagai investasi yang aman. Emas mampu bertindak sebagai investasi yang aman ketika pasar mengalami penurunan, karena harga emas biasanya konstan mengikuti harga pasar. Oleh karena itu, emas juga dapat dianggap sebagai investasi yang berisiko, karena menunjukkan bahwa harga emas tidak selalu naik, terutama saat pasar sedang melonjak. Investor biasanya beralih ke emas ketika ada ketakutan di pasar dan mereka memperkirakan harga saham akan turun (Hayes, 2023).

Pasar saham juga dipengaruhi oleh faktor makro seperti faktor eksternal perusahaan seperti kurs (Wong, 2022; Ding, 2021). Perubahan nilai tukar menjadi sebuah informasi dapat dimanfaatkan oleh investor untuk memperkirakan tingkat profit yang akan diperoleh dan dapat memilih saham yang tepat dan menguntungkan. Jika rasio yang ditunjukkan dalam kinerja keuangan berfungsi untuk menjaga keseimbangan antara menjaga kecukupan likuiditas dan mencapai keuntungan yang wajar serta memenuhi modal yang cukup hal yang sama akan terjadi pada pergerakan harga saham perusahaan. (Jawangwe & Takawira, 2022) mengatakan dalam studinya yang bahwa pasar saham dengan inflasi memiliki efek negatif. Untuk itu, perusahaan yang mengandalkan impor cenderung mendapatkan keuntungan lebih besar ketika terjadi apresiasi mata uang. Namun, perusahaan yang berorientasi ekspor cenderung mendapatkan keuntungan lebih ketika mata uang terjadi depresiasi. Perusahaan-perusahaan yang tidak terlalu banyak terlibat dalam kegiatan internasional juga memungkinkan terkena dampak pergerakan nilai tukar karena bahan mentah seperti minyak dipengaruhi oleh pergerakan nilai tukar. Semua faktor ini berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan serta harga sahamnya, yang pada akhirnya mempengaruhi kinerja pasar saham.

Faktor lain yang mempengaruhi pasar saham adalah inflasi (Rasyidin, Rizkina, Saleh, & Muttaqim, 2023; Eldomiaty, Saeed, Hamman, & AboulSoud, 2020). Inflasi pada hakikatnya adalah kecenderungan harga-harga meningkat secara menyeluruh dan terus menerus. Kenaikan

harga satu atau dua barang saja tidak disebut inflasi, kecuali kenaikan tersebut meluas ke sebagian besar barang lainnya. Meningkatnya inflasi dapat merugikan semua aspek perekonomian, termasuk pasar keuangan (Adrian & Wu, 2023). Inflasi mengharuskan Bank Indonesia selaku bank sentral untuk menaikkan suku bunga dan ini dapat mengurangi daya beli konsumen, serta mengurangi margin keuntungan perusahaan karena biaya yang lebih tinggi. Hal ini juga dapat menyebabkan tak terkendalinya perubahan harga di pasar saham. Namun demikian, dampak inflasi terhadap portofolio saham bergantung pada beberapa faktor, termasuk tingkat inflasi, kesehatan perekonomian secara keseluruhan, target *holding period* untuk investasi, dan sektor ekuitas tertentu (Hulbert, 2022). Tingginya tingkat inflasi akan berdampak negatif terhadap pasar saham karena merupakan sumber ketidakstabilan atau ketidakpastian dalam perekonomian pasar. Ketika terjadi ketidakpastian di pasar, masyarakat akan memilih pasar saham sebagai tempat lindung investasi yang aman, dan ini dapat mengakibatkan tingginya permintaan akan imbal hasil minimum yang dapat menurunkan penilaian terhadap pasar saham.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan dilakukan di Bursa Efek Indonesia (BEI). BEI merupakan pihak yang bertugas melaksanakan dan mengatur terselenggaranya kegiatan perdagangan (mempertemukan penjual dan pembeli) efek yang ada di pasar modal. Data yang digunakan adalah data sekunder mulai periode Juni 2016 – Juli 2023. Penelitian ini menggunakan model analisis berupa analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda merupakan suatu teknik statistik yang digunakan untuk mengukur hubungan antara dua atau lebih variabel independen yang berfungsi untuk mendapatkan informasi guna memperkirakan nilai variabel dependen. Sebelum data dianalisis, terlebih dahulu data tersebut diuji dengan menggunakan asumsi klasik berupa uji normalitas, multikolinearitas, heterokedastisitas dan autokorelasi (Rasyidin, Rizkina, & Saleh, 2023). Besaran nilai sebuah data dapat saja dipengaruhi atau berhubungan dengan data lainnya (atau data sebelumnya).

Adapun persamaan analisis regresi dalam bentuk matematis dapat dinyatakan dalam model secara ekonomi adalah sebagai berikut:

$$PS = a + b_1Kurs + b_2HE + b_3Inf + e$$

Keterangan :

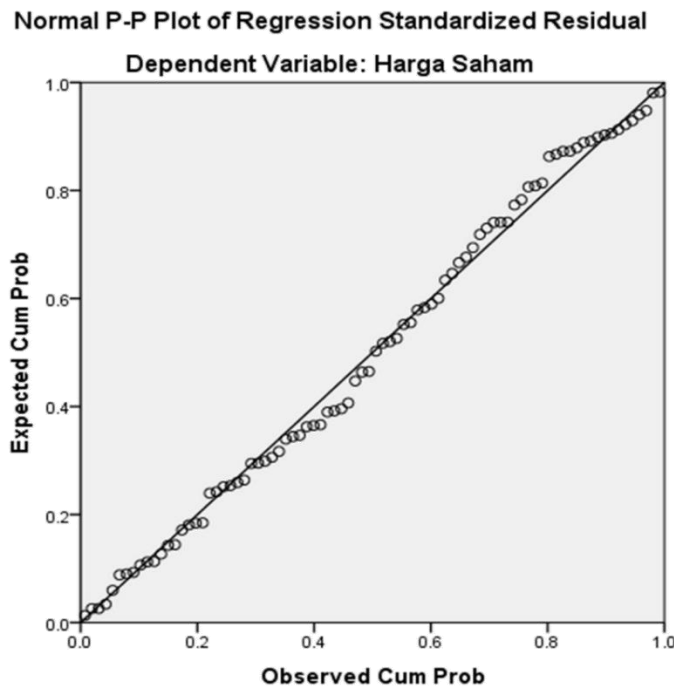
PS = Pasar Saham

Kurs = Nilai Kurs

- HE = Harga Emas
- Inf = Inflasi
- a = Konstanta
- $b_{1,2,3}$ = Koefisien yang di cari
- e = Standar Erro

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian normalitas data dilakukan dengan emnggunakan grafik Normal P-P Plot. Untuk kejelasan hasil uji normalitas residual dapat dilihat pada grafik *normal probability (P-P plot of regression standardized residual)* pada gambar 1 di bawah ini.



Gambar 1. Grafik Normal P-P Plot

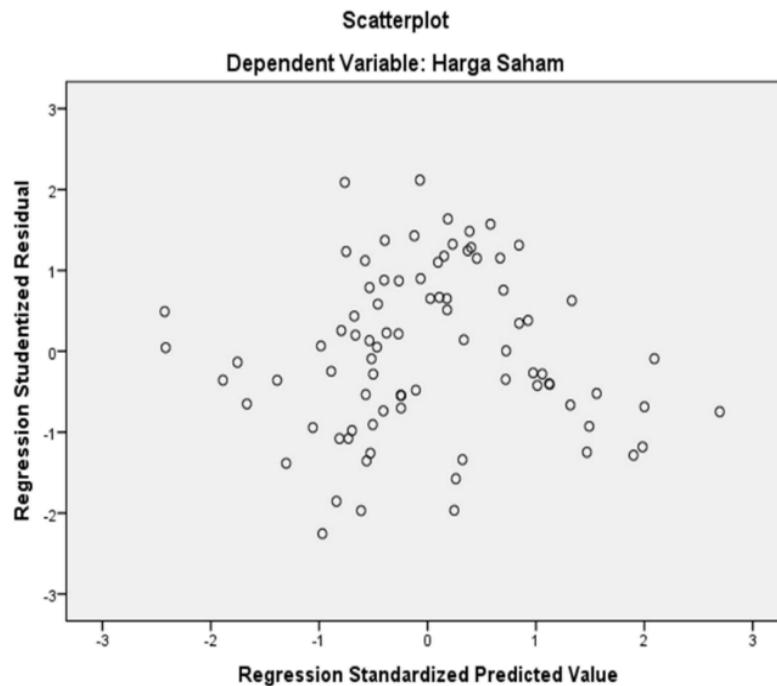
Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal dan *ploting* data *residual* akan dibandingkan dengan garis lurus diagonal. Jika distribusi data residual normal maka garis akan menggambarkan data yang sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data grafik *tersebut* menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat dinyatakan berdistribusi normal. Uji multikolinearitas berfungsi untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antar variable bebas. Pengujiannya dilakukan dengan menggunakan metode *Variance Inflation Factory (VIF)*.

Tabel 1. Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF

Kurs	.890	1.108
HE	.963	1.119
Inf	.992	1.130

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan masing-masing variable bebas dari hasil multikolinieritas dengan nilai VIF < 10,00 dan nilai Tolerance > 0.01 sehingga dapat disimpulkan bahwa antar variabel independen tidak terjadi multikolinieritas. Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan grafik *scatterplot* seperti yang terlihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 2. Grafik *Scatterplot*

Berdasarkan gambar 2 di atas terlihat bahwa sebaran residual tidak teratur, ditandai dengan plot yang terpecah di atas dan di bawah nol pada sumbu y dan tidak membentuk pola tertentu. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini tidak ada heteroskedastisitas. Kemudian data ini juga dilakukan pengujian autokorelasi dengan menggunakan uji DW (*Durbin-Watson*). Hasilnya dapat dilihat pada table di bawah ini:

Tabel 2. Uji Autokorelasi

Model	Durbin-Watson
1	1.9138

Berdasarkan table 2 di atas, terlihat bahwa nilai DW sebesar 1.9138, sedangkan nilai tabel DW yaitu dL sebesar 1.9796 dan dU sebesar 2.0204 atau $(1,9796 < 1,9879 < 2,0204)$, maka dapat dinyatakan bahwa data yang digunakan terbebas dari autokorelasi.

Tabel 3. *Analysis of Varians*

<u>Variabel</u>	Koeffisien	
Kurs (Kurs)	36.244 (4.012) [9.003]	***
Harga <u>Emas</u> (HE)	0.532 (0.239) [2.2226]	**
<u>Inflasi</u> (Inf)	-0.253 (0.081) [-2.115]	**

Note : *** dan **, level signifikansi pada 1% dan 5%

Berdasarkan table 3 di atas, dapat dinyatakan bahwa nilai koefisien kurs signifikan. Ini dapat dinyatakan bahwa pasar saham Indonesia merespon terhadap perubahan kurs. Kurs terhadap mata uang asing (USA) berdampak signifikan terhadap return pasar saham ketika perusahaan multinasional dan investor yang melakukan perdagangan antar negara dengan mata uang berbeda. Hubungan nilai tukar dengan harga saham dapat bersifat kompleks dan dinamis, bergantung pada berbagai faktor seperti arus perdagangan, arus modal, inflasi, suku bunga, selera risiko, sentimen pasar, dan ekspektasi. Depresiasi mata uang dalam negeri dapat meningkatkan daya saing dan profitabilitas eksportir dalam negeri, karena produknya menjadi lebih murah dan lebih menarik di pasar luar negeri. Hal ini dapat meningkatkan penjualan, pendapatan, dan harga saham. Sebaliknya, depresiasi mata uang dalam negeri dapat merugikan kinerja dan profitabilitas importir dalam negeri, karena biaya input menjadi meningkat dan margin keuntungan menurun. Hal ini dapat mengurangi penjualan, pendapatan, dan menurunkan harga saham.

Di sisi lain, depresiasi mata uang domestik juga dapat meningkatkan nilai aset dan pendapatan luar negeri ketika dikonversi kembali ke mata uang domestik. Hal ini dapat menguntungkan investor domestik yang memegang saham asing atau menerima dividen atau capital gain dari pasar luar negeri. Sebaliknya, depresiasi mata uang dalam negeri dapat menurunkan nilai aset dan pendapatan dalam negeri bila dikonversi ke mata uang asing. Hal ini dapat merugikan investor asing yang memegang saham dalam negeri atau menerima dividen atau capital gain dari pasar dalam negeri. Apresiasi mata uang domestik dapat mempunyai dampak yang berlawanan dengan depresiasi. Hal ini dapat menurunkan daya saing dan profitabilitas eksportir dalam negeri, namun meningkatkan kinerja dan profitabilitas importir dalam negeri. Hal ini juga dapat menurunkan nilai aset dan pendapatan asing bagi investor dalam negeri, namun meningkatkan nilai aset dan pendapatan dalam negeri bagi investor asing.

Sementara Harga Emas (HE) juga signifikan. Ini membuktikan perubahan harga emas direspon oleh pasar saham di Indonesia. Ketika kinerja pasar saham mengalami penurunan, maka penjualan emas yang diperdagangkan di bursa emas (ETF) meningkat (berada pada titik tertinggi). Bahkan ketika laju pertumbuhan ekonomi negara terhambat, masyarakat memilih berinvestasi pada aset fisik seperti emas. menghubungkan investasi emas dan pasar saham ada dua faktor yang harus dipertimbangkan. Investor berinvestasi ketika harga turun dan mempertahankannya hingga mencapai tingkat targetnya. berinvestasi pada emas mungkin lebih disukai daripada berinvestasi daripada investasi pada pasar saham yang memiliki risiko lebih besar. Investor mungkin menggunakan emas sebagai lindung nilai terhadap pasar saham. Untuk mengurangi atau menghilangkan risiko, perusahaan yang menguntungkan mempertimbangkan untuk berinvestasi pada emas dan saham. Hal ini disebabkan bahwa emas dianggap sebagai penyimpan kekayaan, sedangkan pasar saham hanya dianggap sebagai pengembalian nilai. Nilai emas dan saham bersifat dinamis, naik dan turun karena berbagai alasan. Ketika perekonomian sedang bergejolak, harga saham cenderung turun sementara harga emas naik.

Jika investor beralih dari ekuitas ke emas pada periode tersebut, akan terjadi kerugian besar yang pada gilirannya akan berdampak pada perekonomian. Pasar saham hanyalah tempat di mana semua saham perusahaan publik dibeli/dijual dan memiliki peran penting dalam perekonomian. Hal ini memungkinkan mobilisasi dana di seluruh perekonomian dan berkontribusi terhadap kemajuan ekonomi. Namun bila tidak diawasi, pasar saham bisa memberikan pengaruh negatif yang signifikan. Pasar saham juga merepon terhadap perubahan tingkat inflasi. Ketika harga konsumen meningkat, ini berdampak terhadap anggaran rumah tangga yang menyebabkan penurunan belanja dalam skala besar, yang berpotensi mempengaruhi laba perusahaan. Pada dasarnya, perusahaan-perusahaan yang mengalami penurunan pendapatan, dan ketika pendapatan menurun, harga saham juga akan menurun. Meningkatnya harga berarti konsumen mengurangi konsumsi dan mencari cara untuk menghemat kebutuhan pokoknya. Ini dapat menyebabkan berkurangnya pendapatan (jika harga konsumen meningkat), sehingga menurunkan harga saham. Selain itu, perusahaan yang mengalami kenaikan biaya, inflasi juga berdampak pada harga bahan (material) untuk memproduksi produknya. Karena biayanya naik, keuntungan juga menurun, akhirnya harga saham juga rendah.

Salah satu manfaat dari rendahnya harga saham adalah hal ini dapat membuka peluang untuk melakukan tawar-menawar di pasar saham. Investor jangka panjang dapat membeli saham di bawah harga pada periode menjelang tingginya inflasi. Kemudian, jika perekonomian

membalik, nilai saham-saham tersebut akan mengalami kenaikan, sehingga berpotensi menghasilkan keuntungan. Pengaruh inflasi terhadap harga saham melalui pajak penghasilan perusahaan, depresiasi biaya dan pajak atas keuntungan modal nominal. Ketika tingkat inflasi tinggi, maka penyusutan biaya akan mempengaruhi pendapatan perusahaan karena penyusutan dihitung berdasarkan biaya historis, yang tidak dipengaruhi oleh kenaikan tingkat inflasi. Penyusutan yang lebih kecil dari yang seharusnya menyebabkan laba kena pajak riil meningkat. Kenaikan harga saham suatu perusahaan disebabkan oleh laba ditahan. Suatu perusahaan membayarkan seluruh pendapatannya setelah pajak dalam bentuk dividen kepada investor. Jika pendapatan perusahaan naik maka harga saham perusahaan juga meningkat.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa pasar saham merespon secara positif terhadap nilai tukar rupiah (kurs). Sedangkan harga emas juga merespon secara positif oleh pasar saham Indonesia. Sementara pasar saham merespon negatif terhadap inflasi di Indonesia. Respon pasar saham terhadap perubahan kurs positif, artinya kenaikan kurs saham dapat mengindikasikan peningkatan nilai perusahaan atau optimisme investor terhadap prospek masa depan perusahaan tersebut. Hal ini dapat mendorong investor untuk membeli saham dan meningkatkan permintaan, sehingga meningkatkan harga lebih lanjut. Pasar saham merespon positif terhadap harga emas. Hubungan antara pasar saham dan harga emas tidak selalu konstan. Ada faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi harga emas, seperti kebijakan moneter, inflasi, nilai tukar mata uang, dan permintaan industri. Misalnya, kebijakan moneter yang longgar atau inflasi yang tinggi dapat mendorong kenaikan harga emas, meskipun pasar saham sedang menguat. Sementara inflasi merespon negatif oleh pasar saham. Investor melihat saham sebagai perlindungan nilai terhadap inflasi. Jika investor percaya bahwa saham perusahaan dapat menghasilkan pendapatan yang dapat melampaui tingkat inflasi, mereka mungkin tetap berinvestasi dalam saham meskipun inflasi meningkat. Dalam situasi ini, pasar saham mungkin tetap stabil atau bahkan mengalami kenaikan.

DAFTAR RUJUKAN

- Adrian, T., & Wu, F. N. (2023, July 27). *Inflation Remains Risk Confronting Financial Markets*. Diambil kembali dari <https://www.imf.org/en/Blogs/Articles/2023/07/27/inflation-remains-risk-confronting-financial-markets>

- Al-Ameer, M., Hammad, W., Ismail, A., & Hamdan, A. (2018). The Relationship of Gold Price with the Stock Market: The Case. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 8(5): 357-371.
<https://www.econjournals.com/index.php/ijeep/article/view/6720>
- Ding, L. (2021). Conditional Correlation Between Exchange Rates and Stock Prices. *The Quarterly Review of Economics and Finance*, 80: 452-463.
<https://doi.org/10.1016/j.qref.2021.02.004>
- Eldomiaty, t., Saeed, Y., Hamman, R., & AboulSoud, S. (2020). The Associations Between Stock Prices, Inflation Rates, Interest Rates are Still Persistent. Empirical Evidence from Stock Duration Model. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 25(49): 149-161. <https://doi.org/10.1108/JEFAS-10-2018-0105>
- Hayes, A. (2023, Agustus 10). *Has Gold Been a Good Investment Over the Long Term?* Diambil kembali dari <https://www.investopedia.com/ask/answers/020915/has-gold-been-good-investment-over-long-term.asp>
- Hulbert, M. (2022, July 9). *Dividend Stocks are a Top Inflation-fighting Investment you want in your corner now.* Diambil kembali dari <https://www.marketwatch.com/story/dividend-stocks-are-a-top-inflation-fighting-investment-you-want-in-your-corner-now-11657086850?ref=cadre.com>
- Javangwe, K. Z., & Takawira, O. (2022). Exchange Rate Movement and Stock Market Performance: An Application of the ARDL Model. *Cogent Economics and Finance*, 10(1): 01-20. <https://doi.org/10.1080/23322039.2022.2075520>
- Rasyidin, M., Rizkina, A., & Saleh, M. (2023). *TIN: Terapan Informatika Nusantara*, 3(10): 405-413.
- Rasyidin, M., Rizkina, A., Saleh, M., & Muttaqim, H. (2023). Rekasi Pasar Keuangan Terhadap Nilai Tukar dan Minyak Dunia. *Jurnal TIN: Terapan Informatika Nusantara*, 4(5): 300-305. <https://doi.org/10.47065/jbe.v3i2.1761>
- Wong, H. T. (2022). The Impact of Real Exchange Rates on Real Stock Prices. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 27(54): 262-276.
<https://doi.org/10.1108/JEFAS-03-2021-0011>



Peluang dan Tantangan Sektor *E-Commerce* dalam Meningkatkan Perekonomian di Era Transformasi Digital

Divia Islami Maharani

islamidiva01@gmail.com

Program Studi Ilmu Ekonomi

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Received: 12 10 2023. Revised: 29 11 2023. Accepted: 20 01 2024.

Abstract : Digital transformation is carried out through government policies by encouraging people to make optimal use of technology. With digital transformation, customers can easily buy goods online. The digital economy is an economy based on advances in information and communication technology that has no boundaries of distance or place. The economic and social digitalization of society is influenced by e-commerce and social media. So the economic system has changed from a conventional system to a more modern system. The aim of this research is to determine the opportunities and challenges of the e-commerce sector in improving the economy in the era of digital transformation. This research uses a qualitative approach, and data collection is carried out through literature review. Literature studies are obtained from several sources such as journals, essays and books. The research results show that e-commerce opportunities in improving the economy in the digital transformation era are through wider market access, reduced operational costs, product and service innovation. Meanwhile, the challenges of e-commerce in improving the economy include infrastructure and internet access, security and consumer protection, as well as the supply and delivery of goods.

Keywords : Digital transformation, E-commerce, Economy

Abstrak : Transformasi digital dilakukan melalui kebijakan pemerintah dengan cara mendorong masyarakat memanfaatkan teknologi secara optimal. Dengan transformasi digital, pelanggan dapat dengan mudah untuk membeli barang secara online. Ekonomi digital yakni ekonomi dengan basis pada kemajuan teknologi informasi dan komunikasi tidak ada batas jarak dan tempat. Digitalisasi ekonomi dan sosial masyarakat dipengaruhi oleh e-commerce dan media sosial. Sehingga sistem perekonomian telah berubah dari sistem konvensional menjadi sistem yang lebih modern. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui peluang dan tantangan sektor e-commerce dalam meningkatkan perekonomian di era transformasi digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dan pengumpulan datanya dilakukan melalui kajian literatur. Kajian literatur diperoleh dari beberapa sumber seperti jurnal, esai dan buku. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peluang *e-commerce* dalam meningkatkan perekonomian di era transformasi digital melalui akses pasar yang lebih luas, pengurangan biaya operasional, inovasi produk dan layanan. Sedangkan tantangan *e-commerce* dalam meningkatkan perekonomian antara lain infrastruktur dan akses internet, keamanan dan perlindungan konsumen, serta penyediaan dan pengiriman barang.

Kata Kunci : Transformasi digital, *E-commerce*, Perekonomian

PENDAHULUAN

Transformasi digital berperan penting dalam memperkuat perekonomian nasional. Transformasi digital di Indonesia dilakukan melalui kebijakan pemerintah dengan cara mendorong masyarakat memanfaatkan secara optimal teknologi digital. Pemanfaatan teknologi dapat mempengaruhi daya saing suatu negara (Bangsawan, 2023). Seiring dengan besarnya potensi pasar, ekonomi digital di Asia Tenggara sedang berkembang pesat. Salah satu teknologi yang paling berpotensi untuk mendorong pertumbuhan ekonomi digital di wilayah Asia Tenggara, meliputi *mobile internet*, *big data* (mengubah informasi pengambilan data), *internet of things* (menggabungkan berbagai perangkat ke dalam sistem yang kompleks), *automation of knowledge* (menggunakan sistem yang meniru kecerdasan manusia), dan *cloud technology* (menciptakan aplikasi dan *platform* baru sebagai layanan) (Aprilia, Waluyo, & Saragih, 2018).

Ekonomi digital menjadi bagian dari produksi ekonomi yang menggabungkan berbagai layanan digital dan teknologi berbasis internet untuk tujuan umum yang diterapkan pada model bisnis atau komoditas (Maharani & Ulum, 2019). Ekonomi digital berkembang pesat seiring dengan meningkatnya penggunaan internet. Pada awal tahun 2023, jumlah pengguna internet di Indonesia sebesar 212,9 juta orang atau meningkat 3,85 persen dibandingkan tahun sebelumnya. Jumlah penduduk Indonesia pada tahun saat ini sebesar 278,69 juta jiwa. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna internet Indonesia pada awal 2023 mencapai 77 persen. Dengan adanya layanan internet pertumbuhan dan perkembangan transaksi ekonomi digital dapat digunakan secara luas dan mudah sebagai media komunikasi (Maharani & Ulum, 2019).

Meningkatnya jumlah pengguna internet berpengaruh terhadap total pengguna media digital seperti *e-commerce* dan media sosial. Berdasarkan survei Badan Pusat Statistik (BPS, 2022), sebanyak 95,17 persen *e-commerce* di Indonesia melakukan penjualan secara *online* melalui *WhatsApp*, *Line*, *Telegram*. Kemudian 41,3 persen *e-commerce* berjualan melalui media sosial seperti *Facebook*, *Tiktok*, *Youtube*, *Instagram*. Sebanyak 19,75 persen *e-commerce* lokal berjualan melalui *marketplace* seperti *shopee*, *tokopedia*, *lazada*. Sektor *e-commerce* tidak hanya digunakan untuk membeli, menjual produk dan layanan secara online. Namun, digunakan untuk penyedia jasa pengiriman, penyedia telekomunikasi dan lainnya. Oleh sebab itu, untuk mendorong perekonomian, sektor *e-commerce* perlu diubah (Wau, Fau, & Waruwu, 2023). Transformasi digital melahirkan paradigma dan pendekatan baru untuk pembangunan ekonomi yang berpusat pada pengetahuan. Di era digital menciptakan pendekatan populer

untuk ekonomi baru antara lain ekonomi kreatif, ekonomi jaringan, ekonomi sosial, dan ekonomi *platform* (Rochmawati, Hatimatunnisani, & Veranita, 2023).

Pelanggan sekarang dapat dengan mudah memesan barang karena adanya transformasi digital. Dimana semua jenis transaksi dapat dilakukan secara *online*, tidak lagi dilakukan secara langsung. Berbagai jenis teknologi informasi dapat digunakan untuk melakukan transaksi ini mulai dari pemesanan, pembayaran, konfirmasi, hingga proses pengecekan dan pengiriman barang. Proses pemasaran dan administrasi tidak membutuhkan biaya yang besar, sehingga harga produk juga akan turun (Mutiarazora, 2022). Ekonomi Indonesia telah mengalami penurunan dalam lima tahun terakhir. Namun, kondisi ini tidak dialami oleh sektor *e-commerce* yang berkembang pesat di tengah penurunan ekonomi. Berdasarkan data Statistika Market Insights, pengguna *e-commerce* pada tahun 2022 mencapai 178,94 juta jiwa. Hal ini menunjukkan bahwa sektor *e-commerce* memiliki potensi untuk menjadi pusat perekonomian Indonesia di masa depan dan sumber pertumbuhan baru. Dalam pembangunan ekonomi, pemerintah harus memanfaatkan potensi tersebut. Kondisi ini muncul sebagai akibat dari banyaknya pusat perdagangan yang menutup kiosnya dan beralih ke sistem jual beli online. Selain itu, ekonomi Indonesia saat ini memasuki zaman teknologi atau digital (Nisa, 2019).

Perkembangan inovasi teknologi menjadi faktor penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi (Masfiatun, Supriyadi, & Nahdila, 2023). Dengan digitalisasi ekonomi dan kemajuan teknologi, aktivitas ekonomi dan sosial masyarakat dipengaruhi oleh aplikasi pembelian dan media sosial. Sistem perekonomian telah berkembang dari metode manual ke metode yang lebih canggih (Maharani & Ulum, 2019). Persaingan ekonomi di era 4.0 tercipta dari persaingan antara perusahaan besar dan kecil, pasar seringkali didominasi oleh perusahaan besar, sebuah inovasi untuk beberapa pelanggan yang tidak berdaya saing. Kunci pertumbuhan ekonomi pesat dilihat dari keterampilan, pelatihan, dan pemahaman tentang teknologi *game*, tetapi ukuran dan ruang lingkup perusahaan tidak menjamin kelangsungan hidupnya. Dunia digital memberikan dampak yang besar terhadap perubahan perekonomian (Rahayu, Agus Supriyono, & Mulyawan, 2022). Dampak yang ditimbulkan dari kemajuan teknologi informasi yaitu terjadinya transformasi digital secara besar-besaran, menyebabkan meluasnya bisnis pada platform *e-commerce* melalui pertumbuhan dan perkembangan perusahaan digital (Munawarah, Janah, Oktarini, & Khatimah, 2022).

Menurut Joseph Schumpeter mendefinisikan perekonomian sebagai inovasi atau kreatifitas para pelaku usaha dalam meningkatkan *output*. Inovasi-inovasi tersebut antara lain memperkenalkan barang-barang baru atau berkualitas kepada konsumen, menggunakan metode

produksi yang efektif dan efisien, serta memperluas pasar produksinya (Fatmawati, 2015). Kategori inovasi dibagi menjadi dua yaitu perbaikan dan arah baru. Perbaikan adalah solusi baru untuk menyelesaikan masalah atau nilai yang sudah ada. Sedangkan arah baru menghasilkan nilai dan jalan baru (Kurniawan, Rahayu, & Wibowo, 2021). Bagi dunia perdagangan, *e-commerce* sangat menarik karena memiliki dua kelebihan yaitu efektif dan efisien. *E-commerce* dianggap efektif karena memungkinkan peningkatan pelanggan secara lebih cepat dan luas. Hal ini dapat memberi kesempatan bagi pelaku usaha untuk membuka toko *online* selama 24 jam *nonstop* dengan memperlihatkan produk dan petunjuk pemesanan melalui internet. Selain itu, perusahaan telah menyiapkan tampilan grafis berupa video dan animasi untuk pelanggan. Sedangkan *e-commerce* dianggap efisien karena perusahaan dapat mengurangi biaya pemasaran, karyawan, dan *overhead*. Misalnya, pelaku usaha tidak perlu mencetak katalog baru dan mengirimkan ke semua pelanggannya, karena pelanggan dapat melihat secara langsung informasi produk dan harganya di situs web perusahaan (Bahtiar, 2020).

Peningkatan ekonomi digital di Indonesia mendorong pertumbuhan ekonomi nasional secara keseluruhan. Pemerintah yakin bahwa ekonomi digital akan mampu mengatasi masalah yang muncul sebagai akibat dari perkembangan ekonomi yang belum seimbang. Sebagai pelaku usaha, pemerintah Indonesia bertanggung jawab untuk membangun ekonomi berbasis masyarakat. Jumlah wirausaha yang meningkat akan mendorong ekonomi dan membuka lapangan pekerjaan (Kumala, 2022). Berdasarkan penjelasan di atas, artikel ini bertujuan untuk mengetahui peluang dan tantangan transformasi ekonomi digital yang dihadapi sektor *e-commerce* untuk meningkatkan perekonomian.

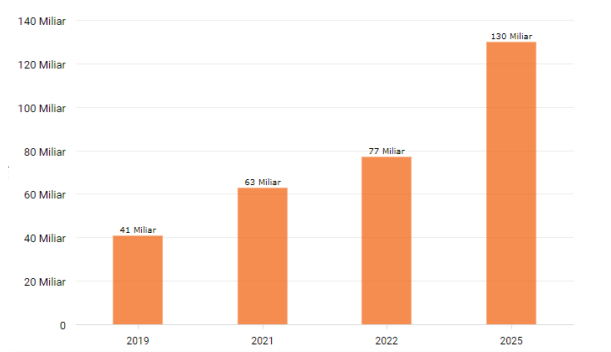
METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dan pengumpulan datanya melalui kajian literatur. Kajian literatur merupakan metode pengumpulan data pustaka, membaca, dan mengolah bahan penelitian yang diperoleh dari berbagai sumber seperti jurnal, esai dan lainnya. Sumber literatur diperoleh dari mesin pencarian seperti *google scholar*. Literatur yang dipilih sebagai sumber artikel merupakan artikel yang terbit pada 10 tahun terakhir. Dengan tujuan menjaga keterbaruan data, dan keterkaitan pembahasan yang dijadikan pendukung dalam artikel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ekonomi digital pertama kali didefinisikan oleh Tapscott sebagai gejala sosial yang mempengaruhi sistem perekonomian dan digambarkan sebagai ruang agen yang terdiri dari informasi, berbagai macam akses informasi, kemampuan untuk menangani informasi, dan pengolahan informasi. Industri teknologi informasi, transaksi *e-commerce*, serta distribusi barang dan jasa digital merupakan komponen ekonomi digital (Aysa, 2021). Ekonomi digital yakni ekonomi dengan basis pada kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang mana batas jarak dan tempat sudah bisa dilalui. Pemasaran serta pengembangan dengan basis *online* aplikasi situs web, dan *smartphone*, *game*, *edukasi digital*, *market place*, *e-commerce*, *financial technology (fintech)*, dan industri lainnya adalah beberapa contoh perusahaan dalam ekonomi digital.

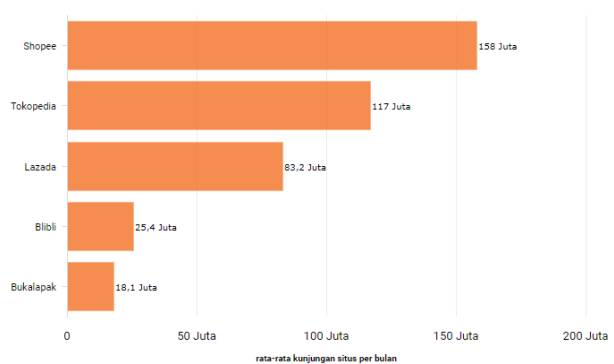
Seiring dengan kemajuan pesat di bidang komunikasi dan informasi di Indonesia, tidak menutup sektor *e-commerce* pada akhirnya akan menjadi tulang punggung perekonomian negara. Pelaku UMKM yang tetap bertahan di zaman krisis ekonomi sekalipun. Oleh karenanya pemerintah mendukung peluang nilai jual bisnis *online* di Indonesia sebab dapat menjadi kekuatan ekonomi baru masa depan. Turban menjelaskan bahwa komponen *e-commerce* terdiri dari *people* (penjualan, pembeli, perantara, dan sistem informasi), *public policy* (kebijakan publik meliputi pajak, regulasi), *marketing advertising* (pemasaran meliputi promosi, iklan, konten, dan target pemasaran), *support services* (logistik, pembayaran, dan keamanan) (Hendarsyah, 2019). Ada berbagai jenis *e-commerce* meliputi bisnis-ke-bisnis (B2B), pelanggan-ke-bisnis (C2B), bisnis-ke-pelanggan (B2C), bisnis-ke-administrasi (B2A), dan pelanggan-ke-administrasi (C2A) (Wau et al., 2023). Berdasarkan gambar 1. proyeksi nilai ekonomi digital Indonesia. E-commerce menjadi pendorong utama di kawasan Asean, mencapai US\$ 77 milyar pada tahun 2022 dan diproyeksikan mencapai US\$ 130 pada tahun 2025 (Ahdiat, 2022).



Gambar 1. Proyeksi nilai ekonomi digital Indonesia

Menurut penelitian *Google* dan *Tamasek* menjelaskan bahwa jumlah pengguna internet dapat menyebabkan perkembangan internet dan ekonomi digital di Indonesia meningkat pesat. Menurut *Mc Kinsey*, pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia dapat dipengaruhi oleh pasar perdagangan online formal Indonesia sebesar lima milyar, dan pasar perdagangan *online* informal lebih dari tiga milyar. Dengan populasi sekitar 260 juta, ekonomi digital Indonesia pada tahun 2017 memiliki 30 juta pembeli *online*. Pada tahun 2025 ekonomi digital Indonesia diprediksi akan menciptakan 3,7 juta pekerjaan tambahan. Hal ini dapat membuat peningkatan pendapatan UKM sebesar 80 persen. Peningkatan pengguna internet telekomunikasi dan penggunaan teknologi digital oleh UKM memberikan pertumbuhan PDB tambahan sebesar 2 persen per tahun. (Agahari, 2021).

Gambar 2. menunjukkan lima platform *e-commerce* yang memiliki pengguna terbanyak di Indonesia. *Shopee* berada di urutan pertama dengan rata-rata 158 juta kunjungan per bulan, sedangkan *Tokopedia* berada di urutan kedua dengan rata-rata 117 juta, *Lazada* 83,2 juta, *Blibli* 25,4 juta, dan *Bukalapak* 18,1 juta kunjungan per bulan (Ahdiat, 2023). Kelima platform *e-commerce* ini berbasis data, menjadi bukti bahwa kekuatan perusahaan di era sekarang mulai tumbuh dengan transformasi digital. Tidak hanya menjadi *e-commerce* terkuat yang berbasis pada pengetahuan produk, tetapi juga kemampuan untuk menjangkau lebih banyak pengguna dari berbagai platform untuk mendapatkan lebih banyak pengguna dan meningkatkan kesadaran dari semua aspek (Putri & Zakaria, 2020).



Gambar 2. Pengguna platform *e-commerce*

Perkembangan ekonomi digital di Indonesia dapat meningkatkan potensi beberapa sektor ekonomi, salah satunya potensi sektor *e-commerce*. Peluang *e-commerce* dalam meningkatkan perekonomian antara lain pertama akses pasar yang lebih luas, dengan adanya platform *e-commerce*, pelaku usaha dapat dengan mudah mengakses pasar global. Hal ini memungkinkan mereka untuk menjangkau pelanggan yang sebelumnya sulit dijangkau, baik pelanggan lokal maupun mancanegara. Dengan lingkup pasar yang lebih luas, pelaku usaha

dapat meningkatkan penjualan dan menghasilkan pendapatan yang lebih tinggi. Kedua pengurangan biaya operasional, *e-commerce* dapat mengurangi biaya operasional yang biasanya terkait dengan toko fisik, seperti biaya sewa toko, gaji karyawan, dan inventaris. Dengan biaya operasional yang lebih rendah, pelaku usaha dapat menawarkan harga yang lebih kompetitif kepada konsumen, dapat meningkatkan daya beli dan pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan. Ketiga inovasi produk dan layanan, *e-commerce* mendorong inovasi dalam produk dan layanan (Sudiantini, Ayu, Aswan et al., 2023). Dalam kompetisi online yang ketat, pelaku usaha harus terus berinovasi untuk memenangkan persaingan. Hal ini membuka kesempatan untuk inovasi produk dan layanan baru yang dapat meningkatkan nilai tambah bagi konsumen. Inovasi ini juga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dengan menciptakan lapangan kerja baru (Silalahi & Chairina, 2023).

Tantangan *e-commerce* dalam meningkatkan perekonomian antara lain infrastruktur dan akses internet, keamanan dan perlindungan konsumen, serta penyediaan dan pengiriman barang. Tantangan utama sektor *e-commerce* yaitu infrastruktur dan akses internet karena infrastruktur di beberapa daerah masih terbatas. Keamanan dan perlindungan konsumen menjadi isu penting yang perlu diatasi dalam sektor *e-commerce*. Dalam transaksi online, konsumen seringkali menghadapi ancaman *cybercrime* dan *cyber war* berupa penipuan, pencurian identitas, atau pembelian produk palsu, pembajakan akun, penyebaran virus melalui website, dan pencemaran nama baik (Ramli, Ramli, Olivia et al., 2022). Hal ini tidak hanya berbahaya bagi negara dan individu. Untuk meningkatkan kepercayaan konsumen, diperlukan langkah-langkah yang efektif dalam melindungi data pribadi konsumen, menjamin keaslian produk yang dijual, dan menegakkan hukum terhadap praktik penipuan. Penyediaan barang yang terbatas, pengiriman yang lambat, dan biaya pengiriman yang tinggi dapat menghalangi pertumbuhan sektor *e-commerce* (Adiningsih et al., 2019)

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa transformasi digital memiliki potensi besar untuk meningkatkan perekonomian di Indonesia. Transformasi digital membuka peluang baru bagi sektor *e-commerce* untuk meningkatkan efektif, efisien, dan inovasi dengan didukung oleh kebijakan pemerintah. Terdapat tiga komponen *e-commerce* antara lain *people, marketing advertising, support services*. *E-commerce* memiliki dua keunggulan yang menarik bagi dunia bisnis, yaitu keunggulan efektif dan efisien. *E-commerce* dianggap efektif karena memungkinkan untuk memperoleh pelanggan secara lebih cepat dan

luas. Terdapat berbagai bentuk *e-commerce* meliputi bisnis-ke-bisnis (B2B), pelanggan-ke-bisnis (C2B), bisnis-ke-pelanggan (B2C), bisnis-ke-administrasi (B2A), dan konsumen-ke-administrasi (C2A). Terdapat lima *e-commerce* dengan pengguna paling banyak di Indonesia antara lain *Shopee, Tokopedia, Lazada, Blibli, Bukalapak*. Tantangan *e-commerce* dalam meningkatkan perekonomian antara lain infrastruktur dan akses internet, keamanan dan perlindungan konsumen, serta penyediaan dan pengiriman barang.

DAFTAR RUJUKAN

- Adiningsih, S., Lokollo, E. M., Setiaji, S. N., Ardiansyah, S. R., Islam, M., & Rahmawaty, U. F. R. (2019). *Transformasi Ekonomi Berbasis Digital Di Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=8zCyDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=transformasi+digital+e+commerce+perekonomian&ots=MGEbKcDb8j&sig=P7P>
- Agahari, W. (2021). Ekonomi Digital Di Indonesia, Peluang dan Strategi. *Seminar Nasional STIE Widya Wiwaha*. Retrieved from https://cipg.or.id/id/blog_article/peluang-dan-tantangan-ekonomi-digital-di-indonesia/
- Ahdiat, A. (2022). Ekonomi Digital Indonesia Diprediksi Terus Menguat Berkat E-Commerce. Retrieved from Databoks.co.id website: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/10/27/ekonomi-digital-indonesia-diprediksi-terus-menguat-berkat-e-commer>
- Ahdiat, A. (2023). 5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal I 2023. Retrieved from Databoks.katadata.co.id website: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/03/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-kuartal-i-2023>
- Aprilia, N. D., Waluyo, S. D., & Saragih, H. J. (2018). Perkembangan Ekonomi Digital Indonesia the Development of Indonesia ' S Digital Economy. *Jurnal Lentera Bisnis*, 7(2). Retrieved from <http://repository.unpar.ac.id/handle/123456789/8375>
- Aysa, imma R. (2021). Tantangan Transformasi Digital Bagi Kemajuan Perekonomian Indonesia. *Jurnal At-Tamwil Kajian Ekonomi Syariah*, 3(2). <https://doi.org/10.33367/at.v2i3.1458>
- Bahtiar, R. A. (2020). Potensi, Peran Pemerintah, dan Tantangan dalam Pengembangan E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 11(1).

<https://doi.org/10.22212/jekp.v1i1.1485>

- Bangsawan, G. (2023). Kebijakan Akselerasi Transformasi Digital di Indonesia: Peluang dan Tantangan untuk Pengembangan Ekonomi Kreatif. *Jurnal Studi Kebijakan Publik*, 2(1). <https://doi.org/10.21787/jskp.2.2023.27-40>
- BPS. (2022). Statistik E-Commerce 2022. Retrieved from Badan Pusat Statistik website: <https://www.bps.go.id/publication/2022/12/19/d215899e13b89e516caa7a44/statistik-e-commerce-2022.html>
- Fatmawati, I. (2015). Analisis Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Dengan Model Solow Dan Model Schumpeter. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1–12. Retrieved from <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/1860>
- Hendarsyah, D. (2019). E-Commerce Di Era Industri 4.0 Dan Society 5.0. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 8(2), 171–184. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v8i2.170>
- Kumala, S. L. (2022). Perkembangan Ekonomi Berbasis Digital Di Indonesia. *Journal of Economics and Regional Science*, 1(2). <https://doi.org/10.52421/jurnal-esensi.v1i2.190>
- Kurniawan, A., Rahayu, A., & Wibowo, L. A. (2021). Pengaruh Transformasi Digital Terhadap Kinerja Bank Pembangunan Daerah Di Indonesia. *Jurnal Ilmu Keuangan Dan Perbankan (JIKA)*, 10(2). <https://doi.org/10.34010/jika.v10i2.4426>
- Maharani, S., & Ulum, M. (2019). Ekonomi Digital: Peluang Dan Tantangan Masa Depan Terhadap Ekonomi Syariah Di Indonesia. *Conference on Islamic Studies (CoIS)*.
- Masfiatun, M., Supriyadi, M. S., & Nahdila, M. (2023). Dampak ekonomi digital dan tingkat inflasi terhadap pertumbuhan sektor ekonomi di indonesia. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(6). Retrieved from <https://www.journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue/article/view/2873>
- Munawarah, A., Janah, A. M., Oktarini, E. A., & Khatimah, H. (2022). Peran Ekonomi Digital Bagi Perkembangan Pasar Modern Di Indonesia. *Jurnal Al-Aflah*, 1(2). <https://doi.org/10.23971/al-aflah.v1i2.5876>
- Mutiarazora, M. (2022). Tranformasi Ekonomi Berbasis Digital. *Journal of Economics and Regional Science*, 1(2). <https://doi.org/10.52421/jurnal-esensi.v1i2.189>
- Nisa, P. C. (2019). Peluang Dan Tantangan: Konsep Digitalisasi Smart City Ekonomi E-Commerce Di Indonesia. *Forum Ilmiah*, 16(1). Retrieved from <https://economy.okezone.com/read/201>

- Putri, A. S., & Zakaria, R. (2020). Analisis Pemetaan E-Commerce Terbesar di Indonesia Berdasarkan Model Kekuatan Ekonomi Digital. *Seminar Dan Konferensi Nasional IDEC*.
- Rahayu, N., Agus Supriyono, I., & Mulyawan, E. (2022). Pembangunan Ekonomi Indonesia Dengan Tantangan Transformasi Digital. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*.
<https://doi.org/10.34306/abdi.v4i1.823>
- Ramli, T. S., Ramli, A. M., Olivia, D., Gunawan, C. F., & Ramadayanti, E. (2022). Peran E-Commerce Dalam Eskalasi Ekonomi Digital Era New Normal Berdasarkan Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 Tentang Perlindungan Data Pribadi. *Jurnal Penelitian Hukum De Jure*, 22(4). <https://doi.org/10.30641/dejure.2022.v22.437-450>
- Rochmawati, D. R., Hatimatunnisani, H., & Veranita, M. (2023). Mengembangkan Strategi Bisnis di Era Transformasi Digital. *COOPETITION: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(1). Retrieved from <https://doi.org/10.32670/coopetition.v14i1.3076>
- Silalahi, P. R., & Chairina. (2023). *Ekonomi Digital*. Medan: Media Kreasi Grup. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=aKzFEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA5&dq>
- Sudiantini, D., Ayu, M. P., Aswan, M. C. A. S., Prastuti, M. A., & Apriliya, M. (2023). Transformasi Digital: Dampak, Tantangan, Dan Peluang Untuk Pertumbuhan Ekonomi Digital. *Trending: Jurnal Ekonomi, Akuntansi, Dan Manajemen*, 1(3). Retrieved from <https://jurnaluniv45sby.ac.id/index.php/Trending/article/view/1115%0Ahttps://jurnaluniv45sby.ac.id/index.php/Trending/article/download/1115/952>
- Wau, F. T., Fau, S. H., & Waruwu, J. (2023). Transformasi Ekonomi Digital dan Implikasinya pada Perekonomian Nasional. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Nias Selatan*, 6(2). Retrieved from <https://jurnal.uniraya.ac.id/index.php/JEB>



Analisis Keterbukaan Ekonomi dan Pengeluaran Pemerintah terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia

Ikbar Allam Kharazi^{1*}, Ida Nuraini²

ikbarallam13@gmail.com^{1*}, nurainiida@yahoo.com²

¹Program Studi Ekonomi Pembangunan

²Program Studi Perbankan dan Keuangan

^{1,2}Universitas Muhammadiyah Malang

Received: 07 01 2024. Revised: 29 01 2024. Accepted: 15 02 2024.

