

**Volume 7 Nomor 2
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 2. Halaman 347-673. 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 2. Halaman 347-673. Tahun 2024

Daftar Isi

<p>Analisis Pengelolaan Sumber Daya Manusia dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Pelayanan Pasien IGD pada RSUD Oto Iskandar Di Nata Silvi Fitri Utami, Harry Nugraha (Universitas Teknologi Digital)</p>	347-356
<p>Analisis <i>Customer Rating</i> dan <i>Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Secara <i>Online</i>: Studi Kasus pada Konsumen Pengguna Jasa Pesan Antar <i>Shopee Food</i> di Kota Solo Annisa Indah Mutiasari, Anggit Dyah Kusumastuti, Rusnandari Retno Cahyani, Firdhaus Hari Saputro Al Haris (Universitas Sahid Surakarta)</p>	357-366
<p>Analisis Laporan Keuangan untuk Menilai Kinerja Keuangan pada PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. Luthfiy Fithriyyah, Vina Anggilia Puspita (Universitas Teknologi Digital)</p>	367-379
<p>Dampak Tingkat Pendidikan terhadap Kemiskinan di Sumatera Utara Tahun 2017-2021 Rey Septanislaus Togatorop, Maysri Handayani Putri Sinaga, Nazwa Aulia Putri, Roihanah Hafifah, Azra Lena Nuraina (Universitas Negeri Medan)</p>	380-389
<p>The Actualization of The Economic Movement: An Approach to The Study of Economic Growth in Indonesia Rahmat Saleh, Nurafifah Wulandari (Universitas Ahmad Dahlan)</p>	390-399
<p>Pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Minat Beli Ulang: Peran Keputusan Pembelian Darma Wijaya, Purwatiningsih, Sopyan, Iwan (Universitas Bina Sarana Informatika)</p>	400-407
<p>Pengaruh Profitabilitas dan Likuiditas terhadap Keputusan <i>Stock Split</i> dengan Mediasi Tingkat Kemahalan Harga Muhammad Sapruwan, Jurlis Marsemes Here (Universitas Pelita Bangsa)</p>	408-419
<p>Pengaruh Saluran Distribusi, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Alat Kesehatan Merek Human pada PT. Media Diagnostika Surabaya Wahyu Nur Syahidin, Ony Kurniawati, Baramadya (Universitas W.R. Supratman)</p>	420-428
<p>Pengaruh Pengetahuan, Keterampilan, dan Sikap Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Pegawai Kementerian Investasi RI/BKPM Erikson Chandra Rianto Hutagalung, Zahera Mega Utama, Rahayu (Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama))</p>	429-438



Jurnal Simki Economic

ISSN (Online): 2599-0748

<p>The Role of Supervisory Support and Self-Efficacy on Work Effectiveness with Work Burnout as a Moderator Variable Arif Rachman Putra, Didit Darmawan (Universitas Sunan Giri Surabaya)</p>	439-451
<p>Change Management: The Contribution of Sustainable Human Resource Management to Organizational Commitment and Employee Innovative Behavior Rahayu Mardikaningsih (Universitas Sunan Giri Surabaya)</p>	452-464
<p>Keterkaitan Warna Desain Kemasan dan Daya Tarik Generasi Z terhadap Produk Teh Celup Clara Lidwina Larasati, Brigitta Eliza Nadia Kusuma, Regina Jovanytha Zefanya Liwoso, Sri Hapsari Wijayanti (Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya)</p>	465-477
<p>Pengaruh Inflasi, Suku Bunga dan Nilai Tukar terhadap Return Saham yang Terdaftar di IDX-MES BUMN 17 Periode 2018-2022 Jihan Mawaddah, Eko Susanto, Andi Amri (Universitas Muhammadiyah Prof Dr Hamka)</p>	478-488
<p>Pengaruh <i>Word of Mouth</i> dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi: Studi Kasus pada Usaha <i>Gisting Coffee Roastery</i> di Kecamatan Gisting, Lampung Ari Yunita, Is Fadhillah (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IBMT)</p>	489-499
<p>Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Indomaret Buana Raya Padang Sambian Denpasar Bali Dina Mariana Saingo, Is Fadhillah (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IBMT)</p>	500-509
<p>The Influence of Population and Government Expenditure on Surakarta City Original Revenue 2006-2023 Fahnur Ari Wijaya, Kukuh Arisetyawan, Ladi Wajuba Perdini Fisabilillah, Risqi Noor Hidayati Putri (Universitas Negeri Surabaya)</p>	510-516
<p>Pengaruh <i>Brand Image</i> dan <i>Brand Awareness</i> terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minuman Dalam Kemasan (AMDK) AQUA: Studi Kasus pada Masyarakat Kecamatan Sukajadi Kota Bandung Rini Handayani, Rila Amalia, Annisa Puspasari (Universitas Nasional Pasim)</p>	517-527
<p>Analisis Tingkat Kesehatan Keuangan PT. X Periode 2017-2022 Berdasarkan Keputusan Menteri BUMN Nomor: KEP-100/MBU/2002 Zahroh Firdausi, Indro Kirono (Universitas Muhammadiyah Gresik)</p>	528-538
<p>Pengaruh Pemasaran <i>Digital</i> dan <i>Customer Review</i> terhadap Minat Beli Konsumen pada Pengguna Aplikasi <i>Shopee</i> di Kota Surabaya Alfidha Nur Fadhillah, Iswati, Anis Fitriyasari</p>	539-550



Jurnal Simki Economic

ISSN (Online): 2599-0748

(Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IBMT)	
Pemanfaatan Dana Desa dalam Menjalankan Program Prioritas Nasional Ketahanan Pangan Nabati dan Hewani di Desa Sukamukti Fahmi Sahlan, Nanda Agustina, Sriayu Pracita (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Enam Enam Kendari)	551-563
Pengaruh Kredibilitas dan Kualitas Pelayanan <i>Host Live</i> terhadap Minat Beli Konsumen di Aplikasi <i>TikTok</i> pada Masyarakat Kecamatan Wringinanom Gresik Dimas Warsito Putro, Is Fadhillah, Anis Fitriyasari (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IBMT)	564-574
Pengaruh Ketidakjelasan Peran dan Konflik Peran terhadap Kinerja Auditor dengan Kecerdasan Emosional sebagai Variabel Moderasi: Studi Empiris Kantor Inspektorat Kota Pontianak Itin Sumarni, Muhammad Fahmi, Rusliyawati (Universitas Tanjungpura)	575-584
Pengaruh Kompetensi dan Prestasi SDM terhadap Promosi Jabatan Aparatur Sipil Negara pada Kantor Kementerian Agama Kabupaten Gresik Mohammad Lutfi Kurniawan, Is Fadhillah (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IBMT)	585-596
Pengaruh Motivasi Kerja dan Kinerja Karyawan terhadap Produktivitas Perusahaan PT. BSA Gresik Kusnul Yatimah, Is Fadhillah (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IBMT)	597-608
Analisis Pengembalian Portofolio Investasi Perusahaan Asuransi Wajib di Indonesia Studi pada PT. Jasa Raharja (Persero) Tbk Periode 2013-2022 Nurdiana Agustina, Dini Nurhayati, Santi Sartika (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yasa Anggana)	609-620
Pengaruh Kualitas Produk dan Harga pada Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan Konsumen sebagai Variabel Mediasi: Studi pada Konsumen Rocket Chicken di Kota Yogyakarta Vincka Ambarwati, Muhammad Mathori (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha)	621-630
Analisis Manajemen Risiko Operasional berbasis ISO 31000:2018 terhadap Perusahaan Logistik: Studi Kasus JNE Station Center Gedebage Kota Bandung Desi Ratna Haryanti, Mohamad Hutomo (Universitas Teknologi Digital)	631-642
Reseller Loyalty as an Asset for MSMEs: An Analysis of Product Quality and Consumer Demand Aji Priambodo (Institut Teknologi dan Bisnis Muhammadiyah Purbalingga)	643-652



Jurnal Simki
Economic

ISSN (Online): 2599-0748

Customer Service Management at Bank BTN KCP Condong Catur: Review of SOPs and Service Procedures Imbang Yuniannita, Yunita Fitri Wahyuningtyas (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha)	653-660
Pengaruh Disiplin Kerja, Kompensasi, dan Lingkungan Kerja Fisik terhadap Produktivitas Kerja pada PT Anugrah Jaya Drajat Muhammad David Istiawan, Roziana Ainul Hidayati (Universitas Muhammadiyah Gresik)	661-673



Analisis Pengelolaan Sumber Daya Manusia dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Pelayanan Pasien IGD pada RSUD Oto Iskandar Di Nata

Silvi Fitri Utami^{1*}, Harry Nugraha²

silvi10120157@digitechuniversity.ac.id^{1*}, harrynugraha@digitechuniversity.ac.id²

^{1,2}Program Studi Manajemen

^{1,2}Universitas Teknologi Digital

Received: 21 03 2024. Revised: 12 04 2024. Accepted: 07 05 2024.

Abstract : This study aims to analyse HR management in an effort to improve the quality of emergency room patient services at Otista Hospital. Problem data is obtained based on the Strategic Plan of Otista Hospital for 2021-2026. The research method used is a qualitative research method which describes based on data obtained through interview techniques and distributing Questionnaires to patients and employees at Otista Hospital, Bandung Regency. The techniques used to analyse data are Data Reduction, Data Presentation, and Conclusion Drawing. The results showed that based on the questionnaire calculation, the average result was 4.65 with a very high index. Meanwhile, for the results of questionnaires related to IGD HR, the average result is 4.28 with a very high index. The efforts made by Otista Hospital in maintaining this condition are to conduct continuous training and guidance for HR so that HR management at Otista Hospital can continue to provide quality service to patients, especially emergency room patients.

Keywords : Human Resources, Service, Management.

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengelolaan SDM dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan pasien IGD di RSUD Otista. Data permasalahan didapatkan berdasarkan Renstra RSUD Otista Tahun 2021-2026. Metode Penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif yang dimana mendeskripsikan berdasarkan data yang diperoleh melalui teknik wawancara dan penyebaran Angket kepada pasien serta pegawai yang ada di RSUD Otista Kabupaten Bandung. Teknik yang digunakan untuk menganalisis data yaitu Reduksi Data, Penyajian Data, dan Penarikan Kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan perhitungan angket, mendapatkan hasil rata-rata 4,65 dengan indeks Sangat tinggi. Sedangkan, untuk hasil angket terkait dengan SDM IGD mendapatkan hasil rata-rata 4,28 dengan indeks Sangat tinggi. Adapun upaya yang dilakukan oleh RSUD Otista dalam mempertahankan kondisi tersebut yaitu melakukan pelatihan dan bimbingan yang berkelanjutan bagi SDM agar pengelolaan SDM di RSUD Otista bisa terus memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pasien khususnya pasien IGD.

Kata Kunci : Sumber Daya Manusia, Pelayanan, Pengelolaan.

PENDAHULUAN

RSUD ialah sebuah institusi yang bergerak untuk menciptakan produk berupa layanan kesehatan yang berguna untuk taraf hidup masyarakat. Sedangkan, menurut (Peraturan Menteri Kesehatan No. 3, 2020) tentang Klasifikasi dan Perizinan RSUD menyebutkan bahwa RSUD adalah institusi pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan perorangan secara paripurna dengan menyediakan pelayanan rawat inap, rawat jalan, dan gawat darurat. Pada penjelasan tersebut dapat dikatakan bahwa ketersediaan institusi pelayanan kesehatan merupakan salah satu pilar utama demi kesejahteraan hidup masyarakat yang akan terus berkembang seiring dengan perkembangan zaman. Adapun (Undang-Undang Nomor 44 Tahun, 2009) tentang Rumah Sakit, yaitu bahwa Gawat darurat adalah keadaan klinis yang membutuhkan tindakan medis segera guna penyelamatan nyawa dan pencegahan kecacatan lebih lanjut. Pada peraturan tersebut dapat dikatakan bahwa pelayanan unit gawat darurat merupakan garda terdepan dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan, kesejahteraan, kenyamanan, dan keselamatan pasien. Kualitas pelayanan di dalam sebuah rumah sakit tentunya diperlukan.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat dikatakan bahwa pelayanan yang berkualitas pada sumber daya manusia didalam sebuah rumah sakit, sangat memberikan manfaat bagi keberlangsungan kesehatan pada masyarakat dan menjadi kunci dalam menjaga serta meningkatkan kualitas layanan di IGD. Selain bagi masyarakat, kualitas pelayanan yang baik akan menentukan nilai dan pandangan yang baik pula terhadap rumah sakit tersebut. Adapun RSUD yang akan menjadi bahan penelitian pada penelitian ilmiah ini yaitu RSUD Oto Iskandar Di Nata atau RSUD Otista. Pada RSUD tersebut masih terdapat beberapa permasalahan yang muncul ataupun masih terus ada sampai sekarang yaitu berkaitan dengan Sumber Daya Manusia khususnya pada pelayanan pasien Instalasi Gawat Darurat (IGD). Fakta yang terjadi menurut beberapa sumber antara lain:

Tabel 1. Potensi dan Permasalahan RSUD Otista

No.	Potensi	Permasalahan
1.	Jumlah SDM yang banyak dan disiplin ilmu yang berbeda	Adanya beban kerja tinggi pada staff IGD yang mengakibatkan pelayanan pasien kurang optimal.
2.	Kekuatan kompetensi tenaga medis dan paramedis	Penanganan tenaga medis/perawat terhadap pasien kurang jelas, yang mengakibatkan penanganan terhadap pasien tersebut menjadi terhambat.
3.	Kekompakan antar karyawan	Dinamika kepemimpinan pada staff IGD akan mempengaruhi bentuk budaya organisasi yang ada di unit IGD tersebut.