Abstract : The development success achieved by Indonesia to date cannot be separated from the existence of development plans that have been established and cooperation with other countries. The parameters for success can be seen from the value of gross domestic product (GDP), which continues to increase every year. The aim of this research is to determine the influence of foreign investment, government spending and foreign debt on economic growth in Indonesia in 2000-2022. This type of research is quantitative using secondary data which is time series sourced from the Indonesian Central Statistics Agency, the International Monetary Fund (IMF) and the World Bank. The analytical instrument used is multiple linear regression. The results of this research show that government spending has a significant impact on economic growth, while foreign investment and foreign debt do not have a significant impact on Indonesia's economic growth in 2000-2022.

Keywords : Foreign Investment, Government Expenditure, Foreign Debt, GDP.

Abstrak : Kesuksesan pembangunan yang dicapai Indonesia hingga kini tidak terlepas dari adanya rencana pembangunan yang telah ditetapkan dan adanya kerjasama dengan negara lain. Parameter kesuksesan itu tampak dari nilai produk domestik bruto (PDB) dimana terus meningkat tiap tahunnya. Tujuan riset ini untuk mengetahui pengaruh investasi asing, pengeluaran pemerintah, dan hutang luar negeri terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia tahun 2000-2022. Jenis riset ialah kuantitatif dengan memakai data sekunder dimana bersifat *time series* bersumber dari Badan Pusat Statistik Indonesia, *International Monetary Fund* (IMF) dan *World Bank*. Instrumen analisis yang dipakai ialah regresi linier berganda. Hasil penelitian ini memperlihatkan jika pengeluaran pemerintah berdampak secara signifikan pada pertumbuhan ekonomi, sementara itu investasi asing serta hutang luar negeri tidak berdampak secara signifikan pada pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun 2000-2022.

Kata Kunci : Investasi asing, Pengeluaran pemerintah, Hutang luar negeri, PDB.

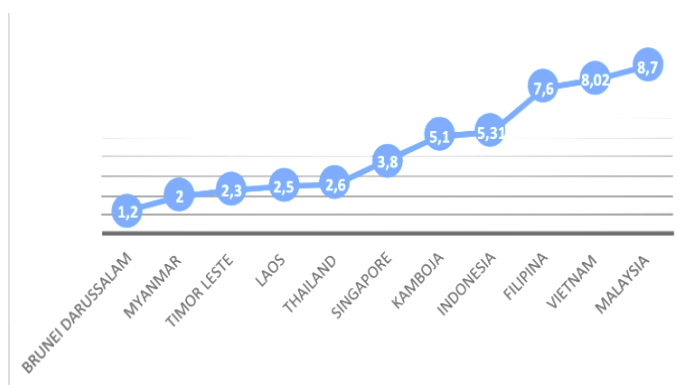
PENDAHULUAN

Kesuksesan pembangunan yang dicapai Indonesia hingga kini tidak terlepas dari adanya rencana pembangunan yang telah ditetapkan dan adanya kerjasama dengan negara lain. Parameter kesuksesan itu tampak dari nilai produk domestik bruto (PDB) dimana terus meningkat tiap tahunnya. Adanya peningkatan dalam PDB mencerminkan pertumbuhan ekonomi suatu negara, peningkatan dilakukan salah satunya dengan membuka investasi asing, dengan hutang ke luar negeri dan pengeluaran pemerintah yang terencana dengan baik. Keterbukaan ekonomi dengan negara lain diharapkan mampu membawa efek pada peningkatan pertumbuhan ekonomi Indonesia. Negara yang terlibat dalam relasi ekonomi dengan negara lain sering dikatakan negara dengan ekonomi terbuka. Negara dengan ekonomi terbuka ialah negara dimana terlibat dalam perdagangan barang dan jasa lintas batas serta terlibat dalam peminjaman dan pemberian pinjaman di pasar modal global Mankiw, (2016). Keterbukaan ekonomi memberikan peluang bagi tiap negara guna menanamkan investasi pada negara lain, mendapatkan pinjaman dari negara lain baik berupa finansial, jasa, ataupun barang, kerja sama perdagangan berupa ekspor barang yang didukung oleh sumber daya berlimpah dan mengimpor barang yang diproduksi lebih efisien di luar negeri, ataupun faktor keterbukaan ekonomi lainnya.

Keterbukaan ekonomi pada umumnya dimanfaatkan berbagai negara guna melaksanakan hutang. hutang luar negeri dapat dianggap selaku salah satu jenis penghasilan. Bagaimanapun, usaha guna mengatasi cadangan devisa, investasi bisnis, serta neraca pembayaran bisa dipakai guna mendukung negara berkembang mencapai kesetaraan. Kondisi mata uang yang bergejolak di negara-negara berkembang mendorong pemerintah guna memakai hutang luar negeri selaku sumber pembiayaan (Hermawandi, 2019). Selain keterbukaan ekonomi, salah satu faktor yang memengaruhi pertumbuhan ekonomi ialah pengeluaran pemerintah. Peran belanja pemerintah, khususnya pada sumber daya manusia dan infrastruktur fisik berpotensi mempercepat pertumbuhan ekonomi. Di sisi lain, bergantung pada produktivitas belanja pemerintah dan distorsi pajak, pembiayaan belanja itu dapat menjadi penghambat pertumbuhan. Dalam konteks ini, pemerintah mempunyai peluang guna meningkatkan *output* produk domestik bruto (PDB) lewat pengadaan infrastruktur, barang publik, serta insentif pada dunia usaha, contohnya subsidi ekspor langsung atau tidak langsung Sadono, (2014).

Pengeluaran pemerintah dengan keperluan jaminan sosial, pembayaran bunga, serta dukungan pemerintah yang lain dapat meningkatkan penghasilan serta kapabilitas belanja

masyarakat. Umumnya pengeluaran pemerintah ini memperluas pasar bagi produk-produk perusahaan dan pada akhirnya menghasilkan peningkatan penghasilan. Peningkatan penghasilan yang dihasilkan negara bisa menyalurkan dukungan lebih lanjut pada pertumbuhan ekonomi. Indonesia mempunyai angka pertumbuhan ekonomi yang cukup tinggi dibanding negara-negara di Kawasan ASEAN. Namun masih berada di bawah negara Filipina, Vietnam dan Malaysia.

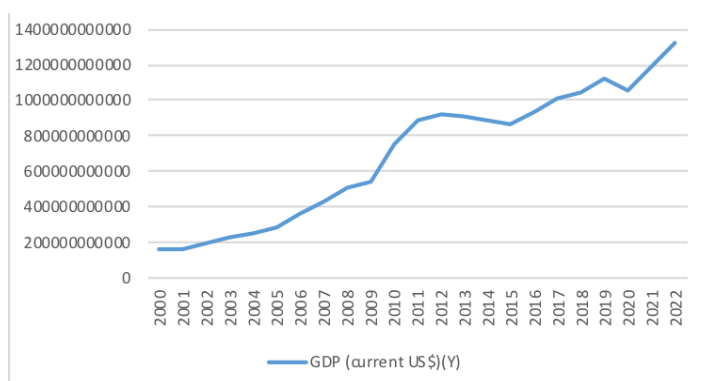


Gambar 1. Grafik pertumbuhan ekonomi negara ASEAN Tahun 2022

Indonesia ialah salah satu negara dimana menorehkan pertumbuhan ekonomi baik di tengah ketidaktetapan global. Meski bukan yang paling tinggi di ASEAN, namun laju pertumbuhan ekonomi Indonesia di tahun 2022 cukup tinggi dibandingkan negara lain di ASEAN. Badan Pusat Statistik (BPS) mengatakan jika laju pertumbuhan Indonesia di tahun 2022 sejumlah 5,31%. Temuan ini lebih tinggi dibandingkan laju pertumbuhan ekonomi sejumlah 3,7% (tiap tahunnya) di tahun 2021. Perihal itu juga relevan dengan perkiraan Dana *Moneter Internasional* (IMF) dalam WEO edisi Januari 2023. Perekonomian Indonesia diperkirakan tumbuh sekitar 5,3% di tahun 2022.

Adapun negara Malaysia memimpin pertumbuhan ekonomi di Asia Tenggara sejumlah 8.7% di tahun 2022. Dikarenakan pada peningkatan pembelian rumah tangga negara Malaysia sejumlah 7% sedangkan Indonesia sejumlah 4.9%, pertumbuhan ekspor pada negara Malaysia sejumlah 7% sedangkan Indonesia sejumlah 5.3%, dan peningkatan pertumbuhan industri sejumlah 4.7% sedangkan Indonesia sejumlah 4.9%. Keberadaannya dibarengi oleh Vietnam dengan pertumbuhan ekonomi sejumlah 8.02%, dikarenakan ekspor pada periode Januari-Juni naik sejumlah 17.3%, produksi industri meningkat sejumlah 8.7%, indeks harga konsumsi (IHK) sejumlah 3.37%. Negara Filipina dipicu dengan biaya makanan dan minuman serta biaya transportasi sejumlah 7.6% dan pengeluaran konsumsi akhir rumah tangga tumbuh sebesar 8,3%. Berbagai indikator ditingkatkan sehingga dapat menaikkan

pertumbuhan produk domestik bruto (PDB) agar pertumbuhan ekonomi Indonesia dapat menjadi yang tertinggi di Asia Tenggara.



Gambar 2. Grafik GDP di Indonesia tahun 2000-2022

Gambar 2 memperlihatkan situasi pertumbuhan ekonomi di Indonesia dari tahun ke tahun yang tidak stabil tampak dari PDB Produk. Tapi, pada gambar 4 memperlihatkan jika sebagian besar mendapati kenaikan dari tahun 2000-2022. Tentu saja selaku negara berkembang, Indonesia memerlukan banyak uang guna mendanai pembangunan negara. guna itu dibutuhkan sumber pendanaan dari investasi asing, pengeluaran pemerintah dan juga hutang luar negeri susah mewujudkan Negara Indonesia selaku Negara yang maju di tahun 2022, Indonesia memang telah lama menjadi negara berkembang dan terus berusaha guna meningkatkan pertumbuhannya. Pemerintah Indonesia telah mengimplementasikan berbagai kebijakan guna mendukung investasi asing dan memperkuat sektor ekonominya. Langkah yang diambil pemerintah Indonesia ialah memfasilitasi investasi asing lewat reformasi regulasi dan perizinan. usaha ini bermaksud guna membuat lingkungan bisnis lebih ramah dan menarik teruntuk investor asing.

Beberapa sektor yang mendapatkan perhatian khusus termasuk infrastruktur, energi, manufaktur, dan teknologi. Pemerintah juga telah melibatkan diri dalam promosi investasi lewat partisipasi dalam forum-forum internasional, pertemuan bisnis, dan pameran dagang. Selain itu, usaha diplomasi ekonomi dilakukan guna membangun kerja sama bilateral dan multilateral guna meningkatkan investasi asing. aktivitas penanaman modal ialah aktivitas di mana dana ditanamkan dengan maksud guna melaksanakan aktivitas usaha seluruhnya dengan modal asing atau bersamaan dengan penanam modal dalam negeri. Kepemilikan saham maksimal oleh investor asing ialah 95%. Bagi investor dalam negeri, modal minimum saat ini ialah 5% Salim, (2018). Penanaman Modal Asing (PMA) atau biasa dinamakan FDI (Foreign Direct Investment) berlangsung saat suatu perusahaan dari suatu negara menanamkan modalnya pada perusahaan dari negara lain dalam jangka waktu yang lama. Negara asal suatu

perusahaan penanaman modal dinamakan *host country*, dan negara tempat penanaman modal dinamakan *home country*.

Riset Bintoro, (2022) menyimpulkan jika variabel investasi asing langsung tidak berdampak signifikan pada perekonomian Indonesia. FDI dalam riset ini tidak memperlihatkan dampak yang signifikan pada jangka panjang maupun jangka pendek, Selain itu, kurangnya fasilitas pendukung investasi juga menjadi faktor yang memengaruhi. Di sisi lain, temuan peneliti lain memperlihatkan jika investasi dan PDB (Produk Domestik Bruto) saling memengaruhi. Investasi asing pada Tiongkok memperluas kesempatan kerja dan membuka lapangan kerja. Dengan makin banyaknya investasi dan tenaga kerja, maka PDB Indonesia akan meningkat Aida, et al (2021). Dapat disimpulkan jika ada perbedaan antara kedua riset sebelumnya. Studi pertama menemukan jika dampak tidak nyata dari investasi asing langsung pada perekonomian Indonesia diakibatkan oleh faktor risiko negara, yakni pasar domestik yang kecil dengan tingkat pengembalian investasi yang rendah dan kurangnya fasilitas pendukung contohnya transportasi dan sumber daya manusia yang terampil. Di sisi lain, studi kedua menjelaskan jika investasi mendorong perluasan kesempatan kerja yang berujung pada penyerapan lapangan kerja. saat angkatan kerja meningkat, PDB juga meningkat.

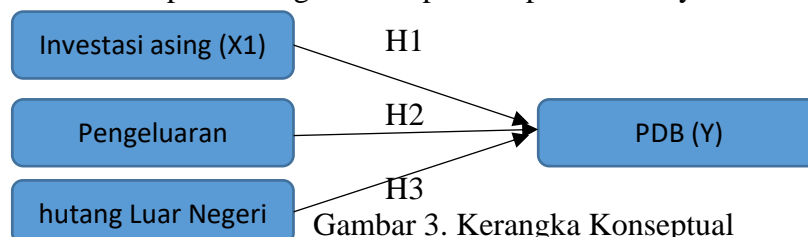
Kesuksesan usaha itu dapat tercermin dalam data investasi asing langsung yang masuk ke Indonesia. Namun, sementara pemerintah berusaha menarik investasi asing, mereka juga dihadapkan pada beberapa tantangan, termasuk masalah regulasi, infrastruktur, dan kapabilitas guna mempertahankan kestabilan ekonomi. Penting guna diingat jika informasi ini mungkin sudah tidak akurat jika ada perubahan signifikan setelah tahun 2022. Jika ada kebijakan atau perkembangan terbaru, disarankan guna merujuk ke sumber informasi terkini atau pemberitaan berita terkini guna mendapatkan pemahaman yang lebih akurat tentang situasi investasi asing di Indonesia saat ini. Pertumbuhan ekonomi ialah perkembangan keuangan suatu negara lewat produksi barang dan jasa contohnya peningkatan produksi industri dan jumlahnya, pembangunan infrastruktur, peningkatan produksi sektor jasa, peningkatan produksi barang modal. Laju pertumbuhan penghasilan nasional riil selalu dijadikan ukuran guna memberikan gambaran kasar mengenai pertumbuhan perekonomian suatu negara. (Sukirno, 2016).

Faktor lain yang memengaruhi pertumbuhan ekonomi ialah pengeluaran pemerintah. Dalam jangka panjang juga pendek, variabel pengeluaran pemerintah berdampak baik pada pertumbuhan ekonomi Indonesia Rini et al, (2021). Namun, riset menurut Admi, (2022)

mengatakan jika Pengeluaran pemerintah berdampak negatif dan signifikan pada GDP Negara Jepang Tahun 2011-2020. Hal ini terlihat di tahun 2012 saat PDB meningkat namun belanja pemerintah menurun, dan di tahun 2020 saat PDB menurun namun belanja pemerintah meningkat. Perbedaan dari dua riset sebelumnya. Kajian pertama menjelaskan jika belanja pemerintah fokus pada pengadaan sarana dan prasarana yang menunjang aktivitas perekonomian. Hal ini sesuai dengan tahap akhir model pertumbuhan Rostow, dimana aktivitas pemerintah terfokus pada pengadaan sarana dan prasarana aktivitas ekonomi dan sosial, namun tidak lepas dari subsidi dan pembayaran bunga hutang. Selanjutnya riset kedua menjelaskan jika pengeluaran pemerintah Jepang hanya menjamin tunjangan kesehatan, sedangkan guna tunjangan sosial secara terus menerus mendapati defisit anggaran negara (APBN) yang artinya pembayaran hutang negara Jepang lebih besar dari penghasilan.

Hutang luar negeri ialah faktor yang berdampak pada pertumbuhan ekonomi. Riset Nugraha, et al (2021) memperlihatkan jika hutang luar negeri memiliki dampak baik signifikan pada pertumbuhan ekonomi Indonesia sementara itu, riset Sari et al, (2020) memperlihatkan jika hutang luar negeri berdampak baik tidak signifikan pada pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Perbedaan dari 2 riset terdahulu, riset pertama menjelaskan jika perkembangan hutang luar negeri pada pertumbuhan ekonomi di Indonesia mengalami kenaikan disebabkan adanya efektivitas dana untuk pembangunan. Selanjutnya riset kedua memperlihatkan jika sektor ekspor sudah baik dan jaminan tunjangan kesehatan juga baik sehingga hutang luar negeri tidak memengaruhi peningkatan pada pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Bagaimanapun, usaha guna mengatasi cadangan devisa, investasi bisnis, dan neraca pembayaran dapat dipakai guna mendukung negara berkembang mencapai kesetaraan. Kondisi mata uang yang bergejolak di negara-negara berkembang mendorong pemerintah guna memakai hutang luar negeri selaku sumber pembiayaan (Hermawandi, 2019)

Dari beberapa perbedaan temuan riset itu memperlihatkan masih perlunya dilakukan riset terkait sejauh mana peran keterbukaan ekonomi dan pengeluaran pemerintah dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Oleh sebabnya, maksud riset ini ialah guna mengetahui dampak variabel investasi asing, hutang luar negeri dan pengeluaran pemerintah pada pertumbuhan ekonomi. Adapun kerangka konsep dan hipotesa riset yakni:



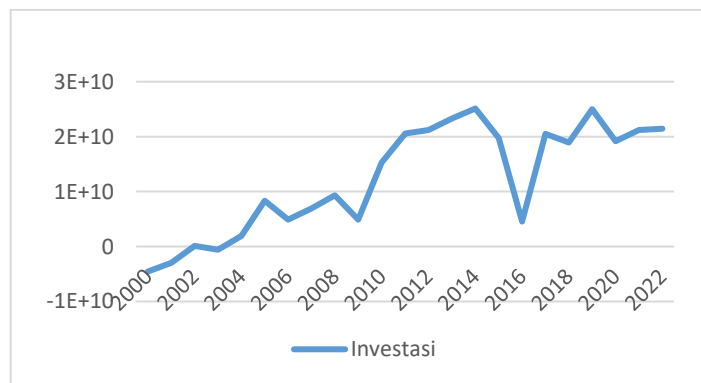
Gambar 3. Kerangka Konseptual

METODE PENELITIAN

Riset ini memakai pendekatan kuantitatif. Data yang dipakai ialah data sekunder bersifat *time series* dimana diambil dari badan pusat statistik Indonesia, IMF dan *world bank* tahun 2000-2022 dengan cara dokumentasi. Alat analisis dalam riset ini memakai regresi linier berganda. Data yang dipakai dalam riset ini ialah nilai *Foreign Direct Investment* (FDI), Total Pengeluaran Pemerintah, jumlah hutang luar negeri dengan indikator (Central Government Debt) serta nilai Produk Domestik Bruto (PDB) negara Indonesia sebagai indikator pertumbuhan ekonomi. Tahapan dalam analisis regresi ialah uji normalitas, uji asumsi klasik yang mencakup uji autokolerasi, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, serta terakhir uji analisis berganda. (Ghozali, 2016). Sementara itu uji signifikansi mencakup uji T, uji F. Selain itu guna uji determinasi dipakai guna mengetahui sumbangan ketiga variabel bebas di dalam memengaruhi PDB Indonesia.

Model regresi yang dipakai yakni: $Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \mu$. Y = PDB Indonesia (USD); α = konstanta; $\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = koefisien regresi; X_1 = Investasi Asing (USD); X_2 = Pengeluaran Pemerintah (USD); X_3 = hutang Luar Negeri (Persentase dari PDB); dan μ = term error

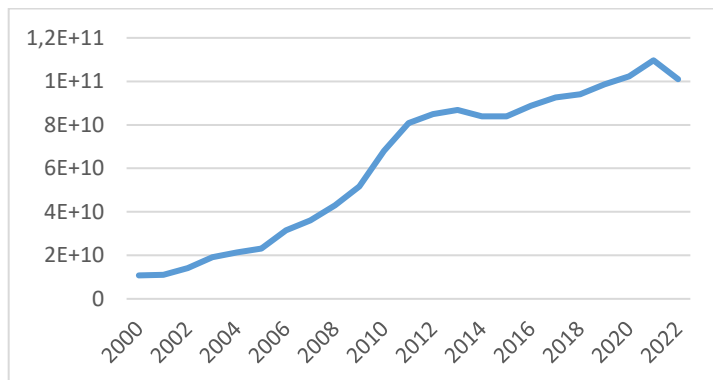
HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar 4 Grafik FDI di Indonesia tahun 2000-2022

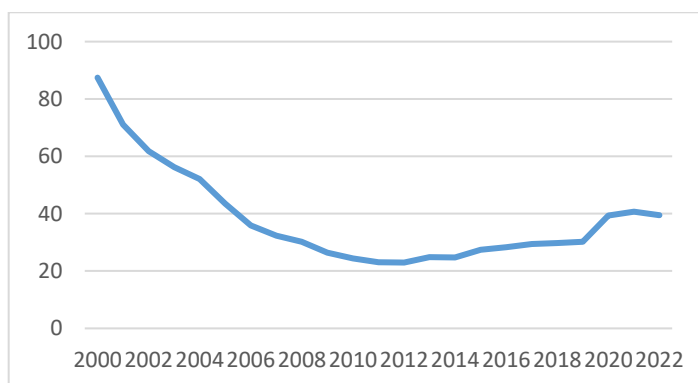
Keterbukaan ekonomi yang mengakibatkan peningkatan investasi asing dapat dilihat pada gambar 4. Apabila dilihat di gambar 4 menunjukkan jika kurva grafik investasi di Indonesia mendapati kenaikan yang stabil dari tahun 2000 sampai 2015. Namun terjadi penurunan yang sangat drastis di tahun 2016 diakibatkan penyesuaian tingkat suku bunga negara asing dan geopolitik lainnya yang kurang kondusif, dan di tahun 2017 sampai dengan 2019 investasi kembali meningkat tajam karena adanya kepercayaan investor pada perekonomian di Indonesia, namun pada tahun sempat 2020 mengalami penurunan

dikarenakan adanya covid-19 yang akhirnya pada tahun 2021 kembali bangkit. Hal ini dapat diketahui jika mayoritas sektor investasi asing dipengaruhi oleh industri logam dasar dan barang logam yang dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia tahun 2022.



Gambar 5 Grafik Pengeluaran Pemerintah di Indonesia tahun 2000-2022

Berdasarkan gambar 5 memperlihatkan jika jumlah pengeluaran pemerintah di Indonesia pada kurva mendapati naik turun yang cukup stabil tiap tahunnya, lewat peningkatan itu diharapkan dapat meningkatkan PDB di tahun 2000-2022 sehingga terbentuk pertumbuhan ekonomi yang makin baik dan stabil dan bisa meningkatkan kemakmuran kesejahteraan masyarakat. Hal ini dipengaruhi dengan terjadinya peningkatan pada pertumbuhan ekonomi dikarenakan adanya sektor inflasi yang relatif terkendali, sektor pada konsumsi masyarakat sektor kinerja ekspor yang kuat juga menopang laju pertumbuhan ekonomi, laju sektor pasar investasi Penanaman Modal Tetap Bruto (PMTB), dan terakhir sektor pengeluaran konsumsi pemerintah.



Gambar 6 Grafik hutang Luar Negeri di Indonesia tahun 2000-2022

Gambar 6 memperlihatkan jika pada kurva hutang luar negeri tahun 2000-2022 mendapati penurunan yang sangat drastis maka dapat ditarik kesimpulan hutang luar negeri menurun dari tahun 2000 sampai 2013, sejak 2014 sampai 2022 hutang luar negeri mengalami kenaikan meskipun tidak signifikan. Hutang luar negeri tidak dilakukan pemerintah guna meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia sehingga dapat dikatakan pemerintah

masih bisa meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan menyeimbangkan Anggaran Penerimaan dan Belanja Negara. Hal ini hutang Luar Negeri Pemerintah dipengaruhi pada sektor infrastruktur, perdagangan, energi, manufaktur, dan pertanian

Setelah melaksanakan pengumpulan data sampel yang diambil dari world bank dan IMF, maka langkah selanjutnya ialah pemilihan model guna pengujian data, dengan menguji normalitas data, uji asumsi klasik dimana mencakup uji autokorelasi, uji multikolinieritas, serta uji heteroskedastisitas, dan terakhir mengukur tingkat signifikansi tiap variabel independen pada variabel dependent dengan uji kelayakan model analisis regresi linier berganda yang memakai *software* Eviews12.

Tabel 1 Uji Asumsi Klasik

Uji	Variabel	Nilai Prob	Keterangan
Normalitas	Investasi Asing (X1), Pengeluaran	0,985036	Data Berdistribusi dengan normal
Heterokedastisitas	Pemerintah (X2), dan hutang Luar Negeri	0,1611	Tidak terjadi heterokedastisitas
Autokorelasi	(X3) Pengeluaran	0.7182	Tidak terjadi autokorelasi
Multikolinearitas	Pemerintah (X2), dan hutang Luar Negeri (X3)	2.010508 2.010508	Tidak terjadi adanya multikolinearitas

Berdasarkan uji normalitas itu bisa dijelaskan jika nilai probability sejumlah $0,985 >$ dari nilai tingkat kesalahan 5%, sehingga H_0 diterima sedangkan H_1 ditolak bisa diambil simpulan jika data pada riset ini terdistribusi normal atau terpenuhi. Uji multikolinieritas diatas memperlihatkan bahwa nilai Variance Inflation Factor (VIF) dengan total $4,021016 <$ 10 sehingga H_0 diterima sedang H_1 ditolak bisa diambil simpulan jika pada riset ini tidak terjadi multikolinieritas. Temuan dari uji autokolerasi itu, memperlihatkan jika nilai probability chi Square sejumlah $0.7182 >$ dari nilai tingkat kesalahan 5%, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima bisa diambil simpulan data riset ini dapat dinyatakan model regresi antara residual yang tidak terjadi autokorelasi. Pada temuan uji heteroskedastisitas memperlihatkan jika nilai Probability Chi Square sejumlah $0.1611 >$ nilai tingkat kesalahan 5% sehingga H_0 diterima dan H_1 ditolak bisa diambil simpulan data riset ini memakai model regresi mempunyai variabel residual yang terbebas dari heteroskedastisitas.

Tabel 2 Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Coefficient	t-Statistik	Probabilitas
C	2.670000000000	0.878414	0.3913
Investasi Asing	1.761457	1.336321	0.1981

Pengeluaran Pemerintah	9.975479	27.88752	0.0000
hutang Luar Negeri	4.1400000000	0.841665	0,4110
R-squared	0,995505		
Adjusted R-squared	0,994756		
F-statistik	1328.876		
Prob(F-statistik)	0,000000		

Berdasarkan tabel di atas, dalam riset ini persamaan regresi linier berganda ialah:

$Y = 2.670 + 1.761X_1 + 9.975X_2 + 4.140X_3 + e$. Pada Temuan persamaan regresi, variabel Investasi asing mempunyai koefisien baik yakni 1.761. Variabel Pengeluaran pemerintah mempunyai koefisien 9.975 dan Variabel hutang luar negeri mempunyai koefisien yakni 4.140. Namun dari uji signifikansi memperlihatkan: 1) Investasi Asing (X_1) mempunyai nilai signifikansi sejumlah $0.190 > 0.05$., maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Bisa dinyatakan, jika secara parsial variabel investasi asing tidak berdampak pertumbuhan ekonomi di Indonesia. 2) Pengeluaran Pemerintah (X_2) memiliki nilai signifikansi sejumlah $0.000 < 0.05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Bisa dinyatakan, jika secara parsial variabel pengeluaran pemerintah berdampak signifikan pada pertumbuhan ekonomi di Indonesia. 3) hutang Luar Negeri (X_3) mempunyai nilai signifikansi sejumlah $0.411 > 0.05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Bisa dinyatakan, jika secara parsial variabel hutang luar negeri tidak berdampak pada pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

Dari uji F statistik memperlihatkan Probabilitas (F-statistic) sejumlah $0.000 < 0.05$, berarti jika Investasi asing, Pengeluaran Pemerintah, dan hutang luar negeri secara bersamaan berdampak pada pertumbuhan ekonomi. Nilai koefisien determinasi (R square) sejumlah 0.995505 atau 99.55% pertumbuhan ekonomi Indonesia bisa dipaparkan oleh variabel investasi asing, pengeluaran pemerintah serta hutang luar negeri sedangkan sisanya 0.45% dipengaruhi variabel lain di luar riset ini.

Pengaruh Investasi Asing pada Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. Temuan analisis memperlihatkan jika variabel investasi asing tidak berdampak pada pertumbuhan ekonomi Indonesia. Temuan riset ini mempunyai kesamaan dengan riset Bintoro, (2022). Berdasarkan Temuan estimasi memakai model koreksi kesalahan metode Engle-Granger (ECM-EG), nilai koefisien penanaman modal asing langsung jangka pendek sejumlah 0,001264, probabilitas sejumlah 0,6579, dan penanaman modal asing langsung tidak signifikan. memengaruhi perekonomian Indonesia. Demikian pula dalam jangka panjang, nilai koefisiennya sejumlah - 0,007249 dan probabilitasnya sejumlah 0,1384 yang memperlihatkan jika FDI tidak memberikan dampak yang signifikan pada perekonomian Indonesia. Perihal itu wajib

memperoleh atensi dari pemerintah susah investasi asing di Indonesia benar-benar dapat memberikan peningkatan pada pertumbuhan ekonomi Indonesia. Keuntungan dari investasi asing umumnya langsung Kembali ke negara investor sehingga tidak membawa dampak pada pertumbuhan ekonomi Indonesia. Investasi yang padat modal juga tidak banyak memberikan lapangan kerja pada masyarakat sehingga tidak dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Oleh sebab itu perizinan investasi harus betul-betul penggunaannya guna pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Pengaruh Pengeluaran Pemerintah pada Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. Temuan analisis persamaan regresi linier berganda secara parsial memperlihatkan jika variabel pengeluaran pemerintah berdampak signifikan pada pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Temuan riset ini mempunyai kesamaan dengan riset Rini et al (2021) yang memperlihatkan jika pengeluaran pemerintah memberikan dampak baik pada pertumbuhan ekonomi Indonesia baik dalam jangka panjang ataupun pendek. Temuan ini relevan dengan teori belanja pemerintah yang mengatakan jika belanja pemerintah berdampak baik pada pertumbuhan ekonomi dengan meningkatkan belanja pemerintah dan meningkatkan penghasilan pemerintah. Temuan ini sesuai dengan konsep makroekonomi jika pengeluaran pemerintah merangsang perekonomian nasional, dengan asumsi jika seluruh pengeluaran pemerintah dipakai guna mendorong perkembangan aktivitas dan aktivitas ekonomi. Pengeluaran pemerintah ialah serangkaian output yang melibatkan pilihan dan keputusan yang dibuat oleh pemerintah guna menyediakan barang dan jasa pada masyarakat. Pengeluaran pemerintah ialah bagian dari kebijakan yang mengatur jalannya perekonomian lewat keputusan penerimaan dan pengeluaran pemerintah tiap tahunnya, dimana terinterpretasi dalam dokumen APBN dan APBD (Sukirno, 2016).

Pengaruh hutang Luar Negeri pada Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. Dari persamaan regresi linier berganda secara parsial diperoleh temuan jika variabel hutang luar negeri tidak berdampak pada pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Temuan riset ini didukung oleh riset Sari et al (2020) dimana mengatakan jika hutang luar negeri tidak berdampak pada pertumbuhan ekonomi. Temuan riset lain juga mendukung Temuan riset yang memperlihatkan jika hutang pemerintah dalam jangka panjang akan memberikan dampak penurunan pada pertumbuhan perekonomian dan sebaliknya jika hutang pemerintah dalam jangka pendek akan meningkatkan pertumbuhan perekonomian di Negara Nambia (Mosikari et al, 2021). Pemanfaatan hutang luar negeri yang tidak tepat tidak akan dapat memberikan kenaikan pada pertumbuhan ekonomi.

SIMPULAN

Berdasarkan dari temuan riset, bisa diambil simpulan jika secara parsial keterbukaan ekonomi yang dilihat dari variabel variable investasi asing dan hutang luar negeri tidak berdampak pada pertumbuhan ekonomi Indonesia. Sementara variable pengeluaran pemerintah berdampak pada pertumbuhan ekonomi Indonesia. Namun secara bersamaan ketiga variable itu dapat menjelaskan 99,5 % pada pertumbuhan ekonomi Indonesia. Maka pemerintah disarankan dalam pemanfaatan hutang luar negeri dipilih pos-pos yang dapat menaikkan PDB, bukan pos-pos yang bersifat konsumtif. Dari segi investasi asing perizinan dan pengawasan investasi asing harus benar-benar dipergunakan guna investasi yang bisa memberi lapangan kerja dan bisa memberi nilai tambah dalam negeri. Temuan keuntungan investasi harus ditanamkan kembali di Indonesia dan tidak langsung Kembali ke negara investor.

DAFTAR RUJUKAN

- Admi, R. (2022). Pengaruh Inflasi, Jumlah Penduduk, Dan Pengeluaran Pemerintah Terhadap Gdp Jepang Tahun 2011-2020. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 15(2), 76–87.
<https://doi.org/10.37479/jkeb.v15i2.18371>
- Aida, N., Ciptawaty, U., Gunarto, T., & Aini, S. (2021). Analisis Dampak Penanaman Modal Asing Dan Tenaga Kerja Asing Tiongkok terhadap Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 10(3), 159–167. <https://doi.org/10.23960/jep.v10i3.301>
- Bintoro, C. S. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Investasi Asing Langsung Di Indonesia. *Jurnal Economina*, 1(3), 547–562.
<https://doi.org/10.55681/economina.v1i3.131>
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Universitas Diponegoro.
- Hermawandi, Y. (2019). Ekonomi Politik Neoliberalisme International Monetary Fund (IMF). *KEMUDI : Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 3(2), 237–254.
<https://doi.org/10.31629/kemudi.v3i2.868>
- Mankiw, N. G. (2006). *Makro Ekonomi Edisi Keenam*. Gelora Aksara Pratama.
- Mosikari, T. J., & Eita, J. H. (2021). Asymmetric effect of government debt on GDP growth: evidence from Namibia. *Public Sector Economics*, 45(4), 543–558.
<https://doi.org/10.3326/pse.45.4.7>
- Nugraha, N., Kamio, K., & Gunawan, D. S. (2021). Faktor-Faktor Penyebab Utang Luar

- Negeri dan Dampaknya Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 21(1), 21. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v21i1.1160>
- Rini, D. A. M., & Yulistiyono, H. (2021). Pengeluaran Pemerintah, Akumulasi Modal, Pajak dan Ekspor terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 1100–1108. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/1043>
- Sadono, S. (2000). *Makro Ekonomi Modern: Perkembangan Pemikiran Dari Klasik Hingga Keynisian Baru*. Raja Grafindo Pustaka.
- Salim, H. (2012). *Hukum Investasi di Indonesia*. PT Raja Grafindo Persada.
- Sari, S., & Anggadha Ratno, F. (2020). Analisis utang luar negeri, suku bunga, inflasi dan tingkat suku bunga terhadap pertumbuhan ekonomi indonesia Tahun 2014-2019. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 5(2), 91–100. <https://doi.org/10.21067/jrpe.v5i2.4661>
- Sukirno, S. (2011). *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*. Rajawali Pers.



Pengaruh Harga, Citra Merek, Gaya Hidup dan *Co-Branding* terhadap Keputusan Pembelian Produk *Jims Honey* di Daerah Istimewa Yogyakarta

Yuliana Anisa Putri^{1*}, Dila Damayanti²

yulianaanisaputri03@gmail.com mail^{1*}, diladamayanti@stieww.ac.id²

^{1,2}Program Studi Manajemen

^{1,2}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha

Received: 25 02 2024. Revised: 08 03 2024. Accepted: 21 03 2024.

Abstract : Jims Honey products are known as an exclusive fashion brand, but when compared to other brands, Jims Honey products have a more affordable price range and are more popular. In the Special Region of Yogyakarta, this study intends to examine how factors including pricing, brand image, lifestyle, and *co-branding* impact Jims Honey product purchases. The major source of data for this descriptive study is a survey of research participants. Quantitative methods are also employed. One hundred people from the Special Region of Yogyakarta, Indonesia, who were between the ages of 17 and 26 made up the study's population. Jims Honey product purchases are positively and significantly impacted by pricing and brand perception, according to the study's findings.

Keywords : Price, Brand Image, Lifestyle, *Co-Branding*, Purchase Decisions

Abstrak : Produk *Jims Honey* dikenal sebagai salah satu brand *fashion* eksklusif namun jika dibandingkan dengan merek lainnya Produk *Jims Honey* memiliki range harga yang lebih terjangkau dan lebih banyak peminatnya. Di DIY, penelitian ini bermaksud untuk menguji bagaimana faktor-faktor termasuk harga, citra merek, gaya hidup, dan *co-branding* mempengaruhi pembelian produk *Jims Honey*. Sumber data utama untuk penelitian deskriptif ini adalah survei terhadap peserta penelitian. Metode kuantitatif juga digunakan. Seratus orang dari DIY, Indonesia, yang berusia antara 17 dan 26 tahun merupakan populasi penelitian. Pembelian produk *Jims Honey* dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh harga dan persepsi merek, menurut temuan penelitian.

Kata Kunci : Harga, Citra Merek, Gaya Hidup, *Co-Branding*, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Saat ini dunia usaha dapat dikatakan berkembang sangat pesat dan persaingannya sangat ketat. Salah satu bisnis yang paling banyak peminatnya adalah produk *fashion*. Menurut (Yulia Trisnawati, 2011) Persaingan produk *fashion* menjadi semakin kompetitif, dengan banyaknya jenis produk *fashion* dari dalam dan luar negeri yang beredar cukup baik di

Indonesia. Banyaknya produk *fashion* yang beredar di pasaran dapat mempengaruhi preferensi pembelian seseorang sehingga akan mempengaruhi keputusan pembelian. Dalam bahasa umum, "*fashion*" mengacu pada gaya pakaian. Pakaian adalah asosiasi yang umum dengan istilah "mode", tetapi pada kenyataannya, istilah ini mencakup semua tren masyarakat. Hal ini mencakup berbagai macam topik, seperti gaya, makanan, hiburan, dan produk konsumen. Yulia Trisnawati (2011) menyatakan bahwa istilah "*fashion*" memiliki banyak arti, termasuk gaya, cara, pakaian, dan pakaian. Pakaian, celana, dompet, sepatu, dan aksesoris lain yang menonjolkan penampilan pemakainya adalah contoh barang *fashion*.

Produk *Jims Honey* hanyalah salah satu contoh dari berbagai macam produk *fashion* yang dijual di Indonesia. Salah satu label *fashion* Indonesia yang terkenal adalah *Jims Honey*, yang dikenal dengan produk-produknya yang berkualitas tinggi. Salah satu merek lokal yang telah dikenal secara internasional adalah *Jims Honey*. Diluncurkan pada tahun 2014, *Jims Honey* merupakan label *fashion* asal Indonesia. Dompet adalah produk awal yang ditawarkan oleh label yang berbasis di Jakarta ini. Kemudian, pada tahun 2015, merek ini merambah ke produk tas, dan pada tahun 2017, perusahaan ini mulai dikenal dengan produk arlojinya. Antara tahun 2014 dan 2020, *Jims Honey* memiliki ratusan *reseller* di seluruh Indonesia. Produk-produk *Jims Honey* memiliki harga yang terjangkau dan memiliki model yang modern. Tas, dompet, dan jam tangan untuk pria dan wanita adalah beberapa dari sekian banyak produk yang tersedia dari *Jims Honey*.

Daerah Istimewa Yogyakarta mengalami peningkatan minat terhadap produk *Jims Honey* antara tanggal 29 September 2023 hingga 25 Oktober 2023, menurut grafik minat untuk produk *Jims Honey* di *Google Trends*. Sebagai kota dengan kepadatan penduduk yang tinggi dan banyak institusi Pendidikan. Yogyakarta terletak di Daerah Istimewa Indonesia, sehingga berpotensi menarik minat anak muda untuk berada di Daerah Istimewa Yogyakarta. Kesempatan untuk meluncurkan usaha yang sukses di bidang *fashion* pun muncul dengan sendirinya. Pasar anak muda dan dewasa saat ini sangat responsif terhadap merek-merek yang memiliki kehadiran *fashion* yang kuat. Oleh karena itu, orang-orang di Daerah Istimewa Yogyakarta yang berusia antara 17 hingga 26 tahun yang telah membeli produk *Jims Honey* menjadi subjek penelitian ini. Grafik perbandingan minat produk dari tahun 2022, yang dibuat oleh *Google Trends*, mengungkapkan bahwa dari lima merek lokal - *Jims Honey*, *Shopee Martin*, *Kalani*, *Visval*, dan *Berrybenka*. *Jims Honey* memiliki peminat produk paling banyak, yaitu sebanyak 3.017 orang. Penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan tersebut

dengan menyelidiki peran harga, citra merek, gaya hidup, dan variabel *co-branding* dalam membentuk keputusan konsumen untuk membeli produk *Jims Honey*.

Pembeli peduli dengan harga karena, pada umumnya, konsumen menimbang kualitas produk dengan anggaran mereka sebelum memutuskan untuk membelinya. Namun, mereka juga mempertimbangkan harga produk saat membuat keputusan pembelian. Harga produk atau layanan adalah jumlah yang harus dibayarkan oleh pembeli untuk mendapatkannya (Wolff et al., 2021). Dalam hal menjual produk di dunia bisnis, harga menjadi pertimbangan utama. Pelanggan selalu memeriksa harga, baik yang mahal maupun yang murah, saat mencari suatu produk. Oleh karena itu, harga yang diberikan menjadi faktor unik untuk dipikirkan sebelum melakukan pembelian atau memanfaatkan suatu jasa. Menurut (Armstrong & Kotler, 2008), ada lima indikator harga: berapa harga suatu produk, seberapa besar produk tersebut bersaing dengan produk sejenis, seberapa besar harga tersebut dalam hubungannya dengan manfaat yang ditawarkan, dan seberapa besar dampaknya terhadap daya beli pelanggan.

Citra merek didefinisikan sebagai representasi mental dari sebuah merek yang ada di benak konsumen (Kotler & Keller, 2009). Keputusan untuk membeli dipengaruhi oleh persepsi tentang merek. Selain memiliki produk berkualitas tinggi, reputasi merek ini didukung oleh fakta bahwa merek ini melayani berbagai macam konsumen Indonesia, mulai dari kelas menengah hingga kelas atas, dan sesuai dengan anggaran dan gaya hidup mereka. Keunggulan asosiasi merek, kekuatan asosiasi, dan keunikan asosiasi adalah metrik yang digunakan untuk mengukur citra merek (Kotler & Keller, 2016). Pada saat yang sama, kehidupan modern biasanya ditandai dengan kecenderungan untuk mengikuti tren. Anda dapat mempercayai *Jims Honey* untuk menyediakan hal-hal yang sesuai dengan gaya hidup masa kini. Setiap demografi kini dipengaruhi oleh pilihan gaya hidup (Pulungan & Febriaty, 2018). Proses mempengaruhi orang untuk mengubah cara hidup mereka, dimulai dari apa yang mereka kenakan dan cara mereka bersosialisasi. Aktivitas, minat, dan opini merupakan indikator yang digunakan untuk mengukur gaya hidup (Mandey, 2009).

Menurut (Kotler & Armstrong, 2012), salah satu jenis pemasaran adalah *co-branding*, yang melibatkan pengintegrasian produk mereka dengan cara yang berbeda dengan produk perusahaan lain. Dua atau lebih merek terkenal disebut *co-branding* ketika mereka ditetapkan sebagai satu merek atau diperkuat dengan penggunaan merek gabungan. Hal ini dapat terjadi dalam berbagai konteks, termasuk penciptaan produk bersama atau pemasaran produk yang berbeda namun terkait. Indikator keberhasilan *co-branding* adalah sebagai berikut: pengenalan merek yang memadai, ekuitas merek yang kuat, kesuksesan finansial, dan asosiasi (Alvian,

2023). Tjiptono (2014) menyatakan bahwa ketika konsumen melakukan pembelian, pertamanya mereka mengidentifikasi masalah, kemudian mengumpulkan informasi tentang berbagai merek dan barang, dan akhirnya menilai seberapa efektif setiap solusi mengatasi masalah tersebut. Indikator dari keputusan pembelian adalah sebagai berikut (Keller & Kotler, 2012): stabilitas produk, yang terjadi ketika pelanggan secara konsisten memilih suatu produk yang ingin dibeli; kebiasaan membeli, yang terjadi ketika pelanggan sudah terbiasa melakukan pembelian pada suatu produk; merekomendasikan produk kepada orang lain; dan, terakhir, kepercayaan konsumen, yang terjadi ketika pelanggan ingin orang lain merasakan manfaat dari produk yang telah dibelinya dan melakukan pembelian ulang.

Beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian pelanggan, menurut (Kotler, 2005). Keinginan yang paling mendasar adalah pertama dipengaruhi oleh pengaruh budaya. Kedua, pengaruh status sosial dan variabel sosial lainnya, termasuk keluarga dan kelompok referensi. Kategori ketiga terdiri dari karakteristik individu, seperti usia, profesi, status sosial ekonomi, dan cara hidup. Motif, persepsi, kepercayaan, dan sikap merupakan komponen psikologis yang membentuk faktor keempat. Karena reputasi *Jims Honey* dalam menyediakan barang-barang bermerek lokal dengan harga terjangkau, banyak orang yang telah menggunakan produknya untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka sesuai dengan gaya hidup modern sejak didirikan. Akibatnya, penelitian yang melibatkan produk *Jims Honey* menarik perhatian para peneliti. Di Daerah Istimewa Yogyakarta, penelitian ini bertujuan untuk menguji bagaimana faktor-faktor seperti harga, citra merek, gaya hidup, dan *co-branding* mempengaruhi pembelian produk *Jims Honey*.

METODE PENELITIAN

Untuk mengetahui seberapa banyak orang di Daerah Istimewa Yogyakarta yang membeli produk *Jims Honey*, peneliti menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Informasi kuantitatif merupakan tulang punggung dari penelitian ini. Data yang digunakan dalam penelitian kuantitatif biasanya disajikan dalam bentuk grafik atau tabel dan berasal dari data numerik yang telah diperiksa dengan menggunakan metode statistik. Penelitian ini menggunakan IBM SPSS Statistics 25 untuk pengujian data. Partisipan dalam penelitian ini adalah orang dewasa (usia 17-26 tahun) yang berasal dari Daerah Istimewa Yogyakarta yang pernah membeli produk *Jims Honey*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat di Daerah Istimewa Yogyakarta karena *Jims Honey* memiliki banyak cabang *offline store* dan *reseller* di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, sebuah strategi pengambilan *sampel non-probabilitas*, untuk proses pengambilan sampel. Tujuan dari metode ini adalah untuk mendefinisikan populasi penelitian. Sampel dipilih dengan hati-hati dalam pendekatan ini. Konsumen di Daerah Istimewa Yogyakarta yang berusia antara 17 hingga 26 tahun dan pernah melakukan pembelian langsung produk *Jims Honey* adalah yang dipilih untuk penelitian ini. Seratus penduduk Daerah Istimewa Yogyakarta berpartisipasi dalam survei ini. Untuk memastikan ukuran sampel dalam penelitian ini, digunakan rumus *Lemeshow*. Penelitian dalam studi ini menggunakan sumber informasi primer dan sekunder. Dalam penelitian ini, kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data. Dalam penelitian ini, data, informasi, dan fakta yang terjadi di lapangan dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Dengan menggunakan *platform Google-Form*, kuesioner ditulis dan diisi secara *online*. Survei ini dilakukan melalui *Instagram, Facebook, dan Whatsapp*. Dalam penelitian ini, Skala Likert digunakan sebagai alat ukur.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan *Jims Honey*. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 sampel. Penelitian ini menggunakan data primer dengan cara menyebar kuesioner melalui *google form*, responden diminta untuk mengisi kuesioner tersebut. Data ini dibagi menjadi beberapa karakteristik responden yaitu berdasarkan usia, jenis kelamin dan pekerjaan. Deskripsi data karakteristik responden sebagai berikut.

Karakteristik Berdasarkan Usia

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Respoden	
	Frekuensi	Persentase
17-20 Tahun	13	13%
20-23 Tahun	50	50%
24-26 Tahun	37	37%
Total	100	100%

Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Respoden	
	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	11	11%
Perempuan	89	89%
Total	100	100%

Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pekerjaan	Jumlah Respoden	
	Frekuensi	Persentase
Pelajar	1	1%
Mahasiswa	37	37%
Sudah Bekerja	62	62%
Total	100	100%

Hasil uji analisis data dalam peelitian ini menggunakan program IBM SPSS Statistik 25, sebagai berikut.

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Harga	0,743	Reliabel
Citra Merek	0,769	Reliabel
Gaya Hidup	0,778	Reliabel
Co - Branding	0,835	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,747	Reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas diketahui nilai cronbach alpha vaiabel harga, citra merek, gaya hidup, *co-branding*, dan keputusan pembelian lebih besar dari 0,60. Oleh karena itu, jawaban-jawaban responden dari variabel penelitian tersebut dinyatakan reliabel.

Tabel 5. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.08979952
Most Extreme Differences	Absolute	.068
	Positive	.058
	Negative	-.068
Test Statistic		.068
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Hasil uji normalitas menggunakan One-Sample diketahui bahwa signifikansi 0,200 lebih besar dari 0,05 yang berarti bahwa nilai seluruh variabel berdistribusi normal dan layak digunakan.

Tabel 6. Uji Multikoleniaritas

Variabel Bebas	Tolerance	VIF	Keterangan
Harga	0,614	1,628	Tidak multikoleniaritas
Citra Merek	0,697	1,434	Tidak multikoleniaritas

Gaya Hidup	0,724	1,381	Tidak multikoleniaritas
<i>Co-Branding</i>	0,957	1,045	Tidak multikoleniaritas

Berdasarkan hasil uji multikoleniaritas bahwa nilai hasil tolerance seluruh variable lebih dari 0,10 dan nilai VIF seluruh variable lebih kecil dari 10, sehingga tidak ada masalah multikolinearitas. Uji Heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaaksamaan varian dan residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Untuk menguji ada atau tidaknya masalah heterokedastisitas dalam penelitian ini dapat dilihat dalam model tabel *glejser* sebagai berikut.

Tabel 7. Uji Heterokedastisitas

Variabel Bebas	Sig	Keterangan
Harga	0,527	Tidak heteroskedastisitas
Citra Merek	0,508	Tidak heteroskedastisitas
Gaya Hidup	0,534	Tidak heteroskedastisitas
<i>Co-Branding</i>	0,053	Tidak heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil uji multikoleniaritas bahwa nilai hasil signifikansi pada uji *glejser* lebih dari 0,05. Maka dapat diketahui bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas karena nilai signifikansi >0,05.

Tabel 8. Uji t

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1.889	1.335		1.415	.160
	Harga	.332	.082	.389	4.047	.000
	Citra Merek	.401	.123	.295	3.273	.001
	Gaya Hidup	.191	.114	.148	1.678	.097
	<i>Co-Branding</i>	-.019	.034	-.042	-.543	.588

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Hasil analisis harga, diketahui t hitung 4,047 dengan tingkat signifikansi 0,000 sedangkan nilai t tabel pada signifikansi 0,050 dan t tabel 1,985 hasil uji t menjelaskan bahwa t hitung lebih dari t tabel yaitu $4,047 > 1,985$ dan signifikansi $0,000 < 0,050$. Hasil analisis menunjukkan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sehingga H1 diterima. Hasil analisis citra merek, diketahui t hitung 3,273 dengan tingkat signifikansi 0,001 sedangkan nilai t tabel pada signifikansi 0,050 dan t tabel 1,985 hasil uji t menjelaskan bahwa t hitung lebih dari t tabel yaitu $3,273 > 1,985$ dan signifikansi $0,000 < 0,050$. Hasil analisis menunjukkan citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sehingga H2 diterima.

Hasil analisis gaya hidup, diketahui t hitung 1,678 dengan tingkat signifikansi 0,097 sedangkan nilai t tabel pada signifikansi 0,050 dan t tabel 1,985 hasil uji t menjelaskan bahwa t hitung kurang dari t tabel yaitu $1,678 < 1,985$ dan signifikansi $0,097 > 0,050$. Hasil analisis menunjukkan gaya hidup tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sehingga H3 tidak diterima. Hasil analisis *co-branding*, diketahui t hitung -0,543 dengan tingkat signifikansi 0,588 sedangkan nilai t tabel pada signifikansi 0,050 dan t tabel 1,985 hasil uji t menjelaskan bahwa t hitung kurang dari t tabel yaitu $-0,543 < 1,985$ dan signifikansi $0,588 > 0,050$. Hasil analisis menunjukkan *co-branding* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sehingga H4 tidak diterima.

Tabel 9. Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	101.061	4	25.265	20.414	.000 ^b
Residual	117.579	95	1.238		
Total	218.640	99			

Diketahui nilai F hitung 20,414 dengan signifikansi 0,000 sedangkan F tabel 2,466 dan signifikansi 0,050. Hasil uji F menunjukkan bahwa F hitung > dari F tabel atau $20,414 > 2,466$ dan signifikansi $0,000 < 0,050$. Hasil analisis menunjukkan terdapat pengaruh secara bersama-sama antara harga, citra merek, gaya hidup, dan *co-branding* terhadap keputusan pembelian.

Tabel 10. Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.680 ^a	.462	.440	1.113
a. Predictors: (Constant), <i>Co-Branding</i> , Gaya Hidup, Citra Merek, Harga				

Diketahui nilai R square sebesar 0,462 hal ini berarti bahwa pengaruh harga, citra merek, gaya hidup dan *co-branding* secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian sebesar 46,2% dan sisanya di pengaruhi faktor lain yang tidak diteliti penulis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Jims Honey di Daerah Istimewa Yogyakarta. Dilihat dari tingkat signifikansi variabel harga memiliki nilai $0,000 < 0,050$ dan nilai t hitung lebih dari t tabel yaitu $4,047 > 1,985$, maka hipotesis 1 diterima. Citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Jims Honey di Daerah Istimewa Yogyakarta. Dilihat dari tingkat signifikansi variabel citra merek memiliki nilai $0,000 < 0,050$ dan nilai t hitung lebih

dari t tabel yaitu $3,273 > 1,985$ maka hipotesis 2 diterima. Gaya hidup tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Jims Honey di Daerah Istimewa Yogyakarta. Dilihat dari tingkat signifikansi variabel gaya hidup yaitu memiliki nilai signifikansi $0,097 > 0,050$ dan nilai t hitung kurang dari t tabel yaitu $1,678 < 1,985$ maka hipotesis 3 tidak diterima/ditolak. *Co-branding* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Jims Honey di Daerah Istimewa Yogyakarta. Dilihat dari tingkat signifikansi variabel *co-branding* yaitu memiliki nilai signifikansi $0,588 > 0,050$ dan nilai t hitung kurang dari t tabel yaitu $-0,543 < 1,985$ maka hipotesis 4 tidak diterima/ditolak.

Hal ini tidak sejalan dengan penelitian terdahulu yaitu menurut (Anggraeni, 2023) yang berjudul Pengaruh Citra Merek, *Celebrity Endorsement* dan *Price Discount* terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk "Jims Honey" di Kecamatan Ambulu Kabupaten Jember yang hasilnya citra merek (X1) tidak mempengaruhi konsumen memutuskan untuk membeli produk *Jims Honey* di Kecamatan Ambulu. Hasil pengujian hipotesis nilai thitung $0,062 \geq$ ttabel $1,660$ signifikansinya $0,950 \geq 0,05$. Berarti H1 ditolak, artinya semakin menurun citra merek maka semakin turun juga keputusan konsumen untuk membeli produk *Jims Honey*.

SIMPULAN

Temuan menunjukkan bahwa di Daerah Istimewa Yogyakarta, konsumen dipengaruhi oleh harga, citra merek, gaya hidup, dan *co-branding* ketika membuat keputusan pembelian untuk produk *Jims Honey*. Namun, tidak ditemukan adanya pengaruh yang signifikan dari gaya hidup atau *co-branding* dalam mempengaruhi keputusan pembelian.

DAFTAR RUJUKAN

- Alvian, M. N. A. (2023). *Produk terhadap minat beli produk sepatu lokal compass edisi "which pablo are you today" (studi pada mahasiswa fakultas bahasa dan ilmu komunikasi universitas islam sultan agung semarang)*.
<https://repository.unissula.ac.id/31584/>
- Anggraeni, T. (2023). *Pengaruh Citra Merek, Celebrity Endorsement dan Price Discount terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk "Jims Honey" di Kecamatan Ambulu Kabupaten Jember*. <http://digilib.uinkhas.ac.id/22185/>
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi 12). Erlangga.
- Keller, K. L., & Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12). Erlangga.
- Kotler, & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13 (ed.)). Erlangga.

- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 dan Jilid 2*. Gramedia.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles Of Marketing*. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Mandey, Silvy L. (2009). *Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian*. Fakultas Ekonomi Unsrat.
- Pulungan, D. R., & Febriaty, H. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), 1–8. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1410873>
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Andi Offset.
- Wolff, M., Tumbuan, W. J. F. A., & Lintong, D. C. A. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Smartphone* Merek *Iphone* pada Kaum Perempuan Milenial di Kecamatan Tahuna. *Ekonomi Bisnis Manajemen dan Akuntansi (EBMA)*, 10(1), <https://doi.org/10.35794/emba.v10i1.39411>
- Yulia Trisnawati, T. (2011). Fashion sebagai Bentuk Ekspresi Diri dalam Komunikasi. *The Messenger*, III(1), 36–47. <http://dx.doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.268>



Analisis Minat Penggunaan Transportasi *Online Maxim* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang

Dina Afrilya^{1*}, Efriyani Sumastuti², Rita Meiriyanti³

dinafrilya12@gmail.com^{1*}

^{1,2,3}Program Studi Manajemen

^{1,2,3}Universitas PGRI Semarang

Received: 15 02 2024. Revised: 01 03 2024. Accepted: 21 03 2024.

Abstract : This research aims to test hypotheses and explain phenomena in the form of relationships between variables, namely brand image, price, word of mouth, brand trust, and service quality on interest in using Maxim online transportation among students at the Faculty of Economics and Business, PGRI University Semarang. This research uses a quantitative approach method. The data analysis technique used in this research is multiple linear regression with testing using SPSS. The test results show that brand image and price have no influence on interest in using Maxim online transportation. Word of mouth, brand trust, and service quality have a significant positive influence. Brand image, price, word of mouth, brand trust, and service quality simultaneously influence positively and significantly. The importance of managing and improving a number of aspects in creating a positive and enjoyable image for users. The positive influence of this combination of variables can indicate the existence of a mutually reinforcing interaction or relationship between the variables.

Keywords : Intention to Use, Online Transportation, Maxim.

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis dan menjelaskan fenomena dalam bentuk hubungan antar variabel-variabel, yaitu *brand image*, harga, *word of mouth*, *brand trust*, dan kualitas pelayanan terhadap minat penggunaan transportasi *online Maxim* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dengan pengujian menggunakan SPSS. Hasil pengujian menunjukkan *brand image* dan harga tidak memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan transportasi *online Maxim*. *Word of mouth*, *brand trust*, dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif signifikan. *Brand image*, harga, *word of mouth*, *brand trust*, dan kualitas pelayanan secara bersamaan mempengaruhi secara positif dan signifikan. Pentingnya mengelola dan meningkatkan sejumlah aspek dalam menciptakan gambaran positif dan menyenangkan bagi pengguna. Pengaruh positif dari kombinasi variabel tersebut bisa menunjukkan adanya interaksi atau hubungan yang saling memperkuat antar variabel.

Kata Kunci : Minat Penggunaan, Transportasi Online, Maxim.

PENDAHULUAN

Pada era digital seperti saat ini, aplikasi layanan jasa telah menjadi salah satu pilihan utama yang tersedia bagi masyarakat untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Aplikasi-aplikasi tersebut menyediakan berbagai layanan, seperti transportasi, pengiriman makanan, dan jasa lainnya yang dapat diakses secara mudah melalui perangkat seluler. Salah satu manfaat utama dari penggunaan aplikasi transportasi *online* adalah kemudahan aksesibilitas (Djundharto Djajasinga, 2022). Saat ini, terdapat beberapa aplikasi transportasi *online* yang populer di Indonesia seperti *Grab*, *Gojek*, *Maxim*, *Anterin*, *InDriver*, dan sebagainya. Aplikasi-aplikasi tersebut sangat memudahkan aktivitas konsumen yang ingin berpergian kemanapun, ingin membeli makanan tanpa langsung datang ke tempat makan yang diinginkan, atau ingin mengirimkan barang tanpa harus mengirimkannya sendiri. Aplikasi tersebut mudah proses pembayaran, pengguna dapat melihat biaya perjalanan sebelum memesan, dan pembayaran dilakukan secara elektronik maupun tunai sehingga memudahkan pengguna. Selain itu, aplikasi ini mencatat riwayat perjalanan pengguna, membuatnya lebih mudah untuk melacak pengeluaran perjalanan.

Aplikasi transportasi *online* sering kali mempunyai fitur keamanan yang meningkatkan perlindungan bagi penggunanya (Indriyarti & Wijihastuti, 2021). Menurut survei Indef tahun 2023, Di Indonesia, Gojek merupakan layanan ojek *online* yang paling banyak digunakan. Ditemukan bahwa 82% konsumen transportasi *online* menggunakan Gojek, 53% menggunakan Grab, serta perusahaan lain seperti Maxim dan InDriver masing-masing sebesar 19,6% dan 4,9%. Selain itu, menurut survei dari GoodStats tahun 2023 layanan ojek *online* pilihan Masyarakat Indonesia di posisi pertama adalah Gojek dengan 54,4%. Di urutan kedua ada Grab dengan persentase 29,9%, disusul Maxim 12,3%, InDriver 2,4%, dan sisanya 0,9% memilih layanan ojek *online* lainnya. Gambar 1. menampilkan grafik survei Indef.



Gambar 1. Grafik survei layanan ojek *online* pilihan

Salah satu aplikasi yang telah sukses mendapatkan popularitas adalah aplikasi *Maxim*, yang menawarkan layanan transportasi *online* yang efisien dan nyaman bagi para penggunanya (Chen, H., Yan, X., Liu, X. *et al*, 2023; Triki, C., Hasan, M.R. & Elomri, A, 2023). *Maxim* merupakan perusahaan transportasi *online* berbasis *web* Rusia yang bekerja di Indonesia termasuk Semarang. Sejak diluncurkan perdana pada tahun 2018 terjadi perluasan layanan transportasi *online Maxim* dengan berdirinya di Jakarta di bawah PT. Teknologi Perdana Indonesia. Di Indonesia, *Maxim* kini hadir di 47 kota. *Maxim* adalah aplikasi pelayanan jasa yang menyediakan layanan transportasi di beberapa negara, termasuk Indonesia, Filipina, Singapura, dan Thailand. Meskipun tidak setenar atau seterkenal *Grab* dan *Gojek*, *Maxim* telah berhasil memperoleh popularitas yang signifikan di beberapa pangsa pasar di mana mereka beroperasi (Yolanda, I. N., Bakti, D. K., & Nugeraha, P, 2023; Warraihan, D. A., Permana, I., Mustakim, M., & Novita, R, 2023).

Citra merek, harga, informasi dari mulut ke mulut, kepercayaan merek, dan kualitas layanan yang disediakan oleh *Maxim* merupakan sejumlah faktor yang sangat relevan untuk dipikirkan. Faktor kunci yang dapat mempengaruhi minat menggunakan adalah *brand image* (Zhang, X., Li, Y., Pei, H. *et al*, 2023; Tosun, P., Yanar Gürce, M, 2022). Faktor kunci selanjutnya yang mempengaruhi minat penggunaan konsumen adalah harga. Perusahaan *Maxim* menawarkan tarif biaya umumnya akan lebih murah dibandingkan transportasi berbasis internet lainnya. *Word of mouth* atau rekomendasi dari orang lain juga memainkan peran penting dalam mempengaruhi minat penggunaan konsumen (Haj Khalifa, A., Najaf, K., Atayah, O.F. *et al*, 2023; Stribbell, H., Duangekanong, S, 2022).

Menurut Nielsen (2015), di Asia Tenggara 88% konsumen mempercayai saran atau rekomendasi dari orang lain. Selain itu, kualitas layanan yang diberikan oleh *Maxim* juga mempengaruhi minat konsumen dalam menggunakannya. Menurut survei oleh PwC (2017), 73% konsumen menganggap pengalaman pelanggan yang baik adalah faktor yang penting dalam keputusan pembelian. (Mosavi & Ghaedi dalam Oktavia & Ekowati, 2023) menyatakan pandangan pelanggan terhadap bagaimana suatu produk atau layanan tertentu sesuai dengan harapan yang mereka miliki sebelumnya juga tercermin dalam kepercayaan merek mereka, yang didasarkan pada pengalaman mereka sebelumnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, dengan menggunakan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, mengapa layanan jasa ojek *online Maxim* (2018) berada di posisi nomor 3 di bawah layanan jasa ojek *online Gojek* (2009) kemudian di posisi kedua ada *Grab* (2012) dengan berbagai strategi yang telah dilakukan oleh *Maxim*, namun belum bisa menarik minat dari para konsumen. Dalam

konteks aplikasi *Maxim*, penelitian ini diharapkan dapat secara efektif memecah dan membedakan dampak citra merek (*Brand Image*), harga, *word of mouth*, kepercayaan merek, dan kualitas layanan dalam minat menggunakan layanan mereka.

Definisi minat menggunakan (*Behavioral Intention to Use*) adalah tingkat ketertarikan dan preferensi suatu individu terhadap suatu produk, layanan, teknologi, atau aktivitas tertentu (Davis, 1989). Kotler dalam Fatonah & Hendratmoko (2020) menyatakan setelah terpicu oleh suatu produk yang dilihatnya, minat tersebut berkembang menjadi keinginan untuk menguji barang tersebut sebelum akhirnya tertarik untuk membelinya dan menjadikannya hak milik. Persepsi atau kesan konsumen terhadap suatu merek atau produk dikenal dengan istilah *brand image* (Kotler, 2009; Huda, M., & Hartati, N. 2021). *Brand image* dapat dipengaruhi dengan berbagai cara oleh pengalaman pribadi pelanggan, iklan, rekomendasi, dan interaksi dengan merek. Istilah "citra merek" atau *brand image* menggambarkan memori skematis suatu merek, yang mencakup pemahaman tentang target pasar, karakteristik produk, keunggulan, dan manfaat serta skenario penggunaan, konsumen, dan produsen (Hawkin dan Mothersbaugh dalam Firnanda & Asnawati 2017). Menurut Kotler et al., (2009) menyatakan, salah satu komponen bauran pemasaran yang mendatangkan uang adalah harga. Sedangkan menurut Tjiptono (2007) harga adalah sejumlah uang atau nilai lainnya (dalam bentuk barang atau pembayaran administratif lainnya) yang digunakan sebagai imbalan untuk membeli suatu produk atau layanan.

Selanjutnya, *word of mouth* merupakan penyebaran informasi terkait produk yang menguntungkan dari mulut ke mulut kepada orang lain, sehingga menimbulkan kepercayaan terhadap produk tersebut (Harrison Walker, 2001). *Word of mouth* adalah proses melalui komunikasi verbal menyebarkan pesan atau informasi tentang suatu merek, produk, atau layanan dari individu ke individu lain (Kotler dan Keller, 2009). Kecenderungan pelanggan untuk percaya pada suatu merek meskipun ada bahaya yang dihadapinya karena mereka mengharapkan hasil yang menguntungkan dari merek tersebut dikenal sebagai kepercayaan merek (Lau dan Lee, 1999; Azhar, M., Husain, R., Hamid, S. et al , 2023; Kankam, G., Charnor, I.T, 2023). Menurut Ballester (2003) konsumen yang berkomunikasi dengan suatu merek merasa aman, dan kepercayaan diri ini berasal dari persepsi mereka bahwa merek tersebut memperhatikan kepentingan dan kesejahteraan mereka. Ibrahim dalam Hardiyansyah (2011) menyatakan kualitas pelayanan merupakan keadaan dinamis yang memuaskan atau bahkan melampaui harapan pengguna jasa dalam konteks barang, layanan, individu, prosedur, dan lingkungan. Untuk memenuhi atau bahkan melampaui tingkat kualitas layanan yang

disyaratkan, kualitas layanan adalah situasi yang berubah-ubah secara aktif yang terhubung secara langsung dengan produk, layanan, tenaga kerja, prosedur, dan lingkungan (Tjiptono, 2007).

Artikel ini untuk memberikan kontribusi baru terhadap pengetahuan di bidang tertentu, seperti perilaku konsumen, pemasaran, atau transportasi, dengan mempelajari minat dan preferensi mahasiswa terhadap penggunaan layanan transportasi *online*. Studi ini dilakukan untuk memahami tren dan preferensi penggunaan transportasi *online* di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang. Hal ini dapat memberikan wawasan penting bagi penyedia layanan transportasi *online* lokal untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif. Selain itu, untuk memberikan wawasan kepada pemangku kepentingan bisnis, seperti perusahaan transportasi *online*, tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan layanan mereka di kalangan mahasiswa ekonomi dan bisnis. Artikel ini menarik karena memberikan perbandingan dengan penelitian sebelumnya untuk menunjukkan bagaimana minat penggunaan layanan transportasi *online* berbeda di antara kelompok demografis tertentu, seperti mahasiswa ekonomi dan bisnis. Pada artikel ini juga membahas implikasi praktis dari temuan penelitian, seperti saran untuk perusahaan transportasi *online* dalam meningkatkan layanan mereka atau untuk pengambil kebijakan dalam merancang regulasi yang mempromosikan pertumbuhan industri transportasi *online*.

METODE PENELITIAN

Metodologi kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Seluruh partisipan survei merupakan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang. Penentuan jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan Rumus Slovin menurut Sugiyono (2015). Besar sampel dihitung dengan menggunakan Rumus Slovin yang menetapkan besar sampel sebanyak 94 responden. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang yang sebelumnya pernah menggunakan layanan transportasi *online Maxim* dipilih sebagai responden. Pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* (Babbie, 2004), yang termasuk ke dalam *non-probability sampling*. Analisis dokumen dan penggunaan survei *online* melalui *Google Form* yang disebarluaskan melalui aplikasi *WhatsApp* merupakan bagian dari proses pengumpulan data. Dengan menggunakan *software* statistik SPSS versi 24, dilakukan regresi linier berganda, pengujian instrumen penelitian, dan pengujian asumsi klasik dalam proses analisis data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan jumlah sampel sebanyak 94 responden, digunakan untuk mengumpulkan data dari responden melalui kuesioner *Google Form*. Berikut hasil dari pengujiannya.

Karakteristik responden. Deskripsi mengenai identitas responden dari sampel penelitian ini yang terdiri dari Jenis Kelamin, Usia, Angkatan, Program Studi, dan Banyaknya Menggunakan *Maxim* pada Tabel 1. sebagai berikut:

Tabel 1. Identitas responden

	Frekuensi	%
Jenis Kelamin		
Laki-laki	19	20,2%
Perempuan	75	79,8%
Usia		
18-19	24	25,5%
20-21	52	55,3%
22-23	17	18,1%
24-25	0	0%
>25	1	1,1%
Angkatan		
2020	42	44,7%
2021	22	23,4%
2022	14	14,9%
2022	1	1,1%
2023	12	12,7%
2023	3	3,2%
Program Studi		
Manajemen	42	44,7%
Manajemen	22	23,4%
Manajemen	14	14,9%
Bisnis Digital	1	1,1%
Manajemen	12	12,7%
Bisnis Digital	3	3,2%
Banyaknya Menggunakan Maxim		
1 Kali	48	51,1%
2-10 Kali	31	33%
>10 Kali	15	16%

Uji validitas yang dilakukan ditampilkan pada Tabel 2:

Tabel 2. Hasil uji validitas

Variabel	Sig	Keterangan
<i>Brand Image</i> (X ₁)	0,000	Valid
Harga (X ₂)	0,000	Valid
<i>Word Of Mouth</i> (X ₃)	0,000	Valid

<i>Brand Trust</i> (X ₄)	0,000	Valid
Kualitas Pelayanan (X ₅)	0,000	Valid
Minat Penggunaan (Y)	0,000	Valid

Tabel 2 menampilkan seluruh pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05, agar seluruh indikator dapat dianggap reliabel atau layak digunakan sebagai instrumen penelitian atau alat ukur terhadap variabel-variabel yang diteliti.

Uji Reliabilitas yang dilakukan ditampilkan pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil uji reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
<i>Brand Image</i> (X ₁)	0,897	<i>Reliable</i>
Harga (X ₂)	0,964	<i>Reliable</i>
<i>Word Of Mouth</i> (X ₃)	0,945	<i>Reliable</i>
<i>Brand Trust</i> (X ₄)	0,962	<i>Reliable</i>
Kualitas Pelayanan (X ₅)	0,962	<i>Reliable</i>
Minat Penggunaan (Y)	0,934	<i>Reliable</i>

Tabel 3. menunjukkan bahwa tiap nilai *Cronbach Alpha* variabel penelitian lebih besar dari 0,70 atau 0,80. Hal ini membawa pada kesimpulan bahwa setiap item atau pernyataan yang diuji dinyatakan dapat diandalkan (Reliabel) atau stabil.

Hasil uji normalitas yang dilakukan adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Residual	
N		94	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	3.19831959	
Most Extreme Differences	Absolute	.098	
	Positive	.092	
	Negative	-.098	
Test Statistic		.098	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.026 ^c	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.311 ^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.299
		Upper Bound	.323

Hasil uji Kolmogorov-Smirnov terhadap data yang diuji dengan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* dilihat dari nilai *Monte Carlo P-Values* karena apabila menggunakan *Asymptotic P-Values* data tidak terdistribusi normal, sehingga menggunakan alternatif *Monte*

Carlo P-Values dan didapatkan hasil yang menunjukkan nilai Monte Carlo Sig. (2-tailed) $0,311 > 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa data tersebut terdistribusi normal.

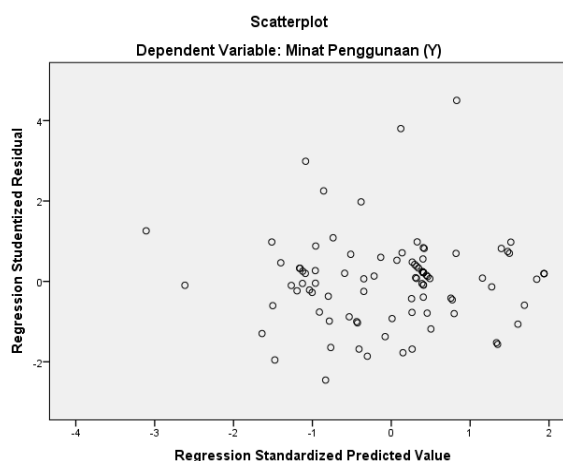
Hasil pengujian multikolinearitas yang dilakukan adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil uji multikolinearitas

Model		Coefficients ^a Unstandardized		Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1.146	2.243		
	Brand Image (X1)	-.004	.105	.258	3.877
	Harga (X2)	.081	.071	.332	3.010
	Word Of Mouth (X3)	.365	.113	.194	5.147
	Brand Trust (X4)	-.225	.097	.170	5.894
	Kualitas Pelayanan (X5)	.505	.058	.350	2.855

Tabel 5 menunjukkan bahwa nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) masing-masing variabel independen dalam penelitian ini kurang dari 10 (<10). Uji multikolinearitas. Selanjutnya nilai toleransi masing-masing variabel independen lebih dari 0,01. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel independen yang diteliti tidak menunjukkan adanya multikolinearitas.

Berikut uji heteroskedastisitas yang dilakukan:



Gambar 2. Hasil uji heterokedastisitas

Dapat dikatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas karena distribusi titik-titik yang tersebar dan tidak linier pada Gambar 2 di atas tidak mengikuti pola atau aliran tertentu.

Tabel 6. di bawah ini menampilkan hasil uji regresi linier berganda.

Tabel 6. Hasil uji regresi linier berganda

Model	Coefficients ^a		t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		

	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.146	2.243			
<i>Brand Image</i> (X1)	-.004	.105	.003	.035	.972
Harga (X2)	.081	.071	.101	1.152	.253
<i>Word Of Mouth</i> (X3)	.365	.113	.371	3.240	.002
<i>Brand Trust</i> (X4)	-.225	.097	-.284	-2.314	.023
Kualitas Pelayanan (X5)	.505	.058	.749	8.781	.000

Tabel 6. di atas menggambarkan hasil pengolahan data SPSS. Hasil persamaan regresi linear sebagai berikut: $Y = -1,146 - 0,004X_1 + 0,081X_2 + 0,365X_3 - 0,225X_4 + 0,505X_5$. Hasil nilai konstanta menunjukkan bahwa nilai minat memanfaatkan transportasi online Maxim adalah -1,146 ketika tidak ada perubahan pada variabel citra merek, harga, word-of-mouth, kepercayaan merek, dan kualitas pelayanan (nilai 0). Variabel Citra Merek (*Brand Image*) mempunyai nilai koefisien regresi sebesar -0,004 artinya kenaikan *Brand Image* sebesar 1% akan menyebabkan turunnya minat menggunakan transportasi online Maxim sebesar 0,004% dengan syarat semua variabel lainnya tetap. Nilai koefisien regresi variabel harga sebesar 0,081 artinya dengan asumsi semua faktor lainnya konstan, maka kenaikan harga sebesar 1% akan mengakibatkan peningkatan minat menggunakan transportasi online Maxim sebesar 0,081%. Nilai koefisien regresi untuk variabel *word-of-mouth* adalah sebesar 0,365, artinya kenaikan variabel ini sebesar 1% akan mengakibatkan peningkatan minat menggunakan transportasi *online Maxim* sebesar 0,365% dengan syarat semua variabel lainnya tetap konstan. Variabel kepercayaan merek (*Brand Trust*) mempunyai nilai koefisien regresi sebesar -0,225 artinya setiap kenaikan *Brand Trust* sebesar 1% maka minat menggunakan transportasi *online Maxim* akan turun sebesar 0,225% dengan asumsi semua faktor lainnya tetap. Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,505, artinya setiap kenaikan variabel kualitas pelayanan sebesar 1%, maka minat menggunakan transportasi *online Maxim* akan meningkat sebesar 0,505% dengan syarat semua variabel lainnya tetap.

Berdasarkan Tabel 6. di atas, hasil uji t adalah Pengaruh citra merek (*brand image*) (X1) terhadap minat penggunaan (Y). Tingkat signifikansi sebesar 0,972 berdasarkan temuan pengujian di atas, menunjukkan bahwa hasil analisis signifikan ($0,972 > 0,05$). Dengan demikian, tidak terdapat pengaruh positif variabel citra merek terhadap minat menggunakan transportasi *online Maxim*, atau hipotesis (H0) diterima dan hipotesis (H1) ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa opini pengguna atau konsumen terhadap merek *Maxim* mungkin berbeda, sehingga meniadakan pengaruh variabel tersebut.

Pengaruh harga (X2) terhadap minat penggunaan (Y). Signifikansi sebesar 0,253 berdasarkan hasil pengujian di atas menunjukkan bahwa hasil analisis signifikan $0,253 > 0,05$.

Dengan demikian, tidak terdapat pengaruh variabel harga terhadap minat menggunakan transportasi *online Maxim*, atau hipotesis (H0) diterima dan hipotesis (H2) ditolak. Hal tersebut menunjukkan meskipun *Maxim* memiliki harga yang lebih rendah dibandingkan dengan layanan yang serupa, pengguna mungkin lebih memperhatikan atau mengutamakan faktor-faktor lain daripada harga saat memilih layanan transportasi *online*.

Pengaruh *word of mouth* (X3) terhadap minat penggunaan (Y). Hasil analisis signifikan pada $0,002 < 0,05$, sesuai hasil pengujian di atas dimana tingkat signifikansinya adalah 0,002. Maka, hipotesis (H3) diterima dan hipotesis (H0) ditolak, atau terdapat pengaruh positif yang signifikan dari variabel *word of mouth* terhadap minat penggunaan transportasi *online Maxim*. Menunjukkan bahwa pengguna cenderung mempercayai rekomendasi atau ulasan dari teman, keluarga, atau orang lain yang mereka percayai.

Pengaruh *brand trust* (X4) terhadap minat penggunaan (Y). Terbukti hasil analisis signifikan $0,023 < 0,05$ dengan signifikansi 0,023. Terlihat bahwa pengujian hipotesis dilakukan pada sisi kiri sehingga diperoleh hasil $-2,314 > -1,662$ atau nilai t tabel disesuaikan menjadi negatif (-). Arah pengujian hipotesis dan linearitas adalah satu-satunya hal yang diungkapkan oleh temuan positif atau negatif bukan menunjukkan jumlah (Sarwono, 2007). Maka terdapat pengaruh positif secara signifikan variabel *brand trust* terhadap minat penggunaan transportasi *online Maxim* atau hipotesis (H4) diterima dan (H0) ditolak. Jika konsumen memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap merek *Maxim*, kemungkinan besar mereka akan lebih cenderung untuk menggunakan layanan tersebut.

Pengaruh kualitas pelayanan (X5) terhadap minat penggunaan (Y). Berdasarkan hasil pengujian di atas, taraf signifikansi 0,000 menunjukkan bahwa hasil analisis signifikan pada taraf $0,000 < 0,05$. Karena terdapat pengaruh positif yang kuat dari variabel kualitas pelayanan terhadap minat menggunakan transportasi *online Maxim*, maka hipotesis (H5) diterima dan hipotesis (H0) ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pelayanan *Maxim* memberikan pengaruh positif dan cukup besar terhadap antusiasme pelanggan dalam menggunakan layanan transportasi *online*.

Hasil uji F yang dilakukan adalah sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil uji f (simultan)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	3289.882	5	657.976	60.865	.000 ^b
Residual	951.320	88	10.810		
Total	4241.202	93			

Informasi mengenai probabilitas dapat ditemukan dalam Tabel 7 di atas. Kesimpulan yang ditarik adalah penerimaan hipotesis (H6) dan penolakan hipotesis nol (H0). Variabel terikat yaitu minat menggunakan layanan transportasi *online Maxim* dipengaruhi positif secara signifikan oleh variabel bebas seperti citra merek, harga, *word-of-mouth*, kepercayaan merek, dan kualitas pelayanan secara keseluruhan. Hal ini terlihat dari nilai probabilitas *F* (*sig*) sebesar 0,000 kurang dari 0,000 < 0,05 tingkat signifikansi. Memverifikasi bahwa promosi dari mulut ke mulut, harga, dan citra merek adalah tiga faktornya, kepercayaan merek, dan kualitas pelayanan memiliki kontribusi positif dalam meningkatkan minat penggunaan terhadap layanan transportasi *online Maxim*.

Hasil uji R^2 yang dilakukan adalah sebagai berikut:

Tabel 8. Hasil uji R^2 (koefisien determinasi)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.881 ^a	.776	.763	3.288

Tabel 8. di atas mencerminkan hal tersebut. Dengan nilai *R-Square* sebesar 0,776, diketahui bahwa sebesar 77,6% pengaruh pada minat penggunaan berasal dari citra merek (*Brand Image*), harga, *word of mouth*, kepercayaan merek (*Brand Trust*), dan kualitas pelayanan. Menandakan bahwa sebanyak 77,6% dari minat penggunaan dipengaruhi oleh variabel-variabel tersebut, sementara sisanya sekitar 22,4% (100% - 77,6%) terpengaruh oleh variabel-variabel lain yang tidak tercakup dalam model regresi linier tersebut.

SIMPULAN

Setelah melakukan analisis dan pengolahan data, penelitian ini sampai pada kesimpulan bahwa meskipun citra merek dan harga berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan transportasi *online Maxim*, ada pula faktor lain yang berpengaruh. Minat menggunakan transportasi *online Maxim* tidak dipengaruhi oleh harga. *Maxim* memiliki reputasi baik dalam hal pelayanan yang andal, kenyamanan, dan respon terhadap kebutuhan pelanggan, konsumen akan cenderung merasa nyaman dan termotivasi untuk memilih layanan tersebut. Pada tingkat keseluruhan, variabel-variabel pada penelitian ini, yakni citra merek, harga, *word of mouth*, kepercayaan merek, dan kualitas pelayanan, saling mendukung dalam meningkatkan minat penggunaan *Maxim*. Dampak dari faktor-faktor terkait lainnya, seperti biaya, ketergantungan, atau fitur layanan tambahan, terhadap niat penggunaan kemudian dapat diintegrasikan lebih lanjut oleh para peneliti. Hal ini dapat

menghasilkan pemahaman yang lebih baik tentang elemen-elemen yang mempengaruhi kecenderungan pelanggan untuk menggunakan layanan *ride-hailing* seperti *Maxim*.

DAFTAR RUJUKAN

- Azhar, M., Husain, R., Hamid, S. *et al* (2023). "Effect of social media marketing on online travel purchase behavior post-COVID-19: mediating role of brand trust and brand loyalty". *Futur Bus J* 9, 13. <https://doi.org/10.1186/s43093-023-00192-6>
- Babbie, E. (2004). *The Practice of Social Research: 10th Edition*. Belmont: Wadsworth/Thomson Learning.
- Ballester, E. D., Munuera, A., Jose, L., & Yagüe, M. (2003). "Development and validation of a trust scale". *International Journal of Market Research*, 45(February 2017), 35–56. <https://doi.org/10.1177/147078530304500103>
- Chen, H., Yan, X., Liu, X. *et al* (2023). "Exploring the operational performance discrepancies between online ridesplitting and carpooling transportation modes based on DiDi data". *Transportation*, 1923–1958. <https://doi.org/10.1007/s11116-022-10297-6>
- Davis, F. (1989). "Perceived Usefulness , Perceived Ease of Use , and User Acceptance of Information Technology". *Management Information Systems Research Center, University of Minnesota Is Collaborating with JSTOR to Digitize, Preserve and Extend Access to MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Djundharto Djajasinga, N. (2022). "The smart mobility concept by developing online-based transportation information and communication technology for sustainable transportation". *International Journal of Artificial Intelligence Research*, ISSN(1), 2579–7298. <https://doi.org/10.29099/ijair.v6i1.350>
- Fatonah, F., & Hendratmoko, C. (2020). "Menguji faktor-faktor yang mempengaruhi minat generasi millennial menggunakan e-money". *Jurnal Manajemen*, 12(2), 209–217. <https://doi.org/10.30872/jmmn.v12i2.7499>
- GoodStats. (2023). *Layanan Ojek Online Pilihan Masyarakat Indonesia*. GoodStats.Id. <https://goodstats.id/infographic/layanan-ojek-online-pilihan-masyarakat-indonesia-jbPbU>
- Haj Khalifa, A., Najaf, K., Atayah, O.F. *et al* (2023). "The impact of electronic word-of-mouth on corporate performance during COVID-19". *Electron Commer Res*. <https://doi.org/10.1007/s10660-023-09750-0>

- Hardiyansyah. (2011). *Kualitas pelayanan publik: konsep, dimensi, indikator dan implementasinya*. Gava Media.
- Harrison Walker, L. J. (2001). "The Measurement of Word-of-Mouth Communication and an Investigation of Service Quality and Customer Commitment As Potential Antecedents". *Journal of Service Research*, 4(1), 60–75.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1177/109467050141006>
- Hasibuan, N. A. S. (2022). "Pengaruh Customer Engagement Terhadap Brand Loyaltypada Pengguna Maxim Di Kota Padang Dengan Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi". *Jurnal Ekonomi Universitas Negeri Padang*, 1(1), 1–15.
<http://repository.unp.ac.id/41336/>
- Huda, M., & Hartati, N. (2021). "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Brand Image, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Transportasi Taksi Blue Bird di Jakarta Barat". *JSMA (Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi)*, 13(2).
<https://doi.org/10.37151/jsma.v13i2.74>
- Indriyarti, E. R., & Wijihastuti, S. (2021). "Exploring the Intention Factors of Using Online Transportation in Jakarta with Multiple Regression". *Journal of Business & Applied Management*, 14(1), 001. <https://doi.org/10.30813/jbam.v14i1.2680>
- Kankam, G., Charnor, I.T (2023). "Emotional intelligence and consumer decision-making styles: the mediating role of brand trust and brand loyalty". *Futur Bus J* 9, 57.
<https://doi.org/10.1186/s43093-023-00239-8>
- Kotler, P., Keller, K., Sabran, B., Maulana, A., & Hardani, W. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1* (A. Maulana & W. Hardani (eds.); 13th ed.). Erlangga.
- Lau, G., & Lee, S. (1999). "Consumers' Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty". *Journal of Market-Focused Management*, 4, 341–370.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1023/A:1009886520142>
- Monica, S. (2021). "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Maxim Di Kota Batam". *JIM UPB*. 13(2), 117–128.
https://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/scientia_journal/article/view/3010
- Nielsen. (2015). Rekomendasi Word-of-Mouth Masih Menjadi Iklan Paling Dipercaya Oleh Konsumen Asia Tenggara. In *Nielsen.com*. <https://www.nielsen.com/id/en/press-releases/2015/rekomendasi-word-of-mouth-masih-menjadi-iklan-paling-dipercaya-oleh-konsumen-asia-tenggara/>
- Putra, A. (2019). "Pengaruh Iklan Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen

- (Studi Pada Texas Chicken Pekanbaru)". *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 4(1).
<https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/11769>
- PwC. (2017). The future of customer experience. In *Building Great Customer Experiences*.
https://doi.org/10.1057/9780230554719_13
- Sarwono, J. (2007). *Analisis Jalur Untuk Riset Bisnis Dengan SPSS*. Andi Offset.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Stribbell, H., Duangekanong, S (2022). "Satisfaction as a key antecedent for word of mouth and an essential mediator for service quality and brand trust in international education". *Humanit Soc Sci Commun* 9, 438. <https://doi.org/10.1057/s41599-022-01459-z>
- Tjiptono, F. (2007). *Strategi Pemasaran Edisi kedua* (2nd ed.). Andi Offset.
- Tosun, P., Yanar Gürce, M (2022). "Consumer complaining behavior in banking: the influence of brand image on brand forgiveness and negative word-of-mouth". *J Financ Serv Mark*. <https://doi.org/10.1057/s41264-022-00194-5>
- Triki, C., Hasan, M.R. & Elomri, A (2023). "Solving the winner determination problem with discounted bids in transportation auctions". *Ann Oper Res*.
<https://doi.org/10.1007/s10479-023-05457-5>
- Tsalisa, R. A., Hadi, S. P., & Purbawati, D. (2022). "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Maxim Di Kota Semarang". *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4).
<https://doi.org/10.14710/jiab.2022.35970>
- Warraihan, D. A., Permana, I., Mustakim, M., & Novita, R. (2023). "Analisis Sentimen Pengguna Transportasi Online Maxim Pada Instagram Menggunakan Naïve Bayes Classifier dan K-Nearest Neighbour". *Jurnal Media Informatika Budidarma*, 7(3), 1134-1143. <http://dx.doi.org/10.30865/mib.v7i3.6336>
- Yolanda, I. N., Bakti, D. K., & Nugeraha, P. (2023). "Strategi Maxim Mengembangkan Transportasi untuk Memberikan Pelayanan dan Kenyamanan di Bandar Lampung". *Jurnal Kompetitif Bisnis*, 1(11), 8-8. <https://doi.org/10.0120/ss>



An Analysis of Leading Sectors in Sleman District

Gea Dwi Asmara^{1*}, Fadli Anggoro Yekti²

gea@ep.uad.ac.id^{1*}, 2301010078@webmail.uad.ac.id²

^{1,2}Program Studi Ekonomi Pembangunan

^{1,2}Universitas Ahmad Dahlan

Received: 16 02 2024. Revised: 17 03 2024. Accepted: 21 03 2024.