4.	Sarana prasarana Pelayanan RSUD Otista memberikan pelayanan kesehatan pada pasien rawat inap dan rawat jalan.	Masih terdapat keluarga pasien yang mengeluh terkait kurangnya pelayanan perawat terhadap pasien.
5.	Penggunaan sistem informasi pelayanan rumah sakit.	Pemanfaatan teknologi informasi masih belum optimal.

Berdasarkan tabel potensi dan permasalahan di RSUD Otista tersebut dapat dikatakan bahwa RSUD Otista masih dalam tahap perkembangan. Hal itu bisa dilihat masih banyak masalah yang terjadi pada RSUD tersebut terutama dari segi Sumber Daya Manusia. Adapun permasalahan SDM sangatlah penting untuk menopang kualitas pelayanan RSUD terhadap pasien yang mana kedepannya akan memberikan pengalaman terbaik bagi pasien. Pemilihan topik ini muncul dari perhatian terhadap tantangan yang dihadapi RSUD dalam mengelola SDM untuk meningkatkan kualitas pelayanan di IGD. Dengan menganalisis aspek ini, diharapkan dapat diidentifikasi peluang dan strategi untuk mengoptimalkan peran SDM dalam konteks pelayanan darurat.

Penelitian ini memiliki signifikansi yang tinggi dalam mendukung perbaikan sistem manajemen SDM di rumah sakit. Dengan mengeksplorasi (penjelelahan kelapangan memperoleh pengetahuan lebih banyak) dan menganalisis pengelolaan SDM, diharapkan dapat memberikan panduan dan rekomendasi konkret untuk meningkatkan kualitas pelayanan pasien IGD. Menurut Nugroho dalam (Mahendra, Apriani, & Zulfiani, 2023, p. 115) pengelolaan merupakan istilah yang dipakai dalam ilmu manajemen untuk mencapai tujuan. Menurut (Sidjabat, 2021, p. 1) manajemen sumber daya manusia atau *human resources* penting dalam sebuah manajemen dan perlu disadari oleh semua tingkatan manajemen. Adanya sumber daya manusia penting dalam sebuah perusahaan untuk terbentuknya sebuah organisasi. Mereka yang berperan untuk membuat keputusan semua fungsi dan menentukan kelangsungan hidup organisasi.

Agar mendapatkan SDM yang kompeten dan memiliki kemampuan yang baik, maka organisasi harus menyusun dan mengkonsep mulai dari perencanaan, penerimaan, pengembangan, pembudayaan, pendayagunaan, pemeliharaan sampai dengan dana pensiun dengan baik agar dapat menjamin keberlangsungan SDM selama pengabdian di organisasi. Menurut Kotler dan Armstrong dalam (Nasfi, 2020, p. 22) kualitas pelayanan merupakan sebuah tindakan yang ditawarkan oleh perusahaan kepada pihak lain, baik berupa jasa tidak berwujud dan tidak menimbulkan terhadap kepemilikan apapun. Kualitas pelayanan sangat penting bagi keberlangsungan suatu organisasi atau rumah sakit. Pelayanan yang baik sangat diperlukan

terutama pelayanan kesehatan karena kesehatan dapat mempengaruhi terhadap segala aktivitas. Kualitas pelayanan yang baik juga dapat menimbulkan kepuasan bagi pasien. Oleh karena itu, untuk mencapai tujuan tersebut memerlukan kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti langsung, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Menurut Sukmadina dalam (Salim & Haidir, 2019, p. 27) pendekatan penelitian kualitatif adalah konstruktivisme yang berasumsi bahwa kenyataan itu berdimensi jamak, interaktif dan sutau pertukaran pengalaman sosial yang diinterpretasikan oleh setiap individu. Penulis ingin mendapatkan gambaran yang jelas dan mendalam mengenai Upaya Pengelolaan SDM dalam meningkatkan Kualitas Pelayanan Pasien IGD di RSUD Otista. Menurut (Sugiyono, 2019, p. 2) objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu terkait sesuatu hal objektif, valid dan *reliable* tentang suatu hal (variabel tertentu). Adapun objek dalam penelitian ini adalah Pengelolaan sumber daya manusia untuk meningkatkan kualitas pelayanan IGD yang diberikan oleh RSUD Oto Iskandar Di Nata. Lokasi Penelitian adalah tempat atau wilayah yang dimana peneliti memperoleh informasi atau mengumpulkan data mengenai data yang diperlukan yaitu terletak di Jl.Raya Gading Tutuka, Cingcin, Soreang, Kabupaten Bandung.

Sumber Data pada penelitian ini berdasarkan (Sugiyono, 2019) terdiri dari dua yaitu Data Primer dan Data Sekunder. Adapun data Data Primer diperoleh dari hasil wawancara langsung kepada bagian pengelolaan sumber daya manusia RSUD Otista Soreang yaitu Analis SDM Aparatur Bapak Asep Yuyun. Sedangkan, Data Sekunder dari penelitian ini diperoleh secara tidak langsung, yaitu melalui media massa maupun media cetak seperti pencari pencarian bahan melalui internet, literatur, tugas akhir, buku, referensi, dan catatan selama perkuliahan yang berhubungan dengan penelitian ini. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini berdasarkan (Sugiyono, 2012, p. 241) menggunakan teknik penelitian *Triangulasi* (gabungan) dengan melakukan observasi, wawancara mendalam, penyebaran angket dan memberikan dokumentasi.

Observasi yang penulis lakukan ialah observasi pasrtisipatif, dimana penulis terjun langsung kelapangan untuk mengetahui dan melihat secara langung fenomena-fenomena atau gejala-gejala di IGD RSUD Otista Soreang. Sedangkan wawancara pada penelitian ini tentang masalah pengelolaan sumber daya manusia dan kualitas pelayanan pada RSUD Otista Soreang. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau *self-*

report. Adapun narasumber yang akan diwawancarai yaitu Analisis Sumber Daya Manusia Aparatur. Penulis menggunakan teknik wawancara dengan berdialog secara langsung sesuai dengan kesepakatan bersama antara penulis dan narasumber yang bersangkutan. Teknik angket yang penulis lakukan untuk lebih menguatkan teknik pengumpulan dari data sebelumnya. Dimana angket yang digunakan bertujuan untuk mengukur dimensi kepuasan pasien IGD Rumah Sakit. Setelah angket disebar, langkah selanjutnya penulis melakukan rekapitulasi data (tabulasi data).

Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyalin atau mencatat dan meneliti RSUD secara langsung untuk memperoleh data yang berhubungan dengan penulis. Data yang diperoleh meliputi Standar Prosedur Operasional, Data kunjungan pasien IGD dan gambaran umum RSUD dan pelayanan kesehatan rumah sakit. Uji Keabsahan Data pada penelitian ini merujuk pada penjelasan menurut Sugiyono dalam (Rani, Nasution, & Maryani, 2022, p. 217) ada 4 (empat) meliputi uji, *credibility*, *transferability*, *dependability*, dan *confirmability* dengan tujuan untuk menguji data yang diperoleh dari penelitian dan membuktikan bahwa penelitian yang dilakukan jelas merupakan penelitian ilmiah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan dengan metode analisis data berupa reduksi data, penyajian data, dan menarik kesimpulan/verikasi yang bertujuan untuk memilah data yang akan dipakai dan disajikan dalam hasil penelitian sehingga bisa menyimpulkan hasil penelitian ini dan dapat dipahami oleh setiap orang. Metode analisis data adalah cara untuk mengolah data, mengatur data, mengklasifikasikannya menjadi unit-unit yang dapat dikelola dan hasilnya dipahami oleh setiap orang. Menurut Miles dan Huberman dalam (Sugiyono, 2018, p. 337) menyatakan bahwa analisis data dilakukan dalam 3 (tiga) tahap yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi.

Reduksi data merupakan tahapan pada teknik analisis data kualitatif untuk meringkas data, memilih hanya data utama dan penting, serta mencari tema dan pola. kemudian, dalam reduksi data dilakukan penghapusan data yang tidak digunakan dalam penelitian sehingga data yang ada bisa menghasilkan sebuah informasi yang berguna dan memudahkan untuk menarik kesimpulan. Adapun data yang direduksi oleh peneliti meliputi: 1) Data Standar Prosedur Operasional mengenai Pendidikan dan pelatihan pegawai, Rekrutmen pegawai BLUD non PNS, Panitia rekrutmen, Pemberitahuan staf sebagai panitia rekrutmen, Seleksi administrasi rekrutmen pegawai BLUD non PNS, Seleksi uji tulis pegawai BLUD non PNS, Seleksi uji

praktek Rekrutmen pegawai BLUD non PNS, Seleksi wawancara rekrutmen pegawai BLUD non PNS dan Data kunjungan pasien Instalasi Gawat Darurat RSUD Oto Iskandar Di Nata Tahun 2023. 2) Data Hasil Wawancara yang diperoleh secara langsung dengan narasumber. 3) Data Hasil Angket yang diperoleh baik dari SDM di IGD maupun Pasien. Berdasarkan data reduksi di atas, maka dapat diketahui bahwa hasil olah data yang akan dituangkan dalam pembahasan akan meliputi hal-hal tersebut dengan memfokuskan permasalahan mengenai kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh SDM IGD kepada pasien.

Penyajian data merupakan kegiatan mengumpulkan informasi terstruktur sehingga kesimpulan dan tindakan dapat diambil. Adapun penyajian data pada penelitian ini dijelaskan dalam bentuk teks naratif, hubungan antar kategori, tabel, dan sejenisnya. Penyajian data ini dilakukan guna mempermudah pemahaman terkait apa yang terjadi pada lingkungan RSUD Otista Soreang. Penarikan Kesimpulan/Verifikasi (*Conclusion Drawing/Verification*). Saat pengumpulan data dan memilah serta melakukan penyajian data, maka selanjutnya yaitu menarik kesimpulan. Kesimpulan yang baik tentu didukung dengan bukti yang jelas dan benar, maka dari itu memilah data yang baik dan benar serta penyajian data yang akurat dan sesuai akan mendukung terhadap hasil kesimpulan akhir pada penelitian ini. Berdasarkan data yang telah didapatkan mengenai pengelolaan SDM dan Kualitas pelayanan yang diberikan oleh sumber daya manusia terhadap pasien, maka didapatkan hasil penelitian sebagai berikut.

Tabel 2. Hasil Angket SDM IGD RSUD Otista

Pernyataan	Alternatif Jawaban					Skor	Rata-Rata	Kategori	
	SB	B	CB	KB	SKB				
Pernyataan 1	4	1	0	0	0	24	4,8	Sangat Tinggi	
Pernyataan 2	4	1	0	0	0	24	4,8	Sangat Tinggi	
Pernyataan 3	0	5	0	0	0	20	4	Tinggi	
Pernyataan 4	1	1	3	0	0	18	3,6	Tinggi	
Pernyataan 5	3	1	1	0	0	21	4,2	Tinggi	
	Rata-Rata							4,28	Sangat Tinggi

Berdasarkan perhitungan angket di atas, mendapatkan hasil rata-rata 4,28 dengan indeks Sangat tinggi menurut interpretasi skala pengukuran dari Sugiyono dalam Hidayah (2021) atau bisa dikatakan SDM IGD Puas dengan pengelolaan SDM yang telah diberikan RSUD mulai dari rekrutmen sampai dengan pelatihan dan penempatan. Berdasarkan data yang didapatkan dan hasil wawancara menunjukkan bahwa Pengelolaan SDM menjadi suatu hal yang harus terus menerus dikelola dengan baik agar memberikan hasil SDM yang berkualitas. Oleh karena itu, ada beberapa model pengelolaan SDM yang diterapkan oleh RSUD Otista meliputi 7P.

Model pengelolaan SDM yang diterapkan oleh RSUD Otista meliputi 7P yaitu 1) Perencanaan meliputi pengadaan, penyusunan formasi dan alokasi Pengadaan Pegawai Baru berdasarkan urgensi dan skala prioritas diatur dalam Keputusan Direktur RSUD Oto Iskandar Di Nata Nomor 800/380/TU/2022. 2) Penerimaan meliputi Seleksi Administrasi, Test Akademik, Test Keterampilan/Keahlian, Test Wawancara, Test Kesehatan, Test Kejiwaan. Penetapan calon pegawai BLUD Non PNS dan Pengangkatan pegawai BLUD Non PNS. 3) Pengembangan yang diberikan RSUD berupa Pendidikan dan pelatihan bagi pegawai dalam upaya untuk membentuk dan meningkatkan mutu profesionalisme, sikap pengabdian dan kesetiaan terhadap RSUD Oto Iskandar Di Nata serta menyiapkan dan mengembangkan kompetensi agar mampu melaksanakan tugas dengan baik. SDM IGD pula mengakui bahwa pengelolaan SDM dalam hal pengembangan pada RSUD Soreang sangat baik. 4) Pembudayaan, RSUD Otista sendiri memiliki kebijakan di dalam organisasi sebagai peraturan maupun kebijakan-kebijakan yang perlu seluruh Sumber Daya Manusia di RSUD Otista patuhi sebagai acuan nilai dan norma. Dan setiap perilaku karyawan akan terus diawasi, baik oleh kepala setiap Bagian maupun pengelolaan SDM otista. 5) Pendayagunaan, Sebagaimana hasil wawancara dengan Analis SDM Aparatur mengenai Rotasi mutasi pegawai, penempatan tenaga yang berkompeten dan mendapatkan tunjangan yang pastinya bertambah. Selain *reward* terdapat juga *punishment*, *punishment* merupakan pemberian sanksi bagi pegawai yang tidak kompeten dalam bekerja tentunya ini dapat memberikan dampak buruk baik bagi pegawai itu sendiri maupun Rumah Sakit. 6) Pemeliharaan, Berdasarkan wawancara dan angket memberikan hasil tinggi atau baik, bahwa RSUD Otista telah memberikan hak yang sesuai terhadap pegawai sesuai dengan aturan yang ada. Seperti gaji dan reward yang sudah diberikan sesuai dengan kontribusi pegawainya. 7) Pensiun, Mengenai dana pensiun bagi pegawai yang telah habis masa kerjanya, untuk pegawai PNS akan mendapatkan dana pensiun dengan usulan dari RSUD Otista sementara untuk Non PNS mendapatkan pesangon sebesar 3 kali gaji.

Tabel 3. Hasil Perhitungan Angket Pasien IGD RSUD Otista

Pernyataan	Alternatif Jawaban					Skor	Rata-Rata	Kategori
	SB	B	CB	KB	SKB			
Pernyataan 1	6	7	2	0	0	64	4,26	Sangat Tinggi
Pernyataan 2	11	3	1	0	0	70	4,67	Sangat Tinggi
Pernyataan 3	10	3	2	0	0	68	4,53	Sangat Tinggi
Pernyataan 4	14	1	0	0	0	19	4,93	Sangat Tinggi
Pernyataan 5	14	0	1	0	0	73	4,86	Sangat Tinggi
	Rata-Rata						4,65	Sangat Tinggi

Berdasarkan perhitungan angket Pasien IGD, mendapatkan hasil rata-rata 4,65 dengan indeks Sangat tinggi menurut interpretasi skala pengukuran dari Sugiyono dalam (Hidayah, 2021, p. 28) artinya bisa dikatakan pasien IGD RSUD Otista Sangat puas dengan pelayanan yang telah diberikan oleh RSUD maupun SDM IGD. Tetapi ada beberapa yang menjadi keluhan pasien IGD yakni fasilitas kamar mandi yang masih kurang dalam kebersihan, kurangnya fasilitas bagi pasien yang baru masuk IGD dan belum mendapatkan kamar IGD. Adapun data yang didapatkan dan hasil angket menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan hal penting didalam sebuah Rumah Sakit. Terdapat Dimensi yang menjadi patokan untuk kualitas pelayanan yaitu sebagai berikut :

Dimensi SERVQUAL (kualitas pelayanan) metode secara empiris yang berikan oleh Organisasi pelayanan terhadap Pasien IGD untuk meningkatkan kualitas sebagai berikut: 1) *Tangibles* (bukti langsung), merujuk pada elemen atau fasilitas fisik yang ada dan dapat dirasakan secara nyata oleh pasien, staf medis, atau pengunjung. Penyediaan fasilitas sarana dan prasarana pada RSUD Otista sudah memadai seperti adanya fasilitas tempat duduk pengunjung, fasilitas kursi roda bagi pasien darurat, pengadaan ambulance untuk menjemput pasien dan mengantar pasien ke rumah serta bangunan RSUD yang luas dan lebih bagus dari sebelumnya. 2) *Reability* (kehandalan), mengacu pada kemampuan sistem, proses, dan praktik untuk beroperasi secara konsisten, terpercaya, dan efektif dalam menyediakan pelayanan kesehatan kepada pasien. Adapun Berdasarkan angket, menunjukkan hasil sangat tinggi karena dokter telah memberikan pelayanan yang berkualitas. Keahlian dokter serta perawat dalam menangani pasien merupakan kehandalan dan bentuk tanggung jawab yang di berikan kepada pasien. 3) *Responsiveness* (ketanggapan), memiliki arti yakni kemampuan dan kecepatan RSUD dalam merespons kebutuhan dan harapan pasien serta memberikan pelayanan yang cepat, efisien, dan ramah. Berdasarkan angket menunjukkan hasil sangat tinggi terhadap dokter dan perawat yang melakukan penanganan dengan cepat terhadap pasien. Dokter dan perawat memberikan respons tindakan kepada pasien dengan cepat dan tanggap ketika pasien membutuhkan bantuan perawatan. 4) *Assurance* (jaminan), yakni polis asuransi yang dimiliki oleh individu pasien atau kelompok untuk melindungi diri mereka dari biaya medis yang tinggi yang terkait dengan perawatan rumah sakit. RSUD otista sudah melakukan kerjasama dengan beberapa asuransi seperti BPJS dan asuransi lainnya yang sudah tercatat maupun pembayar umum. Sehingga memberikan kenyamanan kepada pasien dalam melakukan pemeriksaan. 5) *Emphaty* (empati), merupakan kemampuan staf medis dan tenaga kesehatan untuk merasakan, memahami, dan merespons perasaan, kebutuhan, dan pengalaman pasien dengan penuh

perhatian dan pengertian. Berdasarkan angket, menunjukkan hasil sangat tinggi. Dokter dan perawat memberikan respon dan bantuan ketika pasien membutuhkan. Perawat, dokter maupun staff memberikan empati yang dapat menenangkan kegelisahan pasien yang sedang merasakan sakit dan bisa mendengarkan dengan baik dan tenang tentang keluhan pasien

SIMPULAN

Peran pengelolaan SDM terhadap kualitas pelayanan. Pada hasil wawancara dan angket menunjukkan bahwa peran Dokter dan Perawat IGD RSUD Otista sangat baik sehingga memberikan kepuasan pelayanan yang baik bagi pasien. Peran Komunikasi dan Kolaborasi. Berdasarkan dari angket bahwa peran dan komunikasi yang disampaikan oleh dokter dan perawat kepada pasien menunjukkan nilai yang sangat tinggi, artinya hal tersebut sudah dijalankan dengan sangat baik sehingga komunikasi dan kolaborasi yang tunjukkan memberikan dampak positif bagi pasien. Penanganan Pasien yang Efektif. Penanganan kebutuhan pasien oleh perawat dan dokter sudah dijalani dengan sangat baik sehingga pasien tidak perlu menunggu lama dalam mendapatkan penanganan. Respon yang baik dan cepat dilakukan oleh dokter dan perawat sehingga pasien merasakan kenyamanan apabila terjadi ketegangan pada pasien. Fasilitas Rumah Sakit. Fasilitas yang diberikan oleh RSUD kepada pasien sangat membantu dan memberikan kemudahan akses bagi pasien melalui sistem informasi yang sudah diterapkan dan juga sarana prasarana yang memadai sehingga memberikan kepuasan pasien maupun keluarga pasien. Maka RSUD Daerah Umum Otista dapat mengembangkan strategi yang berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas pelayanan pasien di IGD, dengan fokus pada pengelolaan Sumber Daya Manusia yang efektif, penyampaian informasi yang selalu konsisten, penanganan pasien yang cepat, respon yang baik dari pegawai terhadap pasien, respon yang baik dan ramah kepada pasien dan fasilitas yang memadai memberikan kepuasan dan kenyamanan bagi pasien.

DAFTAR RUJUKAN

- Hidayah, N. (2021). Pengaruh Disiplin Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Produksi (Studi pada UD. Dua Putra Sumobito). Skripsi: Repository STIE PGRI Dewantara Jombang. <https://repository.stiedewantara.ac.id/2003/>
- Mahendra, R., Apriani, F., & Zulfiani, D. (2023). Pengelolaan Pasar oleh Badan Usaha Milik Desa Kelinjau Ulu Kecamatan Muara Ancalong. *e-Journal Administrasi Publik, Volume 11, Nomor 1*(2541-674x), 115. <https://ejournal.ap.fisip-unmul.ac.id/site/?p=4625>

- Nasfi, R. S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah. *Journal Of Economics Studies*, Vol. 4, No. 1, 22. <http://dx.doi.org/10.30983/es.v4i1.3146>
- Peraturan Menteri Kesehatan No. 3. (2020). *Tentang Klasifikasi dan Perizinan RSUD menyebutkan bahwa RSUD adalah institusi pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan perorangan secara paripurna dengan menyediakan pelayanan rawat inap, rawat jalan, dan gawat darurat*. https://bandikdok.kemkes.go.id/assets/file/PMK_No__3_Th_2020_ttg_Klasifikasi_da_n_Perizinan_Rumah_Sakit.pdf
- Rani, D. N., Nasution, A. S., & Maryani, N. (2022). Pengelolaan Kegiatan Ibadah Santriwati Di Madrasah Aliyah Ummul Quro Al-Islami. *E-Journal Skripsi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan*, Vol.5 No.3, 217. <https://ojs.unida.ac.id/al-kaff/article/view/6540>
- Salim, & Haidir. (2019). *Penelitian Pendidikan Metode, Pendekatan dan Jenis*. (I. S. Azhar, Ed.) Jakarta: KENCANA.
- Sidjabat, S. (2021). *Pengelolaan Sumber Daya Manusia Unggul*. (Gozali, Ed.) Penerbit LINDAN Bestari, .
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Undang-Undang Nomor 44 Tahun. (2009). *tentang Rumah Sakit yaitu bahwa Gawat darurat adalah keadaan klinis yang membutuhkan tindakan medis segera guna penyelamatan nyawa dan pencegahan kecacatan lebih lanjut*



Analisis *Customer Rating* dan *Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Secara *Online*
(Studi Kasus pada Konsumen Pengguna Jasa Pesan Antar *Shopee Food* di Kota Solo)

Annisa Indah Mutiasari^{1*}, Anggit Dyah Kusumastuti², Rusnandari Retno Cahyani³
Firdhaus Hari Saputro Al Haris⁴

mutiasariannisa@usahidsolo.ac.id^{1*}, anggit.dyahkusumastuti@usahidsolo.ac.id²,

rusnandarirc@gmail.com³, edoz2003@gmail.com⁴

^{1,2,3}Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

⁴Program Studi Informatika

^{1,2,3,4}Universitas Sahid Surakarta

Received: 15 04 2024. Revised: 03 05 2024. Accepted: 09 05 2024.

Abstract : The development of technology that is increasingly advanced today has led to changes in consumer behavior in buying food. The phenomenon of food delivery services through applications has made it easier for people to buy food without having to leave home. The purpose of this research is to determine the influence of customer rating and customer review variables on the purchasing decisions of food products through the Shopee Food delivery service in Solo City, Central Java. Respondents in this study are buyers who have used the food delivery service through Shopee Food, totaling 100 people. The results of the study indicate that, partially, the customer rating variable does not influence the purchasing decision, while the customer review variable affects the purchasing decision. The most dominant variable influencing this study is the customer review variable.

Keywords : Customer Rating, Customer Review, Purchase Decision.

Abstrak : Perkembangan teknologi yang semakin maju saat ini menyebabkan terjadinya perubahan perilaku konsumen dalam membeli makanan. Fenomena jasa pesan antar makanan melalui aplikasi menyebabkan masyarakat semakin dimudahkan dalam membeli makanan tanpa harus berpergian dari rumah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *variable customer rating* dan *customer review* terhadap keputusan pembelian produk makanan melalui layanan jasa pesan antar *Shopee Food* di Kota Solo, Jawa Tengah. Responden dalam penelitian ini ialah pembeli yang pernah memakai layanan jasa antar pesan makanan melalui *Shopee Food* yang berjumlah 100 orang. Hasil penelitian memperlihatkan jika secara parsial *variable customer rating* tidak memberi pengaruh terhadap keputusan pembelian dan *variable customer review* berdampak terhadap keputusan pembelian. *Variable* yang paling dominan pengaruhnya dalam penelitian ini adalah *variable customer review*.

Kata Kunci : *Customer Rating*, *Customer Review*, Keputusan Pembelian.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi adalah hal yang tak terhindarkan dalam kehidupan saat ini. Kehadiran internet sebagai infrastruktur dan jaringan sudah memberikan dukungan bagi efektivitas dan efisiensi operasional sebuah perusahaan, khususnya dalam perannya sebagai alat untuk publikasi, komunikasi, dan penyediaan berbagai informasi yang diperlukan. Transaksi bisnis melalui jaringan internet di Indonesia merupakan fenomena yang populer dan mengakibatkan peningkatan jumlah penggunaannya. Hasil survei yang dilaksanakan oleh (apjii.do.id, 2023) menyebutkan ada 215,63 juta pengguna internet di Tanah Air pada periode 2022-2023. Angka tersebut mengalami peningkatan 2,67% dibanding dengan tahun sebelumnya sekitar 210,03 juta user. Banyaknya user internet tersebut setara dengan 78,19% dari total penduduk Indonesia yang berjumlah 275,77 juta jiwa. Dibandingkan dengan survei sebelumnya, terdapat peningkatan sebesar 1,17% dalam tingkat penetrasi internet di negara ini pada tahun 2023 dibandingkan dengan tahun sebelumnya, yang sebesar 77,02%. Tren peningkatan penetrasi internet di Indonesia terus berlanjut dari tahun ke tahun. Pada tahun 2018, penetrasi internet di tanah air mencapai 64,8%, dan meningkat menjadi 73,7% pada tahun 2019-2020 (Indonesia, 2021); (Finaka, 2023).