Abstract : This research endeavors to ascertain the preeminent sectors within Sleman Regency during the timeframe spanning 2018 to 2022. Additionally, the study aims to discern the sectors that constitute the primary focal points for economic development within Sleman Regency, situated in the Yogyakarta Special Region Province. Secondary data, acquired from the Central Statistics Agency, is employed in this investigation, utilizing a documentary study method centered on the Gross Regional Domestic Product (GRDP) at Constant Basic Prices categorized by Field of Business in Sleman Regency and Yogyakarta Special Region Province for the years 2018-2022. The sample comprises 17 economic sectors contributing to the composition of the Gross Regional Domestic Product (GRDP) in Sleman Regency and Yogyakarta Special Region Province. To analyze the preeminent sectors, the research employs the Location Quotient, Shift Share, and Klassen Typology calculation approaches. The findings reveal that the leading sectors in Sleman Regency encompass the Manufacturing Industry, Real Estate, Corporate Services, and Educational Services sectors.

Keywords : Gross Domestic Product, Location Quotient, Shift Share, Typologi Klassen, Preeminent Sectors.

INTRODUCTION

The economic growth rate is the primary indicator of how well a nation's economic development has progressed. Economic growth is one of the indicators that is crucial to the process of regional or national economic development. The Gross Regional Domestic Product (GRDP) calculation provides information on Indonesia's economic growth. High economic growth and more jobs are indicators of economic progress (Atikasari et al., 2023). A country or region's gross domestic product (GRDP) is the total output generated by all of its economic sectors, according to BPS. In the meantime, GRDP is one of several methodologies used to analyze predictions of a region's economic development over a specific period (Mulyanto & Rachmawati, 2021).

Table 1. Indonesia's Economic Growth Rate 2018-2022 (percent)

**Indonesia's Economic Growth
Rate 2018-2022 (percent)**

2018	5,17
2019	5,02
2020	-2,07
2021	3,7
2022	5,31

It is evident from the above table that Indonesia's economic growth rate varies between 2018 and 2022. Economic growth, as defined by Sembahen & Falensky, (2019), is a phase characterized by a rise in real national income or GDP on an annual basis. Indonesia's economic growth rate was 5.02 percent up until 2019, but it dropped to -2.07 percent in 2020. This is the impact of the global COVID-19 pandemic and has an impact on the world economy, including Indonesia. Indonesia's economic growth rate fell to -2.07 percent that year. However, the economy will begin to improve in 2022, Indonesia's economic growth rate will increase to 5.31 percent. This indicates that Indonesia's economic activity continues to improve and is still growing in several sectors after the COVID-19 pandemic. Economic growth is a factor that needs to be taken into account in attempts to promote economic development (Mulyanto & Rachmawati, 2021). Consequently, in order to support planned economic development strategies by their sectoral potential, it is necessary to study potential sectors, the economic structure, and economic projections.

The central government indeed has jurisdiction over and responsibility for economic development. Nonetheless, local governments receive the policy mandate from the federal government. Decentralization transfers policy-making authority from the national government to autonomous regions according to the autonomy principle. Law Number 23 of 2014, which deals with regional government, states that general government affairs exist in the meantime. Specifically, a governor, regent, or mayor is given the authority to carry out government affairs in the regions by the President, who serves as the head of the central government. Java has significantly contributed to Indonesia's current economic growth rate, as evidenced by its achievement.

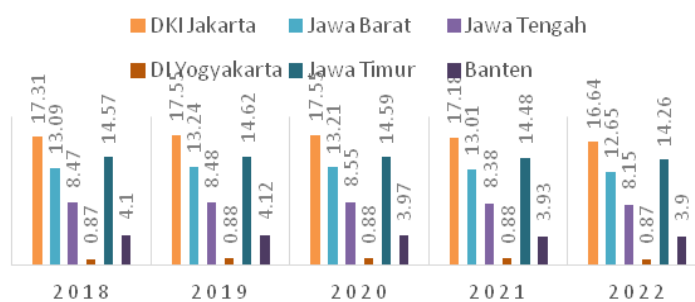


Figure 1. GDP distribution of Java Island 2018-2022

As can be seen from the above figure, Java Island contributes the most to the Indonesian economy, accounting for 56.47 percent of the country's GDP between 2018 and 2022. With 16.64 percent, DKI Jakarta Province is the top contributor in 2022. In contrast to other provinces on the island of Java, Yogyakarta Province's Special Region comes in last place with 0.87 percent. Several factors, including variations in the quality of human resources, natural resources, and technological advancements that can boost a region's economy, can contribute to this inequality. In his research, Mangara, Adawiyah, & Desmawan (2023) claimed that every location has unique advantages and performs various economic roles for the economy. Nevertheless, several areas have failed to see the potential of every existing industry. Therefore, it is anticipated that the capacity to identify viable sectors will promote regional development and economic progress if it keeps becoming better. Thus, it is anticipated that the Special Province of Yogyakarta will be able to examine industries that could promote further economic growth in this instance. The Gross Regional Domestic Product (GRDP) measures a region's economic health; a greater GRDP during a given time period denotes a higher level of economic activity in the area.

Statistics from the Central Bureau of Statistics indicate that Sleman Regency will have the highest GRDP in 2022, valued at 3,759,6377 million rupiah. In contrast, Yogyakarta City ranks second in 2022 with a GRDP of 29,863,200 million rupiah. In the meantime, Yogyakarta Province's districts and cities show a favorable trend in terms of GRDP, which rises steadily between 2018 and 2022. The table shows that the GRDP values of the towns and districts in the Yogyakarta Special Region vary. This might happen as a result of variations in each region's natural resource diversity. According to a study conducted by Endey et al., (2022) on the competitiveness analysis of leading commodities in Gorontalo Province, natural resources (SDA) serve as the cornerstone of sustainable economic growth. In order for areas with plentiful natural resources to surpass others with just sparse natural resources in terms of development.

Sleman Regency occupies 574.82 square kilometers, or 18.04 percent, of the Special Region of Yogyakarta Province. Despite making up 18.04 percent of the province, Sleman Regency has contributed significantly to Yogyakarta Province's highest gross domestic product (GRDP) among all the captaincy and cities between 2018 and 2022. On the other hand, the GRDP growth throughout that period does not correspond with the growth rate. The nationwide epidemic in 2020 caused a decline in growth rate, according to data released by the Sleman Regency Statistics Agency. The Sleman Regency's GDP growth rate dropped to a

record low of -3.91 percent that year but rebounded the following year, reaching 5.15 percent in 2022. Agustina & Pamungkas (2021) define the economic growth rate as the growth in gross domestic product (GRDP) without considering the size of the rise in value or whether or not it impacts changes in the economic structure. Therefore, the increase of GRDP in a region can be used to determine the pace of economic growth. According to Hasyadi et al., (2023), however, one of the key factors influencing economic growth is the demand for goods and services, which creates a chance for using local resources to boost regional revenue. The variety of each region's economic potential inspires initiatives to use it there. The development process must concentrate on the most competitive and leading industries to yield the greatest economic growth. To address issues like unemployment, poverty, and inequality and promote sustainable development, local governments must maximize the potential of their resources by growing the base or productive sectors.

According to Tumenggung (in Hasyadi et al., 2023), a leading sector is one that can satisfy local demands, has competitiveness when compared to similar sectors in other regions, and may be dispersed to different areas (Comparative Advantage). In order to promote the acceleration of economic growth and development in an area, growth in the leading sector is necessary. This is possible due to the help of regional resources and geographic factors. Richardson (1973) popularized the economic base theory by stating that the supply of goods and services to other regions significantly indicates regional economic growth. Mahaesa & Huda (2023) assert that the Economic Basis Theory categorizes the economic sector into two distinct categories: base and non-base. The sending of goods and services to other areas is the activity of the base sector. In contrast, the non-base sector meets the local community's requirements only by offering goods and services. Irmansyah (2019) claims that this theory can be used to determine which economic sectors create commodities that can be exported to other regions and used to address local needs. The author hopes to do more research on the key industries that can strengthen Sleman Regency's economy based on the description provided above. So that the Sleman Regency Regional Government can utilize it as a guide for future economic policy decisions.

RESEARCH METHODS

This research uses data from the GRDP Based on Constant Prices of the Sleman Regency, Yogyakarta Special Region Province, for 2018–2022. Secondary data from the Central Statistics Agency (BPS) are also used in this study. The information will be utilized to

examine the Sleman Regency's economic sectors. This study used Klassen Typology analysis, shift share, and location quotient as analytical techniques.

According to Sharazati et al., (2021), this analysis identifies the base and non-base sectors in a region. In this analysis, a sector's worth in the region is compared to the same sector at the regional level above.

LQ analysis can be done through the following calculation: $LQ = \frac{S_i/S}{N_i/N}$

Where:

LQ = Location Quotient Index

S_i = GRDP of sector i in Sleman Regency

S = Total GRDP of Sleman Regency

N_i = GRDP of sector i in DIY Province

N = Total GRDP of DIY Province

Therefore, based on the results of the preceding equation, it can be concluded that a sector is not a fundamental sector (base) if the LQ value is less than 1. This indicates that a sector lacks a comparative advantage. Conversely, if the computation yielded an LQ value greater than 1, the industry is considered base or possesses a comparative advantage.

According to Basuki and Mujiraharjo (2017) in Hasyadi et al., (2023), shift share analysis is used to examine changes in the regional economic structure about economic structure in the area above. In the meantime, Sharazati et al., (2021) noted that this analysis is related to the regional potential of the influence of national economic growth on the region and can identify the altering regional economic structure. The calculation that can be done to determine the value of Shift Share, according to Mangara et al., (2023) is the following equation: $Shift\ Share = (R_a)Y_{ij} + (R_i - R_a)Y_{ij} + (r_i - R_i)Y_{ij} \dots \dots \dots$

Where:

$(R_a)Y_{ij}$ = National Growth Component

$(R_i - R_a)Y_{ij}$ = Proportional Growth Component

$(r_i - R_i)Y_{ij}$ = Regional Growth Share Component

The equation above can calculate both positive and negative results when determining which industries are competitive with those in other locations. A positive (+) result for the Shift Share calculation indicates that the sector has a competitive edge, making it able to compete with other sectors in the same region. In contrast, the sector cannot compete with the same sector in other locations if the calculation result is negative (-).

Using Klassen's typology, one can ascertain a region's economic standing by considering its better commodities, subsectors, and sectors. According to Sharazati et al., (2021), the Klassen Typology analysis was conducted by classifying the economic sectors contributing to the regional GDP. Using the economic sector in the region above it as a point of reference, this is meant to examine the position of the lower region's economic sector in the GRDP.

RESULTS AND DISCUSSION

LQ analysis was carried out using Sleman Regency GRDP data at constant prices by business field to discover prospective economic sectors in the region. The following table shows the LQ value for each sector.

Table 3. Results of Sleman Regency LQ Analysis

Sector	LQ	Category
Agriculture, Forestry, and Fisheries	0,77	NB
Mining and Quarrying	0,70	NB
Processing Industry	1,01	B
Electricity and Gas Procurement	0,81	NB
Water Supply, Waste Management, Waste and Recycling	0,46	NB
Construction	1,16	B
Wholesale and Retail Trade; Repair of Cars and Motorcycles	0,91	NB
Transportation and Warehousing	1,01	B
Provision of Accommodation and Drinking Food	1,03	B
Information and Communication	0,98	NB
Financial and Insurance Services	0,84	NB
Real Estate	1,15	B
Company Services	1,67	B
Government Administration, Defense and Compulsory Social Security	0,81	NB
Education Services	1,18	B
Health and Social Services	0,94	NB
Other Services	0,86	NB

We can infer from the preceding table that the sectors with LQ values greater than one ($LQ > 1$) are included in the base sector. Meanwhile, the NB (Non Base) sector includes sectors with a LQ value of less than one ($LQ < 1$). Thus, the Manufacturing Industry, Construction, Transportation and Warehousing, Accommodation and Drinking Food Providers, Real Estate, Corporate Services, and Educational Services sectors are all included in the base sectors of Sleman Regency. There are 12 base sectors with an average value of $LQ > 1$, according to Juniarta et al., (2023) research on Balikpapan City's economic potential and leading industries. The sector with the most potential for development in Sleman Regency

is the corporate services industry, which has the highest LQ value compared to other fundamental sectors.

Shift Share analysis examines changes in Sleman Regency's economic structure. Its findings are intended to identify the dominant industries going forward and impact the region's economy. The following table displays the findings of the Shift Share analysis.

Table 4. Result of Sleman Regency Shift Share Analysis

Sector	National Growth Component (Nij)	Industry Mix Component (Mij)	Competitive Advantage Component (Cij)	GRDP (Dij)
Agriculture, Forestry, and Fisheries	31434828,18	-6491176,235	5473674,1	30417326
Mining and Quarrying	1915450,877	-2851991,842	36474,965	-900066
Processing Industry	63778738,03	-50094650,2	5586393,2	19270481
Electricity and Gas	642672,1964	-61227,17258	17306,976	598752
Procurement				
Water Supply, Waste Management, Waste and Recycling	225900,5721	83315,20697	-21342,7791	287873
Construction	59737697,09	-12083977,29	-6379233,8	41274486
Wholesale and Retail Trade; Repair of Cars and Motorcycles	38194543,78	-20930635,71	-1390389,07	15873519
Transportation and Warehousing	32953297,55	-33653546,03	-74047856,5	-74748105
Provision of Accommodation and Drinking Food	49699222,96	-19000816,6	-3877476,36	26820930
Information and Communication	54024510,59	142981300,5	6607972,9	203613784
Financial and Insurance Services	14827432,12	-555966,5209	2475322,4	16746788
Real Estate	41175227,41	-11534871,33	1216238,9	30856595
Company Services	9653073,534	-6317383,87	718478,34	4054168
Government Administration, Defense and Compulsory Social Security	29643685,44	-22678290,66	-365718,779	6599676
Education Services	50856078,74	9596505,416	8073810,8	68526395
Health and Social Services	12303335,55	18536092,94	191782,51	31031211
Other Services	11793499,36	8095311,318	5504523,3	25393334

A sector with both competitive and comparative advantage is considered a leading sector. Each sector's competitive advantage value is displayed in the Cij column, based on the computation results in the preceding table. The sector has a competitive advantage if Cij is positive or greater than zero, indicating that it can compete with other sectors in the same or

broader area on a regional or national level. Conversely, if $C_{ij} < 0$, it means that the sector lacks a competitive edge, which makes it unable to compete with other sectors in the same area or a larger one. Agriculture, forestry, and fisheries; mining and quarrying; manufacturing; acquiring electricity and gas; information and communication; financial services and insurance; real estate; corporate services; education; health; social activities; and other services are among the industries with a competitive edge. Furthermore, we can see from the above table that the bulk of the sectors in Sleman Regency have positive (++) proportional values (M_{ij}). This suggests that most Sleman Regency industries are expanding more quickly than Yogyakarta Special Region Province's economic sector. There are sectors with positive and negative values, according to a study by (Dima, 2022) on the economy's structure and the growth of the proportionate component (M_{ij}) of Malacca Regency in 2010–2020.

Klassen Typology analysis is carried out to determine the economic position of a region by considering the leading sectors, subsectors and commodities of a region. Economic growth and its distribution throughout a region's business sectors are typically used to determine one's economic standing. This analysis compares the sector GRDP distribution and growth in the upper region (province/national) and lower region (district/city). Using the Klassen typology technique, the business sectors are grouped as follows:

Table 5. Results of the Klassen Typology Analysis

$g_i \geq g$		$g_i < g$	
$s_i \geq s$	Quadrant I Advanced and fast-growing sectors: Manufacturing industry, Real estate, Corporate services, and Educational services.		Quadrant II Developed and depressed sectors: Construction, Transportation and warehousing.
$s_i < s$	Quadrant III Advanced and Potential Sectors: Agriculture, fisheries and forestry, Information and communication, Financial services and insurance, Public administration, land and compulsory social security, Health services and social activities, and Other services		Quadrant IV Relatively lagging sectors: Mining and quarrying, Electricity and gas supply, Water supply, waste management, waste, and recycling, Wholesale and retail trade, and Accommodation and food and beverage supply.

Description:

g_i : GRDP growth in sector i of Sleman Regency

g : GDRP growth in sector i of Yogyakarta Province

s_i : Contribution of GRDP in sector i of Sleman Regency

s : Contribution of GRDP of sector i of Yogyakarta Province

The processing industry, real estate, corporate services, and educational services are the advanced and rapidly expanding sectors (quadrant I) in Sleman Regency, as seen from the above table. The industry with the biggest potential for sustainable development is the one in quadrant I. The same conclusions were reached by Anita et al., (2023), which showed that the Processing Industry Sector contributed the most to Sleman Regency between 2016 and 2019. However, the pandemic that closed most roads to outside places and reduced the Processing Industry sector prompted Sleman Regency to move to the Information and Communication industry in 2020. Next, the transportation and warehousing industries and the construction industry comprise the Advanced and Depressed Sectors (Quadrant II). Agriculture, forestry, fisheries, information and communication, financial services, insurance, government administration, land and mandatory social security, health and social services, and others comprise the Advanced and Potential Sectors (Quadrant III). In the meantime, the comparatively undeveloped industries (Quadrant IV) include mining and quarrying, purchasing gas and electricity, purchasing water, managing waste and recycling it, wholesale and retail trade, and providing lodging food and drink.

The following table presents an overview of the outcomes of data processing using the LQ, Shift Share, and Klassen Typology approaches:

Table 6. Overlay of LQ, Shift Share, and Klassen Typology

Sektor	Sleman Regency			Desc.
	LQ > 1	SS > 0	Quadrant	
Agriculture, Forestry, and Fisheries	-	+	III	NB
Mining and Quarrying	-	+	IV	NB
Processing Industry	+	+	I	B
Electricity and Gas Procurement	-	+	IV	NB
Water Supply, Waste Management, Waste and Recycling	-	-	IV	NB
Construction	+	-	II	NB
Wholesale and Retail Trade; Repair of Cars and Motorcycles	-	-	IV	NB
Transportation and Warehousing	+	-	II	NB
Provision of Accommodation and Drinking Food	+	-	IV	NB
Information and Communication	-	+	III	NB
Financial and Insurance Services	-	+	III	NB
Real Estate	+	+	I	B
Company Services	+	+	I	B

Government Administration, Defense and Compulsory Social Security	-	-	III	NB
Education Services	+	+	I	B
Health and Social Services	-	+	III	NB
Other Services	-	+	III	NB

CONCLUSIONS

Based on the results of calculations and data processing using the Location Quotient, Shift Share, and Klassen Typology approaches, the leading sectors in Sleman Regency are the Processing Industry, Real Estate, Corporate Services, and Educational Services. This indicates that throughout the years 2018–2022, these four industries will be Sleman Regency's main sources of strength and sustainability. The Sleman Regency government might use the above results as a guide for implementing policy measures to strengthen the economy. Furthermore, planning should prioritize economic development in sectors with the greatest potential for growth. So, optimal and focused development efforts can increase the positive and sustainable economic growth and development of Sleman Regency.

REFERENCES

- Agustina, T., & Pamungkas, L. A. (2021). Analisis Sektor Unggulan Di Kabupaten Belitung Timur. *Equity: Jurnal Ekonomi*, 9(2), 60–68. <https://doi.org/10.33019/equity.v9i2.57>
- Anita, R. D., Lubis, F. R. A., Sukarniati, L., & Khasanah, U. (2023). Analisis Potensi Halal Food Menggunakan Pendekatan Location Quotient Tahun 2015-2021. *Jurnal HUMMANSI*, 6, 53–65. <https://doi.org/https://doi.org/10.33488/1.jh.2023.1.360>
- Atikasari, N. A., Khoirudin, R., & Saleh, R. (2023). Analysis of the Influence of Gross Regional Domestic Product (GRDP), Minimum Wage, Population, Education, and Unemployment on Labor Force Absorption in Districts/Cities of Central Java Province, 2017-2021. *MULTIPLE: Journal of Global and Multidisciplinary*, 1(3), 263–270. <https://journal.institercom-edu.org/index.php/multiple/article/view/82>
- Dima, E. T. (2022). Analisis Struktur Sektor Unggulan Dan Perekonomian. *Ekopem: Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 4(1), 42–51. <https://doi.org/10.32938/jep.v7i1.2462>
- Endey, N., Arsana, I. K. S., Katili, A. Y., Sahabi, A., & Talalu, M. A. (2022). Analisis Daya Saing Komoditi Unggulan Gorontalo Dalam Mendukung Ibu Kota Negara Baru Republik Indonesia. *Equilibrium: Jurnal Pendidikan*, 10(3), 380–396. <https://doi.org/10.26618/equilibrium.v10i3.8571>
- Hasyadi, K., Nurhayati, I., & Royadi, A. A. (2023). Analisis sektor unggulan di kabupaten <https://jipred.org/index.php/JSE/>

- Trenggalek provinsi Jawa Timur. *Jurnal Cendekia Keuangan*, 2(1), 1.
<https://doi.org/10.32503/jck.v2i1.3073>
- Irmansyah, M. (2019). Analisis Sektor Unggulan Yang Ada Di Kabupaten Mojokerto Jawa Timur. *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*, 2(1), 147–153.
<https://doi.org/https://doi.org/10.33005/jdep.v2i1.86>
- Juniarta, T., Khoirudin, R., & Suripto. (2023). Analisis Potensi Ekonomi dan Sektor Unggulan Kabupaten/Kota di Provinsi Kalimantan Timur. *Jurnal HUMMANSI (Humaniora, Manajemen, Akuntansi)*, 6(2), 12–23.
<https://doi.org/10.33488/1.jh.2023.2.375>
- Mahaesa, R., & Huda, S. (2023). Potensi Sektor Unggulan Kabupaten Pasuruan dan Kabupaten Mojokerto. *JDEP*, 5(1).
<https://jdep.upnjatim.ac.id/index.php/jdep/article/view/314>
- Mangara, T. H., Adawiyah, R., & Desmawan, D. (2023). Perekonomian Kabupaten Serang Berdasarkan Perspektif Sektor Ekonomi Unggulan Tahun 2016 – 2020. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Organisasi (JMBO)*, 2, 26–36.
<http://dx.doi.org/10.58290/jmbo.v2i2.174>
- Mulyanto, J. D., & Rachmawati, L. (2021). Analisis Sektor Potensial Dan Perubahan Struktur Ekonomi Provinsi Jawa Timur. *Independent: Journal of Economics*, 1(2), 124–140.
<https://doi.org/10.26740/independent.v1n2.p124-140>
- Sembahen, B. M., & Falensky, M. A. (2019). Analisis Sektor Unggulan Dalam Pengembangan Wilayah Kabupaten Kerinci. *Seminar Nasional Geografi III-Program Studi Pascasarjana Geografi, Fakultas Geografi, UGM*.
- Sharazati, K., Primandhana, W. P., & Wahed, M. (2021). Analisis Sektor Unggulan Di Kabupaten Sleman dan Kabupaten Gunungkidul. 3(6), 6.
<http://dx.doi.org/10.36418/syntax-idea.v3i6.1229>



Strategi Pemilihan Lokasi Belanja Berdasarkan Motivasi Pembelian dan Keputusan Konsumen

Rolyana Ferinia Pintauli^{1*}, Michael Sabato Simatupang²

rolyana.pintauli@unai.edu^{1*}

¹Program Studi Bisnis Digital

²Program Studi Manajemen

^{1,2}Universitas Advent Indonesia

Received: 16 03 2024. Revised: 07 04 2024. Accepted: 19 04 2024.

Abstract : The consumer's selection is a key aspect in addressing the wants or desires of each individual. The problem arise, when shopping, a consumer's decision to select the necessary things can become uncertain. This situation is caused by a consumer's lack of motivation. This study attempts to examine the effect of shopping motivation on customer decisions in choosing retail locations in order to identify conditional difficulties. The survey was done quantitatively with 66 respondents and sent via the G-Form to customers who had shopping experiences in various shopping locations. The data was analyzed using multiple linear regression to determine the association between shopping motivation and consumer decision making. The study's findings indicate that shopping motive has a substantial influence on customer decisions about where to purchase. Understanding the many factors underpinning consumer decision making allows merchants to tailor their marketing efforts to better meet the demands and preferences of their customers. The strategy is that retailers can strategically position their stores in shopping centers or social centers to serve socially motivated buyers by segmenting the market based on shopping purposes.

Keywords : Shopping Motivation, Consumer Decision-making, Purchase Decision, Shopping Places.

Abstrak : Keputusan dari konsumen adalah faktor penting dalam memenuhi kebutuhan atau keinginan tiap individu. Permasalahannya adalah keputusan itu sendiri dapat menjadi tidak pastinya seorang konsumen untuk memilih barang yang dibutuhkan saat berbelanja. Kondisi tersebut disebabkan karena kurangnya motivasi yang dimiliki konsumen. Untuk mengetahui permasalahan konsisi tersebut penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh motivasi belanja terhadap keputusan konsumen dalam memilih tempat belanja. Penelitian dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif pada 66 responden dan disebarakan melalui *G-Form* kepada konsumen yang memiliki pengalaman belanja di berbagai tempat belanja. Data dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui hubungan antara motivasi belanja dan pengambilan keputusan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi belanja secara signifikan mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih tempat belanja. Dengan memahami berbagai motivasi yang mendasari pengambilan keputusan konsumen, pengecer dapat menyesuaikan strategi pemasaran mereka untuk lebih tepat sasaran sesuai dengan kebutuhan dan preferensi

pelanggan. Strateginya, pengecer dapat secara strategis memposisikan tokonya di pusat perbelanjaan atau pusat sosial untuk melayani pembeli yang bermotivasi sosial dengan mensegmentasi pasar berdasarkan tujuan berbelanja.

Kata Kunci : Motivasi Belanja, Keputusan Konsumen, Keputusan Membeli, Tempat Belanja.

PENDAHULUAN

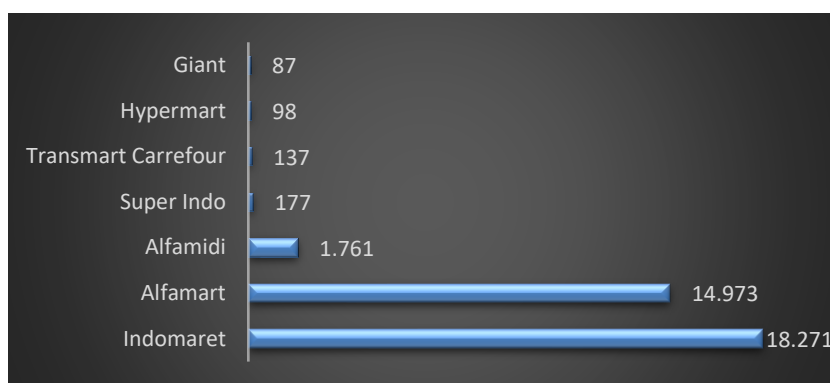
Keputusan untuk membeli bervariasi tergantung kepada preferensi. Anak muda memiliki preferensi untuk belanja kebutuhan sehari-harinya menggunakan media (Harahap, (2017). Preferensi belanja kebutuhan bagi orang-orang tua adalah pasar tradisional (Anindhita et al., 2023). Secara umum, setiap manusia memiliki preferensi belanja yang berbeda-beda. Ada yang dipengaruhi oleh hobi, gaya hidup, dan loyalitas merek. Marza et al., (2019) menegaskan bahwa hobi individu berpengaruh secara tidak langsung melalui kenikmatan berbelanja, kepercayaan, terhadap sikap dalam berbelanja. Beberapa penelitian telah mendukung pernyataan di atas. Dari hasil pengujian hipotesis yang dilakukan oleh Khansa, menunjukkan bahwa nilai sosial dan lingkungan merupakan variabel yang memengaruhi perilaku konsumtif. Gaya hidup sebagai salah satu nilai sosial, berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif untuk pembelian barang-barang (Khansa, 2022).

Peningkatan gaya hidup seseorang dapat memengaruhi kecenderungan dan prioritas akuisisi mereka saat membeli produk. Sangat penting bagi perusahaan untuk mengikuti tren dan aspirasi gaya hidup konsumen, karena hal ini menentukan preferensi konsumen dan perilaku pembelian (Herawaty et al., 2019). Kekuatan loyalitas pelanggan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Loyalitas merek diidentifikasi sebagai penentu utama dalam pengambilan keputusan, seperti yang ditunjukkan oleh penelitian yang dilakukan oleh Sari et al., (2022). Sebagian besar pembelian makanan konsumen, khususnya 82,1%, dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti persepsi kualitas dan loyalitas merek. Pembelian berulang-ulang oleh konsumen terhadap suatu merek didorong oleh keterikatan emosional mereka yang kuat terhadap merek atau produk tersebut.

Tindakan membeli dan membuat pilihan belanja berkaitan erat. Berbelanja sebagai salah satu rangkaian spasial yang berhubungan dengan keputusan konsumen yang mempengaruhi perilaku konsumen terkait lokasi dan perjalanan yang diambil oleh rumah tangga (Joewono et al., 2020). Proses belanja, yang meliputi pencarian informasi, evaluasi, dan pembelian, menentukan keputusan pembelian. Yang menjadi masalah adalah, sering kali

seseorang yang telah mengambil keputusan untuk berbelanja tidak benar-benar menindaklanjuti tindakan berbelanja tersebut. Masalah lokasi belanja menghalangi individu untuk berbelanja.

Lokasi yang strategis belum tentu menjadi tempat favorite untuk berbelanja. Dikutip dari CNBC Indonesia, salah satu tempat belanja yang ditutup adalah “Giant”. Giant merupakan tempat strategis bagi konsumen untuk memenuhi seluruh kebutuhan sehari-hari baik dari kebutuhan secara pribadi ataupun yang sudah berkeluarga (Sandi, 2021). Tempat ini cukup mudah untuk didatangi atau dicari oleh konsumen karena lokasi yang dipilih cukup strategis. Tetapi siapa sangka tempat yang selalu penuh dengan konsumen yang berdatangan untuk berbelanja tutup dikarenakan pola belanja yang selalu berubah-ubah (Laskito, 2021). Gerai Giant yang biasanya banyak didatangi oleh banyak konsumen, pada tahun 2020 memiliki grafik yang paling rendah dalam jumlah gerai yang ada di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa gerai tersebut akan tutup secara perlahan untuk keseluruhan gerai Giant yang ada di Indonesia. Data yang diperoleh ini dibentuk sebagai berikut untuk mengetahui juga yang mana saja gerai yang akan tutup.



Gambar 1. Diagram jumlah gerai ritel di Indonesia tahun 2020

Laporan CNBC mengaitkan masalah ini dengan perilaku belanja konsumen yang dinamis, khususnya di industri bahan makanan. Menurut Hardianus Wahyu Trikusumo, Direktur HERO, sebuah perusahaan bernama Giant, alasan keputusan mereka adalah perlunya respon yang cepat dan akurat terhadap dinamika pasar yang terus berubah. Ia menyatakan kesediaannya untuk mempertimbangkan informasi yang dapat diakses di BEI. Perpindahan konsumen dari data hypermarket dalam beberapa tahun terakhir merupakan fenomena global (Sandi, 2021). Kondisi tersebut bisa menjadi sebuah indikasi bahwa konsumen mulai meninggalkan pasar dengan format besar seperti *supermarket*. Perubahan pada kebiasaan berbelanja itulah yang membuat tren pada konsumen yang berbelanja bulanan di *supermarket* menurun. Konsumen juga ingin mencari kebutuhan pokok di tempat yang lebih mudah diakses,

seperti di sekitar rumah terlebih lagi *minimarket* dan pasar tradisional sudah menjamur dimana-mana (Sandi, 2021).

Perilaku pembelian seseorang yang terus berkembang biasanya didorong oleh tujuan mereka untuk memenuhi keinginan atau keinginan tertentu saat terlibat dalam pengalaman berbelanja (Sherly et al., 2020). Hal ini menunjukkan bahwa motivasi dapat meningkatkan keputusan pembelian terlepas dari lokasi produk. Kekuatan itu dibuktikan oleh penelitian (Setyawati & Santoso, 2024). Mereka menjelaskan bahwa dari data yang dikumpulkan dari 100 responden melalui kuesioner menunjukkan bahwa motivasi dan gaya hidup mempunyai pengaruh yang besar terhadap keputusan pembelian. Di antara variabel-variabel yang diteliti, motivasi muncul sebagai faktor yang paling berpengaruh. Motivasi berbelanja erat korelasinya dengan jenis kelamin wanita, terutama wanita yang tinggal di perkotaan (Sari, 2018). Adanya motif praktis dan kesenangan dalam berbelanja yang dilakukan oleh wanita berdampak pada aktifitas yang dihabiskan. Kegiatan yang dilakukan pada saat ini untuk berbelanja tidak hanya menjadi kegiatan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari akan tetapi menjadi gaya hidup atau untuk bersenang-senang (Purwanto, 2021). Pada era saat ini seorang wanita sangat berkontribusi dalam hal perbelanjaan kebutuhan dan keinginan dibandingkan dengan pria yang sebelumnya sempat mendominasi (Latif & Ishak, 2022).

Berdasarkan penjelasan di atas maka rumusan penelitian ini adalah apakah ada pengaruh motivasi pembelian produk terhadap keputusan konsumen dalam membeli barang?. Pasar adalah institusi fundamental tempat terjadinya transaksi ekonomi, yang berfungsi sebagai platform bagi individu untuk bertukar barang dan jasa guna memenuhi kebutuhan penting mereka. Hal ini sudah ada sejak tahap awal peradaban manusia, ketika manusia pertama kali menyadari perlunya perdagangan. Sejalan dengan dinamika masyarakat yang sedang berlangsung, pasar mengalami pertumbuhan dan transformasi. Saat ini, ada dua kategori pasar yang dikenal secara luas: pasar tradisional dan pasar modern. Kedua pasar ini menunjukkan karakteristik yang berbeda dan mencakup peserta yang berbeda.

Pasar tradisional merupakan tempat pertukaran komoditas penting untuk memenuhi kebutuhan pokok. Pasar-pasar ini dicirikan oleh suasana ekonomi pedesaan dan berakar kuat pada praktik-praktik tradisional. Pasar tradisional adalah lokasi fisik tempat penjual dan pembeli berkumpul untuk melakukan transaksi langsung, biasanya melibatkan proses negosiasi untuk menentukan harga. Saat ini, pasar kontemporer berfungsi sebagai wadah kegiatan ekonomi perkotaan yang dipengaruhi oleh ilmu pengetahuan dan teknologi terkini. Pengaruh tersebut

terlihat pada barang dan jasa yang diperdagangkan, peserta yang terlibat, bahkan prosedur dan peraturan yang ditetapkan oleh pengelola (Sherly et al., 2020).

Pemasaran adalah suatu pendekatan bisnis yang berfokus pada mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar agar dapat melampaui kepuasan yang ditawarkan pesaing dan mencapai tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi (Sitorus & Utami, 2017). Pemasaran adalah suatu proses yang dilakukan oleh individu dan organisasi untuk menghasilkan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada konsumen guna memenuhi kebutuhan dan aspirasi mereka, sekaligus menghasilkan keuntungan ekonomi bagi perusahaan (Brier & lia dwi jayanti, 2020). Pemasaran mencakup semua aspek yang berkaitan dengan konsepsi, pemasaran, penyebaran, dan penetapan harga barang atau jasa yang diberikan kepada pelanggan, dengan tujuan mencapai posisi pasar yang kuat dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Pemasaran mencakup pemeriksaan pasar dan perilaku pelanggan, serta penerapan strategi dan instrumen pemasaran yang sesuai untuk mencapai tujuan perusahaan yang diinginkan.

Motivasi adalah niat hati untuk melakukan sesuatu yang diinginkan untuk dilakukan untuk meningkatkan kinerja (Ferinia, & SHutagalung, 2017). Motivasi belanja dapat didefinisikan sebagai dorongan atau keinginan seseorang untuk melakukan pembelian produk atau layanan tertentu, yang muncul dari kebutuhan, keinginan, atau preferensi pribadi (Schiffman et al., 2012). Motivasi belanja adalah proses internal yang mempengaruhi pilihan konsumen dalam memilih produk atau layanan tertentu. Faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi belanja meliputi kebutuhan dan keinginan, sikap dan nilai-nilai pribadi, serta faktor situasional seperti waktu, tempat, dan lingkungan sosial (Kotler & Armstrong, 2016).

Motivasi belanja dapat dibagi menjadi empat kategori utama: 1) *Utilitarian motivation*: motivasi untuk membeli suatu produk atau layanan yang didorong oleh tujuan atau kebutuhan tertentu, seperti kebutuhan akan makanan, pakaian, atau tempat tinggal. 2) *Hedonic motivation*: motivasi untuk membeli suatu produk atau layanan yang didorong oleh keinginan untuk merasakan sensasi atau pengalaman yang menyenangkan, seperti belanja untuk kesenangan atau rekreasi. 3) *Value-expressive motivation*: motivasi untuk membeli suatu produk atau layanan yang didorong oleh keinginan untuk mengekspresikan diri atau menunjukkan identitas sosial tertentu, seperti membeli produk yang mencerminkan gaya hidup atau status sosial. 4) *Ego-defensive motivation*: motivasi untuk membeli suatu produk atau layanan yang didorong oleh kebutuhan untuk mempertahankan atau meningkatkan harga diri atau kepercayaan diri, seperti membeli produk kecantikan atau mode untuk meningkatkan penampilan

Keputusan konsumen dapat didefinisikan sebagai proses pemilihan produk atau layanan yang dilakukan oleh konsumen berdasarkan penilaian dan evaluasi terhadap atribut dan karakteristik produk atau layanan tersebut (Ferinia et al., 2020). Keputusan konsumen adalah proses pemilihan produk atau layanan yang dilakukan oleh konsumen berdasarkan evaluasi terhadap atribut dan karakteristik produk atau layanan tersebut. Keputusan konsumen melibatkan empat tahap yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, dan pembelian serta evaluasi pasca pembelian (Kotler & Armstrong, 2016).

Keputusan konsumen meliputi empat tahap utama, yaitu: 1) *Recognition of a problem or need*: tahap di mana konsumen menyadari kebutuhan atau masalah tertentu yang memerlukan solusi, seperti kebutuhan akan makanan, pakaian, atau hiburan. 2) *Search for information*: tahap di mana konsumen mencari informasi tentang produk atau layanan yang dapat memenuhi kebutuhan atau masalah tersebut, baik melalui sumber internal maupun eksternal, seperti pengalaman pribadi, referensi teman, atau media sosial. 3) *Evaluation of alternatives*: tahap di mana konsumen mengevaluasi atribut dan karakteristik dari berbagai produk atau layanan yang tersedia, dan memilih produk atau layanan yang paling sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. 4) *Purchase decision and post-purchase evaluation*: tahap di mana konsumen membuat keputusan pembelian berdasarkan evaluasi terhadap produk atau layanan yang dipilih, serta mengevaluasi kembali keputusan dan pengalaman pembelian setelah digunakan.

Mengkaji dampak insentif belanja terhadap pilihan pelanggan saat memilih tujuan belanja. Pemilihan lokasi pembelian konsumen dapat dipengaruhi oleh motivasi berbelanjanya yang didorong oleh keinginan dan kesukaannya. Motivasi berbelanja dianggap sebagai variabel independen dalam jurnal ini, namun keputusan pelanggan dalam memilih tujuan belanja dianggap sebagai variabel dependen. Penelitian yang dilakukan dalam jurnal ini menyelidiki hubungan antara motivasi berbelanja dan pilihan konsumen saat memilih tujuan belanja. Motivasi berbelanja dapat dikategorikan ke dalam berbagai unsur antara lain pertimbangan kebutuhan, faktor sosial, faktor psikologis, dan motivasi pribadi. Pilihan konsumen dalam memilih tujuan belanja dapat dipengaruhi oleh beberapa aspek antara lain harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, lokasi, dan penawaran promosi.

Penelitian sebelumnya telah meneliti dampak motivasi berbelanja terhadap pilihan konsumen ketika memilih tempat berbelanja. Namun demikian, masih kurangnya penelitian yang secara khusus membahas tentang strategi eksklusif pemilihan lokasi belanja berdasarkan motivasi pembelian dan keputusan konsumen, khususnya dalam konteks Strategi Eksklusif

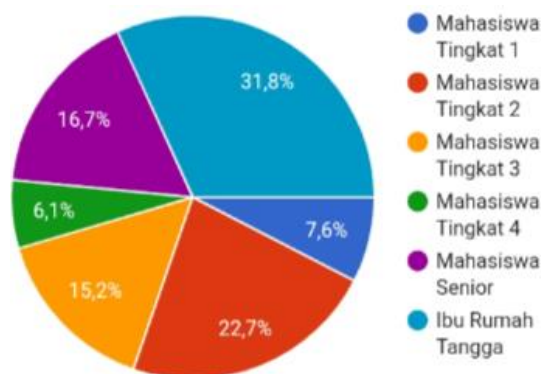
Pemilihan Lokasi Belanja Berdasarkan Motivasi Pembelian dan Keputusan Konsumen. H₁: Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara motivasi pembelian dengan keputusan konsumen membeli produk

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional untuk menguji hipotesis mengenai dampak insentif belanja terhadap keputusan konsumen (Ferinia, 2023). Populasi sampel berjumlah 66 peserta, yaitu mahasiswa Universitas Advent Indonesia dan ibu rumah tangga. Proses seleksinya menggunakan pendekatan purposive sampling. Data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner *Google Form* yang mendapat tanggapan dari total 66 orang. Skala Likert digunakan untuk mengoperasionalkan variabel motivasi dan keputusan, dan *Microsoft Excel* digunakan untuk analisis deskriptif data. Untuk analisis model luar dan dalam, SEM-PLS digunakan. Metode *Partial Least Squares* (PLS) dipilih karena kemampuannya menangani ukuran sampel yang kecil dan tidak memerlukan skala pengukuran tertentu. Analisis reliabilitas dan validitas dilakukan dengan menggunakan model luar, sedangkan model dalam digunakan untuk mengevaluasi hipotesis dan menilai kualitas model.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kuesioner yang disebarkan untuk sebagai responden dikhususkan kepada wanita. Responden yang telah mengisi kuesioner sebanyak 66 responden. Berdasarkan pada data dalam kuesioner yang disebarkan untuk kategori adalah mahasiswa tingkat 1 dengan persentase 7,6%, mahasiswa tingkat 2 dengan persentase 22,7%, mahasiswa tingkat 3 dengan persentase 15,2%, mahasiswa tingkat 4 dengan persentase 6,1%, mahasiswa tisenior dengan persentase 16,7% dan untuk ibu rumah tangga dengan persentase 31,8%. (gambar 2)



Gambar 2. Diagram profil responden berdasarkan kategori

Uji validasi dilakukan untuk memastikan bahwa pengukuran pada skala kuesioner telah akurat. Penelitian ini menggunakan validitas konvergen (cross loading) dan average variance Extracted (AVE) untuk menguji keakuratan data. Suatu konstruk dianggap valid bila nilai Average Variance Extracted (AVE) melebihi 0,05 dan nilai outer loading melebihi 0,7. Penelitian ini mencakup tiga indikator keputusan yaitu KM1, KM2, dan KM3 yang dinilai tidak valid dan kemudian dihilangkan. Selain itu, tujuh indikator motivasi dihilangkan: MB1, MB3, MB5, MB6, MB9, MB10, dan MB11. Setelah pengujian ulang, semua indikator dipastikan sah, dengan nilai cross loading lebih besar dari 0,7, seperti yang ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1. *Outer Loadings*

	Keputusan Membeli	Motivasi Belanja
KM4	0,707	
KM5	0,869	
KM6	0,904	
KM7	0,803	
KM8	0,826	
MB2		0,685
MB4		0,821
MB7		0,867
MB8		0,785

Setelah dieliminasi indikator yang tidak valid, maka dilakukan uji AVE. Uji AVE yang dilakukan hasilnya semua di atas >0.5 Tabel 5.

Tabel 2. Hasil AVE

	Average Variance Extracted (AVE)	Variance
Keputusan Membeli	0,680	
Motivasi Belanja	0,628	

Reliabilitas penelitian diuji dengan menggunakan dua uji yaitu *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Uji *Cronbach's Alpha* digunakan untuk menentukan nilai minimal dalam evaluasi reliabilitas. Uji Reliabilitas Komposit digunakan untuk mengetahui besar kecilnya variabel yang sebenarnya. Apabila hasil uji reliabilitas ini melebihi 0,7 maka data tersebut dianggap baik.

Tabel 3. *Construct Reliability and Validity*

	Cronbach's Alpha	Rho A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Keputusan Membeli	0,881	0,898	0,913	0,680
Motivasi Belanja	0,803	0,834	0,870	0,628

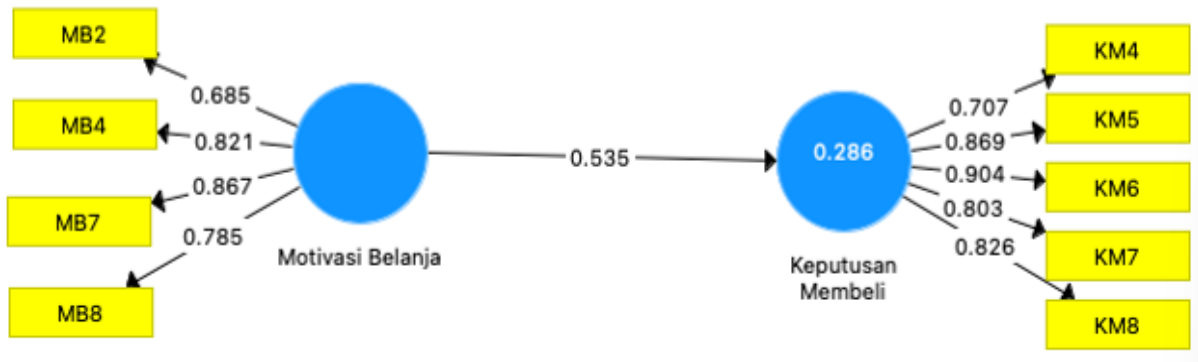
Pada tabel 3 di atas dapat dilihat bahwa nilai yang diperoleh dari setiap variabel atas uji yang telah dilaksanakan $> 0,7$. Maka dari itu, data dapat dinilai baik dan memiliki reliabilitas yang tinggi.

Uji R-square digunakan untuk mengetahui seberapa besar suatu variabel dependen mempengaruhi variabel lainnya.

Tabel 4. *R Square*

	R Square	R Square Adjusted
Keputusan Membeli	0,286	0,275

Pada tabel penelitian di atas, variabel Keputusan Membeli mendapat nilai sebesar 0,286 yang berarti pada Motivasi Belanja berpengaruh sebesar 28,6%. Dan 73,2% lainnya dipengaruhi oleh aspek lain yang tidak dilakukan dalam penelitian ini.



Gambar 2. Diagram hasil PLS

Pengaruh Motivasi Belanja terhadap Keputusan Konsumen. Nilai yang diperoleh untuk pengaruh motivasi belanja terhadap keputusan membeli mendapat beta score nol, $p = 0,535$ dengan nilai p values sebesar 0,000 ($p < 0,05$) dan t statistik 5,394 ($p > 1,96$) (tabel 5). Dengan ini H1 diterima yaitu motivasi belanja berpengaruh terhadap keputusan membeli. Konsumen tergolong dapat memutuskan pembelian karena sudah termotivasi melalui konsumen lainnya dalam memilih produk yang akan didapat.

Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Motivasi Belanja -> Keputusan Membeli	0,535	0,561	0,099	5,394	0,000

Penelitian yang dinyatakan oleh (Barokah et al., 2021) untuk mengetahui adanya hubungan motivasi belanja pada keputusan pembelian pada produk dengan merek yang baik secara langsung. Dalam penelitian ini keputusan pembelian atau memilih tempat berbelanja

dapat menjadi variabel penting untuk mengembangkan usaha perusahaan atau organisasi dalam meningkatkan motivasi belanja pada konsumen.

SIMPULAN

Pengetahuan baru dapat diperoleh dalam dua bidang perilaku organisasi, yaitu motivasi, kreativitas dan keputusan. Motivasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen, di mana konsumen yang termotivasi akan mencapai motivasi maksimal dalam berbelanja. Selain itu, motivasi juga dapat menjadi gambaran kepada konsumen lain dalam memperoleh informasi produk dan tempat berbelanja. Dengan adanya pemahaman dalam berbagai motivasi, keputusan konsumen dapat memberikan penyesuaian strategi pemasaran pada penjual dengan tepat sasaran sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen. Oleh karena itu, keputusan konsumen bisa menjadi preferensi untuk membeli produk dan memilih tempat belanja dan dapat menjadi faktor penting dalam meningkatkan motivasi, sebagai variabel mediasi yang dapat dimanfaatkan untuk tujuan tersebut. Strategi yang dapat digunakan adalah segmentasi pasar berdasarkan tujuan. Studi tentang segmentasi pasar berdasarkan tujuan berbelanja dapat membantu toko menemukan kelompok pelanggan yang memiliki keinginan, selera, dan kebiasaan berbelanja yang serupa. Pengecer dapat menempatkan tokonya dengan lebih baik dan melayani kelompok orang tertentu jika mereka mengetahui alasan mereka disegmentasi. Jika sekelompok orang termotivasi untuk berbelanja karena alasan sosial, toko mungkin memilih berada di pusat perbelanjaan atau tempat sosial.

DAFTAR RUJUKAN

- Anindhita, I., Nurhadi, N., & Trinugraha, Y. H. (2023). Preferensi Konsumen Pasar Tradisional di Kabupaten Purbalingga. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 7(1), 524–537. <https://doi.org/10.58258/jisip.v7i1.4414>
- Barokah, S., Asriandhini, B., & Putera, M. M. (2021). Emotional Shopping Sebagai Variabel Mediasi Gaya Hidup Dan Motivasi Belanja Hedonis Pada Keputusan Pembelian Impulsif Produk 3Second. *Maker: Jurnal Manajemen*, 7(2), 156–167. <https://doi.org/10.37403/mjm.v7i2.360>
- Brier, J., & lia dwi jayanti. (2020). *Stratgic Human Resources*. USA: Springer
- Ferinia, R & Hutagalung, S. (2017). Linkage Between McClelland Motivation Theory, Interpersonal Relationship, Employee Engagement and Performance of Nurses at

- Adventist Hospital. *Advanced Science Letters*, 23(11), 10955–10958.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1166/asl.2017.10196>
- Ferinia, R. (2023). *Metode Penelitian Sosial: Panduan Lengkap, Tips, Trik, Teknik, Praktik*. Media Sains Indonesia.
- Ferinia, R., Tanjung, R., Purba, B., Lestari, N., Mastuti, R., Utami, N. R., Murdana, I. M., Suwandi, A., Mistriani, N., Fitriyani, E., Prasetio, A., Muktiarni, N., & Dewi, I. K. (2020). *Perilaku Konsumen Kepariwisataaan*. Yayasan Kita Menulis.
- Harahap, H. (2017). Preferensi Media Masyarakat Jabodetabek Dan Faktor Faktor Yang Mempengaruhinya. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 21(1), 43.
<https://doi.org/10.31445/jskm.2017.210104>
- Herawaty, T., Tresna, P. W., & Hatiqah. (2019). The Influence of Lifestyle on the Process of Purchase Decision (A Study on Android Users Community). *Review of Integrative Business and Economics Research*, 8(2), 344–351.
https://www.buscompress.com/uploads/3/4/9/8/34980536/riber_8-s2_31_b18-142_344-351.pdf
- Joewono, T. B., Larasati, N. P., & Rizki, M. (2020). Pengaruh Lingkungan Tempat Tinggal Terhadap Perjalanan Berbelanja Di Kota Bandung. *Jurnal Transportasi*, 20(2), 77–86.
<https://doi.org/10.26593/jtrans.v20i2.4100.77-86>
- Khansa, T. C. (2022). Analysis of The Effect of Shopping Life Style and Fashion Involvement on Impulse Buying Behavior on Morningclo Thrift Store Consumers. *International Journal of Review Management Business and Entrepreneurship (RMBE)*, 2(1), 176–187. <https://doi.org/10.37715/rmbe.v2i1.3029>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). Philip Kotler Gary Armstrong, Prinsip-prinsip Pemasaran edisi 12 jilid 1. intro (PDFDrive). In *Prinsip-Prinsip Pemasaran*.
- Laskito, I. (2021). *Belanja di Giant dan Hero Bisa Pakai GoMart*. Pointsgeek.
<https://pointsgeek.id/belanja-di-giant-dan-hero-bisa-pakai-gomart/>
- Latif, F. R. D., & Ishak, A. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Belanja Online Berbasis Smartphone: Ebuah Studi Empiris Dari Pembelanja Wanita Muda Di *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis ...*, 01(03), 249–265.
<https://journal.uui.ac.id/selma/article/view/24840>
- Levis, V. (2021). *Indomaret Jawara Jaringan Ritel di Indonesia -- Jumlah Gerai Ritel (2020)*. Reddit.

https://www.reddit.com/r/indonesia/comments/r4oxu2/indomaret_jawara_jaringan_ritel_di_indonesia/

- Marza, S., Idris, I., & Abror, A. (2019). *The Influence of Convenience, Enjoyment, Perceived Risk, And Trust On The Attitude Toward Online Shopping*. 64(2001), 588–597.
<https://doi.org/10.2991/piceeba2-18.2019.40>
- Purwanto, N. (2021). Wanita Dan Belanja: Aspek Motivasi Dilihat Dari Sudut Pandang Perilaku Konsumen. *AKUNTABILITAS: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu ...*, 14.
<https://doi.org/10.35457/akuntabilitas.v13i2.1812>
- Sandi, F. (2021). *Gerai Giant Bertumbuhan, Ini Dia Akar Masalah Sebenarnya*. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20210527133325-4-248743/gerai-giant-bertumbuhan-ini-dia-akar-masalah-sebenarnya>
- Sari, A. Y. (2018). *Perilaku Belanja di Kalangan Wanita Perkotaan*. 3.
http://eprints.ums.ac.id/61950/11/NASKAH_PUBLIKASI.pdf
- Sari, N. P., Wahyuni, S., & Widodo, J. (2022). Pengaruh Persepsi Kualitas dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Gepok Pak Giek Mastrip Jember. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 16(1), 40–46. <https://doi.org/10.19184/jpe.v16i1.22729>
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., & Hansen, H. (2012). Consumer Behaviour: A European Outlook. In *Pearson Education*.
- Setyawati, B. N., & Santoso, E. B. (2024). Pengaruh Motivasi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Singgah Kedai Kopi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 1(3), 662–667. <https://jurnal.ittc.web.id/index.php/jebd/article/view/843>
- Sherly, Halim, F., Butarbutar, M., SN, A., Sisca, Purba, B., Ferinia, R., Dewi, I. K., Hasyim, Sudarso, A., & Purba, E. (2020). *Pemasaran Internasional*. Yayasan Kita Menulis.
- Sitorus, O. F., & Utami, N. (2017). Strategi promosi pemasaran. *Fkip Uhamka*, 1–309.
<http://repo.darmajaya.ac.id/4855/>



The Role and Contribution of The New Institutional Economics In Economic System Performance

Agus Arwani^{1*}, Unggul Priyadi²

agus.arwani@uingusdur.ac.id^{1*}, unggul.priyadi@uui.ac.id²

¹Program Studi Akuntansi Syari`ah

²Program Studi Ilmu Ekonomi

¹Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

²Universitas Islam Indonesia

Received: 01 12 2023. Revised: 29 02 2024. Accepted: 21 04 2024.

Abstract : This study investigates new institutions' contributions and economic implications in current economic developments. This study uses a qualitative approach with a literature study method. The study illustrates key thought concepts and relevant works from figures such as Douglass North, Elinor Ostrom, Oliver Williamson, Ronald Coase, and Avner Greif through analysis of various reference sources, including books, journal articles, and other related publications. The results of the literature study show that New Institutional Economics has an essential contribution to understanding the role of formal and informal institutions in shaping economic behavior and Performance. Legal institutions, such as laws, regulations, and public policies, provide the framework for economic interactions, literature study results whereas informal institutions, such as norms, beliefs, and social networks, influence individual economic decisions. The importance of institutions and organizations in improving economic efficiency and overcoming problems arising in the economic system is also highlighted in this study. In the context of New Institutional Economics, institutions and organizations act as mechanisms for reducing transaction costs, resolving conflicts, and increasing trust and cooperation among economic actors. Its theoretical implications strengthen an understanding of how institutions and organizations can shape economic behavior and Performance. In contrast, its practical implications can provide direction for more relevant and effective public policies addressing economic and social problems.

Keywords : Role, Contribution, Institution, New Institutional Economics.

INTRODUCTION

The New Institutional Economics is an economics approach that studies institutions' role in shaping economic behavior and its outcomes (North, 2005). This approach emerged in the 1970s in response to criticism of neoclassical economics which was considered to pay little attention to the role of institutions in forming economic systems (Yonay, 1998). The New Institutional Economics considers institutions as rules or norms that affect how people interact in an economic system (Hodgson, 2009). Institutions can be laws, government policies, social norms, or customs. An important concept in this approach is "transaction cost," which refers to

the costs incurred in conducting economic transactions such as negotiating, monitoring, and enforcing contracts (Coggan, Whitten, & Bennett, 2010). The New Institutional Economics approach has made important contributions to understanding the role of institutions in forming and managing economic systems, such as the role of institutions in reducing transaction costs, facilitating trade, regulating conflict, and creating long-term prosperity. Therefore, the New Institutional Economics became important in developing economic policies in various countries and international organizations (Nabli & Nugent, 1989; Kirsten, J. F., Karaan, A. M, 2009).

The New Institutional Economics Gaps refer to gaps or inequalities in economic conditions caused by differences in institutions or rules that affect economic behavior and outcomes among different groups or regions (Klasen, 2017). The phenomenon of new institutional economic gaps can occur at various levels, both on a national and international scale (Feige, 1990). Some examples of new institutional economic gaps include the first gaps between developed and developing countries: Developed countries have more efficient and effective institutional systems in facilitating trade, regulating conflict, and creating long-term prosperity. On the other hand, developing countries often need more developed institutional systems and are less effective in creating economic prosperity. Second, gaps between urban and rural areas: Urban areas often have more advanced institutional systems and are more effective in facilitating trade and investment. In contrast, rural areas often need more developed institutional systems and are less effective in creating economic prosperity (Barca, McCann, & Rodríguez-Pose, 2012) Rodríguez-Pose, A., 2012). Third, Gaps between formal and informal sectors: The legal sector has more advanced institutional systems and is more effective in facilitating trade and investment. In contrast, the informal sector often needs more developed institutional systems and is less effective in creating economic prosperity.

Several problems occur in society in the context of New Institutional Economics, among them the first economic gap: Economic disparities can occur due to differences in access to institutional systems that support economic growth. Groups or regions with better access to institutional systems tend to be more economically advanced than groups or areas that do not have equal access (Engerman, Haber, & Sokoloff, 2000). Second, Corruption: Corruption can hinder economic development by undermining the integrity of institutional systems and exacerbating economic inequality. Corruption can amplify the interests of specific groups above the public interest and harm society as a whole (Rose--Ackerman, 2008). Third, Legal uncertainty: Legal uncertainty can hinder investment and economic development. Legal delay can occur due to a lack of clear, consistent rules or weak enforcement (Trebilcock & Leng,

2006). Fourth, cultural differences and customs: Cultural differences and customs between groups or regions can hinder effective economic interaction. For example, differences in language, manner of dress, or manner of doing business can cause difficulties in communication and negotiation. And fifth, lack of education and skills: Lack of education and skills can exacerbate economic inequality and hinder people's ability to participate in the economy. Lack of education and skills can also exacerbate legal uncertainty and reinforce corruption.

Previous studies that became the basis for developing New Institutional Economics include Douglas North Research (1990) on institutions and economic change. North states that institutions are formal, informal rules that govern human behavior and that institutional change can affect economic Performance (North, 1990). Second, Ronald Coase's (1937) research on transaction and corporate costs. Coase states that companies arise because transaction costs between individuals or organizations are too high (Coase, 1991). Third, Oliver Williamson's (1975) research on transaction theory. Williamson says that companies occur because they reduce transaction costs through organizational hierarchies (O. E. Williamson, 1975). Fourth, Elinor Ostrom's (1990) research on the co-control of natural resources. Ostrom states that local communities can manage natural resources effectively through rule-setting and coordination mechanisms (Ostrom, 1990). Fifth, Douglass C. North and Robert Paul Thomas' (1973) research on economic history. North and Thomas state that economic development is influenced by technological factors and institutional factors such as legal, political, and social (North & Thomas, 1973).

These researches formed the basis of new institutional economic thinking and inspired much of subsequent research and theoretical development in this field. New Institutional Economics has developed into an essential approach in the study of economics and social sciences and has provided many insights and policy recommendations to address economic problems at many levels. The New Institutional Economics (NIE) has emerged as a significant paradigm in understanding economic systems. However, its specific role and contributions in enhancing the performance of these systems are not fully understood. This research aims to investigate how NIE principles and frameworks influence the functionality, efficiency, and adaptability of economic systems. It seeks to understand the extent to which NIE contributes to the performance of these systems in various contexts, including market efficiency, regulatory frameworks, and the impact on economic growth and stability. The problem lies in bridging the gap between theoretical NIE concepts and their practical implications in real-world economic systems, identifying key factors where NIE has significantly altered economic performance.

This study will also explore the challenges and limitations of applying NIE in different economic and institutional settings.

RESEARCH METHODS

In New Institutional Economics research, qualitative methods can be used to understand the role and function of institutions and institutional factors in an economic context (Urbano, 2019). Qualitative methods in new institutional economic research can provide deep insights into the social, cultural, and political contexts that affect institutional and organizational dynamics. In addition, this method can help understand the perspectives and experiences of related actors in the context of New Institutional Economics. Research using more literature studies on New Institutional Economics is the process of searching, reading, and analyzing various scientific publications, books, journal articles, and other documents relevant to new institutional economic concepts, theories, and applications. A literature study aims to comprehensively understand the research topic being studied and build a solid knowledge base. During the literature study process, it is vital to cover a range of relevant approaches, viewpoints, and research in the New Institutional Economics. By conducting a comprehensive literature study, you can build a solid foundation of knowledge and gain better insight into new institutional economic research (Cresswell, 2014).

RESULT AND DISCUSSION

There are several exciting things with the New Institutional Economics, including: 1) Focus on the role of institutions: New Institutional Economics places institutions as an essential factor in economic development and analyzes the role of institutions in shaping human behavior (Acemoglu, Johnson, & Robinson, 2005). This approach differs from classical economics because it focuses more on markets and individuals. 2) Interdisciplinary: The New Institutional Economics involved economists and experts in political science, sociology, and anthropology. This interdisciplinary approach helps understand the social and political factors influencing economic behavior (Boswell & Mueser, 2008; Furubotn, 2001). 3) Emphasis on transaction costs: The New Institutional Economics emphasizes the importance of transaction costs in forming institutions and organizations. The concept of transaction fees helps explain why companies emerged and how institutions can help reduce transaction costs (Dawkins, 2000; Prasetyo, 2020). 4) Application in real contexts: New Institutional Economics, such as public policy analysis and development planning, is often applied in real contexts. This approach helps

to provide policy recommendations that are more relevant and effective in addressing economic and social problems. 5) Relevance in a global context: The New Institutional Economics has relevance in a global context, as it analyzes the relationship between institutions, policies, and economic development in a variety of cultural and political contexts (Zhu & Thatcher, 2010). This approach helps to understand differences in economic policies and practices in different countries and regions.

The contribution of New Institutional Economics includes, first, Understanding the role of institutions in economic development: New Institutional Economics helps understand the role of formal and informal institutions in shaping economic behavior and Performance (North, 2005; Ménard, 2014). This approach helps to overcome problems in the economic system caused by a need for more attention to institutional factors. Second, Transaction cost analysis: The New Institutional Economics helps understand the transaction costs of forming institutions and organizations. The concept of transaction costs helps explain why companies emerged and how institutions can help reduce transaction costs, thereby increasing economic efficiency. Application in real contexts: New Institutional Economics is often applied in natural contexts, such as public policy analysis and development planning. This approach helps provide policy recommendations that are more relevant and effective in addressing economic and social problems. Relevance in a global context: The New Institutional Economics has relevance in a global context, as it analyzes the relationship between institutions, policies, and economic development in a variety of cultural and political contexts (Simón-Moya, Revuelto-Taboada, & Guerrero, 2014). This approach helps understand differences in economic policies and practices across countries and regions. Helping to understand the influence of non-economic factors on economic Performance: The New Institutional Economics recognizes the result of non-economic factors such as political, cultural, and social policies on Economic Performance. This approach helps understand those factors and how they can affect economic Performance in the long run.

Douglass North, as one of the founding figures of the New Institutional Economics, introduced concepts of thought that were important in institutional studies. The following are some of them: 1) Institutional interests: North believes institutions are important factors in shaping economic and social behavior. 2) Institutional evolution: North argues that institutions can change over time through a complex evolutionary process. He stressed the importance of historical analysis and observation of institutional change in explaining economic and social change. 3) Conflict and coordination: North emphasized the importance of economic

coordination in preventing social conflict and facilitating economic growth. He argues that social institutions and norms can help create coordination and reduce societal conflict. 4) Transaction costs: North developed the concept of transaction costs to explain the costs involved in conducting economic transactions. He argues that social institutions and norms in society can influence transaction costs. 5) Institutional change: North argues that institutional change can significantly impact economic growth. He emphasized the importance of analyzing the factors influencing institutional change, such as technology, the environment, and social interaction.

Elinor Ostrom's concept of thought (Milonakis & Fine, 2007) is an American social scientist best known for her work in natural resource management. Essential concepts of thought and works produced by Elinor Ostrom include: 1) Collective Theory of Action: This concept proposes that natural resources can be managed collectively by local communities effectively and sustainably. Elinor Ostrom observed examples worldwide where local communities successfully worked on natural resources, such as forests, fisheries, and groundwater, without government or private company interference. 2) Institutional Design: Elinor Ostrom emphasizes the importance of appropriate institutional design in collective natural resource management. Institutions should be designed to encourage active participation, transparency, accountability, and mutual trust among resource managers. 3) Other Thought: Elinor Ostrom rejected the approach commonly used in economics, namely the assumption of individual selfish rationality and self-interest. He argues that humans have more diverse motivations and can work together in groups. Therefore, he proposed an alternative model that recognized the diversity of human behavior and its causes. 4) *Governing the Commons* (1990): Elinor Ostrom's most famous work is this book. In this book, he discusses how local communities can collectively, effectively, and sustainably manage natural resources. This book became one of the primary references in the study of new institutions and theories of natural resources.

Oliver Williamson is an American economist known as one of the central figures in developing organizational theory and institutional economics. The following are some of the concepts of thought and bookwork produced by Oliver Williamson. Among them, 1) Transaction Cost Theory The idea of transaction cost theory is a significant contribution of Oliver Williamson in developing institutional economic theory. Williamson emphasized that financial organizations and institutions were created to reduce transaction costs in economic transactions. 2) Hierarchy Versus Market Williamson posited that organizations could be

formed in hierarchy and market. A hierarchy is a centralized and coordinated organization through a management hierarchy, while a market is a decentralized and cooperative organization through a pricing mechanism. 3) *The Economic Institutions of Capitalism: Firms, Markets, Relational Contracting* (1985) This book is a famous work by Oliver Williamson, which discusses the relationship between organizations and markets in capitalist economies. Williamson shows how organizations and markets interact and generate economic profits. 4) *The Nature of the Firm* (1937) This book was written by Ronald Coase. Still, Williamson contributed significantly to developing the book's theory of institutional organization and economics. This book discusses why organizations are formed and how organizations reduce transaction costs in the economy. 5) *Markets and Hierarchies: Analysis and Antitrust Implications* (1975) This book discusses hierarchy versus markets and the antitrust implications of organizational theory and institutional economics. Williamson shows how antitrust decisions can be influenced by organizational structures and markets within the industry (O. Williamson & Winter, 1993).

Ronald Coase was a British economist known as one of the leading figures in institutional economics. Ronald Coase's famous concepts, thoughts, and book works: 1) *Transaction Cost Theory*: Coase developed transaction cost theory in his favorite article, "The Nature of the Firm," in 1937. This theory explains that organizations are formed when the cost of transactions between individuals in a market becomes too high. Coase later developed this theory in his other books, such as "The Problem of Social Cost" and "The Firm, the Market and the Law." 2) *Shared Resource Theory* Coase also developed the shared resource theory in his book "The Economics of Fisheries Management" in 1959. This theory explains why shared resources such as fish and forests often suffer from overuse problems. 3) *The Firm, the Market, and the Law* The book was published in 1988 and is a collection of Coase's essays on organizations, markets, and law. This book discusses how organizations and markets interact in economics and how law can affect the relationship between organizations and markets. 4) *The Problem of Social Cost* This article was published in 1960 and became one of the most influential economic articles of the 20th century. Coase discusses the issue of social costs or externality in markets and how laws can affect the relationship between producers and consumers (Posner, 1993).

Avner Greif is an economist and economic historian known as one of the leading figures in institutional economics. Avner Greif's famous books' concepts, thoughts, and works include 1) *Institutions and Changes in History*. This book was published in 2006 and became one of

Greif's famous works. This book discusses how institutions and policies can affect the progress or decline of a society. Greif also discussed several historical examples from various parts of the world that show the importance of institutions in driving economic growth and community development. 2) Community Dependence Greif also developed the concept of community dependence or "social embeddedness," which explains that a person's economic behavior cannot be separated from his social and institutional environment. This concept forms the basis of institutional economic theory and is essential in understanding the role of institutions in economics. 3) Trade in the Mediterranean in the Middle Ages Greif researched trade in the Mediterranean in the Middle Ages and found that it occurred in a complex and effective institutional system. His research proved that trade occurs not only because of demand and supply but also because of trust, mutual benefit, and a good system of rules. 4) The Persistence of the Past: The Case of the Ottoman Empire This article was published in 1994 and became one of Greif's famous articles. Greif discusses why the Ottoman Empire failed to modernize its economy in the 19th century. Greif identified that the problem lies in weak institutions and the inability to resolve internal conflicts (Greif & Laitin, 2004; Ahmad, 2013).

Jean Tirole was a French economist best known for his works in game theory and industrial economics. Here are some of Jean Tirole's famous thought concepts and book works, including Game Theory and Industrial Economics. Jean Tirole contributed a lot to developing game theory and its application in industrial economics. One of his famous works is "The Theory of Industrial Organization," published in 1988. The book addresses various topics in industrial economics, including oligopoly, price discrimination, and innovation. 2) Market Regulation Jean Tirole also contributed much to the development of market regulation theory. One of his best-known works in this field is the book "Competition in Telecommunications," published in 2001. The book addresses various issues in the telecommunications industry, including regulation of network access, tariffs, and competition. 3) Contract Theory Jean Tirole also contributed a lot to contract theory. His famous book in this field is "The Theory of Corporate Finance," published in 2006. The book addresses a wide range of issues in corporate finance, including financing decisions, risk-taking, and the management of the relationship between owner and management (Tirole, 1988).

The role of formal and informal institutions is critical in shaping economic behavior and Performance in New Institutional Economics. Legal institutions such as laws, government regulations, and financial institutions provide clear directions and rules for economic actors to create stable and predictable conditions. Formal institutions also play a role in facilitating

economic interaction between economic actors, providing guarantees of property rights and contracts, and resolving disputes and conflicts (Zenger, Lazzarini, & Poppo, 2000; Abera, 2019). Meanwhile, informal institutions such as norms, customs, customs, and social networks also play an essential role in shaping economic behavior and Performance. Informal institutions are often the result of long and continuous social interactions between economic actors and serve as a reference for their actions in transactions. Informal institutions can strengthen or weaken economic Performance in New Institutional Economics (Tamanaha, 2015).

In the context of New Institutional Economics, there is a new approach to understanding the role of formal and informal institutions in shaping economic behavior and Performance. This approach assumes that formal and informal institutions are interrelated and influence each other and must be considered together in economic analysis. In this case, informal institutions can complement or even substitute weak or ineffective formal institutions. Formal and informal institutions are essential in shaping economic behavior and Performance in New Institutional Economics. Legal institutions usually consist of rules, laws, policies, and other formal structures created by governments or official agencies. On the other hand, informal institutions are comprised of norms, values, and ordinances that develop within society.

In the New Institutional Economics, formal and informal institutions work together to create an environment that enables sustainable economic growth. Formal institutions can shape economic behavior and Performance through fiscal and monetary policies, regulations governing markets and investments, and law rules protecting property rights and contracts (Holmes Jr, Miller, Hitt, & Salmador, 2013). On the other hand, informal institutions also have an essential role in shaping economic behavior and Performance. The norms, values, and ordinances that develop within a society can shape prejudices, beliefs, and solidarity that are important for promoting cooperation and building trust among community members. In many cases, informal institutions can play a more important role than formal institutions in shaping economic behavior and Performance.

However, the role of formal and informal institutions in shaping economic behavior and Performance is only sometimes positive. Bad or corrupt formal and informal institutions can lead to economic instability and social injustice. In addition, differences between formal and informal institutions that are conflicted or misaligned can result in obstacles to sustainable economic growth. In New Institutional Economics, it is important to pay attention to the role of formal and informal institutions in shaping economic behavior and Performance. Governments and other legal institutions must ensure that rules and policies are made to

promote sustainable economic growth and social justice. On the other hand, societies must promote positive values and norms, including trust, cooperation, and solidarity, to form strong and mutually supportive informal institutions. Formal and informal institutions are important in shaping economic behavior and Performance in New Institutional Economics. Formal institutions such as laws, regulations, government agencies, and public policies play a crucial role in regulating economic interactions, resolving conflicts, and providing legal certainty for economic actors (Edquist & Johnson, 1996). Formal institutions can also create a stable and attractive investment climate, increase efficiency and productivity, and encourage innovation.

However, more than formal institutions are needed to create a healthy economic system. Informal institutions such as social norms, customs, and customary practices can play an important role in shaping economic behavior and Performance. Social norms, for example, can shape trust and cooperation between individuals, which is crucial in building good business relationships. Indigenous customs and practices can also help strengthen social networks and promote adherence to formal rules. Informal institutions can also be a barrier to economic growth (Anderson, 2004). For example, social norms that do not support innovation or risk can limit creativity and the ability to adapt to change. Inefficient customary habits and practices or not being open to change can prevent proper decision-making or effective problem-solving. In New Institutional Economics, formal and informal institutions should be seen as interrelated and mutually influencing systems. These two types of institutions must be supported and improved together to create a healthy and sustainable economic system.

Transaction costs are incurred to carry out certain transactions or economic activities (O. E. Williamson, 1979). Transaction costs include information costs, negotiation, monitoring, and contract enforcement. High transaction costs can hinder the formation of efficient transactions or economic activities. In New Institutional Economics, transaction costs are seen as an essential factor influencing the formation of institutions and organizations. High transaction costs encourage forming institutions and organizations that help reduce these costs (Pingali, Khwaja, & Meijer, 2005). Formal institutions such as regulations and laws can help reduce transaction costs by providing rules and frameworks for contracts and transactions. Meanwhile, informal institutions such as norms and trusts can help reduce transaction costs by reducing uncertainty and increasing trust between the parties involved. On the other hand, low transaction costs can lead to more superficial and less formal organizations and institutions. In this context, organizations and institutions can depend more on social norms and trust, as low transaction costs make it easier for parties involved to trust each other.

In addition, transaction costs can also affect the selection of the most appropriate organizational form or market structure for a particular economic activity (Bello, Dant, & Lohtia, 1997). For example, low transaction costs can enable the formation of competitive markets where prices and quantities are determined through efficient market mechanisms. However, high transaction costs can limit a market's ability to operate efficiently and ultimately lead to the formation of alternative market organizations or structures. For example, in an agricultural industry where farmers typically own relatively little land, high transaction costs can limit a market's ability to operate efficiently. Farmers often need help negotiating with buyers and gathering the necessary information to determine the right price and quality. Alternatively, farmers can form cooperatives or other organizations that allow them to collaborate in the production, marketing, and sale of their products. Such organizations can help reduce high transaction costs and improve economic systems' efficiency and Performance.

In the end, transaction costs will influence individual decisions in forming institutions and organizations that are efficient in reducing transaction costs. In New Institutional Economics, efficient organizations and institutions can facilitate efficient trade and investment, reduce transaction costs, increase trust and cooperation among community members, and create significant added value. In this case, formal and informal institutions will interact and, side by side, form a new institutional economic system that is efficient and sustainable. However, it should be noted that transaction costs are not the only factor affecting the formation of institutions and organizations in New Institutional Economics (North, 1995). Other factors such as culture, history, politics, social environment, and technology can also influence the formation of institutions and organizations. For example, culture and history can influence how individuals and groups interact, trust each other, and form habits that impact the formation of institutions and organizations. On the other hand, political factors can influence government policies in forming institutions and organizations that facilitate efficient trade and investment.

Information and communication technology advances can affect the formation of institutions and organizations in the New Institutional Economics by enabling more efficient use of communication and transaction methods, such as using blockchain or other technologies for financial and trade transactions. In order to understand more about how transaction costs and other factors affect the formation of institutions and organizations in New Institutional Economics, further research and analysis by new institutional economists are needed.

Non-economic factors such as cultural, political, and social play an essential role in influencing economic Performance in the long run in New Institutional Economics

(Hadjimichalis, 2006). Some of these factors include cultural values that encourage cooperation and trust among members of society and political and legal systems that support the establishment and maintenance of effective institutions and organizations. In terms of culture, values such as trust, cooperation, and openness can help in the formation of effective institutions and successful organizations. This is especially important in the context of new institutional economies, where agreements and contracts are often made between people who do not know each other personally. When members of society have a high level of trust in each other, they are more likely to execute their contracts and abide by the rules set by institutions and organizations (Cook, 2001). For example, a community culture that encourages cooperation and trust can form effective and efficient institutions and organizations. Conversely, a culture that does not support collaboration and trust can hinder the formation and development of institutions and organizations.

In the political context, government and other state institutions can play an important role in supporting the establishment of effective institutions and organizations (Vincent-Jones, 2000). Public policies supported by the government, such as market regulation and restrictions, protection of intellectual property rights, and tax incentives and subsidies, can provide the impetus for forming and developing institutions and organizations. However, poor policies, such as corruption and political instability, can hinder the formation of effective institutions and successful organizations. On the political side, strong political and legal stability can help in the formation and development of good institutions and organizations. Conversely, weak political and legal instability can hinder the formation and development of institutions and organizations. A stable and reliable political and legal system can also provide certainty for economic actors and encourage long-term investment. A corrupt and unstable political system can cause uncertainty and hinder economic growth.

In social terms, factors such as education, gender equality, and community participation can also affect economic Performance in the long run (Klasen & Lamanna, 2009). Higher education can help improve the capacity and skills of individuals, which in turn can help form and develop effective institutions and organizations. Gender equality and broader community participation in decision-making processes can help build legitimacy and support for existing institutions and organizations. In addition, social factors such as people's level of education and technical ability can also affect economic Performance in the long run. A high level of education and technical knowledge can form and develop effective and efficient institutions and

organizations. Good levels of education and health can increase productivity and innovation capabilities, while gender equality can expand the talent base available to thrive in the economy.

In order to build and develop a new, sustainable institutional economy, non-economic factors must be taken seriously (Žuk & Žuk, 2023). They must be considered an integral part of forming and developing effective institutions and organizations. In this regard, the role of government and public policy is also critical. Government can play an essential role in promoting cultural, political, and social support for establishing and developing effective and efficient institutions and organizations. Public policies that strengthen political and legal stability, improve people's education levels and technical capabilities, and promote cooperation and trust among people can also help develop sound institutions and organizations. In the context of New Institutional Economics, it is essential to consider these non-economic factors because they can affect the effectiveness of institutions and organizations in achieving economic goals. Therefore, policies that promote the development of culture, stable political and legal systems, and positive social factors can contribute to long-term economic Performance in the New Institutional Economics.

Applying New Institutional Economics in public policy analysis and development planning can provide more relevant and practical policy recommendations in addressing economic and social problems in New Institutional Economics (Lehtonen, 2004). In the context of public policy, the application of New Institutional Economics can help identify issues in the economic system and provide policy alternatives that are better suited to local conditions. For example, in addressing poverty in a region, new institutional economic analyses can help identify institutional factors driving poverty, such as lack of access to needed resources and infrastructure or lack of support from governments and community organizations. Based on this analysis, policy recommendations such as infrastructure development, increased access to resources, or targeted social assistance programs can be generated.

Meanwhile, in the context of development planning, New Institutional Economics can help design more sustainable and measurable development programs and policies (Thomas et al., 2018). For example, in developing the agricultural and tourism sectors in a region, New Institutional Economics analysis can help identify the needs of farmers and institutional factors that affect the Performance of the agricultural sector. Thus, development programs and policies can improve farmers' access to resources, improve farmers' skills and knowledge, and overcome institutional barriers affecting agricultural sector performance. Taking into account the unique characteristics of these sectors, policy recommendations may take the form of developing more

effective financial institutions or marketing networks, increased access to technology or information, and improved regulation to increase public participation.

Thus, the application of New Institutional Economics in a real context can provide more relevant and effective solutions for overcoming economic and social problems in New Institutional Economics (North, 1995; Prasetyo, 2020). Therefore, policymakers (Miao, Holmes, Huang, Zhang, & others, 2021) and development practitioners can leverage this approach to design and implement more sustainable and effective policies and programs. In applying New Institutional Economics in a real context, it is necessary to conduct institutional analysis to understand existing institutions, how these institutions can cooperate or contradict each other, and how to build new institutions or improve existing institutions to achieve desired policy goals. This analysis can be done by adopting a new institutional economic approach, which includes identifying transaction costs, the role of formal and informal institutions, the influence of public policy, and non-economic factors such as cultural, political, and social.

In practice, the application of New Institutional Economics can provide policy recommendations that are more effective in addressing economic and social problems within a country. For example, in the context of development planning, institutional analysis can help governments to understand how institutions may cooperate or conflict in implementing development policies, as well as identify obstacles to the implementation process. Thus, the government can take more effective action to improve existing institutions or build new institutions as needed. In addition, New Institutional Economics can also provide policy recommendations that are more relevant in the context of public policy analysis. In public policy analysis, New Institutional Economics can help governments understand how the role of formal and informal institutions affects Economic Performance in the long run and how non-economic factors such as cultural, political, and social can affect the effectiveness of public policies. By considering these factors, the government can design public policies that are more effective and relevant in overcoming economic and social problems.

CONCLUSION

The New Institutional Economics is an approach that views institutions and organizations as important factors in shaping economic behavior and Performance. The concept comes from the works of Douglass North, Elinor Ostrom, Oliver Williamson, Ronald Coase, Avner Greif, and others. In the New Institutional Economics, there are two types of institutions, formal and informal. Legal institutions consist of regulations, laws, and government

institutions, while informal institutions consist of customs, norms, and customs. Both play an important role in shaping economic behavior and Performance. Transaction costs also influence the formation and development of institutions and organizations in the new institutional economic system. The higher the transaction costs, the more important the role of formal institutions and organizations in addressing these problems. Non-economic factors such as cultural, political, and social also have an important role in economic Performance in the long run. Institutions and organizations can help improve economic efficiency and overcome problems in the economic system caused by a need for more attention to institutional factors. Applying New Institutional Economics in real contexts, such as public policy analysis and development planning, can provide policy recommendations that are more relevant and effective in addressing economic and social problems in New Institutional Economics.

REFERENCES

- Abera, F., Mulugeta, W., & Melaku, T. (2019). Impact of institutional quality on economic performance of Eastern Africa: a panel data analysis. *Jurnal Perspektif Pembiayaan Dan Pembangunan Daerah*, 7(2), 169-182. <https://doi.org/10.22437/ppd.v7i2.7863>
- Acemoglu, D., Johnson, S., & Robinson, J. A. (2005). Institutions as a fundamental cause of long-run growth. *Handbook of Economic Growth*, 1, 385–472.
- Ahmad, A. A., Soepono, P., & Jaya, W. K. (2013). Institutional and Spatial Effects on Manufacturing Performance in Central Java Province: The New Institutional Economics and The New Economic Geography Perspective. *Journal of Indonesian Economy and Business*, 28(3), 347-360
- Anderson, J. E. (2004). Trade and informal institutions. *Handbook of International Trade: Economic and Legal Analyses of Trade Policy and Institutions*, 2, 279–293.
- Barca, F., McCann, P., & Rodriguez-Pose, A. (2012). The case for regional development intervention: place-based versus place-neutral approaches. *Journal of Regional Science*, 52(1), 134–152. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9787.2011.00756.x>
- Bello, D. C., Dant, S. P., & Lohtia, R. (1997). Hybrid governance: the role of transaction costs, production costs and strategic considerations. *Journal of Business & Industrial Marketing*. <https://doi.org/10.1108/08858629710172655>
- Boswell, C., & Mueser, P. R. (2008). Introduction: Economics and interdisciplinary approaches in migration research. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 34(4), 519–529. <https://doi.org/10.1080/13691830801961563>

- Coase, R. H. (1991). The nature of the firm (1937). *The Nature of the Firm*, 18–33.
<https://doi.org/10.1111/j.1468-0335.1937.tb00002.x>
- Coggan, A., Whitten, S. M., & Bennett, J. (2010). Influences of transaction costs in environmental policy. *Ecological Economics*, 69(9), 1777–1784.
<https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2010.04.015>
- Cook, K. (2001). *Trust in society*. Russell Sage Foundation.
- Cresswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches - John W. Creswell - Google Books*. New Jersey: Pearson Education.
<https://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2>
- Dawkins, C. J. (2000). Transaction costs and the land use planning process. *Journal of Planning Literature*, 14(4), 507–518. <https://doi.org/10.1177/08854120022092809>
- Edquist, C., & Johnson, B. (1996). *Institutions and organizations in systems of innovation*. Univ.
- Engerman, S. L., Haber, S. H., & Sokoloff, K. L. (2000). Inequality, institutions and differential paths of growth among New World economies. *Institutions, Contracts, and Organizations: Perspectives from New Institutional Economics*, 108.
- Feige, E. L. (1990). Defining and estimating underground and informal economies: The new institutional economics approach. *World Development*, 18(7), 989–1002.
[http://dx.doi.org/10.1016/0305-750X\(90\)90081-8](http://dx.doi.org/10.1016/0305-750X(90)90081-8)
- Furubotn, E. G. (2001). The new institutional economics and the theory of the firm. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 45(2), 133-153.
[https://doi.org/10.1016/S0167-2681\(00\)00171-2](https://doi.org/10.1016/S0167-2681(00)00171-2)
- Greif, A., & Laitin, D. D. (2004). A theory of endogenous institutional change. *American Political Science Review*, 98(4), 633–652. <http://www.jstor.org/stable/4145329>
- Hadjimichalis, C. (2006). Non-economic factors in economic geography and in ‘new regionalism’: a sympathetic critique. *International Journal of Urban and Regional Research*, 30(3), 690–704. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2427.2006.00683.x>
- Hodgson, G. M. (2009). Institutional economics into the twenty-first century. *Studi e Note Di Economia*, 14(1), 3–26.
- Holmes Jr, R. M., Miller, T., Hitt, M. A., & Salmador, M. P. (2013). The interrelationships among informal institutions, formal institutions, and inward foreign direct investment. *Journal of Management*, 39(2), 531–566. <https://doi.org/10.1177/0149206310393503>

- Kirsten, J. F., Karaan, A. M., & Dorward, A. R. (2009). Introduction to the Economics of Institutions. *Institutional economics perspectives on African agricultural development*, 35-74. <http://dx.doi.org/10.2499/9780896297814BK>
- Klasen, S., & Lamanna, F. (2009). The impact of gender inequality in education and employment on economic growth: new evidence for a panel of countries. *Feminist Economics*, 15(3), 91–132. <https://doi.org/10.1080/13545700902893106>
- Lehtonen, M. (2004). The environmental--social interface of sustainable development: capabilities, social capital, institutions. *Ecological Economics*, 49(2), 199–214. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2004.03.019>
- Ménard, C., & Shirley, M. M. (2014). The contribution of Douglass North to new institutional economics. *Institutions, property rights, and economic growth: the legacy of Douglass North*. Cambridge University Press, Cambridge, 11-29. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107300361.003>
- Miao, F., Holmes, W., Huang, R., Zhang, H., & others. (2021). *AI and education: A guidance for policymakers*. UNESCO Publishing.
- Milonakis, D., & Fine, B. (2007). Douglass North's remaking of economic history: a critical appraisal. *Review of Radical Political Economics*, 39(1), 27–57. <https://doi.org/10.1177/0486613406296896>
- Nabli, M. K., & Nugent, J. B. (1989). The new institutional economics and its applicability to development. *World Development*, 17(9), 1333–1347. [https://doi.org/10.1016/0305-750X\(89\)90076-4](https://doi.org/10.1016/0305-750X(89)90076-4)
- North, D. C. (2005). The contribution of the new institutional economics to an understanding of the transition problem. *Wider Perspectives on Global Development*, 1–15. https://doi.org/10.1057/9780230501850_1
- Ostrom, E. (1990). *Governing the commons: The evolution of institutions for collective action*. Cambridge university press.
- Pingali, P., Khwaja, Y., & Meijer, M. (2005). *Commercializing small farms: Reducing transaction cost*.
- Posner, R. A. (1993). Nobel laureate: Ronald Coase and methodology. *Journal of Economic Perspectives*, 7(4), 195–210. <https://www.jstor.org/stable/2138509>
- Prasetyo, P. E., & Kistanti, N. R. (2020). Human capital, institutional economics and entrepreneurship as a driver for quality & sustainable economic growth. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 7(4), 2575.

- Rose--Ackerman, S. (2008). Corruption and government. *International Peacekeeping*, 15(3), 328–343. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139175098>
- Simón-Moya, V., Revuelto-Taboada, L., & Guerrero, R. F. (2014). Institutional and economic drivers of entrepreneurship: An international perspective. *Journal of Business Research*, 67(5), 715–721. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.11.033>
- Tamanaha, B. Z. (2015). The knowledge and policy limits of new institutional economics on development. *Journal of Economic Issues*, 49(1), 89–109.
- Thomas, R., Reed, M., Clifton, K., Appadurai, N., Mills, A., Zucca, C., ... others. (2018). A framework for scaling sustainable land management options. *Land Degradation & Development*, 29(10), 3272–3284. <https://doi.org/10.1002/ldr.3080>
- Tirole, J. (1988). *Jean Tirole's concept of thought*. MIT press.
- Trebilcock, M., & Leng, J. (2006). The role of formal contract law and enforcement in economic development. *Virginia Law Review*, 1517–1580.
- Urbano, D. (2019). Twenty-five years of research on institutions, entrepreneurship, and economic growth: what has been learned? *Small Business Economics*, 53(1), 21–49. <https://doi.org/10.1007/s11187-018-0038-0>
- Vincent-Jones, P. (2000). Contractual governance: institutional and organizational analysis. *Oxford Journal of Legal Studies*, 20(3), 317–351.
- Williamson, O. E. (1979). Transaction-cost economics: the governance of contractual relations. *The Journal of Law and Economics*, 22(2), 233–261.
- Yonay, Y. P. (1998). *The struggle over the soul of economics: Institutional and neoclassical economists in America between the wars*. Princeton University Press.
- Zenger, T. R., Lazzarini, S. G., & Poppo, L. (2000). Informal and formal organization in new institutional economics. In *The new institutionalism in strategic management* (Vol. 19, pp. 277–305). Emerald Group Publishing Limited. [https://doi.org/10.1016/S0742-3322\(02\)19009-7](https://doi.org/10.1016/S0742-3322(02)19009-7)
- Zhu, L., & Thatcher, S. (2010). National information ecology: A new institutional economics perspective on global e-commerce adoption. *Journal of Electronic Commerce Research*, 11(1). <http://www.jecr.org/node/100>
- Žuk, P., & Žuk, P. (2023). The role of trust, information and legal stability in the development of renewable energy: the analysis of non-economic factors affecting entrepreneurs' investments in green energy in Poland. *Environment, Development and Sustainability*, 1–36. <https://doi.org/10.1007/s10668-023-03400-z>



Determinan Prevalensi Balita Stunting 34 Provinsi di Indonesia Tahun 2017-2022

Deswira Aulia^{1*}, Toto Gunarto², Asih Murwiati³, Emi Maimunah⁴

deswiraauliaaaa@gmail.com^{1*}, totogunarto@feb.unila.ac.id², asihmurwiati@feb.unila.ac.id³,

emi.maimunah@feb.unila.ac.id⁴

^{1,3,4}Program Studi Ekonomi Pembangunan

²Program Studi Ilmu Ekonomi

^{1,2,3,4}Universitas Lampung

Received: 16 03 2024. Revised: 18 04 2024. Accepted: 21 04 2024.

Abstract : Stunting is a condition where toddlers fail to grow due chronic malnutrition. Indonesia is the second largest country with the highest prevalence rate in Southeast Asia. Meanwhile, the Indonesian government has implemented various efforts to reduce the prevalence of stunting. This study aims to determine the influence of the average length of mother's schooling, exclusive breastfeeding, level of completeness of toddler immunization, posyandu activities, inadequate food consumption and good sanitation on the prevalence of stunting. Using OLS panel data regression, the results showed that the average number of years of schooling for women, posyandu activity, and adequate sanitation had a significant negative influence on the prevalence of stunting in 34 provinces in Indonesia. And inadequate food consumption has a significant positive effect on the prevalence of stunting in Indonesia in 2017-2022. Meanwhile, exclusive breastfeeding and the level of complete immunization for toddlers do not have an effect on the prevalence of stunting in Indonesia in 2017-2022.

Keywords : Prevalence of Stunting, Exclusive breastfeeding, Good sanitation.