Tanda-tanda suatu negara berkembang ekonomi digitalnya terlihat pada transaksi bisnis atau perdagangan yang memanfaatkan internet (Nugraha & Nuraeni, 2021). *Electronic Commerce* atau *e-commerce* adalah suatu sistem pemasaran yang melakukan transaksi jual beli secara daring dengan menggunakan media internet. Banyak perubahan yang terjadi dalam kehidupan masyarakat sehubungan dengan pandemi Covid-19, terutama yang berkaitan dengan teknologi (Fitriyah & Luqyana, 2021); (Kartinawati, 2022). Masyarakat dapat memanfaatkan banyak teknologi baru untuk menunjang kebutuhan sehari-hari. Salah satunya layanan yang memanfaatkan internet adalah layanan jasa pesan antar makanan secara *online*. Layanan pemesanan makanan secara *online* disampaikan oleh situs layanan pesan antar *online*, baik melalui aplikasi layanan pesan antar seperti *Go Food*, *Grab Food*, *Shopee Food* atau aplikasi lainnya. Fenomena pemesanan makanan secara online terjadi karena adanya perubahan perilaku masyarakat akibat adaptasi terhadap kebiasaan yang berbeda-beda di masa pandemi Covid-19. Membeli makanan secara *online* sudah menjadi budaya masyarakat perkotaan, salah satunya di Kota Solo, Jawa Tengah. Layanan pesan-antar makanan di tengah masyarakat ini semakin memudahkan dan praktis konsumen dalam membeli makanan dan minuman tanpa perlu berpergian dari rumah. Satu diantara layanan pesan antar makanan *online* di kota Solo adalah *Shopee Food*. Dalam menentukan pilihan suatu makanan, terdapat sejumlah hal yang perlu

diamati oleh konsumen, misalnya dari segi harga, rating, tanggapan atau ulasan pembeli yang disebut dengan review pelanggan.

Review pelanggan berisi tanggapan yang diberikan konsumen mengenai informasi dari suatu produk. Secara umum berisi evaluasi produk dengan berbagai aspek. Dengan adanya informasi tersebut konsumen atau pengguna dapat memperoleh kualitas produk sesuai dengan yang diinginkannya. Ulasan yang diberikan konsumen merupakan hasil dari apa yang dialami setelah membeli barang dari penjual *online*. *Review* pelanggan sangat berguna untuk menentukan keputusan calon pembeli apakah akan membeli atau tidak. Selain *review* pelanggan, pada layanan aplikasi pesan dan pesan-antar makanan juga terdapat menu lain yaitu *rating* pelanggan. Pada menu ini *rating* pelanggan disimbolkan dengan bintang, dimana konsumen dapat memberikan penilaian dari 1 hingga 5 bintang. Semakin banyak bintang yang diberikan, semakin baik pula pelayanan yang diberikan. *Rating* pelanggan merupakan alat ukur yang disediakan oleh penyedia aplikasi untuk memudahkan konsumen dalam menilai produk berdasarkan pengalaman pelanggan. *Rating* merupakan suatu nilai yang penting karena dapat dijadikan acuan mengenai kualitas suatu produk atau jasa berdasarkan pengalaman pembeli. Fenomena peningkatan penggunaan *e-commerce* di Indonesia menyebabkan adanya penelitian mengenai penilaian pelanggan. Peninjauan tersebut dilakukan karena tidak menutup kemungkinan bahwa pelanggan memerlukan variabel lain dalam menentukan suatu produk, keputusan ketika membeli sesuatu.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang dimanfaatkan pada studi ini ialah penelitian kuantitatif. Metode ini diharapkan dapat menguraikan peristiwa berdasar pada data dan informasi yang didapat. Jenis penelitian ini dapat dimanfaatkan untuk mengamati populasi atau sampel tertentu. Penelitian ini didasarkan pada sifat positivisme (Sugiyono, 2017); (Djaali, 2020); (Hardani, 2020). Populasi yang dipakai pada studi ini ialah pembeli yang pernah memakai layanan pesan antar *Shopee Food*. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan jenis *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* sehingga didapatkan jumlah responden sebanyak 100 orang. (Mertha, 2020) Profil responden pada studi ini memuat informasi mengenai usia responden, jenis kelamin responden, tingkat pendidikan, pekerjaan, dan besarnya pendapatan responden.

Pemilihan *Shopee Food* sebagai bahan kajian dibandingkan layanan pesan-antar makanan lainnya terkait dengan posisi *Shopee Food* yang bukan pionir. Di Indonesia, layanan

makanan sebelumnya dirintis oleh *Gojek* dengan menu *Go Food* di aplikasinya. *Shopee Food* banyak memberikan diskon harga menu makanan untuk menarik minat konsumen. Namun keputusan pembeli dalam membeli barang, makanan, atau layanan ditentukan oleh harga dan aspek lainnya. Penelitian ini untuk mengetahui variabel yang berbeda yaitu review konsumen dan penilaian yang diberikan konsumen atas pengalamannya dalam membeli sesuatu dari aplikasi *Shopee Food*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pengolahan data dari hasil kuesioner yang diedarkan melalui *google form*, diperoleh informasi jika rata-rata responden pada studi ini ialah perempuan dengan angka persentase sebesar 81% atau sejumlah 81 orang, sementara sisanya sekitar 19% atau sebanyak 19 orang adalah konsumen laki-laki. Responden berusia 17-25 tahun lebih dominan pada studi ini, dengan nilai persentase 60% atau sebanyak 60 orang. Latar belakang pendidikan didominasi oleh pelajar/ mahasiswa dengan total pendapatan Rp500.000-Rp1.000.000. Frekuensi pembelian melalui *Shopee Food* rata-rata 1-3 kali dalam seminggu.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Pertanyaan	r hitung	r tabel
1	<i>Customer Rating</i>	1	0,714	0,195
		2	0,774	0,195
		3	0,745	0,195
		4	0,634	0,195
		5	0,793	0,195
		6	0,727	0,195
		7	0,733	0,195
		8	0,715	0,195
		9	0,796	0,195
2	<i>Customer Review</i>	1	0,652	0,195
		2	0,760	0,195
		3	0,576	0,195
		4	0,743	0,195
		5	0,783	0,195
		6	0,851	0,195
		7	0,600	0,195
		8	0,745	0,195
		9	0,784	0,195
3	Keputusan Pembelian	1	0,500	0,195
		2	0,698	0,195
		3	0,733	0,195
		4	0,656	0,195
		5	0,659	0,195

6	0,666	0,195
7	0,786	0,195
8	0,797	0,195

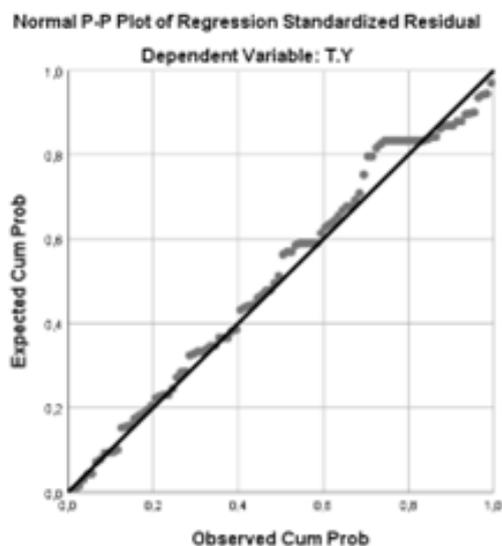
Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan seluruh item kuesioner mempunyai r hitung di atas 0,195. Kesimpulan yang dapat disampaikan adalah kuesioner yang dimanfaatkan pada studi ini bisa dimanfaatkan untuk mengukur setiap variabel yang ada karena valid.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variable	Cronbach Alpha	Critical Value
Customer Rating (X ₁)	0,893	0,60
Customer Review (X ₂)	0,877	0,60
Keputusan Pembelian (Y)	0,842	0,60

Merujuk pada tabel 2 di atas, memperlihatkan jika variabel penilaian pelanggan, ulasan pelanggan dan keputusan pembelian menunjukkan bahwa seluruh item dikatakan reliabel. Ini ditunjukkan dari nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60. Sehingga semua item layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Gambar 1. Hasil Uji Normalitas



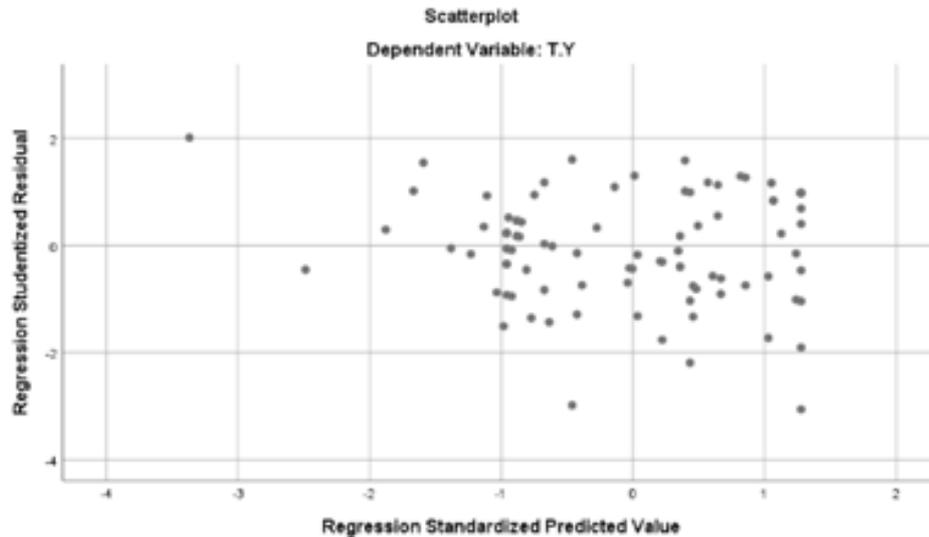
Merujuk pada gambar 1 di atas, memperlihatkan jika seluruh data berdistribusi normal karena sebaran data terdapat di sekitar garis diagonal. Dengan demikian, dapat ditarik simpulan jika model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tollerrance	VIF
Customer Rating (X ₁)	0,370	2,701
Customer Review (X ₂)	0,370	2,701

Merujuk pada tabel 2 di atas, ini mengindikasikan jika VIF untuk semua variabel independen pada studi ini < 10, dan nilai toleransi untuk semua variabel independen > 0,10. Karenanya, tidak ada tanda-tanda multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan gambar 2 di atas, terlihat titik-titik tersebar dengan acak tanpa membentuk pola yang jelas, dan terdistribusi baik di atas maupun di bawah nilai 0 pada sumbu Y. Ini memperlihatkan jika tidak ada indikasi adanya pelanggaran asumsi klasik heteroskedastisitas pada model regresi.

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Liner Berganda

Variabel	Beta standardized Coefficient	t hitung	Sig
Constanta	9,603	2,653	0,009
<i>Customer Rating</i> (X ₁)	0,91	0,65	0,517
<i>Customer Review</i> (X ₂)	0,509	3,627	0,0000

Berikut persamaan regresi yang diperoleh: $Y = 9.603 + 0.91X_1 + 0.509X_2 + e$
 Persamaan di atas dapat dijelaskan sebagai berikut: 1) Nilai konstanta sekitar 9,603 memperlihatkan jika variabel penilaian pelanggan bernilai nol (0), sehingga keputusan pembelian akan bernilai 9,603. 2) Variabel *customer rating* memiliki koefisien regresi sekitar 0,91. Ini memperlihatkan jika variabel dianggap konstan, maka setiap peningkatan variabel penilaian pelanggan sebesar satu satuan maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,91. 3) Variabel *customer review* memiliki koefisien regresi sekitar 0,509. Ini memperlihatkan jika variabel dianggap konstan maka setiap peningkatan variabel ulasan pelanggan sebesar satu satuan maka Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 0,509.

Tabel 5. Hasil Uji Parsial (Uji t)

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	9,603	3,620		2,653	,009
	T.X1	,091	,139	,089	,650	,517
	T.X2	,509	,140	,497	3,627	,000

Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Merujuk pada tabel 5 di atas, variabel *customer rating* (X_1) memperlihatkan nilai *sign* sebesar 0,517 lebih tinggi dari 0,05 ($0,517 > 0,05$) dan nilai t hitung sebesar 0,650 yang berarti lebih rendah dari nilai tabel ($0,650 < 1,984$). Artinya variabel rating pelanggan (X_1) secara parsial tidak berdampak penting pada keputusan pembelian produk makanan melalui layanan pesan antar *shopee food*. Penelitian ini didukung oleh riset sebelumnya yang dilaksanakan (Istiqomah & Mufidah, 2021) dengan judul Pengaruh *Review Menu Layanan dan Rating Menu Terhadap Keputusan Pembelian Makanan di Marketplace ShopeeFood*. Temuan studi memperlihatkan jika variabel rating pelanggan tidak berdampak penting pada keputusan pembelian. Ini juga menjadi kebaruan penelitian ini sehubungan dengan objek penelitiannya.

Sedangkan pada variabel *customer review* (X_2) memperlihatkan nilai *sign* sebesar 0,000 lebih rendah dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), dan nilai hitung sebesar 3,627 yang berarti lebih tinggi dari nilai tabel ($3,627 < 1,984$), artinya Variabel ulasan pelanggan (X_2) secara parsial berdampak pada Keputusan pembelian produk makanan melalui layanan pesan antar *Shopee Food*. Studi ini sejalan dengan riset yang dilaksanakan (Sianipar & Yoestini, 2021) dengan judul penelitian Analisis Pengaruh *Customer Review dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Marketplace Online (Studi Pada Pelajar Pengguna Tokopedia Kota Semarang)*. Temuan studi memperlihatkan jika variabel *Customer Review* berdampak positif dan penting terhadap Keputusan Pembelian.

Tabel 6. Hasil Uji Simultan (Uji F)

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	576,973	2	288,486	23,398	,000 ^b
	Residual	1195,987	97	12,330		
	Total	1772,960	99			

Merujuk pada tabel 6 di atas, uji F yang didapat berdasarkan temuan pemrosesan data dengan memanfaatkan *software* SPSS maka didapat sig. sebesar 0.05 (5%) dengan F_{hitung} 23,398 dan F_{tabel} 2,70 ($23,398 > 2,70$). Ini memperlihatkan jika variabel *customer rating* dan *customer review* secara serentak berdampak pada keputusan pembelian produk makanan melalui layanan jasa pesan antar makanan *shopee food*. Temuan studi ini sejalan dengan Lestari (2021) yang berpendapat jika variabel *Online Customer rating* dan *Online Customer Review* secara serentak berdampak penting pada keputusan pembelian secara *online*. Disamping itu, riset yang dilaksanakan (Arbaini, 2020) juga memperlihatkan jika melalui pengujian secara statistik dapat memperlihatkan secara serentak (Uji F) apakah seluruh variabel independen, yaitu peringkat dan ulasan *online* konsumen, berdampak pada keputusan pembelian pada *user platform Tokopedia*.

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,570 ^a	,325	,312	3,511

a. Predictors: (Constant), T.X2, T.X1

b. Dependent Variable: T.Y

Merujuk pada tabel 7 di atas, temuan pengujian koefisien determinasi memperlihatkan nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,325 yang menggambarkan 32,5% variasi variabel keputusan pembelian yang dapat diuraikan oleh variabel *customer rating* dan *customer review* pada konsumen yang menggunakan *food delivery* layanan melalui aplikasi *Shopee Food*. Sedangkan variabel lain di luar penelitian ini menjelaskan sisanya sebesar 67,5%. Tabel tersebut memperlihatkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,312 atau 31,2% pada konteks ini memperlihatkan jika kedua variabel independen berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian.

SIMPULAN

Dari uraian data dan analisis yang sudah dilaksanakan seperti di atas, bisa ditarik simpulan yakni: 1) Variabel *customer rating* (X_1) secara parsial tidak berdampak pada keputusan pembelian, namun secara serentak dapat turut memberi pengaruh pada keputusan pembelian makanan *online* melalui aplikasi *Shopee Food* di Kota Solo. 2) Variabel *customer review* (X_2) secara parsial dan serentak berdampak pada keputusan pembelian makanan secara

online melalui aplikasi *Shopee Food* di Kota Solo. 3) Variabel *customer rating* dan *customer review* secara serentak berdampak pada keutusan pembelian produk makanan melalui layanan jasa pesan antar makanan *shopee food* di kota Solo. 4) Temuan studi memperlihatkan jika variabel yang paling besar pengaruhnya terhadap keputusan pembelian secara online melalui aplikasi *Shopee Food* di Kota Solo adalah variabel *customer review*. Artinya penyedia jasa makanan harus memperhatikan review atau komentar yang diberikan pembeli. Segala komentar, apalagi yang kurang baik/menyenangkan, wajib dijadikan bahan evaluasi peningkatan kualitas pelayanan, harga, rasa, dan lain-lain. Dalam konteks ini, kami sadar betul bahwa konsumen adalah raja. Itu benar.

DAFTAR RUJUKAN

- apjii.do.id. (2023). *Survei APJII Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215 Juta Orang*.
apjii.do.id. <https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang>
- Arbaini, P. (2020). Pengaruh Consumer Online Rating Dan Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Marketplace Tokopedia. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 7(1). <https://doi.org/10.26905/jbm.v7i1.3897>
- Djaali, H. (2020). Metodolofi Penelitian Kuantitatif. *PT Bumi Aksara*.
- Finaka, A. W. (2023). *Pengguna Internet di Indonesia Makin Tinggi*. Indonesiabaik.id.
<https://indonesiabaik.id/infografis/pengguna-internet-di-indonesia-makin-tinggi>
- Fitriyah, R., & Luqyana, I. (2021). Covid-19: The Global Pandemic and its Impact on the Indonesia Economy. *Agregat: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(1).
https://doi.org/10.22236/agregat_vol5/is1pp78-96
- Hardani, N. A. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Pustaka Ilmu.
- Indonesia, C. (2021). *Laba Bank Mandiri Turun Jadi Rp17,11 T di 2020*. cnnindonesia.com.
<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20210128162845-78-599630/laba-bank-mandiri-turun-jadi-rp1711-t-di-2020>
- Istiqomah, & Mufidah, L. (2021). Pengaruh Review Service Menu dan Rating Menu terhadap Keputusan Pembelian Makanan pada Marketplace Shopeefood. *Jurnal Socia Akademika*, 7(2). <https://aks-akk.e-journal.id/jsa/article/view/151>
- Kartinawati, E. (2022). From safety to source domination and diversity content: Media challenges in the pandemic era. *Informasi*, 52(2).
<https://doi.org/10.21831/informasi.v52i2.51294>

- Lestari, F. B. (2021). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Di Kota Tegal. Skripsi thesis, Universitas Pancasakti Tegal. <https://repository.upstegal.ac.id/3244/>
- Mertha, J. I. M. L. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Anak Hebat Indonesia. <https://www.anakhebatindonesia.com/metode-penelitian-kuantitatif-dan-kualitatif-teori-penerapan-dan-riset-nyata.html>
- Nugraha, S., & Nuraeni, D. (2021). Peran Teknologi Internet Dalam E-Commerce. *Journal Civics & Social Studies*, 5(2). <https://doi.org/10.31980/civicos.v5i2.1474>
- Sianipar, A. H. F., & Yoestini. (2021). Analisis Pengaruh Customer Review dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Online Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Tokopedia di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 10(4). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/32431>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.



Analisis Laporan Keuangan untuk Menilai Kinerja Keuangan pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk.

Luthfiy Fithriyyah^{1*}, Vina Anggilia Puspita²

luthfiy10120151@digitechuniversity.ac.id^{1*}, vinaanggilia@digitechuniversity.ac.id²

^{1,2}Program Studi Manajemen

^{1,2}Universitas Teknologi Digital

Received: 17 03 2024. Revised: 24 04 2024. Accepted: 08 05 2024.

Abstract : The aim of this research is to evaluate the financial performance of PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. during the 2020-2022 time period using financial ratios such as liquidity, profitability and solvency ratios. The research method used is quantitative descriptive analysis. The data source used comes from financial reports that are publicly available on the official website of the Indonesia Stock Exchange. The research results show that the impact of the Covid-19 pandemic has greatly influenced the performance of PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. especially visible from the fluctuations that occur in all financial ratios, such as liquidity, profitability and solvency ratios. Despite experiencing these fluctuations, PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. successfully overcome complex economic challenges and wisely manage financial risks.

Keywords : Financial Performance, Ratio Analysis, PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk.

Abstrak : Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi performa keuangan PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. selama rentang waktu 2020-2022 dengan menggunakan rasio keuangan seperti rasio likuiditas, profitabilitas, dan solvabilitas. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif. Sumber data yang digunakan berasal dari laporan keuangan yang tersedia publik di situs resmi Bursa Efek Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dampak pandemi Covid-19 sangat memengaruhi kinerja PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. terutama terlihat dari fluktuasi yang terjadi dalam semua rasio keuangan, seperti rasio likuiditas, profitabilitas, dan solvabilitas. Meskipun mengalami fluktuasi tersebut, PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. berhasil mengatasi tantangan ekonomi yang kompleks serta secara bijaksana mengelola risiko keuangan.

Kata Kunci : Kinerja Keuangan, Analisa Rasio, PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk.

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 telah menjadi fenomena baru yang menyebar ke hampir semua negara dan memberikan dampak yang sangat besar dalam berbagai macam sektor. Pandemi Covid-19 pertama kali merebak di Indonesia pada pertengahan bulan Februari tahun 2020 yang

membawa dampak buruk bagi Indonesia terutama dalam sektor perekonomian (Nurman, 2023). Sejak saat itu, pemerintah telah mengeluarkan berbagai kebijakan untuk mengurangi dampak pandemi Covid-19. Salah satu kebijakan yang ditetapkan yaitu kebijakan *social distancing* dalam bentuk PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) atau disebut juga dengan *lockdown*, penerapan kebijakan tersebut mengakibatkan sebagian pegawai diberhentikan sementara sehingga berdampak pada meningkatnya kesulitan keuangan dan menurunnya daya beli masyarakat. Akibatnya, banyak pelaku usaha yang menunda pengajuan pinjamannya ke bank. Oleh karena itu, salah satu bidang yang terkena dampak signifikan adalah sektor perbankan, di mana sektor ini mengalami penurunan pertumbuhan ekonomi. Selain itu, sektor perbankan juga terdampak oleh kegiatan usahanya karena penerapan kebijakan *social distancing*. Akibatnya, perbankan harus bersiap untuk melaksanakan digitalisasi layanan bank.

Dampak lain dari pandemi Covid-19 terhadap sektor perbankan meliputi kemungkinan timbulnya risiko-risiko baru yang akan dihadapi oleh bank, termasuk tantangan dalam menjaga likuiditas, penurunan profitabilitas, penurunan kualitas aset, serta perlambatan pertumbuhan yang dapat mengakibatkan penurunan kinerja keuangan bank (Padli, dkk 2021). PT Bank Mandiri (Persero) Tbk, sebagai salah satu institusi perbankan yang masih bertahan di Indonesia, terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Sebagai bank yang didukung oleh pemerintah dan berperan penting dalam ekonomi, kehadiran PT Bank Mandiri (Persero) Tbk memberikan kepercayaan kepada masyarakat dan memenuhi kebutuhan pembiayaan dengan proses yang lebih mudah. Regulasi yang mengatur operasi perbankan, terutama untuk PT Bank Mandiri (Persero) Tbk, bertujuan untuk memberikan panduan kepada bank agar dapat melakukan transaksi sesuai dengan prinsip-prinsip yang telah ditetapkan, sehingga bank dapat beroperasi secara profesional dan sehat. Namun, akibat pandemi Covid-19, PT Bank Mandiri (Persero) Tbk melaporkan penurunan laba bersih konsolidasi perusahaan sebesar 37,71%, dari Rp. 27,48 triliun pada tahun 2019 menjadi hanya Rp. 17,11 triliun sepanjang tahun 2020 (Indonesia, 2021). Situasi ini berdampak pada kepercayaan pelanggan dan produsen, yang kemudian memengaruhi kinerja kredit perbankan secara keseluruhan di Indonesia.

Kinerja keuangan dalam suatu perusahaan memiliki signifikansi yang besar karena berperan dalam menilai kemampuan perusahaan berdasarkan aktivitas keuangannya. Penting bagi bank untuk menganalisis laporan keuangannya guna memahami kinerja dan posisi keuangan bank (Khairani et al., 2023). Kinerja keuangan perusahaan adalah hasil dari prestasi yang telah diperoleh oleh perusahaan dalam periode waktu tertentu, dan mencerminkan kondisi kesehatan perusahaan tersebut (Saputri, 2018). Oleh karena itu, untuk mengetahui kinerja

keuangan, diperlukan analisis terhadap laporan keuangan. Analisis menggunakan rasio keuangan bank sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Rasio keuangan merupakan angka-angka yang ditentukan dengan membandingkan hasil unsur pelaporan keuangan dengan unsur-unsur lain yang relevan dan mempunyai hubungan signifikan (Ngau, dkk, 2022). Rasio yang akan digunakan adalah rasio likuiditas, rasio solvabilitas, dan rasio profitabilitas. Dengan memahami tingkat likuiditas, solvabilitas, dan profitabilitas bank, kita dapat menilai kinerja perusahaan secara komprehensif. Maka berdasarkan fenomena di atas, penelitian ini mengambil topik analisis laporan keuangan untuk menilai kinerja keuangan pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Tujuan dilakukan penelitian yaitu untuk menganalisis dan mengetahui kinerja keuangan PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk.