Abstrak : *Stunting* adalah ketika balita gagal tumbuh karena kekurangan gizi kronis. Indonesia merupakan negara terbesar kedua yang memiliki tingkat *prevalensi* tertinggi se Asia Tenggara. Sementara itu pemerintah Indonesia sudah melaksanakan bermacam cara untuk mengurangi *prevalensi stunting*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Rata-rata Lama Sekolah Perempuan, ASI Eksklusif, Tingkat Penyelesaian Imunisasi Balita, Keaktifan Posyandu, Ketidacukupan Konsumsi Pangan dan Sanitasi Layak terhadap *Prevalensi Stunting*. Regresi OLS yang digunakan dalam penelitian ini untuk mendapatkan hasil Rata-rata Lama Sekolah Perempuan, Keaktifan Posyandu, Sanitasi Layak memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap *Prevalensi Balita Stunting* di 34 Provinsi di Indonesia. Sementara itu untuk Ketidacukupan Konsumsi Pangan berpengaruh positif signifikan terhadap *Prevalensi Balita Stunting* di Indonesia tahun 2017-2022. Sedangkan untuk ASI Eksklusif dan Tingkat Penyelesaian Imunisasi Balita tidak berpengaruh terhadap *Prevalensi Stunting* di Indonesia tahun 2017-2022.

Kata Kunci : *Prevalensi Stunting*, ASI Eksklusif, Sanitasi Layak.

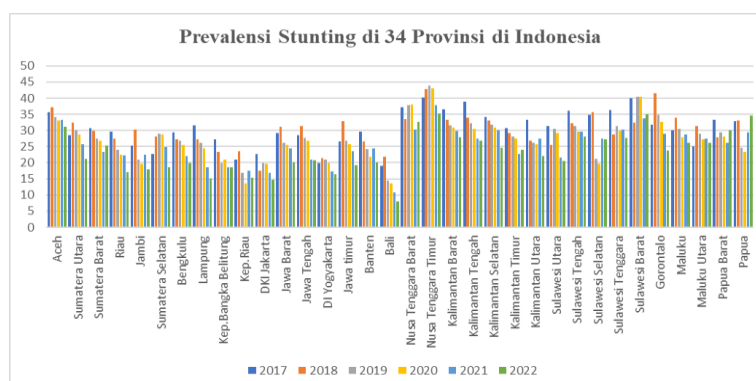
PENDAHULUAN

Untuk meningkatkan daya saing sumber daya manusia, Kesehatan adalah faktor penting. Secara mikroekonomi, kesehatan adalah kunci produktivitas kerja seseorang, orang yang sehat lebih produktif yang membuat mereka lebih mudah melakukan pekerjaan. Penduduk dengan tingkat kesehatan yang baik berkontribusi pada pembangunan jangka panjang, peningkatan pertumbuhan ekonomi, serta penurunan angka kemiskinan di suatu negara secara keseluruhan (Widari dkk, 2021). *Stunting* pada balita adalah masalah kesehatan yang masih belum diselesaikan. *Stunting* masuk terdalam salah satu dari program yang bertujuan untuk mencapai Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (*SDGs*). Balita *stunting* didefinisikan sebagai balita yang mempunyai tinggi badan (TB/U) atau Panjang badan (PB/U) di bawah minus 2 standar deviasi (WHO, 2012). *Stunting* adalah kondisi di mana bayi dan janin kekurangan asupan gizi selama seribu hari pertama kehidupan mereka, yang dapat menyebabkan kematian janin.

Menurut data *Asian Development Bank* menunjukkan bahwa Indonesia adalah negara dengan tingkat *stunting* terbesar di Asia Tenggara, berada di urutan kedua se-Asia Tenggara setelah Timor Leste. Rata-rata tingkat *stunting* selama kurun waktu enam tahun terakhir mencapai 31,8%, melebihi target WHO (World Health Organization) sebesar 20%. Artinya, masalah *stunting* di Indonesia dianggap kronis atau masih tinggi, dan pemerintah harus mengambil langkah-langkah untuk menguranginya. Menurut data Kementerian Kesehatan tahun 2017 sampai 2022 Provinsi Nusa Tenggara Timur memiliki *prevalensi stunting* tertinggi dengan rata-rata 40.5% selama 6 tahun. Provinsi Bali memiliki *prevalensi stunting* terendah dengan rata-rata 13.7% dari tahun 2017–2022. Karena faktor lingkungan, seperti penduduk miskin, sanitasi tidak layak yang cenderung tinggi di provinsi NTT, penyebab NTT memiliki tingkat *stunting* yang tinggi (Harda, 2023).

Stunting pada anak mengakibatkan produktivitas yang rendah dikeranakan kemampuan kognitif yang buruk serta risiko penyakit yang meningkat, yang semuanya berdampak pada kerugian ekonomi Indonesia dalam jangka panjang. Kesehatan gizi yang buruk memiliki konsekuensi negatif untuk jangka panjang serta jangka pendek. Dalam jangka pendek, dampak negatifnya adalah terganggunya terlambatnya pertumbuhan fisik, dan terhambatnya perkembangan otak, kecerdasan serta halangan metabolisme dalam tubuh. Dalam jangka panjang, *impact* negatifnya adalah kurangnya ketahanan tubuh, yang membuatnya lebih mudah

sakit dan meningkatkan risiko timbulnya penyakit tidak menular seperti disabilitas pada usia tua, jantung, kencing manis, serta kegemukan (Ananda, 2020).



Gambar 1. Prevalensi stunting di 34 provinsi di Indonesia (%)

Menurut Bank Dunia (2006), *stunting* berdampak pada morbiditas dan mortalitas, produktivitas ekonomi, kapasitas belajar pada usia sekolah, upah kerja pada saat dewasa, dan bahkan menurunkan produktivitas ekonomi sebesar 1,4%. *Stunting* juga dapat menaikkan kemiskinan dan menghambat pertumbuhan ekonomi serta kesenjangan, yang memiliki dampak jangka panjang pada individu, keluarga mereka, dan pemerintah (Fatmawati et al., 2020, World Bank, 2006). Asupan gizi, pola asuh, infeksi, dan lingkungan adalah beberapa penyebab *stunting*. Menurut hasil analisis sistematis yang digarap oleh Dwan et al., faktor-faktor berikut mengakibatkan *stunting* ialah sanitasi yang kurang memadai, lantai tanah di rumah, bahan bakar memasak yang buruk, mikotoksin dalam makanan, dan pembuangan limbah yang tidak memadai.

Pengetahuan orang tua tentang nutrisi dan kesehatan merupakan komponen keluarga. Latar belakang Pendidikan orang tua terutama perempuan alasan menjadi pengukuran pengetahuan orang tua akan pengetahuan *stunting* (Harda, 2023). Tanpa disadari, tingkat pendidikan ibu yang tinggi akan berpengaruh pada pemahaman dan keahlian ibu tentang pelayanan kesehatan, terpenting mengenai hal asupan gizi Pra kehamilan dan semasa hamil, serta pasca melahirkan. Dalam penelitian Lailatul (2015), tingginya kejadian masalah *stunting* disuatu wilayah tidak selalu dikarenakan tingkat pendidikan orang tua balita rendah. Faktor yang menjadikan banyaknya balita *stunting* adalah pemberian ASI eksklusif. Berdasarkan *World Health Organization* (WHO), ASI eksklusif ialah memberikan ASI hanya kepada bayi sampai usia enam bulan, tanpa makanan padat atau larutan apa pun, melainkan mineral, vitamin, atau obat dalam bentuk cairan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Aridiyah et al. (2015), memberikan ASI yang efektif oleh ibu akan melindungi dan membantu keselarasan gizi

anak sampai mereka dapat berkembang tumbuh dengan baik. Sebaliknya, kurangnya ASI eksklusif adalah salah faktor pemicu *stunting* balita.

Faktor Imunisasi juga dapat mempengaruhi kejadian balita *stunting*. Karena imunisasi dapat mendorong sistem kekebalan untuk menjadikan antibodi, sehingga mampu melawan infeksi atau memberikan perlindungan sementara melalui pemberian antibodi. Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Mobarok (2022) menemukan bahwa status imunisasi balita tidak lengkap karena ibu tidak peduli atau tidak tahu tentang balita mereka. Ini tidak sesuai dengan jadwal imunisasi, karena pemberian imunisasi dapat membantu balita membangun sistem kekebalan tubuhnya. Faktor yang menjadi pemicu *prevalensi* balita *stunting* yang lain ialah tingkat keaktifan posyandu. Hal ini karena pengamatan pertumbuhan balita menjadi faktor penting dalam menentukan adanya penghalang pertumbuhan (*growth faltering*) secara dini (Zuhrupal, 2022). Mengukur berat badan balita setiap bulan sampai lima tahun memungkinkan untuk mengontrol perkembangan dan pertumbuhan anak. Pengukuran ini dapat dilaksanakan di beragam tempat semacam posyandu, puskesmas, polides atau fasilitas kesehatan lainnya. Balita yang berkunjung ke posyandu untuk melakukan pengukuran secara rutin akan dipantau status gizi serta kesehatannya (Welasasih, 2012).

Stunting tidak terlepas dari akses makanan yang baik yang akan memastikan bahwa seseorang cukup gizi. Ketidakcukupan pangan adalah ketika kebutuhan pangan tidak terpenuhi karena ketersediaan pangan yang kurang, akses yang sulit, dan pendapatan yang rendah. Menurut Faiqoh (2018) protein dan kalori yang cukup diperlukan untuk memenuhi kebutuhan pangan. Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Permatasari (2021) menemukan ibu yang memiliki pola asuh tidak memberi asupan makanan yang cukup lebih beresiko mengalami *stunting* 6 kali dibandingkan dengan ibu dengan pola asuh yang memberikan asupan makanan yang layak. WHO mengatakan bahwa sanitasi ialah cara untuk mengendalikan seluruh elemen lingkungan fisik manusia yang kiranya mengakibatkan serta menjadikan akibat buruk terhadap kehidupan manusia. Lingkungan yang buruk seperti sanitasi tidak layak juga menjadi penyebab anak *stunting*. Menurut penelitian Sasmita (2021) yang diteliti pada 137 negara berkembang yang menentukan aspek risiko lingkungan, kualitas sanitasi yang buruk adalah faktor terburuk kedua yang menyebabkan *stunting*.

Status sosial ekonomi, faktor lingkungan, pemberian ASI eksklusif, imunisasi, asupan makanan tambahan, keberagaman makanan, dan penyakit diare adalah beberapa faktor yang berkontribusi pada *stunting* Nepal (Pandel et al. 2012). Selain itu Haile et al. (2016) menemukan anak-anak yang terlahir dari orang tua yang mempunyai tingkat pendidikan kurang memiliki

kemungkinan lebih besar untuk menderita *stunting* jika dipadankan dengan anak yang terlahir berasal dari orang tua yang mempunyai tingkat pendidikan tinggi. Untuk membuat intervensi yang diberikan dalam pencegahan *stunting* tepat dan relevan, penelitian sebelumnya telah dilakukan mengenai faktor-faktor yang menjadi pemicu prevalensi *stunting* namun, faktor-faktor ini akan berbeda di setiap daerah karena karakteristik unik dari setiap negara. Oleh karena itu, penelitian perlu dilakukan mengenai aspek yang mempengaruhi prevalensi balita *stunting* di 34 provinsi di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Metode kuantitatif menjadi pilihan terbaik bagi peneliti untuk digunakan pada penelitian ini yang berupa data sekunder didapatkan dari Kementerian Kesehatan serta Badan Pusat Statistik. 34 Provinsi yang ada di Indonesia menjadi lokasi tempat penelitian dengan kurun waktu yang dipakai 6 tahun dari 2017-2022. Populasi penelitian ini yaitu keseluruhan data tahun 2017 sampai 2022 34 provinsi yang ada di Indonesia. *Prevalensi Balita Stunting* di bawah 5 tahun yang menjadi variabel *dependen*. Sementara itu untuk Rata-rata Lama Sekolah Perempuan, ASI Eksklusif, Tingkat Penyelesaian Imunisasi, Keaktifan Posyandu, Ketidakcukupan Konsumsi Pangan dan Sanitasi Layak menjadi variable-variabel *independent* yang digunakan. Untuk mengetahui persamaan di dalam penelitian ini menggunakan uji regresi OLS, dengan merumuskan:

$$PS_{it} = \beta_0 + \beta_1 SP_{it} + \beta_2 AE_{it} + \beta_3 IB_{it} + \beta_4 PA_{it} + \beta_5 KP_{it} + \beta_6 SL_{it} + e_{it}$$

Keterangan :

$\beta_1 \beta_6$: Koefisien Regresi (<i>slope</i>)
PS	: <i>Prevalensi Stunting</i> (persen)
SP	: Rata-rata Lama Sekolah Perempuan (persen)
AE	: ASI Eksklusif (persen)
IB	: Tingkat Penyelesaian Imunisasi Balita (persen)
PA	: Persentase Posyandu Aktif (persen)
KP	: Ketidakcukupan Konsumsi Pangan (persen)
SL	: Sanitasi Layak (persen)
e	: Variabel Pengganggu
i	: Jenis provinsi yang menunjukkan data <i>cross section</i>
t	: Waktu yang menunjukkan <i>time series</i>

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian ini menggunakan tiga model yaitu *Common Effect Model*, *Fixed Effect Model*, dan *Random Effect Model*. Uji Chow dan Hausman adalah dua uji yang dapat digunakan untuk menentukan model efek mana yang paling cocok untuk digunakan.

Hipotesis:

H_0 = REM

H_a = FEM

Tabel 1. Hasil Uji Estimasi Model

Uji Estimasi Model	Prob	Kesimpulan	
Hausman Test	0.0021	Tolak H_0	FEM
Chow Test	0.0000	Tolak H_0	FEM

Tabel 1. menunjukkan nilai probabilitas uji hausman didapatkan senilai 0.0063 yang dimana lebih kecil dari alpha (α) 5%, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, FEM adalah model terbaik untuk pengujian ini. Dikarenakan Hasil Uji chow mendapatkan hasil probabilitas bernilai 0.0000 yang dimana alpha (α) kurang dari 5 persen. sehingga FEM model yang tepat untuk digunakan

Tabel 2. Hasil regresi FEM

Variabel	Koefisien	Prob
SP (Rata-rata lama sekolah Perempuan)	-1.754780	0.0020
AE (ASI Eksklusif)	-0.018375	0.4804
IB (Imunisasi Balita)	0.003925	0.7701
PA (Presentase Posyandu Aktif)	-0.029134	0.0117
KP (Ketidakcukupan Konsumsi Pangan)	-0.363882	0.0008
SL (Sanitasi Layak)	-0.202169	0.0000
<i>Effects Specification</i>		
R-Squared	0.830265	
Prob (F-statistic)	0.000000	
Sum squared resid	1432.796	
Durbin-Watson stat	1.856195	

Tabel 2. memperlihatkan bahwa variabel-variabel yang signifikan mempengaruhi *Prevalensi Stunting* di 34 Provinsi di Indonesias adalah Rata-rata Lama Sekolah Perempuan, Presentase Posyandu Aktif, Ketidakcukupan Konsumsi Pangan dan Sanitasi Layak. Sementara ASI Eksklusif dan Imunisasi Balita tidak berpengaruh terhadap *Prevalensi Balita*. Didapatkan nilai *R-Squared* sebesar 0.830265 yang dimana bahwa 83 persen variabel *dependen* dapat dipaparkan oleh variabel *independ* pada model, sementara itu sisanya sebesar 17 persen dipaparkan dengan variabel lain. Hasil tersebut variable *independent* secara bersama-sama

mempunyai pengaruh terhadap variabel *dependen* yaitu prevalensi balita stunting di 34 Provinsi di Indonesia.

Variabel Rata-rata Lama Sekolah Perempuan berpengaruh negatif signifikan secara statistik terhadap *Prevalensi Stunting* di 34 Provinsi Indonesia tahun 2017-2022 dengan taraf nyata alpha sebesar 5 persen. Hal ini sejalan dengan penelitian Sugiarto (2023) yang menemukan bahwa rata-rata lama sekolah wanita memiliki korelasi negatif signifikan terhadap angka stunting di DI Yogyakarta tahun 2018-2022. Karena pendidikan adalah cara seseorang menerapkan pengetahuan yang dimilikinya untuk memenuhi kebutuhan gizi anak yang baik. Seperti yang dinyatakan oleh Mzumara B (2018) yang merupakan bagian dari penurunan *prevalensi stunting*. Berdasarkan hasil variabel ASI eksklusif berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *prevalensi stunting* di Indonesia. Hasil studi Aida (2019) menunjukkan bahwa ASI eksklusif tidak memiliki korelasi negatif signifikan dengan angka *stunting* di 34 provinsi di Indonesia antara tahun 2015 dan 2018. Pengaruh yang tidak signifikan dari perihal *stunting* tak hanya dipasangkan dengan status pemberian ASI eksklusif; aspek lain semacam kualitas Makanan Pendamping ASI (MP-ASI), kemampuan asupan gizi yang dikasihkan terhadap anak setiap hari, dan kondisi kesehatan bayi juga memengaruhi pengaruh tersebut (Hindrawati N, 2018).

Untuk variabel Tingkat Penyelesaian Imunisasi Balita berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *prevalensi stunting* di Indonesia. Hasil penelitian Vasera (2023) yang menyatakan bahwa tidak ada korelasi signifikan terhadap pemberian imunisasi pada balita antara pemberian vaksinasi pada balita yang berusia antara 0-12 bulan terhadap anak *stunting* di puskesmas Sungai Aur di Pasaman Barat 2021. Dalam situasi seperti ini, pemberian vaksinasi yang lengkap belum absolut bisa menanggung bahwa anak akan aman dari penyakit. Memberikan antigen virus atau bakteri tertentu yang telah dileburkan atau mati untuk mendorong sistem kekebalan tubuh untuk membuat antibodi. Ini menunjukkan bahwa kemungkinan anak balita mengalami *stunting* sama untuk anak balita yang diberi vaksinasi lengkap ataupun tidak lengkap. Variabel keaktifan posyandu berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *prevalensi stunting* di Indonesia. Ini selaras terhadap penelitian Maria dkk (2020), yang menemukan bahwa akses pelayanan kesehatan memiliki korelasi negatif signifikan dengan angka *stunting* di Indonesia tahun 2018. Hal tersebut dikarenakan fakta bahwa fasilitas pelayanan kesehatan adalah salah satu konteks yang secara tidak langsung terkait dengan *stunting* menurut kerangka konseptual WHO. Pelayanan kesehatan harus

menemukan masalah pertumbuhan dan perkembangan (Stewart, 2005). Mereka juga harus memberikan informasi dan pendidikan tentang *stunting*.

Berdasarkan variabel ketidakcukupan konsumsi pangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *prevalensi stunting* di Indonesia. Hal tersebut selaras dalam penelitian Istiqomah (2022) yang menyatakan bahwa adanya pengaruh negatif signifikan antara ketidakcukupan konsumsi pangan terhadap *prevalensi stunting* di Indonesia tahun 2018-2021. Pengaruh buruk yang disebabkan oleh *stunting* tidak hanya dapat dilihat dari data masyarakat secara keseluruhan, tetapi juga dapat dipelajari secara khusus untuk kelompok tertentu, seperti ibu hamil. Konsumsi makanan yang tidak cukup pada ibu hamil dapat berdampak negatif pada pertumbuhan janin dan perkembangan bayi, serta beresiko terhadap bayi yang dilahirkan. Hasil dari variabel yang terakhir yaitu sanitasi layak memiliki berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *prevalensi stunting* di Indonesia. Ini selaras penelitian Astuti (2022) yang menemukan akses sanitasi layak secara keseluruhan mempunyai korelasi negatif signifikan dengan *stunting* di Provinsi Papua dan Papua Barat. Sanitasi yang buruk bisa berakibat pencernaan pada balita, yang dapat menimbulkan kemusnahan zat gizi bermanfaat untuk pertumbuhan anak. Ini dapat meningkatkan angka *stunting* lebih banyak daripada sanitasi lingkungan yang baik (Desyanti, 2017).

SIMPULAN

Hasil analisis regresi menggunakan *Fixed Effect Models* menunjukkan bahwa Rata-rata Lama Sekolah Perempuan, Keaktifan Posyandu, Sanitasi Layak mempunyai pengaruh negatif signifikan terhadap Prevalensi Balita Stunting di 34 Provinsi di Indonesia tahun 2017-2022. Sementara itu untuk Ketidakcukupan Konsumsi Pangan berpengaruh positif signifikan terhadap *Prevalensi Balita Stunting* di Indonesia tahun 2017-2022. Sedangkan untuk variable ASI Eksklusif dan Tingkat Penyelesaian Imunisasi Balita tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Prevalensi Balita Stunting* di Indonesia tahun 2017-2022. Berdasarkan pembahasan yang sudah dilakukan, peneliti mengharapkan pemerintah dapat memprioritaskan daerah-daerah lokus *stunting* dengan baik serta untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat memberikan keterbaruan untuk menganalisis kejadian yang mempengaruhi balita *stunting* di Indonesia.

DAFTAR RUJUKAN

- Aida, A. (2019). Pengaruh kondisi sosial ekonomi terhadap kejadian stunting. *Jurnal Budget*.
<https://doi.org/10.22212/jbudget.v4i2.79>
- Ananda, C. F. (2020). Polemik Stunting dan Pembangunan. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. *Universitas Brawijaya*.
- Aridiyah, O., Rohmawati, N., & Ririanty, M. (2015). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kejadian Stunting pada Anak Balita di Wilayah Pedesaan dan Perkotaan. *Jurnal Pustaka Kesehatan*, 3(1). <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/jpk/article/view/2520>
- Astuti, Y. (2022). Pengaruh Sanitasi dan Air Minum Terhadap Stunting di Papua dan Papua Barat. *Poltekita: Jurnal Ilmu Kesehatan*, 16(3), 261–267.
<https://doi.org/10.33860/jik.v16i3.1470>
- Desyanti, C. (2017). Hubungan Riwayat Penyakit Diare dan Praktik Higiene dengan Kejadian Stunting pada Balita Usia 24-59 Bulan di Wilayah Kerja Puskesmas Simolawang, Surabaya. *Amerta Nutrition*, 1(3), 243–251.
<https://doi.org/10.20473/amnt.v1i3.2017.243-251>
- Faiqoh, Al, S., & Kartini, A. (2018). Hubungan Ketahanan Pangan Keluarga dan Tingkat Kecukupan Zat Gizi dengan Kejadian Stunting pada Anak Usia 24-59 Bulan di Daerah Pesisir (Studi di Wilayah Kerja Puskesmas Bandarharjo Kota Semarang). *Jurnal Kesehatan Masyarakat (e-Journal)*, 6(5), 413–421.
<https://doi.org/10.14710/jkm.v6i5.22065>
- Fatmawati, Y., Rosyadah, R., & Damayanti, M. (2020). Kuliah Whatsapp dalam Meningkatkan Pengetahuan Ibu Terhadap Pencegahan Stunting Pada Balita di Masa Pandemi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1). <http://dx.doi.org/10.52031/jam.v1i1.74>
- Haile, Demwoz, Azage Muluken, Mola Tegegn, & Rainey Rochelle. (2016). Exploring spatial variations and factors associated with childhood stunting in Ethiopia: spatial and multilevel analysis. *Eithopia: BMC Pediatrics*. <https://doi.org/10.1186/s12887-016-0587-9>
- Harda, F., Az-zahra, N., Ardhana, S., & Cantika, V. (2023). Dampak Program Air Susu Ibu (ASI) Eksklusif, Pendidikan Perempuan, dan Jumlah Peserta Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) terhadap Tingkat Stunting di Indonesia. *Universitas Padjajaran*.
- Hindrawati N, & Rusdiarti. (2018). Gambaran riwayat pemberian ASI eksklusif dengan kejadian stunting pada anak usia 6-24 bulan di Desa Arjasa Kecamatan Arjasa

- Kabupaten Jember. *JKAKJ*, 2(1), 1–7. <https://e-jurnal-akbidjember.ac.id/index.php/jkakj/article/view/12>
- Istiqomah, N. (2022). The Effect Of Undernourishment, Food Insecurity, And Food Diversity On Reducing The Prevalence Of Stunting In Indonesia. *BESTARI: Buletin Statistika dan Aplikasi Terkini*, 11(2). <https://bestari.bpskaltim.com/index.php/bestari-bpskaltim/article/view/48>
- Kemenkes RI. (2016). Hasil pemantauan status gizi (PSG) dan penjelasannya tahun 2016. *Jakarta: Direktorat Jenderal Kesehatan Masyarakat Kemenkes RI; 2017.*
- Lailatul M, Ni'mah, & C. (2015). Hubungan Tingkat Pendidikan, Tingkat Pengetahuan dan Pola Asuh Ibu dengan Wasting dan Stunting pada Balita Keluarga Miskin. *Media Gizi Indonesia*, 10(2), 84–90. <https://doi.org/10.20473/mgi.v10i1.84-90>
- Maria, I., Nurjannah, Mudatsir, Bakhtiar, & Usman, S. (2020). Analisis Determinan Stunting Menurut Wilayah Geografi di Indonesia tahun 2018. *Majalah Kesehatan*, 7(4). <https://doi.org/10.21776/ub.majalahkesehatan.2020.007.04.4>
- Mobarok, R. (2022). Hubungan Status Imunisasi Lengkap Dengan Kejadian Stunting pada anak di Kelurahan Ngagel Surabaya. *Universitas Hang Tuah Surabaya.*
- Mzumara B, Bwembya P, Halwiindi H, Mugode R, & Banda J. (2018). *Factors associated with stunting among children below five years of age in Zambia: Evidence from the 2014 Zambia demographic and health survey.* *BMC Nutr. BMC Nutrition*, 4(1), 1–8. <https://doi.org/10.1186/s40795-018-0260-9>
- Pandel, Pradhan, B., Wagle, R., Pahari, D. P., & Onta S, R. (2012). *Risk factors for stunting among children: A community based case control study in Nepal.* *Kathmadu University Medical Journal*, 10(3), 18–24. <https://doi.org/10.3126/kumj.v10i3.8012>
- Permatasari, T. (2021). Pengaruh pola asuh pemberian makan terhadap kejadian stunting pada balita. *Jurnal Kesehatan Masyarakat Andalas.* <https://doi.org/10.24893/jkma.v14i2.527>
- Sasmita H, Sapriana S, & Bernike S. (2022). *Hubungan Pemanfaatan Sarana Sanitasi Terhadap Kejadian Stunting Tahun 2021 The Relationship of Utilization of Sanitation Facilities to Stunting Incidents in 2021.* 16(1), 8–15. <https://doi.org/10.33860/jik.v16i1.753>
- Stewart, T. (2005). Human Communication Prinsip – Prinsip Dasar (Buku Pertama) (Terjemahan oleh Deddy Mulyana). *Bandung: PT Remaja Rosdakarya.*

- Sugiarto, R. (2023). *Pengaruh Produksi Beras, Pendapatan Perkapita, Rata-Rata Lama Sekolah Wanita terhadap Stunting di DIY dengan Indeks Ketahanan Pangan Sebagai Variabel Intervening.*
- Vasera RA, & Kurniawan B. (2023). Hubungan Pemberian Imunisasi Dengan Kejadian Anak Stunting di Puskesmas Sungai Aur Pasaman Barat Tahun 2021. *Jurnal Kedokteran STM (Sains dan Teknologi Medik)*, 6(1), 82–90. <https://doi.org/10.30743/stm.v6i1.376>
- Welasasih, B., & Wirjatmadi, B. (2012). Beberapa faktor yang berhubungan dengan status gizi balita stunting. *The Indonesia Journal of public Health*, 8(3), 99–104.
- Widari, S., Bachtiar, N., & Primayesa, E. (2021). Faktor Penentu Stunting: Analisis Komparasi Masa Millenium Development Goals (MDGs) dan Sustainable Development Goals (SDGs) di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 21(3), 1338. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v21i3.1726>
- World Bank. (2006). *Repositioning Nutrition as Central Development a Strategy for Large-Scale Action.* Washington.
- World Health Organization. (2012). *WHO global estimates on prevalence of hearing loss.*



Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Pengangguran di Provinsi Jawa Barat pada Tahun 2018-2023

Rizka Elfina Aulia^{1*}, Shavera Sofiana Malia², Amin Pujiati³, Dyah Maya Nihayah⁴
rizkaelfinaaulia00@students.unnes.ac.id^{1*}, shaverasofiana091201@students.unnes.ac.id²,
amin.pujiati@mail.unnes.ac.id³, dyah_maya@mail.unnes.ac.id⁴

^{1,2}Program Studi Magister Ilmu Ekonomi

^{3,4}Program Studi Ekonomi Pembangunan

^{1,2,3,4}Universitas Negeri Semarang

Received: 14 03 2024. Revised: 11 04 2024. Accepted: 24 04 2024.

Abstract : Unemployment has an impact on countries that are experiencing economic growth, especially developing countries like Indonesia, it needs to be discussed in the context of this unemployment problem. In this research, the aim is to determine the impact of HDI, education level, and economic growth on the unemployment rate in West Java province from 2018 to 2023. Quantitative techniques and secondary data methods were used to complete this research with the guidance of 2018–2023. Time series data from the West Java Central Statistics Agency from 2018–2023 was used in completing this research. After the analysis test was completed, the research results were as follows: economic growth, education level, and HDI simultaneously influenced unemployment in West Java Province from 2018 to 2023 significantly; Partial economic growth does not affect unemployment in West Java Province from 2018 to 2023. Education level also influences unemployment in West Java Province from 2018 to 2023. It is hoped that the government will consider this carefully, considering that economic growth plays an important role in reducing unemployment.

Keywords : Ekonomi growth, Education level, HDI, Unemployment rate.

Abstrak : Pengangguran berdampak pada negara-negara yang sedang mengalami pertumbuhan ekonomi, terutama negara-negara berkembang seperti Indonesia, perlu dibahas dalam konteks masalah pengangguran ini. Pada riset ini tujuannya adalah untuk mengetahui dampak IPM, tingkat pendidikan, dan pertumbuhan ekonomi terhadap tingkat pengangguran di provinsi Jawa Barat 2018 hingga 2023. Teknik kuantitatif dan data sekunder metode yang dilakukan untuk menyelesaikan riset ini dengan panduan tahun 2018–2023. Data *time series* dari Badan Pusat Statistik Jawa Barat dari 2018–2023 digunakan dalam penyelesaian riset ini.. Setelah uji analisis selesai, hasil penelitian adalah sebagai berikut: pertumbuhan ekonomi, tingkat pendidikan, dan IPM secara bersamaan mempengaruhi pengangguran di Provinsi Jawa Barat dari 2018 hingga 2023 secara signifikan; pertumbuhan ekonomi secara parsial tidak mempengaruhi pengangguran di Provinsi Jawa Barat dari 2018 hingga 2023. Tingkat pendidikan juga mempengaruhi pengangguran di Provinsi Jawa Barat dari 2018 hingga 2023. Diharapkan pemerintah mempertimbangkan hal ini dengan cermat, mengingat pertumbuhan ekonomi memainkan peran penting dalam menurunkan angka pengangguran.

Kata Kunci : Pertumbuhan ekonomi, Tingkat pendidikan, IPM, Tingkat pengangguran.

PENDAHULUAN

Suatu negara akan selalu menghadapi berbagai permasalahan yang tentunya berkaitan dengan masyarakatnya. Suatu negara pasti memiliki permasalahan besar yang harus dihadapi dan diselesaikan salah satunya adalah pengangguran. Konteks mengenai isu pengangguran ini berarti membahas permasalahan sosial dan ekonomi, karena pengangguran berdampak pada negara-negara yang sedang mengalami pertumbuhan ekonomi, khususnya negara-negara berkembang seperti Indonesia (Ishak, 2018). Menurut Ishak (2018) penyakit ekonomi utama yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi adalah pengangguran. Masyarakat yang menganggur kehilangan pendapatannya sehingga menyebabkan mereka terjerumus ke dalam kemiskinan. Untuk memerangi pengangguran, pemerintah umumnya berupaya meningkatkan peluang kerja di sektor publik dan swasta. Pada teori Keynes yang menyatakan pengangguran tinggi disebabkan oleh rendahnya permintaan umum yang disebabkan oleh menurunnya pendapatan, serta tingkat upah yang kaku sehingga menyebabkan rendahnya produksi dan jumlah yang besar dari tenaga kerja yang tidak dimanfaatkan (Juliannisa, 2022).

Pembukaan pasar terkadang juga dapat menyebabkan pengangguran. Dibutuhkan waktu bagi karyawan untuk mencari dan menerima pekerjaan baru, dan dibutuhkan waktu serta sumber daya bagi perusahaan untuk menemukan dan mempekerjakan kandidat yang memenuhi syarat untuk mengisi posisi yang terbuka. Pengangguran sukarela akan tercipta pada saat itu (Weerasiri and Samaraweera, 2021). Jumlah penduduk terbesar ini dimiliki oleh provinsi Jawa Barat, namun provinsi ini justru memiliki tingkat pengangguran tertinggi kedua di Indonesia. Berdasarkan survei angkatan kerja nasional 2023 provinsi Jawa Barat memiliki level pengangguran sebesar 7,44%. Meningkatnya upah minimum berkorelasi erat dengan peningkatan Indeks Pembangunan Manusia (Yuningtyas, 2018). Diantisipasi dapat meningkatkan produktivitas pekerja sehingga warga Provinsi Jawa Barat dapat menarik individu untuk lebih aktif dan menikmati taraf hidup yang terhormat. Selain mencari lapangan kerja, investasi Provinsi Jawa Barat juga dinantikan dapat menurunkan tingkat pengangguran yang tinggi, dimana jumlah investasi yang tinggi akan memungkinkan mereka yang belum bekerja mempunyai kesempatan kerja yang lebih banyak dan akan menurunkan pengangguran.

Tabel 1. Tingkat Pengangguran Terbuka Provinsi Jawa Barat 2018-2023 (persen)

Tahun	Bulan	
	Februari	Agustus
2018	8,22	8,23

2019	7,78	8,04
2020	7,71	10,46
2021	8,92	9,82
2022	8,35	8,31
2023	7,89	7,44

Tabel 1. menunjukkan fluktuasi persentase pengangguran di provinsi Jawa Barat dari tahun 2018 hingga 2023. Pandemi COVID-19 yang memaksa dunia usaha melakukan PHK massal menjadi salah satu faktor penyebab meningkatnya angka pengangguran di tahun 2019. Hal ini menyebabkan para pekerja yang tadinya memiliki pekerjaan kini kehilangan pekerjaan (Juliannisa, 2022). Pertumbuhan ekonomi di Provinsi Jawa Barat yang tidak merata dan munculnya posisi-posisi yang tidak sesuai dengan ketersediaan tenaga kerja juga mempengaruhi jumlah pengangguran yang tinggi (Tusianti dan Septiyanto, 2020). Dapat dikatakan bahwa faktor kunci dalam menentukan keberhasilan pembangunan ekonomi adalah besarnya tingkat pengangguran. Hal ini terjadi karena pengangguran berfungsi sebagai ukuran tingkat kesejahteraan yang dihasilkan dari pertumbuhan ekonomi. Pengangguran mempunyai hubungan yang erat dengan sejumlah faktor ekonomi, maka hal tersebut perlu adanya diskusi isu pengangguran. Hubungan antara pertumbuhan ekonomi dan pengangguran adalah sebagai berikut: seiring dengan pertumbuhan perekonomian suatu negara, semakin banyak modal yang masuk ke dalam perekonomian, sehingga tercipta lapangan kerja yang dibuktikan dengan munculnya berbagai sektor usaha baru dan perekonomian padat karya sehingga menurunkan tingkat pengangguran di negara tersebut (Prawira, 2018).

Pertumbuhan ekonomi merupakan unsur penentu tingkat pengangguran, hal ini dapat menurunkan pengangguran dengan mendorong pertumbuhan ekonomi daerah (Belinda dan Wahyuningsih, 2022). Menurut Dermawan, et al (2022) pertumbuhan ekonomi merupakan hasil peningkatan output per kapita suatu negara. Melalui hal tersebut, seseorang dapat memahami dinamika suatu kegiatan ekonomi, seperti bagaimana suatu kegiatan ekonomi mengalami pertumbuhan atau bahkan perubahan dari waktu ke waktu. Dalam proses penggunaan unsur-unsur produksi untuk menghasilkan keluaran merupakan suatu hakikat didalam suatu kegiatan ekonomi. Elemen terpenting dalam mengevaluasi kinerja suatu perusahaan ekonomi adalah aktivitas pertumbuhan ekonominya, khususnya ketika memeriksa hasil pembangunan ekonomi suatu negara atau wilayah. Perekonomian dikatakan berkembang ketika lebih banyak komoditas dan jasa diproduksi seiring berjalannya waktu. Sejauh mana kegiatan ekonomi pada akhirnya dapat memberikan lebih banyak kekayaan atau manfaat sosial ditunjukkan oleh pertumbuhan ekonomi. Eskalasi ekonomi pada suatu daerah yang terus

menerus kuat menandakan bahwa kegiatan perekonomian daerah atau bangsa tersebut mengalami kemajuan yang baik.

Oleh karena itu, faktor-faktor produksi yang dimiliki masyarakat akan digunakan dalam proses ini untuk menyediakan aliran jasa (Panjaitan, 2022). Pertumbuhan ekonomi, sederhananya adalah peningkatan PDB ialah singkatan dari produk domestik bruto, dan ini menunjukkan peningkatan pendapatan negara. Ekspansi ekonomi yang tiada henti pada suatu negara atau wilayah merupakan tanda bahwa perekonomian di sana berjalan baik (Prawira, 2018). Tingkat pengangguran juga dapat dipengaruhi oleh tingkat pendidikannya. Menurut Tumangkeng, *et al* (2022) untuk meningkatkan peluang seseorang mendapatkan pekerjaan yang merupakan hal penting mengingat tingginya nilai daya saing di pasar tenaga kerja dan menurunkan tingkat pengangguran di suatu bidang, pendidikan merupakan sarana utama yang dapat digunakan masyarakat untuk meningkatkan pengetahuan formal dan keterampilan informal. Terlebih adanya fenomena hubungan antara tingkat pengangguran dan tingkat pendidikan, dapat dikatakan bahwa pendidikan tinggi dapat menentukan status pekerjaan seseorang (karena individu yang berpendidikan lebih tinggi lebih mungkin memperoleh pekerjaan berkualitas tinggi yang memenuhi kebutuhan mereka) dan menurunkan tingkat pengangguran. Selain itu, tingkat pengangguran akan lebih rendah bagi individu yang berpendidikan tinggi dibandingkan mereka yang berpendidikan lebih rendah, dan mereka akan mampu memperoleh gaji yang lebih tinggi dari upah minimum (Prawira, 2018).

Selain pertambahan ekonomi dan tingkat pendidikan, ipm juga berkaitan erat dengan pengangguran. Mengenai adanya koneksi antara pengangguran dan indeks pembangunan manusia, terlihat bahwa keduanya mengukur kemajuan kualitas manusia yang merupakan salah satu komponen pembangunan ekonomi. (Juliannisa, 2022). Menurut Nursalamah, *et al* (2022) pengertian dari Pembangunan Manusia (IPM) adalah indikator yang menggabungkan komponen indeks pendapatan, kesehatan, dan pendidikan, merupakan indikator gabungan digunakan untuk mengevaluasi kualitas sumber daya manusia dan metode peningkatan kesejahteraan masyarakat. Hukum Okun menyatakan bahwa peningkatan IPM akan meningkatkan produktivitas, yang pada gilirannya akan mendorong pertumbuhan ekonomi. Pertumbuhan ini diperkirakan akan menciptakan lebih banyak lapangan kerja dan kebutuhan tenaga kerja yang lebih besar, yang akan membantu menyerap kelebihan kapasitas masyarakat dan menurunkan pengangguran (Palindangan & Bakar, 2021).

Tujuan dari melakukan riset ini adalah guna memastikan bagaimana pertumbuhan ekonomi, tingkat pendidikan, dan IPM dapat mempengaruhi pengangguran dengan

memberikan pencerahan kepada penulis dan pembaca tentang pentingnya pengaruh faktor-faktor ini terhadap hasil dan pengangguran. Selain itu, penelitian ini dimaksudkan untuk membantu dalam mengatur kebijakan pemerintah di bidang indeks pembangunan manusia, pendidikan, dan pertumbuhan ekonomi yang semuanya berdampak pada pengangguran. Dengan mempertimbangkan latar belakang masalah di atas, tujuan tiset ini adalah untuk mengidentifikasi komponen yang dapat mempengaruhi pengangguran di provinsi Jawa Barat dari 2018 hingga 2023.

METODE PENELITIAN

Seluruh data sekunder dalam riset ini, yang menggunakan metodologi penelitian kuantitatif. Populasi dalam riset ini data yang mencakup tahun 2018 hingga 2023 yang didapat dari BPS Pusat, sementara pengambilan sampel ialah *purposive sampling* yakni dengan pertimbangan tertentu dan dianalisis menggunakan alat analisis SPSS 26 dengan prosedur analisis regresi linier langsung. Analisis regresi sederhana adalah untuk mengetahui bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya. Variabel yang dapat berdampak disebut variabel bebas, dan variabel yang berdampak disebut variabel terkait atau variabel terikat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Merujuk pada hasil output statistik deskriptif data dapat dijabarkan:

Tabel 2. Hasil Koefisien Determinan (R Square)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.981	.963	.908	40.462

Predictors: (Constant), IPM, Pertumbuhan Ekonomi, Tingkat Pendidikan

Analisa hasil output tabel 2. dijelaskan bahwa R Square diterima nilai sebesar 0,963. Dengan demikian maka, R Square diperoleh $0,963 \times 100\% = 96,3\%$, artinya pertumbuhan ekonomi (X1), tingkat pendidikan (X2), dan IPM (X3) yang merupakan variabel bebas menerangkan bahwa secara bersamaan bisa menjelaskan adanya transformasi pada tingkat pengangguran terbuka sebesar 96,3%, sedangkan sisanya yakni 3,7% di jelaskan oleh variabel lainnya.

Tabel 3. Hasil Uji F (ANOVA)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	85536.454	3	28512.151	17.415	.055 ^b
	Residual	3274.379	2	1637.189		
	Total	88810.833	5			

- a. Dependent Variable: Tingkat Pengangguran
 b. Predictors; (Constant), IPN, Pertumbuhan Ekonomi, Tingkat Pendidikan

Nilai F sebesar 17.415 dengan nilai sig 0.055. karena nilai sig < $\alpha = 0.10$ dengan begitu Koefisien regresi yang signifikan berarti pertumbuhan ekonomi, tingkat pendidikan, dan IPM secara bersamaan memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat pengangguran.

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Sederhana (Coefficients)

Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t		
1	(Constant)	13457.799	2243.200		5.999	.027
	Pertumbuhan Ekonomi	-.022	.070	-.051	-.313	.784
	Tingkat Pendidikan	13.142	2.337	3.380	5.622	.030
	IPM	-5.452	.934	-3.538	-5.838	.028

Penjabaran tabel 4 hasil output regresi diatas diperoleh nilai konstanta sebesar 13.457,799, dengan nilai slope (x1) sebesar -0.022 dan nilai sig. 0.784, nilai slope (x2) sebesar 13.142 dan nilai sig. 0.030, dan slope (x3) sebesar -5.452 dan nilai sig 0.028. maka dapat disimpulkan perolehan persamaan regresi: $Y = 13457,799 - 0.022 X1 + 13.142X2 - 5.452X3$. Nilai konstanta (a) yakni 13457.799 bermakna variabel independent pertumbuhan ekonomi (X1), tingkat pendidikan (X2), IPM (X3) bernilai 0, maka variable dependent tingkat pengangguran akan meningkat sebesar 13457.799. Model tersebut juga memberikan hasil perolehan koefisien pertumbuhan ekonomi -0.022, yang menunjukkan bahwa tingkat pengangguran dipengaruhi secara negatif. Kenaikan 1 pada pertumbuhan ekonomi, diproyeksikan tingkat pengangguran akan turun sebesar 0.022. Pada variable tingkat pendidikan nilai koefisien sebesar 13.142, hal ini bermakna apabila Tingkat Pendidikan naik 13.142 maka pertumbuhan ekonomi juga akan naik sebesar 13.142. Demikian juga dengan IPM yang berkoefisien -5.452 yang bernilai negatif, maka apabila IPM naik 1 maka Tingkat pengangguran turun sebesar 5.452. Oleh karenanya, terjadi peningkatan Tingkat pengangguran pada provinsi Jawa Barat apabila pertumbuhan ekonomi dan IPM mengalami peningkatan, jika pertumbuhan ekonomi dan IPM menurun maka Tingkat pengangguran akan mengalami peningkatan.

Berdasarkan hasil hasil output diatas menunjukkan bahwa nilai sig. 0.784 > $\alpha=0.10$ maka Tingkat pengangguran tidak dipengaruhi secara signifikan oleh pertumbuhan ekonomi. Hasilnya menunjukkan bahwa Provinsi Jawa Barat akan mengalami penurunan angka

pengangguran jika perekonomian daerah tersebut semakin bertumbuh. Sehingga dapat dipahami bahwa setiap perubahan yang terjadi pada tingkat pengangguran tidak selalu akan memiliki dampak terhadap perubahan pertumbuhan ekonomi. Pada kenyataannya, ekspansi ekonomi yang pesat hampir selalu menghasilkan lebih sedikit pengangguran. Kesehatan perekonomian suatu daerah tercermin dari laju pertumbuhan ekonominya. Kegiatan ekonomi dapat dirangsang dengan peningkatan pertumbuhan ekonomi, dan perusahaan diberi insentif untuk berproduksi ketika tingkat output lebih tinggi karena terdapat lebih banyak prospek bagi perusahaan untuk tumbuh dan mempekerjakan lebih banyak orang.

Berdasarkan temuan studi tersebut, pertumbuhan ekonomi seharusnya mampu mengakomodasi tenaga kerja, tetapi kondisi ini tidak terjadi di Provinsi Jawa Barat. Menurut Hukum Okun, terdapat hubungan negatif antara output atau PDRB dan TPT; penurunan PDRB dapat menyebabkan peningkatan angka pengangguran. Tingkat pengangguran dapat dikurangi dengan meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang diukur dengan tingkat pertumbuhan PDB riil. Fenomena ini dapat dipecahkan seperti: ketika permintaan pasar terhadap produk dan jasa meningkat, jumlah yang diproduksi juga meningkat. Peningkatan produktivitas akan meningkatkan jumlah energi kerja yang diserap, sehingga berdampak pada penurunan pengangguran. Selaras dengan hasil riset Tumangkeng et al. (2022) memperlihatkan bahwa pertumbuhan ekonomi tidak berdampak signifikan terhadap tingkat pengangguran. Penelitian Prawira (2018) juga mendukung klaim ini.

Hasil output menunjukkan bahwa nilai sig. $0.030 < \alpha = 0.10$, maka pengangguran sangat dipengaruhi oleh variabel tingkat pendidikan. Secara teoritis, penurunan angka pengangguran dapat disebabkan oleh tingkat pendidikan seseorang. Derajat pendidikan suatu daerah dapat digunakan untuk menentukan kualitas sumber daya manusianya. Jika berpendidikan tinggi, daerah tersebut dianggap memegang mutu sumber daya manusia yang baik. Karyawan dengan keahlian dan kemampuan yang diperlukan Mampu menghasilkan peluang kerja sendiri juga bermanfaat karena pada akhirnya dapat berkontribusi pada penurunan tingkat pengangguran. Hasil pengolahan data di atas sepakat dengan Teori Human Capital yang menyatakan bahwa peluang kerja meningkat seiring dengan pendidikan dan semakin mudahnya memperoleh pekerjaan dengan gaji tinggi teruntuk mereka yang mempunyai riwayat pendidikan tinggi. Hal ini didukung oleh temuan penelitian Khotimah (2018) dan Tumanggung dkk. (2022) yang mengklaim bahwa tingkat pendidikan mempunyai hubungan yang signifikan dengan tingkat kemiskinan.