METODE PENELITIAN

Menurut Sugiyono dalam Ali Hartawan, dkk (2021) pengertian metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Mertha (2020) pengertian pendekatan kuantitatif adalah penelitian yang menghasilkan temuan yang mampu dicapai dengan beberapa prosedur atau dengan cara dari pengukuran. Populasi penelitian ini adalah laporan keuangan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk yang tercatat di Bursa Efek Indonesia selama periode 2020–2022, yang diperoleh dari situs web www.idx.co.id. Adapun sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah laporan keuangan dari tahun 2020, 2021, hingga 2022. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling*.

Operasionalisasi variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel X atau variabel bebas yang mencakup tiga variabel X yaitu rasio keuangan. Tiga variabel yang dimaksud diantaranya rasio likuiditas, rasio solvabilitas dan rasio profitabilitas. Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai sumber (Sugiyono, 2017). Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti adalah dokumentasi dan studi kepustakaan. Pada dokumentasi penelitian ini menggunakan jenis data sekunder, yaitu data yang dikumpulkan dari laporan keuangan perusahaan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2020 – 2022 dengan diperoleh dari website www.idx.co.id baik *annual report* maupun *sustainability report*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis rasio keuangan dari PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk menunjukkan bahwa:

Tabel 1. Rasio Likuiditas (*Current Ratio*)

Triwulan	2020	2021	2022
I	135,3%	136,7%	140,3%
II	134,1%	111,5%	139,4%
III	133,1%	139,2%	140,8%
IV	133,4%	139,7%	139,3%

Berdasarkan tabel, *current ratio* PT Bank Mandiri (Persero) Tbk dari 2020 hingga 2022 mengalami variasi. Pada triwulan I tahun 2020, mencapai 135,3%, meningkat menjadi 136,7% pada tahun 2021, dan kembali naik menjadi 140,3% pada tahun 2022. Pada triwulan II tahun 2020, mencapai 134,1%, namun mengalami penurunan drastis menjadi 111,5% pada tahun 2021, lalu naik menjadi 139,4% pada tahun 2022. Pada triwulan III tahun 2020, mencapai 133,1%, meningkat menjadi 139,2% pada tahun 2021, dan terus meningkat menjadi 140,8% pada tahun 2022. Pada triwulan IV tahun 2020, mencapai 133,4%, meningkat signifikan menjadi 139,7% di tahun 2021, namun sedikit menurun menjadi 139,3% di tahun 2022.



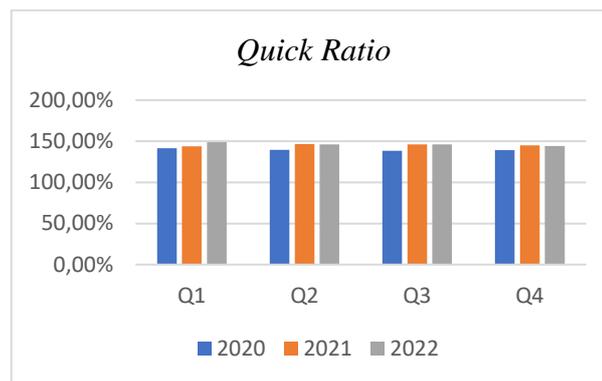
Gambar 1. Kinerja keuangan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk dari 2020-2022

Grafik tersebut menunjukkan fluktuasi signifikan dalam kinerja keuangan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk dari 2020 hingga 2022, yang dipengaruhi terutama oleh dampak Covid-19 terhadap ekonomi global. Meskipun mengalami penurunan pada beberapa triwulan, PT Bank Mandiri (Persero) Tbk berhasil mempertahankan likuiditasnya dalam kisaran yang sehat, menunjukkan kemampuannya untuk mengatasi tantangan likuiditas dalam situasi ekonomi yang sulit. Upaya seperti meningkatkan manajemen likuiditas, kebijakan stimulus pemerintah, dan peningkatan konsumen turut berkontribusi pada pemulihan kinerja keuangan bank tersebut. Hal ini menegaskan pentingnya likuiditas yang kuat dalam menjaga stabilitas keuangan perusahaan, terutama dalam menghadapi ketidakpastian ekonomi yang disebabkan oleh Covid-19.

Tabel 2. *Quick Ratio*

Triwulan	2020	2021	2022
I	141,5%	143,8%	148,7%
II	139,5%	146,5%	146,1%
III	138,5%	146,0%	146,2%
IV	139,1%	145,1%	144,2%

Berdasarkan tabel, *quick ratio* PT Bank Mandiri (Persero) Tbk dari tahun 2020 hingga 2022 menunjukkan variasi. Pada triwulan I tahun 2020, mencapai 141,5%, meningkat menjadi 143,8% di tahun 2021, dan lebih signifikan menjadi 148,7% di tahun 2022. Namun, pada triwulan II tahun 2020, menurun di 139,5%, naik menjadi 146,5% di tahun 2021, dan sedikit turun menjadi 146,1% di tahun 2022. Pada triwulan III tahun 2020, mencapai 138,5%, naik menjadi 146,0% di tahun 2021, dan kembali naik menjadi 146,2% di tahun 2022. Sedangkan pada triwulan IV tahun 2020, sebesar 139,1%, meningkat menjadi 145,1% di tahun 2021, dan sedikit turun menjadi 144,2% di tahun 2022.



Gambar 2. *Quick ratio* PT Bank Mandiri (Persero) Tbk dari 2020-2022

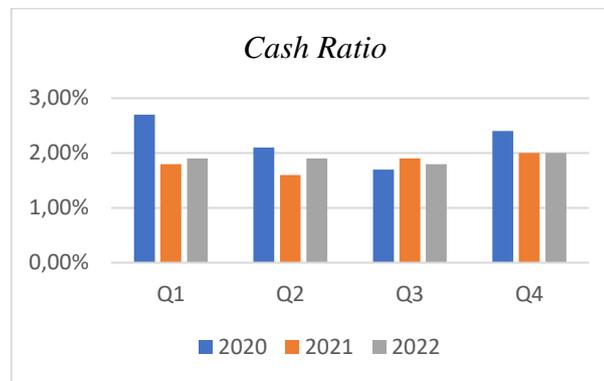
Grafik tersebut menunjukkan fluktuasi dalam *quick ratio* PT Bank Mandiri (Persero) Tbk dari 2020 hingga 2022, yang mencerminkan adaptasi perusahaan terhadap dampak Covid-19 pada lingkungan bisnis. Meskipun terjadi lonjakan dan penurunan pada beberapa triwulan, PT Bank Mandiri (Persero) Tbk berhasil mempertahankan atau meningkatkan likuiditasnya secara keseluruhan sebagai respons terhadap ketidakpastian ekonomi. Fluktuasi ini mencerminkan upaya proaktif perusahaan dalam memperkuat posisi keuangan mereka dan mengatasi tekanan likuiditas akibat Covid-19. Sebagai hasilnya, perubahan dalam *quick ratio* menunjukkan strategi yang diadopsi oleh PT Bank Mandiri (Persero) Tbk dalam menghadapi tantangan selama periode tersebut.

Tabel 3. *Cash Ratio*

Triwulan	2020	2021	2022
I	2,7%	1,8%	1,9%
II	2,1%	1,6%	1,9%

III	1,7%	1,9%	1,8%
IV	2,4%	2,0%	2,0%

Berdasarkan tabel, *cash ratio* PT Bank Mandiri (Persero) Tbk dari tahun 2020 hingga 2022 menunjukkan fluktuasi. Pada triwulan I tahun 2020, *cash ratio* mencapai 2,7%, turun drastis menjadi 1,8% di tahun 2021, dan sedikit meningkat menjadi 1,9% di tahun 2022. Di triwulan II tahun 2020, *cash ratio* mencapai 2,1%, kemudian turun menjadi 1,6% di tahun 2021, dan kembali naik menjadi 1,9% di tahun 2022. Peningkatan konsisten terlihat pada triwulan III, dengan *cash ratio* mencapai 1,7% di tahun 2020, meningkat menjadi 1,9% di tahun 2021, dan tetap stabil di level tersebut di tahun 2022. Di triwulan IV, *cash ratio* sedikit meningkat menjadi 2,4% di tahun 2020, dan kemudian menurun menjadi 2,0% di tahun 2021 dan 2022.



Gambar 3. *Cash ratio* per-triwulan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk dari 2020 hingga 2022

Grafik *cash ratio* per-triwulan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk dari 2020 hingga 2022 menunjukkan fluktuasi signifikan, mencerminkan tantangan likuiditas selama masa Covid-19. Meskipun turun tajam pada 2021, ada sedikit peningkatan pada 2022 setelah langkah restrukturisasi keuangan. Respons yang konsisten menunjukkan upaya perusahaan dalam mengelola risiko dan menjaga stabilitas keuangan di tengah ketidakpastian pasar.

Tabel 4. Rasio Profitabilitas (*Return on Asset*)

Triwulan	2020	2021	2022
I	0,79%	0,55%	0,79%
II	1,02%	1,13%	1,55%
III	1,34%	1,67%	2,29%
IV	1,63%	2,22%	2,83%

Berdasarkan tabel, *return on asset* PT Bank Mandiri (Persero) Tbk dari tahun 2020 hingga 2022 menunjukkan peningkatan yang signifikan. Pada triwulan I tahun 2020, *return on asset* mencapai 0,79%, meningkat menjadi 0,55% pada tahun 2021, dan kembali meningkat menjadi 0,79% pada tahun 2022. Di triwulan II, *return on asset* naik dari 1,02% di tahun 2020 menjadi 1,13% di tahun 2021, dan lebih lanjut meningkat menjadi 1,55% di tahun 2022. Pada

triwulan III, *return on asset* meningkat dari 1,34% di tahun 2020 menjadi 1,67% di tahun 2021, dan kembali meningkat menjadi 2,29% di tahun 2022. Di triwulan IV, *return on asset* meningkat dari 1,63% di tahun 2020 menjadi 2,22% di tahun 2021, dan lebih lanjut meningkat menjadi 2,83% di tahun 2022.



Gambar 4. *Return on asset* per-triwulan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk dari tahun 2020-2022

Grafik *return on asset* per-triwulan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk dari tahun 2020 hingga 2022 menunjukkan fluktuasi signifikan. Meskipun ada penurunan pada 2021, PT Bank Mandiri (Persero) Tbk berhasil memperbaiki *return on assets*-nya pada 2022. Peningkatan ini mencerminkan adaptasi perusahaan terhadap kondisi pasar yang berubah dan upaya untuk memaksimalkan efisiensi operasional. Respons yang konsisten menunjukkan kemampuan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk dalam mengelola risiko dan memanfaatkan peluang pertumbuhan. Meskipun demikian, fluktuasi ini juga dipengaruhi oleh faktor eksternal, sehingga pemantauan kinerja keuangan perusahaan tetap penting untuk pertumbuhan yang berkelanjutan.

Tabel 5. *Return on Equity*

Triwulan	2020	2021	2022
I	3,11%	1,87%	2,76%
II	3,98%	3,70%	5,45%
III	5,30%	5,51%	8,07%
IV	6,35%	7,66%	10,02%

Berdasarkan tabel, *return on equity* PT Bank Mandiri (Persero) Tbk dari 2020 hingga 2022 mengalami fluktuasi yang signifikan. Pada triwulan I tahun 2020, mencapai 3,11%, kemudian turun menjadi 1,87% pada tahun 2021, sebelum meningkat kembali menjadi 2,76% pada tahun 2022. Pada triwulan II, terjadi peningkatan dari 3,98% pada tahun 2020, sedikit turun menjadi 3,70% pada tahun 2021, namun melonjak tajam menjadi 5,45% pada tahun 2022. Di triwulan III, mencapai 5,30% pada tahun 2020, sedikit naik menjadi 5,51% pada tahun 2021, dan kemudian melonjak menjadi 8,07% pada tahun 2022. Di triwulan IV, dari 6,35% pada tahun

2020, naik menjadi 7,66% pada tahun 2021, dan melonjak tajam menjadi 10,02% pada tahun 2022.



Gambar 5. *Return on equity* per-triwulan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk dari 2020-2022

Grafik *return on equity* per-triwulan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk dari 2020 hingga 2022 menunjukkan fluktuasi signifikan, khususnya terkait dengan dampak Covid-19. Penurunan tajam pada 2021 disebabkan oleh pembatasan bisnis dan ketidakpastian pasar, namun terjadi pemulihan pada 2022. Peningkatan yang konsisten dalam *return on equity* di semua triwulan mencerminkan efektivitas strategi PT Bank Mandiri (Persero) Tbk dalam menghasilkan laba di tengah pasar yang sulit. Meskipun fluktuasi, kinerja yang solid menunjukkan stabilitas dan adaptabilitas perusahaan, memberikan keyakinan kepada investor.

Tabel 6. *Net Profit Margin*

Triwulan	2020	2021	2022
I	49,96%	36,22%	51,71%
II	35,44%	37,91%	51,02%
III	33,27%	38,53%	50,72%
IV	30,41%	40,82%	49,74%

Berdasarkan tabel, *net profit margin* PT Bank Mandiri (Persero) Tbk mengalami fluktuasi per-triwulan dari tahun 2020 hingga 2022. Pada triwulan I 2020, mencapai 49,96%, kemudian turun tajam menjadi 36,22% di 2021, lalu naik kembali ke 51,71% di 2022. Di triwulan II, dari 35,44% tahun 2020 naik menjadi 37,91% pada tahun 2021 dan kemudian melonjak ke 51,02% di 2022. Di triwulan III 2020, dari 33,27% naik ke 38,53% di 2021 dan kembali naik ke 50,72% di 2022. Di triwulan IV, dari 30,41% tahun 2020 naik ke 40,82% pada tahun 2021 dan turun menjadi 49,74% di 2022.



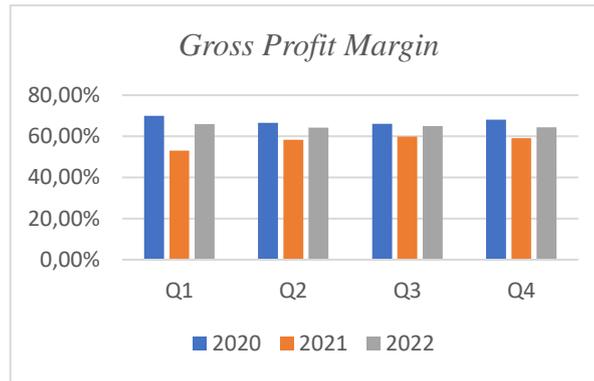
Gambar 6. *Net profit margin* per-triwulan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk dari 2020-2022

Grafik tersebut menunjukkan fluktuasi signifikan pada *net profit margin* per-triwulan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk dari 2020 hingga 2022, yang terpengaruh oleh Covid-19. Penurunan tajam pada 2021 adalah dampak langsung dari pandemi, dengan pembatasan operasional dan penurunan permintaan. Namun, terjadi pemulihan stabil pada 2022, menunjukkan strategi pemulihan yang efektif. Meskipun fluktuasi, PT Bank Mandiri (Persero) Tbk berhasil mempertahankan profitabilitas yang baik, menunjukkan kemampuannya mengelola kinerja keuangan di tengah ketidakpastian ekonomi.

Tabel 7. *Gross Profit Margin*

Triwulan	2020	2021	2022
I	69,46%	52,99%	65,95%
II	66,60%	58,35%	64,15%
III	66,04%	59,92%	65,01%
IV	68,11%	59,07%	64,36%

Berdasarkan tabel, *gross profit margin* PT Bank Mandiri (Persero) Tbk dari tahun 2020 hingga 2022 menunjukkan variasi. Pada triwulan I tahun 2020, mencapai 69,46%, menurun menjadi 52,99% di tahun 2021, dan meningkat menjadi 65,95% di tahun 2022. Namun, pada triwulan II tahun 2020, mencapai di 66,60%, turun menjadi 58,35% di tahun 2021, dan meningkat menjadi 64,15% di tahun 2022. Pada triwulan III tahun 2020, mencapai 66,04%, turun menjadi 59,92% di tahun 2021, dan kembali naik menjadi 65,01% di tahun 2022. Sedangkan pada triwulan IV tahun 2020, sebesar 68,11%, mengalami penurunan menjadi 59,07% di tahun 2021, dan kembali meningkat menjadi 64,36% di tahun 2022.



Gambar 7. *Gross profit margin* PT Bank Mandiri (Persero) Tbk dari 2020-2022

Grafik *gross profit margin* PT Bank Mandiri (Persero) Tbk dari 2020 hingga 2022 menunjukkan fluktuasi signifikan terkait dengan dampak Covid-19. Penurunan tajam pada 2021 disebabkan oleh gangguan pasokan dan biaya produksi yang meningkat. Namun, terjadi pemulihan stabil pada 2022, menandakan adaptasi dan peningkatan efisiensi operasional. Meskipun fluktuasi, PT Bank Mandiri (Persero) Tbk berhasil meningkatkan efisiensi operasional dan pendapatan, menunjukkan ketahanan dan kemampuan dalam mengelola kinerja keuangan di tengah tantangan yang terus berlanjut.

Tabel 8. Rasio Solvabilitas (*Debt to Aset Ratio*)

Triwulan	2020	2021	2022
I	80,3%	78,0%	77,3%
II	80,5%	76,6%	77,3%
III	80,7%	76,7%	77,4%
IV	80,5%	76,9%	77,5%

Berdasarkan tabel, *debt to assets ratio* PT Bank Mandiri (Persero) Tbk dari tahun 2020 hingga 2022. Pada triwulan I tahun 2020, mencapai 80,3%, menurun menjadi 78,0% di tahun 2021, dan menurun kembali menjadi 77,3% di tahun 2022. Namun, pada triwulan II tahun 2020, mencapai di 80,5%, turun menjadi 76,6% di tahun 2021, dan meningkat menjadi 77,3% di tahun 2022. Pada triwulan III tahun 2020, mencapai 80,7%, turun menjadi 76,7% di tahun 2021, dan kembali naik menjadi 77,4% di tahun 2022. Sedangkan pada triwulan IV tahun 2020, sebesar 80,5%, mengalami penurunan menjadi 76,9% di tahun 2021, dan kembali meningkat menjadi 77,5% di tahun 2022.



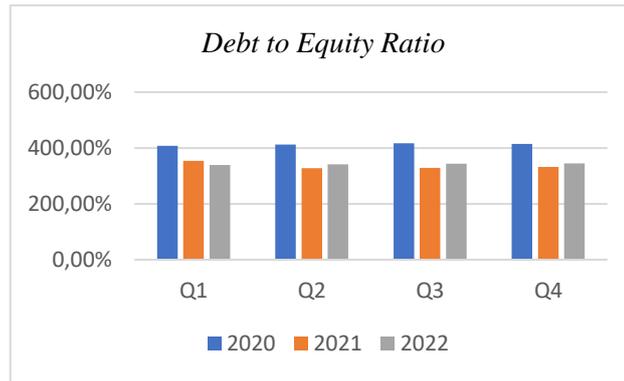
Gambar 8. *Debt to assets ratio* per-triwulan PT Bank Mandiri Tbk dari tahun 2020-2022

Grafik *debt to assets ratio* per-triwulan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk dari tahun 2020 hingga 2022 menunjukkan fluktuasi yang signifikan, terkait dengan berbagai dampak dari Covid-19. Penurunan yang teramati pada tahun 2021 mungkin disebabkan oleh strategi pengelolaan utang perusahaan dalam menghadapi ketidakpastian ekonomi, termasuk restrukturisasi hutang dan pengendalian biaya. Meskipun terjadi fluktuasi, konsistensi pada tahun 2022 menunjukkan kesadaran PT Bank Mandiri (Persero) Tbk akan pentingnya mengelola utang dengan bijak. Namun, perlu perhatian lebih lanjut terhadap ketergantungan pada utang dalam strategi keuangan jangka panjang perusahaan.

Tabel 9. *Debt to Equity Ratio*

Triwulan	2020	2021	2022
I	408,1%	354,1%	339,6%
II	412,2%	327,3%	341,2%
III	416,8%	328,8%	343,4%
IV	414,0%	332,5%	344,3%

Berdasarkan tabel, *debt to equity ratio* PT Bank Mandiri (Persero) Tbk dari tahun 2020 hingga 2022. Pada triwulan I tahun 2020, mencapai 408,1%, mengalami penurunan drastis menjadi 354,1% di tahun 2021, terus turun menjadi 339,6% di tahun 2022. Namun, pada triwulan II tahun 2020, mencapai di 412,2%, mengalami penurunan kembali menjadi 327,3% di tahun 2021, dan meningkat menjadi 341,2% di tahun 2022. Pada triwulan III tahun 2020, mencapai 416,8%, turun menjadi 328,8% di tahun 2021, dan kembali naik menjadi 343,4% di tahun 2022. Sedangkan pada triwulan IV tahun 2020, sebesar 414,0%, mengalami penurunan menjadi 332,5% di tahun 2021, dan kembali meningkat menjadi 344,3% di tahun 2022.



Gambar 9. *Debt to equity ratio* per-triwulan PT Bank Mandiri Tbk dari tahun 2020-2022

Grafik *debt to equity ratio* per-triwulan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk dari tahun 2020 hingga 2022 menunjukkan fluktuasi yang signifikan dalam struktur modal perusahaan, yang secara tidak langsung terkait dengan dampak Covid-19. Penurunan yang teramati pada tahun 2021 mungkin disebabkan oleh upaya perusahaan dalam mengurangi risiko keuangan selama masa ketidakpastian ekonomi yang diakibatkan oleh pandemi tersebut. Meskipun terjadi fluktuasi, PT Bank Mandiri (Persero) Tbk terus berupaya untuk mengelola utang dengan bijak, seperti yang tercermin dalam penurunan *debt to equity ratio* pada tahun 2021. Namun, stabilnya rasio tersebut pada tahun 2022 menunjukkan bahwa perusahaan masih mempertahankan tingkat leverage yang tinggi, mengindikasikan tantangan yang terus berlanjut dalam pengelolaan keuangan di tengah lingkungan ekonomi yang kompleks

SIMPULAN

Dari hasil analisis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa kinerja keuangan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk, dilihat dari rasio likuiditas, profitabilitas, dan solvabilitas, menunjukkan fluktuasi sepanjang periode 2020-2022 yang dipengaruhi oleh dampak Covid-19. Penurunan likuiditas pada beberapa triwulan tahun 2021 mencerminkan tantangan akibat penurunan pendapatan dan ketidakpastian pasar, namun adanya peningkatan atau stabilisasi pada tahun 2022 menunjukkan upaya perusahaan dalam mengatasi dampak tersebut. Hal serupa terjadi dalam rasio profitabilitas, di mana meskipun terjadi penurunan, terlihat tanda-tanda pemulihan pada tahun 2022. Di sisi lain, penurunan rasio solvabilitas menunjukkan langkah-langkah efektif perusahaan dalam mengelola risiko dan meningkatkan ketahanan dalam kondisi ekonomi yang tidak stabil, termasuk pengurangan ketergantungan pada hutang dan peningkatan modal sendiri. PT Bank Mandiri (Persero) Tbk perlu terus memantau dan mengevaluasi manajemen arus kasnya serta melakukan langkah-langkah strategis untuk memperbaiki kinerja keuangan di masa mendatang.

DAFTAR RUJUKAN

- Ali Hartawan, Nisa' Ulul Mafra, & Heryati. (2021). Pengaruh Budaya Kerja dan Kemampuan Terhadap Komitmen Pegawai Dinas Kesehatan Kabupaten Empat Lawang. *Jurnal Manivestasi*, 3, 146–155. <https://doi.org/10.31851/jmanivestasi.v3i2.7376>
- Indonesia, C. (2021). *Laba Bank Mandiri Turun Jadi Rp17,11 T di 2020*. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20210128162845-78-599630/laba-bank-mandiri-turun-jadi-rp1711-t-di-2020>
- Khairani, D., Utami, T. W., & Hardana, A. (2023). Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di BEI pada Masa Pandemi Covid-19. *Jaksya: Jurnal Akuntansi Syariah*, 1(1), 16–22. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/7469>
- Mertha, J. I. M. L. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Anak Hebat Indonesia. <https://www.anakhebatindonesia.com/metode-penelitian-kuantitatif-dan-kualitatif-teori-penerapan-dan-riset-nyata.html>
- Ngau, S. M. P., Gaffar, & Gaffar, M. I. (2022). Analisis Perkembangan Kinerja Keuangan Pada PT. Darmi Bersaudara Tbk., yang Go-Public di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi*, 1(2), 116–127. <https://doi.org/10.37479/jamak.v1i2.35>
- Nurman. (2023). *SEIKO : Journal of Management & Business Analisis Kinerja Keuangan Pt Pt. Bank Mandiri (Persero) Tbk (Persero) Tbk Sebelum Dan Setelah Pandemi Covid-19*. 6(1), 357–365. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3736>
- Padli, H., & -, K. (2021). Peluang dan Tantangan Bank Syariah di Masa Pandemi Covid 19. *ILTIZAM Journal of Shariah Economics Research*, 5(2), 146–156. <https://doi.org/10.30631/iltizam.v5i2.810>
- Saputri, Y. (2018). Analisis Kinerja Keuangan Berdasarkan Rasio Likuiditas Dan Profitabilitas Serta Solvabilitas Pada Pt Bina Karya Nuansa Sejahtera Di Samarinda. *Jurnal Ilmu Akuntansi Mulawarman (JIAM)*, 3(4), 1–10. <https://doi.org/10.29264/jiam.v3i4.3276>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1543971>



Dampak Tingkat Pendidikan terhadap Kemiskinan di Sumatera Utara Tahun 2017-2021

Rey Septanislaus Togatorop^{1*}, Maysri Handayani Putri Sinaga², Nazwa Aulia Putri³,
Roihanah Hafifah⁴, Azra Lena Nuraina⁵

rey.s.t.7233210047@mhs.unimed.ac.id^{1*}, maysri.7233210041@mhs.unimed.ac.id²,
nazwauliap.7232510006@mhs.unimed.ac.id³, hanah.7233510006@mhs.unimed.ac.id⁴,
azralena.7231210012@mhs.unimed.ac.id⁵

^{1,2,3,4,5}Program Studi Manajemen

^{1,2,3,4,5}Universitas Negeri Medan

Received: 18 04 2024. Revised: 19 05 2024. Accepted: 29 05 2024.