IPM mempengaruhi tingkat kemiskinan secara signifikan, seperti yang ditunjukkan oleh hasil di atas, dimana nilai sig. $0,020 < \alpha = 0,10$. Sesuai dengan hukum okun, pertumbuhan ekonomi akan didorong oleh produktivitas lebih tinggi karena membaiknya IPM. Meningkatnya pertumbuhan ekonomi diharapkan dapat menciptakan tambahan lapangan pekerjaan dan permintaan tenaga kerja, sehingga menyerap lebih banyak tenaga kerja ke dalam pasar tenaga kerja. Banyaknya kesempatan kerja di suatu negara memastikan bahwa pendapatan warga negaranya akan meningkat ketika perekonomiannya tumbuh pada tingkat yang menguntungkan dan terus berada pada kondisi seperti saat ini. Teori dan temuan penelitian saat ini menunjukkan bagaimana dunia nyata dan IPM berinteraksi untuk menentukan tingkat pengangguran. Indeks Pembangunan Manusia meningkat setiap tahunnya, namun tingkat pengangguran masih tinggi karena kurangnya lapangan kerja yang tersedia. Biasanya juga didukung oleh hasil riset Bakar, dkk (2021) dan Juliannisa, dkk (2022) yang menyatakan bahwa IPM mempunyai dampak yang signifikan terhadap tingkat ekonomi.

SIMPULAN

Berdasarkan temuan penelitian di atas, kesimpulan yang dapat diambil dari riset ini: 1) Tingkat pengangguran di Jawa Barat terkena dampak negatif dari pertumbuhan ekonomi, meskipun secara marginal. 2) Derajat pendidikan mempunyai pengaruh yang cukup besar dan menguntungkan terhadap derajat pendidikan di Jawa Barat; dan 3) Tingkat pengangguran di Jawa Barat sangat dipengaruhi oleh IPM. 4) IPM, pertumbuhan ekonomi serta tingkat pendidikan mempengaruhi tingkat kemiskinan di Jawa Barat.

DAFTAR RUJUKAN

- Ardian, R., Syahputra, M., & Desmawan, D. (2022). Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Tingkat Pengangguran Terbuka Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 1(3), 190–198. Retrieved from <https://journal.unimar-amni.ac.id/index.php/EBISMEN/article/view/90>
- Belinda, N., & Wahyuningsih, Y. E. (2021). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pengangguran Di Kabupaten Aceh Selatan*. 360–372. <http://dx.doi.org/10.55047/transekonomika.v2i5.229>
- Danindra, M. D., Triwahyunigtyas, N. ., & Arrafi Juliannisa, I. . (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengangguran di Provinsi Banten 2015-2019. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 3(05), 852–865. <https://doi.org/10.59141/jiss.v3i05.589>

- Fikri, Y. T. A., & Gopar, I. A. (2022). Analisis Peningkatan Angka Pengangguran akibat Dampak Pandemi Covid 19 di Indonesia. *Indonesian Journal of Business Analytics*, 1(2), 107–116. <https://doi.org/10.55927/ijba.v1i2.19>
- Hadi, A. S., Riani, W., & Haryatiningsih, R. (2020). Pengaruh Laju Pertumbuhan Ekonomi , Indeks Pembangunan Manusia (LPM) dan Upah Minimum Provinsi terhadap Tingkat Pengangguran Terbuka di Pulau Jawa Tahun 2016-2020. *Bandung Conference Series: Economics Studies*. 446–454. <https://doi.org/10.29313/bceses.v2i2.4470>
- Hasibuan, L. S., Rujiman, Sukardi, (2020). Analisis Determinan Indeks Pembangunan Manusia (Ipm) Di Indonesia. *JURNAL PENELITIAN PENDIDIKAN SOSIAL HUMANIORA*, 5(2), 139-141. <https://doi.org/10.32696/jp2sh.v5i2.470>
- Khotimah, K. (2018). Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pertumbuhan Ekonomi, Angkatan Kerja, Dan Upah Minimum Terhadap Tingkat Pengangguran Di DIY Tahun 2009-2015. 7,(6). 599–609. <https://journal.student.uny.ac.id/ojs/index.php/ekonomi/article/view/13017>
- Marliana, L. (2022). Analisis Pengaruh Indeks Pembangunan Manusia , Pertumbuhan Ekonomi dan Upah Minimum terhadap Tingkat Pengangguran Terbuka di Indonesia. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*. 6(1), 87–91. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i1.490>
- Mouren, V., Tumangkeng, S. Y. L., Studi, P., Pembangunan, E., & Ratulangi, U. S. (2022). Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pertumbuhan Ekonomi Dan Jumlah Penduduk Terhadap Pengangguran Di Kabupaten Toraja Utara. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*. 22(5), 133–144. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jbie/article/view/42781>
- Palindangan, J., & Bakar, A. (2021). Analisis Pengaruh Tingkat Pertumbuhan Ekonomi Dan Indeks Pembangunan Manusia (Ipm) Terhadap Tingkat Pengangguran Di Kabupaten Mimika. *JURNAL KRITIS (Kebijakan, Riset, Dan Inovasi)*, 5(1), 65-80. Retrieved from <https://ejournal.stiejb.ac.id/index.php/jurnal-kritis/article/view/149>
- Prayogo, S. A. (2020). Analisis faktor – faktor yang memengaruhi tingkat pengangguran terbuka kabupaten/kota di provinsi jawa timur tahun 2014-2018. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/6661>
- Purba, W., Nainggolan, P., & Panjaitan, P. D. (2022). Analisis Pengaruh Inflasi dan Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Pengangguran di Provinsi Sumatera Utara. *Jurnal Ekuilnomi*, 4(1), 62–74. <https://doi.org/10.36985/ekuilnomi.v4i1.336>
- Septiyanto, W. G., & Tusianti, E. (2020). Analisis Spasial Tingkat Pengangguran Terbuka di Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Ekonomi Indonesia*, 9(2), 119-131.

<https://doi.org/10.52813/jei.v9i2.40>

Soekapdjo, S., & Trisakti, U. (2021). Pengaruh Inflasi, Indeks Pembangunan Manusia, Dan Upah Minimum Pengaruh Inflasi, Indeks Pembangunan Manusia, Dan Upah Minimum Provinsi Terhadap Pengangguran Di Indonesia. *Ecodemika*.
<https://doi.org/10.31294/eco.v5i2.10070>

Umar, M. (2023). *Pengaruh tingkat Pendidikan, Upah dan Migrasi terhadap Pengangguran di Kota Makassar*.

Weerasiri, A. R. P., & Samaraweera, G. (2021). *Factors influencing Youth Unemployment in Sri Lanka*. I(I), <https://doi.org/10.4038/ajms.v1i1.27>



Pengaruh *Brand Image*, Mutu Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian *Merchandise Miniso* Ambarrukmo Plaza Mall Yogyakarta

Regita Ratna Hedyati^{1*}, Yunita Fitri Wahyuningtyas²

ratnaaregita06@gmail.com^{1*}, yunita.fitriw@gmail.com²

^{1,2}Program Studi Manajemen

^{1,2}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha

Received: 22 03 2024. Revised: 05 04 2024. Accepted: 28 04 2024.

Abstract : Miniso presents a variety of middle class products at economical selling prices so that they are very popular with many people, especially millennials. The aim of this research is to evaluate the variables listed in the observations. Researchers analyze using quantitative methods. The information collection strategy is in the form of a general description and survey with a questionnaire as a paraga. The sample in this research consisted of 100 purchasing clients at Miniso Ambarrukmo Plaza Mall Yogyakarta, using a purposive sampling testing strategy and the IBM SPSS 25th edition statistical program. As shown by the research results, brand image, product quality and price perceptions influence purchasing choices.

Keywords : Brand Image, Product Quality, Price Perception, Purchasing Choices.

Abstrak : Miniso menghadirkan bermacam produk kelas menengah dengan harga jual ekonomis sehingga sangat digemari oleh banyak kalangan khususnya kalangan milenial. Tujuan dari riset ini yakni guna mengevaluasi variabel-variabel yang tercantum dalam observasi tersebut. Peneliti menganalisis memakai jenis kuantitatif. Strategi pengumpulan informasi berupa gambaran umum dan survei dengan kuesioner sebagai paraga. Sampel pada penelitian ini berjumlah 100 klien pembeli di Miniso Ambarrukmo Plaza Mall Yogyakarta, menggunakan strategi pengujian *purposive sampling* serta program statistik IBM SPSS edisi 25. Seperti yang ditunjukkan oleh hasil penelitian, *brand image*, mutu produk, dan persepsi harga memengaruhi pilihan pembelian.

Kata Kunci : *Brand Image*, Mutu Produk, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian.

PENDAHULUAN

Fenomena ritel global memberikan imbas positif terhadap modernisasi bisnis ritel. Peralihan ini dijumpai setiap tahun bersamaan adaptasi persepsi baru dan implementasi teknologi. Sebab, zaman sekarang masyarakat milenial memiliki kemauan daya beli yang tak terbatas untuk mengunjungi toko-toko pilihannya. Maka pelaku bisnis diharuskan

menggunakan strategi pemasaran produk secara digital. Hal ini dilakukan guna meningkatkan kredibilitas merek perusahaan. (Crystallography, 2023). Untuk dapat bersaing, bisnis ritel saat ini perlu dikembangkan dengan cepat. Perusahaan diharuskan mampu melakukan planning yang berfokus pada menarik pengguna. Selain itu, produsen diharapkan menciptakan barang bergengsi guna memenuhi keinginan pemakai seperti yang dilakukan Miniso yaitu paham bagaimana pembeli berperilaku. Menurut Chalil (2020) Mengkomunikasikan merek dagang kepada pelanggan dapat menjadikan suatu merek mampu mengalahkan merek pesaing. Seperti saat ini, banyak anak muda yang gemar mengunjungi toko ritel, salah satunya berkunjung ke Miniso, karena Miniso menyediakan bermacam produk yang khas dan *trendy*. Hal ini menjadikan Miniso memiliki daya saing yang kuat untuk menarik para peminatnya. Dengan mampu bertahan di tengah persaingan yang sengit, Miniso memanifestasikan magnet bagi pengguna dengan membangun dasar yang kuat dalam mempertahankan posisinya sebagai tempat terbaik untuk orang-orang yang ingin memenuhi kebutuhan sekunder mereka dengan taraf gaya yang berkualitas. Untuk memastikan produk berbobot dan kokoh, Miniso melaksanakan penilaian ketat terhadap bahan dan proses produksi.

Secara keseluruhan gerai Miniso tidak hanya menyediakan kebutuhan fashion saja. Tetapi juga menyediakan untuk pemenuhan kebutuhan sekunder anak muda. Hal ini, sesuai dengan target pasar perusahaan Miniso yaitu generasi milenial yang memiliki kebiasaan berbelanja (Villegas, 2023). Berbelanja dengan kata lain *Shopping* yang telah menjadi *life style* dari anak muda. Seperti pada era saat ini, generasi milenial menjadi penyumbang kebutuhan konsumtif terbesar dalam berbelanja. Mereka rela mengantri agar kemauan dan keinginannya bisa dipenuhi hingga terwujud (Saputra, 2023). Oleh karena itu, Miniso menghadirkan gerai belanja dengan interior yang memukau dan situasi yang tenang sekaligus elegan untuk memastikan bahwa pembeli memperoleh kepuasan saat berbelanja. Miniso menjajakan berbagai jenis barang, seperti earphone, parfum, sandal, segala pernik-pernik gantungan kunci dan bermacam tas dengan variasi model terkini. Barang yang diperdagangkan Miniso tersebut selalu up to date serta inovatif sesuai dengan trend terbaru di pasar. Sehingga membuat Miniso menjadi pilihan populer bagi pembeli yang mencari produk kontemporer.

Pemecahan masalah terkait penelitian ini diperlukan cara pemeriksaan informasi berupa fakta yang telah pembeli isi pada pernyataan yang dibuat peneliti. Penyusunan data pada hasil kuesioner Miniso Ambarrukmo Plaza Mall Yogyakarta menggunakan program IBM SPSS 25, kemudian dilakukan analisis sehingga dapat diketahui variabel-variabel dependen berpengaruh signifikan terhadap variabel independen. *State of the art* pada observasi ini harus terlihat dari

konsekuensi eksplorasi terdahulu yang menyatakan keseluruhan variabel yang akan dicantumkan dalam investigasi ini wajib mempengaruhi pilihan pembelian yang mengarahkan pembeli untuk membeli barang. Dalam menangani masalah terkait penelitian ini, penting untuk menggunakan metode yang memungkinkan pemeriksaan informasi yang akurat dan faktual yang disediakan oleh pembeli dalam pernyataan yang dibuat oleh peneliti. Penggunaan program IBM SPSS 25 untuk menyusun data dari hasil kuesioner yang diberikan kepada pembeli di Miniso Ambarrukmo Plaza Mall Yogyakarta adalah langkah yang tepat. Analisis data yang dilakukan akan membantu dalam mengidentifikasi variabel-variabel dependen yang berpengaruh secara signifikan terhadap variabel independen.

Selain itu, penting untuk memperhatikan *state of the art* dalam observasi ini, yang mencakup konsekuensi eksplorasi terdahulu. Hasil penelitian sebelumnya menyatakan bahwa setiap faktor yang dibahas pada investigasi tersebut harus mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yang mendorong mereka untuk membeli barang. Dengan mempertimbangkan temuan sebelumnya, pengumpulan data dan analisis yang dilakukan pada observasi ini diharapkan peneliti agar mendapatkan lebih banyak pengetahuan terkait brand image, produk kualitas, dan persepsi harga memengaruhi keputusan pembeli di Miniso Ambarrukmo Plaza Mall Yogyakarta. *Brand Image* terhubung dengan perspektif sebagai kepercayaan dan kecenderungan terhadap suatu label pada logo brand. Pembeli umumnya akan memilih barang yang mereka sadari melalui pengalaman mengonsumsi barang tersebut atau menurut penjelasan dari bermacam referensi. Brand Image yang solid serta berkaitan akan menarik pertimbangan pembeli. Di sisi lain, jika gambaran brand lemah, maka brand tersebut tidak akan melekat kuat di benak pembeli. Menurut Kotler (2013), *Brand Image* adalah kepastian yang akan tergambar melalui afiliasi yang muncul dalam pikiran pembeli, sementara Kotler dan Keller (2016) mengutarakan, *Brand Image* dicirikan sebagai pandangan pembeli terhadap label menjadi sebuah kesan afiliasi pada kepribadian pembeli.

Mutu produk adalah salah satu kunci untuk bersaing antara penjual yang ditawarkan dan pembeli yang menawarkan. Beberapa insan tertentu percaya jika barang dagangan yang berharga tinggi adalah barang yang bermutu. Hingga beberapa pelanggan rela mengeluarkan banyak uang demi mendapatkan barang dengan kualitas paling baik. Namun, pada kenyataannya, tidak semua produk berkualitas tinggi dijual dengan harga yang mahal. Kotler (2009) mengkarakterisasi Mutu Produk sebagai perkembangan atribut dari suatu layanan atau administrasi yang tujuannya adalah untuk memenuhi kebutuhan yang diungkapkan atau disimpulkan. Selain itu, menurut Assauri (2009), Mutu produk menjadi bagian yang harus

dicermati oleh pemilik usaha, karena mutu produk memiliki keterikatan dengan isu kepuasan pelanggan yang menjadi tujuan promosi perusahaan. Harga menimbulkan banyak persepsi, karena harga memiliki manfaat sebagai komponen keuangan yang penawarannya dapat disebarluaskan melalui pelanggan.

Harga juga berperan sebagai tanda seberapa baik proposisi yang didapat dan apakah proposisi tersebut ditawarkan atau dapat diakses dengan biaya yang tetap. Seperti yang dinyatakan Priyanto (2013), Persepsi Harga adalah pengeluaran umum yang harus dikeluarkan pembeli untuk mendapatkan barang atau administrasi yang ideal. Sementara itu, pendapat Simamora (2002), Persepsi Harga adalah dorongan di dalam diri pembeli yang mendorong mereka untuk memilih apakah akan melakukan pembelian dengan logis. Meskipun demikian, tidak semua orang memahami arti harga yang tinggi, sehingga dapat dikategorikan bahwa pembeli bertindak gegabah saat melakukan pembelian. Tetapi sebelum memantapkan putusannya, pelanggan akan mempertimbangkan nilai interaksi yang signifikan dan normal sebelum membeli, pembeli akan membedah nilai gabungan dari harga terhadap kualitas.

METODE PENELITIAN

Pada percobaan ini memakai metodologi kuantitatif. Sesuai (Sugiyono, 2017) teknik pemeriksaan yang ditinjau dari positivisme (informasi substansial), informasi penelitian berbentuk angka-angka yang akan diestimasi dan melibatkan pengukuran guna pengujian kalkulasi yang terhubung melalui persoalan yang dipelajari untuk menciptakan haluan. Informasi kuantitatif dalam eksplorasi ini adalah hasil dari daftar pertanyaan kuesioner dengan menggunakan skala linkert dan menguji validitas dan reliabilitas kuesioner. Data yang diaplikasikan dalam observasi ini berasal spontan dari responden mengenai variabel independen dan variabel dependen yang saling berkaitan. Dengan pengujian data menggunakan IBM SPSS Statistik edisi 25. Target yang diteliti dalam penelitian ini yaitu konsumen Miniso Ambarukmo Plaza Mall Yogyakarta.

Menurut (Sugiyono, 2021), kelompok didefinisikan sebagai keseluruhan area yang berlaku atas objek atau subjek yang masih dalam taraf yang belum jelas oleh para ahli untuk ditelaah dan kemudian dianalisis kesimpulannya. Kelompok dalam observasi ini yakni pengguna barang Miniso Ambarukmo Plaza Mall Yogyakarta. Jumlah dan karakteristik populasi termasuk dalam sampel. (Sugiono, 2016). Sampel yang dipakai dalam observasi ini ialah pengguna barang Miniso Ambarukmo Plaza Mall Yogyakarta dengan mekanisme penentuan sampel *purposive sampling*. Observasi yang telah dilakukan pada pembeli

merchandise di Miniso Ambarrukmo Plaza Mall Yogyakarta dinilai peneliti kurang sempurna karena masih memiliki sejumlah keterbatasan seperti sampel yang diambil dalam pengkajian ini hanya diperoleh dari pembeli di Miniso Ambarrukmo Plaza Mall Yogyakarta dan hanya bisa mengambil dengan jumlah seratus orang sebagai responden. Selain itu, observasi ini juga hanya menggunakan kuesioner tidak menggunakan metode lain yang lebih efektif seperti wawancara secara langsung dan tatap muka dengan pembeli.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pendistribusian kuesioner kepada konsumen Miniso Ambarrukmo Plaza Mall Yogyakarta mendapatkan hasil 100 data yang dapat diolah, kemudian dari seluruh data tersebut diuji dan dianalisis. Observasi ini dipisahkan sesuai demografi jenis kelamin, usia, pekerjaan. Tabel di bawah ini adalah hasil jawaban observasi responden:

Tabel 1. Kelompok Penjawab

Kelompok Penjawab	Frekuensi	Presentase
Jenis Kelamin		
Laki-laki	15	15.0 %
Perempuan	85	85.0 %
Usia		
15 – 19	6	6.0 %
20 – 25	92	92.0 %
26 – 30	2	2.0 %
>31 Tahun	0	0.0 %
Pekerjaan		
Pelajar/Mahasiswa	67	67.0 %
Sudah Bekerja	21	21.0 %
Belum Bekerja	12	12.0 %
TOTAL	100	100%

Tabel 1. menunjukkan bahwa, menurut pengolahan kategori standar orientasi jenis kelamin, rpenjawab kategori perempuan lebih terlampau daripada penjawab kategori laki-laki. Sebab responden perempuan memiliki angka 85,0 persen lebih tinggi dibandingkan responden laki-laki yang memiliki angka 15,0 persen. Selain itu, dapat diasumsikan bahwa dalam tinjauan ini, responden wanita memiliki atribut yang paling dominan, yaitu sebesar 85 persen. Hitungan jumlah data pada kategori pemeriksaan standar usia serupa pada diperlihatkan pada bagan tersebut dengan penjabaran sebagai berikut, responden berusia antara 15 hingga 19 tahun berjumlah 6 orang dengan tingkat presentase sebesar 6,0%, penjawab berusia antara 20 hingga 25 tahun berpartisipasi sebanyak 92 orang pada tingkat presentase sebesar 92,0%, penjawab berusia antara 26 hingga 30 tahun yang mengikuti sebanyak 2 orang dengan tingkat presentase

sebesar 2,0%. Selanjutnya, partisipan direntan usia lebih dari 31 tahun tidak muncul dalam pengisian pernyataan ini. Maka kategori penjawab pada kisaran usia 20-25 memperoleh nilai terlampau sebanyak 92.

Berikutnya pemeriksaan kriteria pekerjaan pada tabel 1 di atas, dapat dicermati sebagian besar posisi penjawab adalah pelajar/mahasiswa dengan partisipan sebesar 67 dengan presentase 67 persen, setelahnya, tingkat pekerjaan kategori bekerja memiliki besaran 21 dengan presentase 21 persen. Pernyataan terakhir, kelompok kriteria belum bekerja menyumbangkan argumen paling sedikit yaitu 12 dengan presentase 12 persen pada tinjauan ini . Hasil yang telah divisualkan di atas, diduga bila kriteria paling dominan dari penjawab dalam kriteria pekerjaan yaitu pelajar/mahasiswa. Hasil kalkulasi dari tes pemeriksaan menggunakan aplikasi IBM SPSS edisi 25.

Tabel 2. Pengujian realibilitas

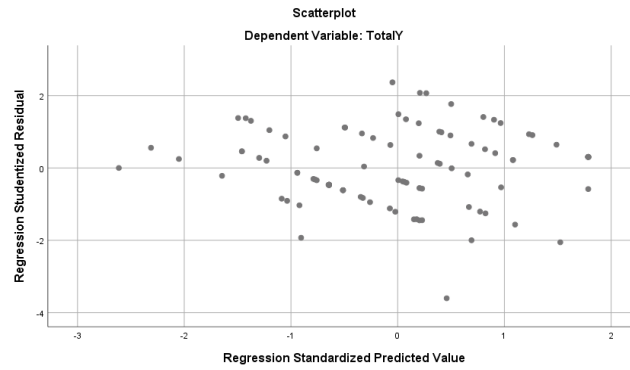
Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Brand Image	0.771	<i>Reliability</i>
Mutu Produk	0.826	<i>Reliability</i>
Persepsi Harga	0.817	<i>Reliability</i>
Keputusan Pembelian	0.740	<i>Reliability</i>

Seluruh variabel pengkajian menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0.60, seperti penjelasan pada bagan tersebut. Sehingga dikemukakan indikator brand image, mutu produk, persepsi harga dan keputusan pembelian dinyatakan reliabel berdasarkan hitungan yang tertera.

Tabel 3. Pengujian Multikolinearitas

Variabel Bebas	Tolerance	VIF	Keterangan
Brand Image	714	1.401	<i>Tiada ditemukan gejala multikolinearitas</i>
Mutu Produk	617	1.620	<i>Tiada ditemukan gejala multikolinearitas</i>
Persepsi Harga	587	1.705	<i>Tiada ditemukan gejala multikolinearitas</i>

Menurut keterangan indeks di atas diketahui angka tolerance semua variabel lebih tinggi sebesar 0.10 sedangkan angka VIF pada tiap-tiap variabel lebih rendah daripada 10. Alhasil pada pengujian ini, dianggap bahwa tiada ditemukan gejala multikolinearitas karena antar satu variabel tidak berkolerasi kuat dengan variabel lainnya.



Gambar 1. Ilustrasi Pengujian Heteroskedastisitas

Pada ilustrasi *scatterplot* yang ditampilkan terdapat bulatan kecil menyebar tak beraturan dan tidak membentuk struktur yang nyata. Dari penguraian di atas bisa disimpulkan jika enggan diperoleh indikasi heteroskedastisitas.

Tabel 4. Pengujian signifikansi Parsial t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.040	1.205		3.352	.001
	Brand Image	.382	.072	.422	5.287	.000
	Mutu Produk	.188	.069	.233	2.713	.008
	Persepsi Harga	.168	.059	.253	2.875	.005

Menurut perolehan dari pengujian, diambil kesimpulan bahwa pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian. Pengujian koefisien regresi pada variabel brand image menyatakan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dengan nilai t hitung sebanyak 5,287 dan nilai t tabel sebanyak 2,699. Diketahui yakni *Brand Image* berpengaruh positif terhadap pembelian barang di Miniso Ambarukmo Plaza Mall Yogyakarta, sementara H_0 brand image tidak berpengaruh terhadap pilihan pembelian. Sehingga diasumsikan brand image berpengaruh positif terhadap pembelian barang di Miniso Ambarukmo Plaza Mall Yogyakarta. Observasi tersebut menjelaskan *brand image* secara nyata mempengaruhi dalam pemilihan untuk membeli suatu barang. Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan bahwa pembeli Miniso Ambarukmo Plaza Mall Yogyakarta sangat memikirkan *brand image* yang dijelaskan perusahaan. Sebab itu *brand image* sangat penting bagi perusahaan dengan alasan bahwa semakin baik *Brand Image* yang dihubungkan dengan barang tersebut, maka pelanggan akan semakin terinspirasi untuk membeli.

Pengaruh Mutu Produk terhadap Keputusan Pembelian. Analisis koefisien regresi untuk variabel mutu produk menerangkan bahwa nilai signifikansi sebanyak $0,008 < 0,05$. Selanjutnya, nilai t hitung yang diraih sejumlah 2,713, sedangkan angka t tabel sebesar 2,699. Diketahui bahwa dalam pengujian H2 mutu produk mempengaruhi putusan pembelian di Miniso Ambarrukmo Plaza Mall Yogyakarta diterima, sebaliknya Ho mutu produk tidak mempengaruhi dalam pilihan pembelian ditolak. Sehingga diduga mutu produk berdampak positif pada pilihan keputusan membeli. Kesimpulannya jika pembeli merasa cocok dengan suatu barang dan nilai pada barang tersebut dapat disampaikan kepada pembeli dengan baik, maka pada saat itu pembeli akan mengambil keputusan untuk membeli. Faktanya, mutu barang memainkan peran penting dalam transaksi karena dengan kualitas yang ada perusahaan dapat menjalin kepercayaan dengan pembeli.

Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian. Penilaian koefisien persepsi harga menghasilkan nilai signifikansi sebanyak $0,005 < 0,05$. Selain itu, nilai t hitung yang diperoleh sebanyak 2,875 dan nilai t tabel sebanyak 2,699. Sehingga ditemukan persepsi harga pada tingkat tertentu berdampak pada pilihan pembelian barang. Maka dinyatakan persepsi harga mempengaruhi pembelian di Miniso Ambarrukmo Plaza Mall Yogyakarta diterima, berbeda dengan Ho tidak memiliki pengaruh terhadap pilihan pembelian ditolak. Diuraikan bahwa biaya yang dimiliki mempengaruhi pilihan pembelian pembeli.

Tabel 5. Pengujian F (stimultan)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	163.702	3	54.567	41.138	.000 ^b
	Residual	127.338	96	1.326		
	Total	291.040	99			

Hasil percobaan F yang terdapat pada bagan menyiratkan nilai F yang ditentukan sebesar 41,138. Nilai F yang ditentukan lebih tinggi dari nilai F tabel, seperti yang terlihat jika dibandingkan dengan nilai F tabel yang ditemukan dari sebaran F tabel sebesar 2,70. Ditemukan bahwa model ini dapat digunakan untuk mengestimasi faktor-faktor independen dengan tingkat kepentingan 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Secara keseluruhan, variabel keputusan pembelian dipengaruhi oleh elemen-elemen brand image, mutu produk, dan persepsi harga.

Tabel 6. Pengujian Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.750 ^a	.562	.549	1.152

a. Predictors: (Constant), *Brand Image*, *Mutu Produk*,
Persepsi Harga

Menurut kalkulasi pada bagan yang sudah ada, cenderung terlihat bahwa nilai koefisien determinasi (Adjusted R^2) sebesar 54,9 persen, dimana lebihnya sebesar 45,1 persen dipengaruhi oleh berbagai faktor di luar faktor yang diteliti dalam eksplorasi ini. Sehingga, nilai koefisien R, yang menunjukkan tingkat korelasi antara variabel bebas dan variabel terikat, dapat ditemukan dengan menggunakan data pada bagan. Pengujian menemukan bahwa variabel keputusan pembelian memiliki nilai koefisien R sebesar 0,750 terhadap brand image, mutu produk dan persepsi harga. Dengan demikian satu tujuan dengan penelitian terdahulu menurut (Lisa Febriana, 2023) yang berjudul Pengaruh *Brand Image*, *Store Atmosphere*, dan *Perceived Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Miniso Solo Grand Mall, yang hasilnya disimpulkan bahwa Brand Image (X1) mempengaruhi pembeli untuk membeli produk Miniso di Solo Grand Mall. Hasil pengujian memiliki nilai signifikansi $0.000 < 0,5$ berarti brand image menjadi alasan pembeli dalam memutuskan pembelian di Solo Grand Mall.

SIMPULAN

Berdasarkan tes membuktikan beberapa hal: 1) Metode t parsial menjelaskan brand image sampai batas tertentu terbukti berpengaruh secara substansial terhadap pilihan pembelian barang di Miniso Ambarrukmo Plaza Mall Yogyakarta. Brand image menjadi referensi bagi pembeli saat memperhitungkan pembelian suatu barang. 2) Pengujian t parsial menyatakan variabel mutu produk mengartikan pembeli akan selalu berfokus pada kualitas produk untuk menentukan dan mengukur tingkat kelayakan dan ketidaklayakan suatu barang. Dengan demikian, sebagian pembeli beranggapan bahwa suatu barang seharusnya bernilai jika dapat menyelesaikan masalah pembeli. 3) Menurut pemeriksaan t parsial, membuktikan bahwa persepsi harga berhubungan relevan dengan keputusan pembelian barang di Miniso Ambarrukmo Plaza Mall Yogyakarta. Hal ini mengindikasikan bahwa persepsi harga menjadi pertimbangan penting dalam hal berbelanja karena dalam benak konsumen seberapa besar uang yang akan mereka keluarkan untuk membeli sesuatu haruslah sama nilainya dengan kualitas barang yang dibelinya.

DAFTAR RUJUKAN

- Alfiah, A., Suhendar, A., & Yusuf, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Vinyl Flooring Merek Taco di CV Indosanjaya Kota Bandung. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), 492–503.
<https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3926>
- Anam, M. S., Nadila, D. L., Anindita, T. A., & Rosia, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 120–136.
<https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.277>
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. . (2020). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al Tijarah*. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5612>
- Ernawati, R. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 80–98. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i2.6663>
- Nugroho, I. A., Made, I., & Dirgantara, B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Pemasaran Online Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada PT. Havindo Pakan Optima). *Diponegoro Journal of Management*, 10(1), 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Lily, H., & Yurike, V. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Maskapai Penerbangan Tiger Air Mandala. *E-Journal WIDYA Ekonomika*, 1(1), 64–74.
- Ryan, Cooper, & Tauer. (2022). Articiel Pemasaran Citra Merek Ryan. *Paper Knowledge. Toward a Media History of Documents*, 12–26.
- Tengor, G., Kawet, L., & Loindong, S. (2023). Pengaruh Merek, Desain Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Studi Kasus Pada Mahasiswa Stie Eben Haezar Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(4), 367–375.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jbie/article/view/13620/13206>
- Sugiono. (2016). Metode Pendekatan Kuantitatif, kualitatif dan R&D. In *Bandung: Alfabeta*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Statistik Untuk Penelitian*. Alfabeta.



Determinan Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor

Rifky Chalik Nabawi¹, Khairil Umuri^{2*}, Syahriyal³, Eka Nurlina⁴
rifky.nabawi@gmail.com¹, khairilumuri@usk.ac.id^{2*}, syahriyal@usk.ac.id³,
eka.nurlina@usk.ac.id⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Ekonomi Islam

^{1,2,3,4}Universitas Syiah Kuala

Received: 29 02 2024. Revised: 12 03 2024. Accepted: 02 05 2024.

Abstract : The decision to purchase a product is basically influenced by many factors. This research aims to analyze the factors that influence the purchasing decisions of imported food products among students in Banda Aceh City. This type of research is quantitative through an associative approach. Samples were collected using nonprobability sampling techniques with a purposive sampling approach. The collected data was analyzed through multiple linear regression. The results of the research show that the halal label has no effect on students' purchasing decisions about imported food products in the city of Banda Aceh. Meanwhile, promotion, price and religiosity each influence the purchasing decisions of imported food products among students in Banda Aceh City. The implications of the research are that providers of imported food products must pay attention to halal labels, so that the food products sold do not harm consumers, especially students in the city of Banda Aceh.

Keywords : Halal Labels, Promotions, Prices, Religiosity, Imported Food.

Abstrak : Pembelian suatu produk pada dasarnya dipengaruhi oleh sejumlah faktor yang beragam. Penelitian ini bermaksud untuk mengevaluasi faktor-faktor yang memiliki dampak pada keputusan pembelian produk makanan impor oleh mahasiswa di Kota Banda Aceh. Jenis penelitian ini bersifat kuantitatif melalui pendekatan asosiatif. Perolehan sampel menggunakan teknik nonprobability dan pendekatan purposive sampling. Data yang terkumpul dianalisis melalui regresi linear berganda. Hasil penelitian menggambarkan bahwa label halal tidak memiliki dampak pada keputusan pembelian produk makanan impor oleh mahasiswa di Kota Banda Aceh. Sedangkan promosi, harga, dan religiusitas masing-masing ikut mempengaruhi mahasiswa di Kota Banda Aceh dalam keputusan pembelian produk makanan impor. Implikasi kebijakan yang dapat diterapkan adalah penyedia produk makanan impor harus memberikan perhatian terhadap label halal, sehingga produk makanan yang dijual tidak merugikan konsumen, terutama mahasiswa di Kota Banda Aceh.

Kata Kunci : Label Halal, Promosi, Harga, Religiusitas, Makanan Impor.

PENDAHULUAN

Kontribusi industri makanan dan minuman di Indonesia relatif tinggi. Berdasarkan laporan Badan Pusat Statistik (BPS), sektor makanan dan minuman tahun 2023 menyumbang

39,10 persen pendapatan domestik bruto (PDB) sektor industri nonmigas dan 6,55 persen PDB nasional. (BPS, 2024). Berdasarkan Market Insight Statistics, 55 persen generasi muda merupakan kelompok utama penduduk Indonesia yang mengonsumsi makanan ringan. Generasi muda merupakan generasi yang cenderung menyukai hal-hal baru (Giovandhi & Adlina, 2023). Generasi muda merupakan generasi yang akrab dengan internet (Trivedi, 2023) dan aktif menggunakan media social (Wübbelt & Tirrel, 2022). Jadi, setiap hal baru yang sedang viral dengan cepat mereka memperoleh informasinya. Begitu pula dengan produk makanan dari luar negeri, terutama dari Korea dan Jepang sangat digemari oleh generasi muda (Hidayat et al., 2023). Kondisi ini juga menjadiperhatian khusus, baik dari bidang kesehatan, keamanan kehalalalan produk, dan juga mengancam eksistensi produk lokal yang kalah bersaing dengan produk impor (Sulisyanto & Husainy, 2023).

Pemahaman konsumen terutama generasi muda dalam memutuskan membeli makanan dan minuman impor sangatlah penting. Hal ini bertujuan untuk mengetahui kebutuhan konsumen khususnya yang berkaitan dengan konsumen muslim yang sangat selektif dalam mengonsumsi makanan dan minuman impor. Terdapat beberapa faktor yang berpengaruh pada keputusan konsumen muslim membeli makanan dan minuman impor antara lain label halal (Ahidin et al., 2019; Karimah & Darwanto, 2021; Usman et al., 2022), promosi (Lilavanichakul et al., 2018; Florent et al., 2014), harga (Makfirah & Umuri, 2023; Makanyeza & Du Toit, 2016; Bukhari et al., 2020), dan religiusitas (Bukhari et al., 2023; Hidayat et al., 2023; Makfirah & Umuri, 2023). Label halal merupakan logo atau merek sebagai tanda jaminan halal dalam tulisan Arab atau tulisan lainnya (Permadi, 2022). Majelis Ulama Indonesia dan Kementerian Agama merupakan pihak yang berwenang menerbitkan sertifikasi halal (Krisharyanto et al., 2019).

Pencantuman label halal pada kemasan produk makanan impor yang dijual berfungsi sebagai informasi bahwa produk yang dijual sudah dijamin kehalalannya. Banyak penelitian telah dilakukan mengenai dampak label halal pada keputusan pembelian makanan impor, seperti penelitian Sutardi, (2019); Wijaya & Padmantlyo (2023) dan Sarasi et al (2023) mengutarakan bahwa label halal berpengaruh pada keputusan pembelian. Selain label halal, promosi juga menjadi faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Promosi merupakan upaya untuk menyampaikan keunggulan produk dan merangsang pelanggan untuk membeli produk yang sedang dipromosikan (Kotler & Keller, 2016). Produk makanan impor yang dijual di Indonesia tidak terlepas dari kegiatan promosi yang dilakukan. Hal tersebut mendorong banyaknya kalangan muda, terutama mahasiswa yang ikut membeli produk

makanan impor (Lestari & Supriyanto, 2022). Beberapa penelitian yang telah dilakukan menyatakan bahwa promosi ikut mempengaruhi pembelian produk makanan impor (Dewi & Gunanto, 2023; Martaliah et al., 2022).

Faktor lain yang turut berdampak pada keputusan pembelian produk makanan impor adalah harga. Konsumen sangat memperhatikan harga suatu produk, bahkan mereka akan membandingkan antara harga dan kualitas dari produk yang dijual (Rufliansah & Seno, 2020). Maka oleh sebab itu, hal pertama yang sering menjadi perhatian konsumen ialah harga dari barang yang hendak dibeli (Siahaan & Putriku, 2021). Beberapa penelitian menyatakan bahwa harga juga berperan dalam memengaruhi keputusan pembelian produk makanan impor (Makanyeza & Du Toit, 2016; Bukhari et al., 2020; Sarasi et al., 2023). Kemudian faktor berikutnya yang ikut mempengaruhi keputusan pembelian makanan impor ialah religiusitas. Religiusitas merujuk pada derajat hubungan individu dengan nilai-nilai agama yang dianutnya (Mukhtar & Butt, 2012). Adanya sikap religiusitas dapat menjadikan konsumen berhati-hati dalam menentukan produk yang hendak dibeli (Fauzia et al., 2019). Hal tersebut menjadikan religiusitas faktor yang terlibat memengaruhi keputusan pembelian (Bukhari et al., 2020; Makfirah & Umuri, 2023; Usman et al., 2022; Iriani, 2019).

Provinsi Aceh adalah salah satu wilayah di Indonesia di mana mayoritas penduduknya memeluk agama Islam dan menerapkan syariat Islam (Umuri et al., 2023). Kondisi ini berbeda dengan mayoritas provinsi lainnya di Indonesia yang tidak menerapkan syariat Islam. Kekhasan daerah Aceh memberikan peluang yang besar bagi peneliti untuk menganalisis lebih jauh mengenai Islam dan perilaku konsumen dalam berbagai konteks terutama keputusan pembelian produk makanan impor. Selain itu mayoritas konsumen produk makanan impor adalah generasi muda, maka penelitian ini akan memfokuskan kajian pada mahasiswa di Kota Banda Aceh.

METODE PENELITIAN

Pendekatan kualitatif asosiatif dimanfaatkan pada penelitian ini dengan bertujuan mengeksplorasi hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2016). Hubungan penelitian ini melibatkan variabel bebas (label halal, promosi, harga, dan religiusitas) yang mempengaruhi variabel terikat (keputusan pembelian). Populasi penelitian mencakup semua mahasiswa di Kota Banda Aceh yang pernah belanja produk makanan impor. Dikarenakan jumlah populasi mahasiswa yang pernah membeli produk makanan impor belum diketahui, maka penentuan sampel menggunakan model Hair et al (2014), yaitu besaran sampel

sebanyak 180 orang yang merupakan hasil perkalian 10 dengan 18 indikator. Semua sampel yang teliti merupakan gambaran dari populasi dengan merujuk pada lima kampus yang ada di Kota Banda Aceh (Universitas Syiah Kuala, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Universitas Abulyatama, Universitas Muhammadiyah, dan Universitas Serambi Mekah).

Penggunaan metode *nonprobability* sampling yang mengadopsi pendekatan purposive sampling berdasarkan kriteria tertentu digunakan dalam penelitian ini (Sugiyono, 2016). Adapun ketentuan sampel penelitian ialah adalah mahasiswa yang aktif menempuh pendidikan di Kota Banda Aceh, beragama Islam; dan memiliki riwayat pembelian produk makanan impor. Tahapan berikutnya ditentukan 18 kuesioner yang akan dibagikan untuk uji coba dan hasilnya kemudian dievaluasi. Kuesioner yang digunakan berasal dari indikator dari setiap variabel yang diangkat, seperti variabel label halal 3 indikator, promosi 3 indikator, harga 3 indikator, religiusitas 5 indikator, dan keputusan pembelian 4 indikator. Kemudian data yang diperoleh akan dianalisis dengan teknik analisis regresi linear berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Mayoritas responden dalam penelitian diisi oleh perempuan sebanyak 97 orang. Berdasarkan usia mayoritas responden berusia lebih 20 tahun sebanyak 106 orang. Sedangkan berdasarkan asal universitas didominasi oleh Universitas Syiah Kuala sebanyak 79 orang. Sedangkan berdasarkan pengeluaran mayoritas kurang 1 juta sebanyak 114 orang dan 100 persen beragama Islam dan pernah melakukan pembelian produk makanan impor.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
Laki-Laki	83	46.1
Perempuan	97	53.9
Usia	Frekuensi	Persentase (%)
Kurang 20 Tahun	74	41.1
Lebih 20 Tahun	106	58.9
Asal Universitas	Frekuensi	Presentase (%)
Universitas Abulyatama	21	11.7
Universitas Muhammadiyah	9	5.0
Universitas Serambi Mekah	17	9.4
Universitas Syiah Kuala	79	43.9
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry	54	30.0
Pengeluaran	Frekuensi	Presentase (%)
Kurang Rp. 1.000.000	114	63.3

Rp. 1.000.001 – Rp. 3.000.000	63	35.0
Lebih Rp. 3.000.001	3	1.7
Agama	Frekuensi	Presentase (%)
Islam	180	100
Pembelian di Shopee	Frekuensi	Persentase (%)
Pernah	180	100

Uji Validitas dan Reliabilitas. Pengujian validitas berguna melihat keabsahan kuesioner yang diajukan pada kajian ini. Sebanyak 18 kuesioner valid berdasarkan nilai r-tabel keseluruhan kuesioner lebih besar dari r-hitung bernilai 0,146.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Jumlah Kuesioner	Koefisien Korelasi	Nilai Kritis 5% (N=180)	Keterangan
1	Keputusan Pembelian (KP)	4	0,669	0,146	Valid
2	Label Halal (LH)	3	0,777	0,146	Valid
3	Promosi (PR)	3	0,860	0,146	Valid
4	Harga (HG)	3	0,966	0,146	Valid
5	Religiusitas (RG)	5	0,942	0,146	Valid

Uji reliabilitas berguna melihat kehandalan atau reliable indikator variabel yang diangkat. Hasil pengujian reliabilitas pada kajian ini sudah handal atau reliable karena besaran Cronbach's Alpha seluruh variabel yang digunakan sudah melebihi 0,60.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha Hitung	Standar	Keterangan
1	Keputusan Pembelian	4	0,631	0,600	Handal
2	Labelisasi Halal	3	0,627	0,600	Handal
3	Promosi	3	0,822	0,600	Handal
4	Harga	3	0,963	0,600	Handal
5	Religiusitas	5	0,968	0,600	Handal

Uji Asumsi Klasik. Pengujian normalitas menghasilkan nilai signifikansi 0,200 melebihi 0,05. Maka dapat ditarik simpulan bahwa data residual memiliki distribusi yang normal. Hasil pengujian multikolinearitas memaparkan bahwa nilai toleransi untuk setiap variabel, yaitu label halal, promosi, harga, dan religiusitas, masing-masing adalah 0,537; 0,412; 0,184; dan 0,286, yang semuanya lebih tinggi 0,10. Hal ini mengindikasikan tidak ada korelasi yang signifikan antar variabel independen. Demikian pula, pengujian VIF menghasilkan hal yang serupa, yaitu semua variabel independen memiliki nilai VIF masing-masing sebesar 1,763; 2,426; 5,437; dan 3,762, yang semuanya lebih rendah dari 10. Dengan

demikian, dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi yang digunakan tidak ditemukan adanya multikolinearitas antar variabel independen.

Hasil analisis regresi linear berganda telah menghasilkan sebuah persamaan yang menguraikan pengaruh dan korelasi antara variabel label halal, promosi, harga, dan religiusitas pada keputusan pembelian. $KP = 0,106LH + 0,195PR + 0,315HG + 0,317RG$. Berdasarkan persamaan regresi, nilai koefisien regresi variabel label halal bernilai 0,106, atau setara dengan 10,6 persen. Artinya, setiap kenaikan label halal dapat berkontribusi pada kenaikan keputusan pembelian senilai 0,106 atau 10,6 persen. Selanjutnya, koefisien regresi untuk variabel promosi adalah 0,195, dapat diinterpretasikan ketika variabel promosi meningkat maka akan berkontribusi pada keputusan pembelian sebesar 0,195 atau 19,5 persen. Kemudian nilai koefisien regresi variabel harga sebesar 0,315 atau 31,5 persen menggambarkan bahwa ketika harga meningkat, maka akan berkontribusi pada keputusan pembelian sebesar 0,315 atau 31,5 persen. Nilai koefisien regresi untuk variabel religiusitas adalah 0,317, yang berarti setiap kenaikan pada tingkat religiusitas akan berkontribusi pada peningkatan keputusan pembelian sebesar 0,317 atau 31,7 persen.

Hasil pengujian hipotesis mengenai pengaruh label halal, promosi, harga, dan religiusitas pada keputusan pembelian telah direkapitulasi dalam tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model	Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)		1,049	0,296		
Label Halal	0,106	1,787	0,076	0,567	1,763
Promosi	0,195	2,788	0,006	0,412	2,426
Harga	0,315	3,020	0,003	0,184	5,437
Religiusitas	0,317	3,651	0,000	0,266	3,762

Berdasarkan uji t dengan tingkat signifikansi sebesar 5 persen dan t-tabel sebesar 1,975, dapat diambil beberapa kesimpulan yaitu: *Pertama*, nilai t hitung sebesar 1,787 dan nilai t-tabel sebesar 1,973 dari variabel label halal, sehingga nilai t-hitung < t-tabel dan nilai sig 0,0076 > 0,05. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa secara parsial keputusan pembelian produk makanan impor oleh mahasiswa di Kota Banda Aceh tidak dipengaruhi oleh label halal. *Kedua*, nilai t-hitung dan t-tabel promosi sebesar 2,788 dan 1,973, sehingga besaran t-hitung > t-tabel dan sig 0,006 < 0,05. Maka dapat dinyatakan secara parsial promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian produk makanan impor oleh mahasiswa di Kota Banda Aceh. *Ketiga*, besaran t-hitung dan t-tabel variabel harga adalah 3,020 dan 1,973, sehingga besaran t-hitung > t-tabel dan sig 0,003 < 0,05. Oleh karena

itu, dapat dinyatakan secara parsial harga berdampak signifikan pada keputusan pembelian produk makanan impor oleh mahasiswa di Kota Banda Aceh. *Keempat*, besaran t-hitung dan t-tabel variabel religiusitas sebesar 3,651 dan nilai 1,973, sehingga t-hitung > t-tabel dan nilai signifikansi (sig) sebesar 0,000 kurang dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa secara parsial religiusitas berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian produk makanan impor oleh mahasiswa di Kota Banda Aceh.

Hasil Uji Simultan (F). Dihasilkan nilai f-hitung dan signifikansi sebesar 80,898 dan 0,000, dengan tingkat signifikansi 5 persen dan derajat kebebasan $df_1 (N_1) = k-1 (5-1) = 4$ dan $df_2 (N_2) = n-k (180-5) = 175$. Berdasarkan nilai f-tabel adalah 2,42 yang berarti bahwa nilai f-hitung > f-tabel ($80,898 > 2,42$). Dapat disimpulkan bahwa secara simultan keputusan pembelian produk makanan impor pada mahasiswa Kota Banda Aceh dipengaruhi oleh label halal, promosi, harga, dan religiusitas.

Hubungan Label Halal dan Keputusan Pembelian. Berdasarkan Tabel 4 didapati nilai t-hitung lebih kecil dari nilai t-tabel, sehingga dapat disimpulkan label halal tidak berdampak signifikan pada keputusan pembelian produk makanan impor oleh mahasiswa di Kota Banda Aceh. Hal ini mengindikasikan bahwa keberadaan label halal dianggap kurang penting bagi konsumen yang hendak membeli produk makanan impor. Kondisi ini dikarenakan konsumen menganggap semua produk makanan yang beredar di Aceh sudah sesuai dengan aturan syariat Islam. Sehingga menyebabkan mahasiswa di Kota Banda Aceh tidak memperhatikan keberadaan label halal pada makanan impor yang hendak mereka beli. Temuan ini mendukung kajian Makfirah & Umuri (2023), label halal tidak mempengaruhi keputusan pembelian makanan impor oleh mahasiswa Universitas Syiah Kuala.

Hasil kajian juga konsisten dengan temuan penelitian empiris yang dilakukan oleh Nadella & Khasanah (2023), bahwa label halal tidak berdampak signifikan dan tidak menjadi faktor utama bagi masyarakat saat membeli makanan impor di Lokapasir Indonesia. Akibatnya, mahasiswa belum secara menyeluruh memperhatikan label halal produk yang hendak dibeli. Selain itu, sebahagian penjual belum memasukkan informasi tentang status kehalalan produk yang mereka jual, sehingga membuat mahasiswa kurang memperhatikan informasi mengenai kehalalan produk yang dijual. Namun, hasil kajian ini bertolak belakang dengan penelitian Sutardi (2019); Wijaya & Padmantlyo (2023); dan Sarasi et al (2023), yang menyatakan keputusan pembelian makanan impor dipengaruhi oleh label halal.

Hubungan Promosi dan Keputusan Pembelian. Berdasarkan Tabel 4 terlihat bahwa t-hitung lebih besar dari t-tabel, maka dapat ditarik simpulan bahwa keputusan pembelian

produk makanan impor dipengaruhi secara signifikan oleh promosi. Hasil kajian mengindikasikan bahwa kegiatan promosi produk makanan impor ikut mempengaruhi mahasiswa dalam mengambil keputusan pembelian. Semakin efektif promosi, maka akan meningkatkan jumlah mahasiswa membeli produk makanan impor. Promosi merupakan kegiatan yang sangat penting dalam menjual suatu produk. Produk makanan yang dipromosikan dengan baik, akan mudah dikenal oleh konsumen sehingga memunculkan niat dan keputusan mereka untuk membeli produk tersebut. Hasil kajian ini sejalan dengan penelitian Dewi & Gunanto (2023), menyatakan keputusan pembelian makanan impor pada masyarakat Jakarta dipengerahui oleh promosi yang dilakukan. Hasil senada juga disampaikan Martaliah et al (2022), menyatakan promosi terlibat dalam keputusan pembelian makanan ringan impor oleh mahasiswa.

Hubungan Harga dan Keputusan Pembelian. Berdasarkan Tabel 4 menunjukkan bahwa besaran t-hitung lebih besar dari t-tabel, sehingga dapat ditarik simpulan bahwa harga berpengaruh signifikan pada keputusan pembelian produk makanan impor oleh mahasiswa di Kota Banda Aceh. Hasil kajian juga konsisten dengan kajian yang dilakukan oleh Bukhari et al., (2020) yang membuktikan signifikansi harga pada keputusan pembelian makanan dan minuman impor di Pakistan. Sebelumnya penelitian Makfirah & Umuri (2023) dan Sarasi et al., (2023) juga menyatakan hal yang sama, bahwa keputusan pembelian makanan impor di kalangan mahasiswa sangat erat kaitannya dengan harga produk yang dijual. Harga selalu menjadi landasan bagi setiap konsumen pada saat menentukan jenis makanan dan minuman yang hendak dibeli. Harga merupakan hal yang penting dalam literatur konsumen, karena harga merupakan penentu utama keputusan pembelian. Harga yang sesuai dengan kemampuan dan manfaat yang diberikan akan menyebabkan konsumen tertarik untuk membeli produk makanan impor. Oleh karena itu, strategi penetapan harga menjadi pertimbangan penting dalam menentukan segmen pasar (Makanyeza & Du Toit, 2016).

Hubungan Religiusitas dan Keputusan Pembelian. Berdasarkan Tabel 4 terlihat bahwa besaran t-hitung lebih besar dari t-tabel, maka dapat ditarik simpulan bahwa keputusan pembelian produk makanan impor ikut dipengaruhi oleh religiusitas. Hal ini menunjukkan mahasiswa di Kota Banda Aceh sudah percaya dengan tingkat kehalalan produk makanan impor yang beredar di Aceh. Akan tetapi keyakinan konsumen terhadap kehalalan produk makanan impor bukan berdasarkan pada label halal, akan tetapi pada kondisi keberadaan produk makanan impor di wilayah Aceh. Kondisi Aceh dikenal dengan sebutan serambi mekkah yang menerapkan syariat Islam, membuat mereka beranggapan bahwa seluruh produk

yang beredar dan dijual bebas terjamin kehalalannya sehingga tidak ada keraguan lagi untuk mengkonsumsinya. Hasil kajian senada dengan penelitian Bukhari et al., (2020); Fauzia et al (2019); Makfirah & Umuri (2023); dan Usman et al., (2022), menyatakan bahwa sikap religiusitas dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Seorang muslim yang tinggal di wilayah mayoritas lingkungan muslim, akan dengan mudah membeli makanan dan minuman yang tersedia, karena berasumsi bahwa makanan yang dijual sudah sesuai dengan aturan syariat. Hal ini akan berbanding terbalik ketika seorang muslim tinggal di suatu lingkungan dengan mayoritas nonmuslim, yang cenderung lebih banyak berhati-hati dalam membeli produk yang akan mereka konsumsi (Iriani, 2019).

SIMPULAN

Keberadaan produk makanan impor sudah semakin banyak dijual di Indonesia. Produk makanan impor banyak dikonsumsi oleh kalangan muda, termasuk mahasiswa di Kota Banda Aceh. Berdasarkan pembahasan di atas dapat ditarik simpulan bahwa label halal tidak ikut mempengaruhi keputusan pembelian produk makanan impor pada mahasiswa di Kota Banda Aceh. Hasil ini mengindikasikan bahwa mahasiswa di Kota Banda Aceh menganggap bahwa semua produk makanan impor yang dijual sudah memenuhi standar halal, sehingga label halal tidak lagi menjadi perhatian khusus. Hasil berbeda didapatkan pada variabel promosi, harga, dan religiusitas yang ikut memengaruhi keputusan pembelian. Hasil ini dapat diartikan bahwa promosi dan harga sangat diperhatikan oleh mahasiswa ketika hendak membeli produk makanan impor. Begitu juga perbedaan tingkat religiusitas antar mahasiswa di Kota Banda Aceh akan menghasilkan keputusan yang berbeda ketika hendak membeli produk makanan impor. Salah satu kelemahan dalam penelitian ini adalah bahwa variabel yang memengaruhi keputusan pembelian hanya terbatas pada promosi, label halal, harga, dan religiusitas.

DAFTAR RUJUKAN

- Ahidin, U., Juhaeri, K., & Nurfianti, N. (2019). Analysis of Decisions for Purchasing Imported Products in Mie Samyang Through Halal Labels and Prices (Empirical Study in Indomaret Customers in the City of Bogor). *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 4(10), 647–655.
- BPS. (2024). *Ekonomi Indonesia Triwulan IV-2023 Tumbuh 5,04 Persen*. <https://www.bps.go.id/pressrelease/2024/02/05/2379/ekonomi-indonesia-triwulan-iv-2023-tumbuh-5-04-persen--y-on-y-.html>.

- Bukhari, F., Hussain, S., Ahmed, R. R., Mubasher, K. A., Naseem, M. R., Rizwanullah, M., Nasir, F., & Ahmed, F. (2023). Consumers' Purchase Decision in the Context of Western Imported Food Products: Empirical Evidence from Pakistan. *Heliyon*, 9(10). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e20358>
- Bukhari, F., Hussain, S., Ahmed, R. R., Streimikiene, D., Soomro, R. H., & Channar, Z. A. (2020). Motives and Role of Religiosity Towards Consumer Purchase Behavior in Western Imported Food Products. *Sustainability*, 12(1), 356. <https://doi.org/10.3390/su12010356>
- Dewi, S. R., & Gunanto, E. Y. A. (2023). Pengaruh E-Wom, Halal Awareness, Influencer Marketing dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor dalam Kemasan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 24(2), 99–116. <http://dx.doi.org/10.30659/ekobis.24.2.99%20-%20116>
- Fauzia, D. R. S., Pangestuti, E., & Bafadhal, A. S. (2019). Pengaruh Religiusitas, Sertifikasi Halal, Bahan Produk Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 66(1), 37–46. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2776>
- Florent, N., Kalimangasi, N., & Majula, R. (2014). Determinants of Consumers' Attitudes on Imported Products in Tanzania: The Case Study of Dodoma Municipal. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 4(11), 1–6. <https://www.ijsrp.org/research-paper-1114.php?rp=P353368>
- Giovandhi, L., & Adlina, H. (2023). The Effect of Product Quality and Brand Love on Repurchase Intention on Apple Brand (Study on Generation Z Students Using Apple Products at the University of North Sumatra). *Journal of Economics and Business (JECOMBI)*, 3(02), 64–72. <http://dx.doi.org/10.58471/jecombi.v3i02.46>
- Hair Jr, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106–121. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Hidayat, A. A., Huzaini, M., Ro'is, I., Septiawan, A., & Suhardi, R. M. (2023). Factors Affecting the Young Muslim Generation in Purchasing Imported Products. *Elastisitas: Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 5(2), 61–72. <https://doi.org/10.29303/e-jep.v5i2.87>

- Iriani, S. S. (2019). The Effect of Religiosity on the Purchasing Decision of Halal Labeled Food Product. *East African Scholars J Econ Bus Manag*, 2(10), 621–628. <https://doi.org/10.1108/PRR-07-2022-0093>
- Karimah, N., & Darwanto, D. (2021). Effect of Halal Awareness, Halal Certification, Food Ingredients Composition, Halal Marketing and Religiosity on Purchase Intention of Imported Food Products. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 3(2), 177–191. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v3i2.319>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management 16th Edition, in. *United State: Pearson*.
- Krisharyanto, E., Retnowati, E., & Hastuti, N. T. (2019). Regulation and Provisions for Supervision of Halal Products in Indonesia. *J. Legal Ethical & Regul. Isses*, 22, 1.
- Lestari, P. I., & Supriyanto, A. (2022). Keputusan pembelian Mi Samyang pada Generasi Z: Ditinjau dari Labelisasi Halal, Halal Awareness, Harga, dan Promosi. *Journal of Current Research in Business and Economics*, 1(2), 12–22. <http://repository.iainkudus.ac.id/8425/>
- Lilavanichakul, A., Chaveesuk, R., & Kessuvan, A. (2018). Classifying Consumer Purchasing Decision for Imported Ready-To-Eat Foods in China Using Comparative Models. *Journal of Asia-Pacific Business*, 19(4), 286–298. <https://doi.org/10.1080/10599231.2018.1525250>
- Makanyeza, C., & Du Toit, F. (2016). Factors Influencing Consumers' Choice of Imported Poultry Meat Products in a Developing Market: Lessons from Zimbabwe. *Agrekon*, 55(3), 191–215. <https://doi.org/10.1080/03031853.2016.1203800>
- Makfirah, F., & Umuri, K. (2023). Apakah yang Mempengaruhi Konsumen Muslim Membeli Produk Makanan Impor dalam Kemasan. *Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen*, 7(2). <https://doi.org/10.35308/jbkan.v7i2.7901>
- Martaliah, N., Rezeki, S., & Anita, E. (2022). Analisis Keputusan Pembelian Produk Makanan Ringan Impor (Studi Kasus: Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi). *Nusantara Hasana Journal*, 2(3), 331–341. <https://nusantarahasanajournal.com/index.php/nhj/article/view/501>
- Mukhtar, A., & Butt, M. M. (2012). Intention to Choose Halal Products: The Role of Religiosity. *Journal of Islamic Marketing*, 3(2), 108–120. <https://doi.org/10.1108/17590831211232519>

- Nadella, A. A., & Khasanah, M. (2023). Pengaruh Labelisasi Halal, Dompot Digital, dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Daring Makanan Impor di Lokapasar Indonesia. *Human Falah: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 10(1), 1–18. <http://dx.doi.org/10.30829/hf.v10i1.15024>
- Permadi, I. (2022). The Role of the State in Ensuring Legal Certainty on the Continuity of Halal Products in Indonesia. *Proceedings of Malikussaleh International Conference on Law, Legal Studies and Social Science (Micolls)*, 2, 38. <https://doi.org/10.29103/micolls.v2i.110>
- Rufliansah, F. F., & Seno, A. H. D. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Konsumen Rainbow Creative Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 389–401. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28226>
- Sarasi, V., Helmi, A., & Burhanudin, A. F. (2023). Analisis Pengaruh Labelisasi Halal, Harga dan Desain Kemasan Terhadap Pembelian Mie Instan Impor. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1), 105–115. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i1.7885>
- Siahaan, S. D. N., & Putriku, A. E. (2021). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 2(2), 31–35.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta.
- Sulisyanto, P., & Husainy, H. (2023). Tinjauan Yuridis Perlindungan Konsumen terhadap Peredaran Makanan Impor. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 6(2), 140–146. <https://doi.org/10.56338/jks.v6i2.3301>
- Sutardi, I. (2019). Analisis Persepsi Konsumen Tentang Labelisasi Halal pada Pembelian Produk Makanan Impor dalam Kemasan Ditinjau Perspektif Ekonomi Syariah di Kecamatan Bengkalis Kabupaten Bengkalis. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 8(1), 77–88. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v8i1.153>
- Trivedi, T. (2023). Generation Z Inclined Toward Immersive Shopping Experiences: AR Virtual Try-On in Online Retail in India. In *Immersive Technology and Experiences: Implications for Business and Society* (pp. 159–170). Springer. https://doi.org/10.1007/978-981-99-8834-1_9
- Umuri, K., Syahrizal, T. M., Halim, H., & Farma, J. (2023). Qanun of Islamic Financial Institutions Implementation and Cooperatives Responses: Experience from Aceh. *Al-Buhuts*, 19(1), 19–38. <https://doi.org/10.30603/ab.v19i1.3387>

- Usman, H., Chairy, C., & Projo, N. W. K. (2022). Impact Of Muslim Decision-Making Style and Religiosity on Intention to Purchasing Certified Halal Food. *Journal of Islamic Marketing*, 13(11), 2268–2289. <http://dx.doi.org/10.1108/JIMA-01-2021-0027>
- Wijaya, S. A., & Padmantlyo, S. (2023). The Pengaruh Labelisasi Halal dan Halal Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor dalam Kemasan. *Primanomics: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 21(2), 161–168. <https://doi.org/10.31253/pe.v21i2.1843>
- Wübbelt, A., & Tirrel, H. (2022). Attracting Members Of Generation Z to Companies Via Social Media Recruiting in Germany. *Human Technology*, 18(3), 213–233. <http://dx.doi.org/10.14254/1795-6889.2022.18-3.2>



The Impact of Open Trade on Economic Growth in ASEAN Developing Countries

Muhammad Riza Ainul Yaqin¹, Setyo Wahyu Sulistyono^{2*}

rizaayn@gmail.com¹, setyowahyu88@umm.ac.id^{2*}

^{1,2}Program Studi Ekonomi Pembangunan

^{1,2}Universitas Muhammadiyah Malang

Received: 03 03 2024. Revised: 29 03 2024. Accepted: 04 04 2024.

Abstract : Trade openness promotes industrialization and has a significant impact on a nation's economic development. Increased economic growth can be a result of foreign investment, and state revenue can rise as a result of significant exports of domestic goods. This study aims to assess how economic trade openness affects the economic development of ASEAN nations. Cross-sectional and time-series analyses were conducted using panel data between 2013 and 2022. The study demonstrates that whereas FDI and positive and major economic growth, exports and positive and large economic growth, and imports and negative and insignificant economic growth, are all associated with significant inflation and negative economic growth. It is anticipated that the nation will raise the standard of goods to promote commerce and economic progress.

Keywords : Economic Growth, Export, Foreign Investment, Import.

INTRODUCTION

The state of the global economy greatly affects the economic progress of a country (Astuti & Fitri, 2018). With wider economic opportunities, it will be a challenge for all countries to globalization (Nurani & Bagio, 2019). When economic trade is open, there will be cooperation between countries through exports and imports, so a country's economy will increase (Wulandari & Zuhri, 2019). Involvement in open economic trade in both exports and imports plays an important role in the economic development of a country, and the determining factor of economic growth is the economic well-being of a country (Hamdan, 2016). The purpose of open economic trade is to improve a country's standard of living (Schumacher, 2013). The openness of economic trade helps the economy grow as well as the number of fields. In addition, the openness of economic trade also encourages industrialization and investment of international companies. These activities tend to lead to bilateral and multilateral cooperation, although free trade takes precedence (Aristeus, 2014). To start cooperation in open economic trade, there is usually a binding agreement for each party, which serves to avoid obstacles when cooperation between countries. It is believed that with the openness of economic trade can accelerate economic growth (Gnangnon, 2018). In

addition to impacting the economic growth rate, the openness of economic trade also has a good impact on important aspects such as inflation, exports, imports, and direct investment (Suharjon, Marwanti, & Irianto, 2018). Several developing countries around the world, especially in Southeast Asia, are affected by the global economy, Southeast Asia is a region inhabited by several developing countries that have enormous economic potential (Ighni & Amran, 2015). Therefore, it is important to understand how the openness of economic trade can affect economic growth variables in ASEAN countries (Wibowo, 2018).

With the opening up of economic trade, there may be opportunities to export products with factors of production that require a lot of resources and import products with factors of production that are rare or expensive if made domestically (Manik, 2022). The openness of economic trade is considered to improve the economy. If a country produces more exports than imports, then the country's income will increase, which will certainly have a good impact on economic growth (Suliswanto, 2016). According to (Nowbutsing, 2014) modern economic growth theory, it is found that a country's economy can be improved by cooperation between countries through the openness of economic trade. Indonesia, Malaysia, the Philippines, Thailand, and Vietnam are located in the ASEAN region and have different economic characteristics (Asbarini, Isnaini, & Wibowo, 2021). Indonesia has potential including the existence of very large and abundant natural resources, Malaysia is known as a country that has export commodities such as palm oil, the Philippines has a growing service industry, Thailand is a manufacturing center in the region, while Vietnam in recent decades has experienced rapid economic growth due to investment entering the country and the export of electronic goods. Case studies in these five countries will provide valuable insights into how international trade affects open economic variables and investment across a variety of economic contexts (Amala Faizatul, 2017).

According to (Jamila & Vera, 2023) There are two components in the openness of economic trade, including exports and imports. Developed countries can get materials or raw materials needed by their industries through export-import trade. Import is the purchase of goods or services from abroad, while export is sales to foreign markets (Elia & Marselina, 2023). In addition, established countries can purchase products sold to established countries by exchanging currencies with developing countries. As a result, it can have a good impact on developing countries by exporting their products. (Farina & Husaini, 2017). Open economic variables include aspects such as government funding and government spending in the form of investment, exports, and imports of goods and services, supporting economic sustainability

in developing countries. The carrying capacity of an open economy has a multiplayer trade effect as an indicator of increasing income in developing countries as an effort to improve the economy through inflation, investment, export, and import variables, while investment variables include foreign direct investment. Strong and sustainable economic growth is an important condition for maintaining the sustainability of economic development according to (Anitasari & Soleh, 2015). The purpose of this study is to determine the impact of economic trade openness on the economic growth of developing countries in ASEAN against the background of similar characteristics, economic activities, export and import communities, and community conditions that are said to be cognates. The novelty of this study is the addition of inflation variables and different research objects, while the study (S. A. Fitriani, Hakim, & Widyastutik, 2021) "Analysis of the Cointegration of Trade Openness and Economic Growth in Indonesia", and previous researchers (Dewi & Wijaya, 2023) researching on "Trade Liberalization, Foreign Investment, and Its Impact on Tax Revenue in Emerging Asia with Moderating Economic Growth".

The results provide a better understanding of the economic dynamics in the region and help formulate more effective economic policies to promote economic growth and stability in developing countries in ASEAN. The research provides a deeper understanding of the complexity of the relationship between open economic trade, and the economic growth of developing countries in the ASEAN region. The results of this research can benefit policymakers, academics, and national practitioners (Karya & Syamsuddin, 2017) economics in designing more effective and sustainable economic development strategies in the 5 ASEAN countries and possibly other developing countries around the world. Economic trade openness includes macroeconomic variables that use the amount of GDP, the amount of foreign investment that enters both flows and stocks and the total amount of exports and imports of both services and goods. When a country has economic trade openness, it can expand its economic relations with other countries through foreign investment, international trade, and capital flows.

In a situation like this, exports can also have a good impact on economic openness with quality products from several countries, as well as abundant production factors and importing products with rare or expensive production factors. Modern economic growth theory argues that with economic openness, economic growth will also increase. Countries can expand their access to markets, capital, and technology by opening up to international markets. This can allow the country to capitalize on its comparative advantage and increase its

production and exports. Keynes argued that governments should invest through fiscal and monetary policy to encourage full employment, resulting in price stability and economic growth. Keynes argued that national income can be measured by the increase in economic growth of a country, just as investment, consumption, exports, and imports should increase. The use of the expenditure approach to calculate national income states that $Y = C + I + G + X - M$. The national income identity equation is an equation where Y is the national income and aggregate supply, G is government spending, I is an investment, and X-M is net exports.

Gross Domestic Product. The process of continuously improving the economic condition of a country is called economic growth. A country's economy is considered to be developing if the economic activities of its population directly produce higher goods and services (Rinaldi, Jamal, & Seftarita, 2017). An economy is considered to grow or expand when total output increases. Real national income can economically increase, remain constant, or stagnate. Conversely, a country's actual gross domestic product (GDP) may increase, shrink, or remain the same over time. While growth is a positive change, decline is a negative change. According to (Arfiani, 2019) An increase in added value is also a sign of economic growth. The calculation of a country's GDP is based on its income, production, and expenditure. According to (Munandar, 2016) Economic growth is the process through which economic activity increases society's revenue. According to (Nasrullah, 2014, Mankiw, 2014).

Inflation. One of the key economic variables is inflation, which is controlled at a modest and steady rate to prevent catastrophic diseases that cause economic instability. Inflation affects the economy both positively and negatively. Inflation is determined using index data collected from various kinds of goods exchanged in the market with their respective economic growth rates (of course, these goods are the most abundant and are the basic needs of the community). The index figure is calculated using Economic Growth statistics. The Consumer Index is a number used to calculate goods purchased by consumers.

According to research (Daniel, 2018) Inflation negatively impacts economic growth, although not significantly, the study is supported by (Salim, Fadilla, & Purnamasari, 2021) which states that Indonesia's economic growth is significantly but negatively affected by the inflation rate. This is the result of growing economic problems that cannot be overcome. One example is the increase in the inflation rate due to the coronavirus pandemic which has caused an increase in the prices of various basic commodities, including vehicle fuel prices. Increasing inflation will further affect Indonesia's economic growth. Not all inflation has negative economic effects. Low inflation, or inflation below 10%, can boost economic

growth. This is because inflation can encourage the government to increase production. After all, rising prices can affect production and generate large profits, so entrepreneurs want to increase production. If inflation exceeds ten percent, it will affect economic growth (Simanungkalit, 2020).

Foreign Investment Index. The Harrod-Domar theory states that the economic growth of a country is closely linked to its investment levels. It emphasizes that to achieve high economic growth, a nation requires a correspondingly high level of investment. More savings and investment are considered primary drivers of economic growth. This theory also highlights the importance of capital accumulation for sustainable economic growth (Suharyono & Hemanona, 2017). According to research (Kong, Peng, Ni, Jiang, & Wang, 2021) shows that FDI has a significant positive influence on economic growth. The results showed the positive influence of FDI on economic growth and openness of trade and GDP. Several studies indicate that FDI can positively contribute to the economic growth of a country as it can stimulate domestic capital accumulation and the economic growth of the host country.

Exports can consist of products and services produced domestically and sold to consumers abroad. Through exports, there is a flow of products abroad, and in return, the country receives income in the form of foreign exchange that flows into the country. Therefore, it can be concluded that exports play an important role in increasing national income (Karya & Syamsuddin, 2017). According to Keynes theory, a country will export goods produced using abundant and cheap factors of production intensively. It increases the income of a country and accelerates the process of development and economic growth. According to (Putri & Siladjaja, 2021) If domestic goods and services are fulfilled, export activities can occur because those goods and services have competitive prices and characteristics in foreign markets with comparable goods and services. As a result, exports generate foreign exchange for the country which is then used for development. In addition, these actions allow an increase in the amount of output that supports economic growth and are projected to have a significant impact on the country's economic growth and stability (Hodijah & Angelina, 2021).

Import. Transactions that aim to buy goods from a country originating from abroad are known as imports (Suparmono, 2018). A country can import goods or products using factors of production that it does not have or rarely has. Compared with inefficient self-production, this action will benefit the state. Sending goods or services from one country to another

through the process of trade is also known as import. Importing involves bringing goods or commodities into a country from another country. This includes raw materials, advanced technology, foreign exchange reserves, as well as goods and services that cannot be produced domestically. According to Keynes, if imports become excessive, it can lead to a decrease in a country's income. This is because it will reduce domestic production, which in turn can increase state revenue. In research (Supiyadi & Anggita, 2020) said that imports hurt economic growth, because the higher the value of imports, the lower the economic growth. Therefore, it can be said that the domestic strategy to increase economic growth is industrial development, agricultural production, plantations, and exploration of gold resources, as well as increasing the competitiveness of domestic products. (E. Fitriani, 2019).

RESEARCH METHOD

This descriptive quantitative research collects data and then processes and analyzes it. The study used secondary data from 2013 to 2022, collected annually. To understand the relationship between variables, this secondary data is treated as primary data based on specific criteria for each variable. The World Bank provides data on the dependent variables of economic growth which are proxied with Gross Domestic Product, independent variables include inflation, exports, and imports, while UNCTADstat provides data on foreign investment. In this study, samples were selected based on predetermined criteria through panel data processing. Samples from five ASEAN developing nations (Indonesia, Malaysia, the Philippines, Thailand, and Vietnam) were chosen. Three approaches were used to analyze the data in this study: Common Effect Model (CEM), Fixed Effect Model (FEM), and Random Effect.

$$LOG_{GDP_{it}} = \beta_0 + \beta_1 Inflation_{it} + \beta_2 FDI_{it} + \beta_3 LOG_{Ekspor_{it}} + \beta_4 LOG_{Import_{it}} + \varepsilon_{it} \dots (1)$$

Note:

$LOG_{GDP_{it}}$ = logarithm of Bruto Domestic Products in US\$

$Inflation_{it}$ = Total Inflation in %

FDI_{it} = Total Foreign Investment in %

$LOG_{Export_{it}}$ = logarithm of Export in US\$

$LOG_{Import_{it}}$ = logarithm of Import in US\$

β_0 = intercept

ε_{it} = error

RESULT AND DISCUSSION

The impact of open trade on economic growth in ASEAN developing countries is investigated using the results of panel regression analysis. The following regression analysis uses fixed and random effects models. The table 1 displays the findings of the best test options.

Table 1. Results of Best Model Slection

Model Selection Test	Effect Test	Prob.
Chow Test	Cross-section Chi-square	0.0000
Hausman Test	Cross-section random	0.0000

Table 1 shows the results of the Chow test and the Hausman test, both obtaining probability values of 0.0000 for chi-square and random cross-sections. Chi-square and random values are less than the significance level of 5% ($\alpha = 0.05$). Based on these findings, it can be inferred that, as per the Chow and Hausman tests, the appropriate model for this study is the Fixed Effect Model (FEM), while the LM test suggests a Random Effects Model (REM). Therefore, the selected model for this research is the Fixed Effect Model.

Table 2. Result Regression Fixed Effect Model

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob
C	9.932237	1.644263	6.040539	0.0000
X1_Inflation	-0.008912	0.004144	-2.150847	0.0374
X2_FDI	0.007370	0.002960	2.489650	0.0169
LOG (X3) Export	0.788862	0.149631	5.272041	0.0000
LOG (X4) Import	-0.150880	0.146978	-1.026544	0.3107
R-squared	0.986315			
Adjusted R-squared	0.983645			
Prob (F-statistic)	0.000000			

$$LOG_{PDB_{it}} = 9.932237 - 0.008912Inflasi_{it} + 0.007370FDI_{it} + 0.788862LOG_{Ekspor_{it}} - 0.150880LOG_{Impor_{it}} + \epsilon_{it} \dots\dots\dots$$

Table 2 shows that the independent variables, consisting of inflation, Foreign Direct Investment (FDI), exports, and imports, have a simultaneous effect on the economic growth of 5 developing countries in ASEAN, as indicated by the probability value F = 0.0000, which is equal to 0% and less than $\alpha = 5\%$. The adjusted-R2 value of 0.983645 implies that 98.36% of the variability in Y can be accounted for by X1, X2, X3, and X4, whereas only 1.64% is ascribed to other variables not encompassed in the model.

From the regression model shown in Table 2, it is explained that inflation has a significant and negative impact on economic growth in 5 ASEAN countries. With a coefficient value of -0.008912, this means that when inflation increases by 1%, GDP will

decrease by 0.008912 percent. Since inflation remains relatively low, below 10%, it is not a problem and may even stimulate businesses to expand their production. However, high inflation can negatively impact a country's economic growth as it encourages the entry of cheaper foreign goods, affecting domestic production. The findings of this study are in line with research conducted by (Larasati & Sulasmiyati, 2018; Pratiwi, 2015) shows that economic growth is significantly and negatively affected by inflation.

For the five ASEAN nations, foreign direct investment has a major and favorable effect on economic growth. With a significant return of 0.0169, FDI fell short of the 0.05 significance level. Thus, it can be concluded that the heightened economic growth in the five ASEAN nations is also influenced by foreign direct investment (FDI). FDI is a term used to denote financial resources employed to support local projects with the aim of enhancing a country's economy. Foreign investment is highly advantageous to the viability of home ventures, promoting a nation's economic expansion. As a result, more investment will better support the nation's economic growth through sustainable development. This result is consistent with studies carried out by (Ogbebor & Aigheyisi, 2019; Ridzuan et al., 2018), which show that Foreign Direct Investment (FDI) has a positive and significant impact on economic growth. Studies show that FDI results in a positive relationship with economic growth. Research (Prastity & Cahyadin, 2015)) also revealed the significant and positive influence of FDI on economic growth.

Export variables have a positive and significant impact on economic growth in the 5 ASEAN countries, with a significant value of 0.0000, indicating a significance level of less than 0.05. These findings are consistent with previous research conducted by (Bambugan, Rotinsulu, & Mandejj, 2021; Fatmawati, 2015), which shows that the value of exports has a positive and significant effect on economic growth. This is due to the large contribution of exports to the high value of GDP. Export performance is considered good because the demand for goods from abroad is greater than domestic demand. With positive export trends, this is in line with Keynesian theory, which suggests that high export volumes lead to economic growth, increase GDP, and theoretically have positive trends. Previous research findings (Purwaning Astuti & Juniwati Ayuningtyas, 2018) indicate that the economic movement of a country can be observed through increased production.

Variable imports are not significant to economic growth in the 5 ASEAN countries and have an insignificant negative influence. It has no impact on the economic growth of the country as a large number of local entrepreneurs produce high-quality products at competitive

prices and with well-known brands. As a result, many people prefer to use domestic products rather than foreign ones. Therefore, the government plays an important role in controlling imports and encouraging people to support local products, supporting small and medium enterprises (SMEs) in expanding their business and producing goods and services. By increasing exports and reducing imports, a country's income increases, meaning that a decrease in imports does not affect a country's economic growth. This finding is in line with research conducted by (Febriyanti, 2019; Ismanto, Rina, & Ayu Kristini, 2019), which states that economic growth is not affected by imports.

CONCLUSION

Research findings show that the number of inflation variables has a significant negative impact on economic growth and economic growth in ASEAN countries. High inflation affects the socioeconomic condition of the people, while low and stable inflation represents sustainable economic growth, which ultimately benefits the population as a whole. In addition, the study highlights that variable quantity inflation significantly affects economic growth and economic growth in ASEAN countries. High inflation affects the socioeconomic condition of the people, while low and stable inflation signifies sustainable economic growth, which ultimately benefits the whole society. In addition, Foreign Direct Investment (FDI) has a major influence on economic growth, as the inflow of foreign capital helps develop domestic projects and boost economic growth. In addition, exports also have a significant influence on economic growth, through an increase in quality domestic products, it will be able to help increase state revenues and economic growth through the high volume of domestic goods exported. In order for imports not to have a significant impact on economic growth, government intervention is needed to control imports and encourage people to increase the use of domestic products and support domestic industries to develop their products internationally. Government efforts to reduce imports in large quantities are very important because excessive imports will hamper domestic products.

REFERENCES

- Amala Faizatul, H. U. (2017). *Dampak Keterbukaan Perdagangan Internasional Sektor Jasa Terhadap Pertumbuhan Ekonomi: Pendekatan Panel Dinamis*. 25. <https://doi.org/10.20473/jeba.V25I22015.%25p>

- Anitasari, M., & Soleh, A. (2015). Pengaruh Pengeluaran Pemerintah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Provinsi Bengkulu. *Ekombis review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2). <https://doi.org/10.37676/ekombis.v3i2.139>
- Arfiani, I. S. (2019). Analisis Empiris Hubungan antara Ekspor, Impor, Nilai Tukar dan Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 17(2), 81–98. <https://doi.org/10.29259/jep.v17i2.9485>
- Aristeus, S. (2014). Peluang Industri Dan Perdagangan Indonesia Dalam Pelaksanaan Masyarakat Ekonomi ASEAN (Industry and Trade Opportunity of Indonesia on Asean Economic Community). *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional*, 3(2). <https://doi.org/10.33331/rechtsvinding.v3i2.37>
- Asbarini, N. F. E., Isnaini, I., & Wibowo, M. G. (2021). Pengaruh Tata Kelola Pemerintah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di ASEAN. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 12(1). <https://doi.org/10.22373/jep.v12i1.606>
- Astuti, I. P., & Fitri, J. A. (2018). Pengaruh Ekspor Dan Impor Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi & Studi Pembangunan*, 19(1). <https://doi.org/10.18196/jesp.19.1.3836>
- Bambungan, A. G., Rotinsulu, T. O., & Mandej, D. (2021). Analisis Pengaruh Ekspor Impor Utang Luar Negeri Dan Penanamanmodal Asing Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia Periode 2013:Q1-2018:Q4. *Jurnal EMBA*, 9(2), 848–860. Retrieved from <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/33761>
- Daniel, P. A. (2018). Analisis Pengaruh Inflasi Terhadap Laju Pertumbuhan Ekonomi Di Kota Jambi. *EKONOMIS: Journal of Economics and Business*, 2(1), 131. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v2i1.37>
- Dewi, I. R., & Wijaya, S. (2023). Liberalisasi Perdagangan, Penanaman Modal Asing, Dan Pengaruhnya Terhadap Penerimaan Pajak Pada Emerging Asia Dengan Moderasi Pertumbuhan Ekonomi. *Jurnalku*, 3(2), 203–221. <https://doi.org/10.54957/jurnalku.v3i2.467>
- Elia, N., & Marselina. (2023). Pengaruh Good Governance Dan Trade Openness Terhadap Pertumbuhan Ekonomi (Studi Kasus Negara-Negara BRICS Tahun 2014-2020). *KLASSEN / Journal of Economics and Development Planning*, 03(01). Retrieved from <https://journal.unbara.ac.id/index.php/klassen>
- Farina, F., & Husaini, A. (2017). Pengaruh Dampak Perkembangan Tingkat Ekspor Dan Impor Terhadap Nilai Tukar Negara Asean Per Dollar Amerika Serikat (Studi Pada

- International Trade Center Periode Tahun 2013-2015). In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol (Vol. 50)*.
- Fatmawati, R. Y. (2015). Analisis Pengaruh Perdagangan Internasional Dan Utang Luar Negeri Terhadap Gross Domestic Product Indonesia. *Jesp*, 7(1), 55–62. Retrieved from <https://journal.um.ac.id/index.php/jesp/article/view/5320/0>
- Febriyanti, D. F. (2019). Pengaruh Ekspor dan Impor Terhadap Produk Domestik Bruto Indonesia Tahun 2008-2017. *Ecoplan : journal of economics and development studies*, 2(1), 10–20. <https://doi.org/10.20527/ecoplan.v2i1.13>
- Fitriani, E. (2019). Analisis Pengaruh Perdagangan Internasional Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen* , IX(1). <https://doi.org/10.34010/jurisma.v9i1.1414>
- Fitriani, S. A., Hakim, D. B., & Widyastutik, W. (2021). Analisis Kointegrasi Keterbukaan Perdagangan dan Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 12(2), 103–116. <https://doi.org/10.22212/jekp.v12i2.2033>
- Gnangnon, S. K. (2018). Multilateral Trade Liberalization and Economic Growth. *Journal of Economic Integration*, 33(2), 1261–1301. Retrieved from <https://www.jstor.org/stable/26431808>
- Hamdan, B. S. S. (2016). The Effect of Exports and Imports on Economic Growth in the Arab Countries: A Panel Data Approach. *Ournal of Economics Bibliography*, 3(1). <https://doi.org/10.1453/jeb.v3i1.600>
- Hodijah, S., & Angelina, G. P. (2021). Analisis Pengaruh Ekspor Dan Impor Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 10(01), 53–62. <https://doi.org/10.22437/jmk.v10i01.12512>
- Ighni, D. T., & Amran, E. (2015). Analysis Of The Determination Of Economic Growth In The Asean Region For The Period 2007-2018. *Directory Journal of Economic*, 23(3), 177–188. <https://doi.org/10.25105/me.v23i3.3520>
- Ismanto, B., Rina, L., & Ayu Kristini, M. (2019). Pengaruh Kurs Dan Impor Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Periode Tahun 2007-2017. *Ecodunamika*, 2(1). Retrieved from Retrieved from <https://ejournal.uksw.edu/ecodunamika/article/view/2279>
- Jamila, K. R., & Vera, M. (2023). Peranan Perdagangan Internasional Sebagai Salah Satu Sumber Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(8). <https://doi.org/10.56799/jim.v2i8.1939>

- Karya, D., & Syamsuddin, S. (2017). *Makro Ekonomi: Pengantar Untuk Manajemen* (Rajagrafindo Persada).
http://uilis.unsyiah.ac.id/uilis/index.php?p=show_detail&id=126772
- Kong, Q., Peng, D., Ni, Y., Jiang, X., & Wang, Z. (2021). Trade openness and economic growth quality of China: Empirical analysis using ARDL model. *Finance Research Letters*, 38, 101488. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2020.101488>
- Larasati, I. S., & Sulasmiyati, S. (2018). Pengaruh Inflasi, Ekspor, Dan Tenaga Kerja Terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) (Studi Pada Indonesia, Malaysia, Singapura, dan Thailand). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol*, 63(1). Retrieved from <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2694>
- Manik, M. (2022). Pengaruh Perdagangan Internasional Terhadap Pertumbuhan Ekonomi. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 23(2). <https://doi.org/10.29103/e-mabis.v23i2.855>
- Mankiw, N. G. (2014). *Pengantar Ekonomi Makro: (Terjemahan Biro Bahasa Alkemis)*. (Edisi Asia). Jakarta: Salemba Empat. Retrieved from <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20399459>
- Munandar, A. (2016). Analisis Produk Domestik Regional Bruto, Inflasi Dan Net Ekspor Provinsi Di Indonesia. *I*(1), 21–49. <https://doi.org/10.35908/jeg.v1i1.85>
- Nasrullah. (2014). *Analisis Pengaruh Perdagangan Internasional Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Tahun 1999-2013*. Retrieved from <oai:repository.unhas.ac.id:123456789/10979>
- Nowbutsing, B. M. (2014). The Impact of Openness on Economic Growth: Case of Indian Ocean Rim Countries. *Journal of Economics and Development Studies*, 2(2), 407–427. Retrieved from <http://jedsnet.com/vol-2-no-2-june-2014-abstract-23-jeds>
- Nurani, R. P. P., & Bagio, M. (2019). Analisis Pengaruh Keterbukaan Ekonomi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi (Studi Kasus: Asean Tahun 2007-2017). *JDEP*, 2(2), 20–35. <https://doi.org/10.14710/jdep.2.2.20-35>
- Ogbebor, O., & Aigheyisi, O. (2019). Public Debt, Foreign Direct Investment and Economic Growth in Nigeria. *Economic*. <https://doi.org/10.1108/IJOEM-01-2018-0050>
- Prastity, N., & Cahyadin, M. (2015). *The Effect Of Foreign Direct Investment And Trade Openness On Economic Growth In Organisation Of Islamic Conference (Oic) Member Countries In 2000-2013*. 20(3). <https://doi.org/10.22212/kajian.v20i3.628>

- Pratiwi, N. M. (2015). Pengaruh Inflasi, Tingkat Suku Bunga Sbi, Dan Nilai Tukar Terhadap Penanaman Modal Asing dan Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia (Tahun 2004 sampai dengan Tahun 2013). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol, 26(2)*. Retrieved from <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1067>
- Purwaning Astuti, I., & Juniwati Ayuningtyas, F. (2018). Pengaruh Ekspor Dan Impor Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi & Studi Pembangunan, 19(1)*. <https://doi.org/10.18196/jesp.19.1.3836>
- Putri, R. D. S., & Siladjaja, M. (2021). Pengaruh Perdagangan Internasional (Ekspor - Impor) dan Investasi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Journal of Public Auditing and Financial Management, 1(1)*, 13–26. <https://doi.org/10.36407/jpafm.v1i1.361>
- Ridzuan, A. R., Khalid, M. W., Zarin, N. I., Ridzuan, A. R., Ismail, I., & Norizan, N. (2018). The Impact of Foreign Direct Investment, Domestic Investment, Trade Openness And Population on Economic Growth: Evidence from Asean-5 Countries. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, 8(1)*. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v8-i1/3799>
- Rinaldi, M., Jamal, A., & Seftarita, S. (2017). Analisis Pengaruh Perdagangan Internasional Dan Variabel Makro Ekonomi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Publik Indonesia, 4(1)*. Retrieved from <https://jurnal.usk.ac.id/EKaPI/article/view/8511>
- Salim, A., Fadilla, & Purnamasari, A. (2021). Pengaruh Inflasi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Ekonomica Sharia, Urnal Pemikiran Dan Pengembangan Ekonomi Syariah, 7(1)*, 17–28. <https://doi.org/10.36908/esha.v7i1.268>
- Schumacher, R. (2013). Deconstructing the Theory of Comparative Advantage Deconstructing the Theory of Comparative Advantage 1. In *World Economic Review (Vol. 2)*. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/301477000>
- Simanungkalit, E. F. B. (2020). Pengaruh Inflasi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia. *Journal of Management : Small and Medium Enterprises (SMEs), 13(3)*, 327–340. <https://doi.org/10.35508/jom.v13i3.3311>
- Suharjon, N., Marwanti, S., & Irianto, H. (2018). The Effects of Export, Import, and Investment on the Growth of the Indonesian Agricultural Sector. *Jurnal Agro Ekonomi, 35(1)*, 49. <https://doi.org/10.21082/jae.v35n1.2017.49-65>

- Suharyono, & Hemanona, V. (2017). Analisis Pengaruh Foreign Direct Investment Terhadap Country Advantages Indonesia (Studi Terhadap FDI Amerika Serikat Di Indonesia). In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol* (Vol. 52). Retrieved from <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2151>
- Suliswanto, M. S. W. (2016). Tingkat Keterbukaan Ekonomi Di Negara Asean-5. *J, 10*(1). <https://doi.org/10.21107/nbs.v10i1.1582.g1366>
- Suparmono. (2018). *Pengantar ekonomi makro teori, soal dan penyelesaian* (Esisi Kedua). UPP STIM YKPN.
- Supiyadi, D., & Anggita, L. P. (2020). Peran Ekspor dan Impor Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia (2007-2017). *Jurnal Indonesia Membangun, 19*(2). Retrieved from <https://jurnal.inaba.ac.id/>
- Wibowo, E. W. (2018). Analisis Ekonomi Digital Dan Keterbukaan Terhadap Pertumbuhan GDP Negara Asean. *JURNAL LENTERA BISNIS, 7*(2), 66. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v7i2.235>
- Wulandari, L. M., & Zuhri, S. (2019). Pengaruh Perdagangan Internasional Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Tahun 2007-2017. *Riset Ekonomi Pembangunan, 4*(2), 119–127. <https://doi.org/10.31002/rep.v4i2.781>