Abstract : This research aims to investigate the relationship between education level and poverty level in North Sumatra during the 2017-2021 period. The data used was sourced from the Central Statistics Agency (BPS) and analyzed using the linear regression method via the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) software. The research sample includes secondary data that records education levels and poverty levels in North Sumatra. The results of the analysis show that there is a significant relationship between the level of education and the level of poverty in the region.

Keywords : Education, Poverty, Macroeconomics, North Sumatra, Influence.

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki hubungan antara tingkat pendidikan dan tingkat kemiskinan di Sumatera Utara selama periode 2017-2021. Data yang digunakan bersumber dari Badan Pusat Statistik (BPS) dan dianalisis menggunakan metode regresi linier melalui perangkat lunak Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). Sampel penelitian mencakup data sekunder yang mencatat tingkat pendidikan dan tingkat kemiskinan di Sumatera Utara. Hasil analisis menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara tingkat pendidikan dan tingkat kemiskinan di wilayah tersebut.

Kata Kunci : Pendidikan, Kemiskinan, Ekonomi Makro, Sumatera Utara, Pengaruh.

PENDAHULUAN

Tingkat pendidikan masyarakat yang rendah sering kali terkait dengan peningkatan angka pengangguran, yang pada gilirannya dapat memperburuk masalah kemiskinan karena kesulitan memenuhi kebutuhan sehari-hari. Faktor-faktor seperti ketidakadilan sosial, kurangnya keberuntungan, dan warisan dari generasi sebelumnya sering menjadi penyebab kurangnya tingkat pendidikan. Penelitian oleh Basri dan Munandar (2009) menyoroti perlunya

memahami akar permasalahan ekonomi untuk mengatasi hambatan-hambatan ini. Hal ini juga didukung oleh pendapat Todaro (2003), yang menyatakan bahwa pendidikan memiliki dampak signifikan terhadap tingkat kemiskinan. Pendapat ini diperkuat oleh Becker (1975), yang menganggap pendidikan sebagai modal manusia yang penting dalam meningkatkan keterampilan, produktivitas, dan mengurangi kemiskinan. Sumarsono (2009) menegaskan bahwa pendidikan merupakan upaya berkelanjutan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan individu, sementara program 12 tahun wajib belajar menjadi salah satu langkah penting dalam mendukung pendidikan di Indonesia. Namun, penelitian oleh Njong (2010) menyoroti bahwa durasi pendidikan yang lebih panjang, terutama bagi perempuan, dapat memberikan dampak positif yang lebih besar dalam mengurangi kemiskinan.

Sumarsono (2009) menjelaskan bahwa pendidikan merupakan upaya terus-menerus untuk meningkatkan pengetahuan, kapasitas, akhlak, keterampilan, dan independensi individu. Analisis antara laki-laki dan perempuan menunjukkan bahwa durasi pendidikan laki-laki memiliki pengaruh lebih besar dalam konteks gender. Pendidikan terbagi menjadi beberapa tingkatan yang berlangsung dalam jangka waktu yang panjang sesuai dengan usia dan perkembangan peserta didik. Di Indonesia, terdapat jalur pendidikan dari SD dan SMP sampai dengan SMA dan SMK membantu mengembangkan kemampuan, moral, dan nilai-nilai yang berguna untuk langkah selanjutnya. Sementara pendidikan tinggi memiliki berbagai jenjang seperti Sarjana, Magister, diploma, hingga gelar spesialis dan doktor, memberikan kesempatan untuk pengembangan pengetahuan dan karier di masa depan. Pendidikan tinggi berfokus pada tingkat kemampuan yang tinggi dan profesional, serta mampu menciptakan inovasi dan ilmu pengetahuan baru untuk masyarakat global. Petunjuk kunci keberhasilan sistem Indikator pendidikan di Indonesia ialah Angka Partisipasi Sekolah (APS).

Data dari BPS menyatakan bahwa APS mencerminkan persentase peserta didik pada usia tertentu yang terlibat dalam program pendidikan tertentu. APS penting sebagai indikator untuk menilai perkembangan sistem pendidikan di wilayah-wilayah berbeda, baik dalam konteks perkotaan maupun perdesaan. Angka Partisipasi Sekolah (APS) merupakan tolok ukur yang digunakan untuk mengukur kemajuan pendidikan, dengan mengindikasikan persentase populasi usia sekolah yang sedang mengikuti pendidikan dibandingkan dengan populasi total usia sekolah (16-18 tahun). Pemerintah, baik di tingkat nasional maupun daerah/kota, menggunakan APS sebagai acuan dalam mengevaluasi sistem pendidikan. Analisis juga menunjukkan bahwa pendidikan tinggi memberikan kesempatan untuk pengembangan karier

dan pengetahuan yang lebih luas, dengan angka partisipasi sekolah (APS) menjadi indikator penting dalam mengevaluasi kemajuan sistem pendidikan di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Studi ini menggunakan data sekunder dari BPS Sumatera Utara pada rentang waktu antara tahun 2017 dan 2021. Data tersebut dianalisis untuk menyelidiki hubungan antara tingkat pendidikan dan tingkat kemiskinan di provinsi tersebut. Variabel yang menjadi fokus penelitian adalah tingkat kemiskinan, yang diukur melalui persentase populasi yang hidup dalam kondisi miskin di Sumatera Utara selama periode 2017-2021. Data persentase penduduk miskin diperoleh dari BPS, dan batas garis kemiskinan yang ditetapkan oleh BPS digunakan untuk mengkategorikan individu sebagai miskin.

Sementara itu, variabel yang tidak memengaruhi penelitian ini adalah pendidikan, yang diukur melalui tingkat partisipasi penduduk Sumatera Utara dalam pendidikan selama rentang waktu tersebut. Data pendidikan diperoleh dari BPS dan dihitung berdasarkan jumlah partisipasi penduduk dalam kegiatan pendidikan di Sumatera Utara selama periode tersebut. Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif dan menggunakan regresi linear sederhana dalam analisis data untuk mengeksplorasi korelasi antara variabel pendidikan dan variabel kemiskinan. Diharapkan bahwa hasil analisis yang disajikan akan memberikan pemahaman yang berharga bagi pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya dalam merumuskan kebijakan yang efektif untuk mengatasi tingkat kemiskinan di Sumatera Utara.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis data menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara tingkat pendidikan dan tingkat kemiskinan di Sumatera Utara selama periode 2017-2021. Data yang dikumpulkan dari BPS Sumatera Utara menunjukkan pola yang konsisten: semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, semakin rendah tingkat kemiskinan yang dialami. Pada analisis statistik, terlihat bahwa terjadi penurunan proporsional jumlah penduduk miskin seiring dengan peningkatan partisipasi dalam pendidikan di provinsi tersebut. Tingkat pendidikan yang lebih tinggi sering kali berkorelasi dengan akses yang lebih baik terhadap kesempatan kerja yang layak dan berpenghasilan, serta kemampuan untuk mengelola risiko ekonomi. Penyebab dari hubungan antara pendidikan dan kemiskinan dapat sangat kompleks. Namun, beberapa faktor mungkin memainkan peran penting. Pertama, pendidikan dapat membuka pintu akses ke kesempatan kerja yang lebih baik.

Individu dengan pendidikan yang lebih tinggi cenderung memiliki keterampilan dan pengetahuan yang lebih baik, yang membuat mereka lebih dihargai di pasar tenaga kerja. Kedua, pendidikan juga dapat memengaruhi pola konsumsi dan pengeluaran individu dan keluarga. Orang-orang dengan pendidikan yang lebih tinggi cenderung memiliki kesadaran yang lebih baik tentang kesehatan dan gizi, serta kemampuan untuk membuat keputusan yang lebih baik terkait dengan manajemen keuangan dan investasi jangka panjang. Selain itu, perubahan perilaku juga dapat terjadi seiring dengan pendidikan yang lebih tinggi. Individu dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi cenderung memiliki pola pikir yang lebih progresif dan terbuka terhadap inovasi, yang dapat membantu mereka menghadapi tantangan ekonomi dengan lebih baik. Meskipun demikian, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Data sekunder yang digunakan mungkin memiliki keterbatasan dalam hal keakuratan dan ketepatan waktu. Selain itu, analisis kuantitatif yang digunakan mungkin tidak mampu menangkap semua nuansa kompleksitas hubungan antara pendidikan dan kemiskinan.

Hasil ini memberikan implikasi yang signifikan. Pemerintah dan pemangku kepentingan terkait perlu mengakui pentingnya investasi dalam pendidikan sebagai salah satu strategi kunci untuk mengurangi tingkat kemiskinan di Sumatera Utara. Langkah-langkah konkret seperti peningkatan akses pendidikan, peningkatan kualitas pendidikan, dan peningkatan dukungan untuk pendidikan masyarakat rentan dapat menjadi bagian dari solusi yang komprehensif dalam menghadapi tantangan kemiskinan. Secara keseluruhan, hasil ini memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang kompleksitas hubungan antara pendidikan dan kemiskinan di Sumatera Utara. Namun, penelitian lanjutan dan upaya kolaboratif antara berbagai pemangku kepentingan masih diperlukan untuk mengembangkan strategi yang efektif dalam mengurangi kemiskinan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan di wilayah ini. Data Studi dari Badan Pusat Statistik untuk periode 2017-2021 disajikan di bawah ini :

Tabel 1. Data Jumlah Orang Miskin di DKI Jakarta Tahun 2017-2021

Tahun	Jumlah Penduduk Miskin per September
2017	1.508.140
2018	1.356.720
2019	1.326.570
2020	1.273.070
2021	1.260.500

Dari data yang tertera, terlihat bahwa batas kemiskinan per orang per bulan di Sumatera Utara adalah sebesar Rp. 467.826, yang menunjukkan bahwa individu dengan pendapatan di atas nilai tersebut tidak dianggap sebagai penduduk miskin.

Tabel 2. Data Tingkat Pendidikan Penduduk di Sumatera Utara Tahun 2017-2021

Tahun	Tingkat Pendidikan	Angka Partisipasi Murni (APM)
2017	SD/MI	97.220
	SMP/MTS	79.120
	SMA/MA	67.050
2018	SD/MI	97.630
	SMP/MTS	82.250
	SMA/MA	69.270
2019	SD/MI	97.670
	SMP/MTS	83.260
	SMA/MA	72.530
2020	SD/MI	97.720
	SMP/MTS	85.560
	SMA/MA	77.990
2021	SD/MI	98.010
	SMP/MTS	86.620
	SMA/MA	78.530

Analisis Data Penelitian SD. Data Tingkat Pendidikan Penduduk di Sumatera Utara selama periode 2017-2021 menunjukkan tren peningkatan angka partisipasi murni (APM) pada setiap tingkat pendidikan. Pada tahun 2017, tingkat partisipasi tertinggi tercatat pada SD/MI dengan APM sebesar 97.220, diikuti oleh SMP/MTS (79.120) dan SMA/MA (67.050). Namun, dari tahun ke tahun, terjadi peningkatan yang signifikan pada tingkat partisipasi pendidikan di semua tingkatan. Pada tahun 2021, APM tertinggi tercatat pada SD/MI dengan nilai 98.010, diikuti oleh SMP/MTS (86.620) dan SMA/MA (78.530). Ini menunjukkan adanya upaya yang berkelanjutan dalam meningkatkan akses dan partisipasi pendidikan di Sumatera Utara selama periode tersebut.

Tabel 3. Analisis Data Penelitian SD

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.946 ^a	.894	.859	37315.061

a. Predictors: (Constant), Pendidikan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	35228616455	1	35228616455	25.300	.015 ^b
	Residual	4177241345.0	3	1392413781.7		
	Total	39405857800	4			

a. Dependent Variable: Kemiskinan

b. Predictors: (Constant), Pendidikan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	33734882.870	6439426.622		5.239	.014
	Pendidikan	-331.694	65.944	-.946	-5.030	.015

a. Dependent Variable: Kemiskinan

Tabel 4. Analisis Data Penelitian SMP

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.972 ^a	.945	.927	26852.056

a. Predictors: (Constant), PENDIDIKAN

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	37242759091	1	37242759091	51.652	.006 ^b
	Residual	2163098708.6	3	721032902.85		
	Total	39405857800	4			

a. Dependent Variable: KEMISKINAN

b. Predictors: (Constant), PENDIDIKAN

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4076517.118	380256.998		10.720	.002
	PENDIDIKAN	-32.767	4.559	-.972	-7.187	.006

a. Dependent Variable: KEMISKINAN

Tabel 5. Analisis Data Penelitian SMA

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.901 ^a	.811	.748	49801.001

a. Predictors: (Constant), Pendidikan

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	2620056.454	355860.161		7.363	.005
	Pendidikan	-17.449	4.860	-.901	-3.590	.037

a. Dependent Variable: Kemiskinan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	31965438807	1	31965438807	12.889	.037 ^b
	Residual	7440418993.3	3	2480139664.4		
	Total	39405857800	4			

a. Dependent Variable: Kemiskinan

b. Predictors: (Constant), Pendidikan

Analisis data hubungan yang kuat antara tingkat pendidikan dan tingkat kemiskinan di Sumatera Utara, dengan nilai signifikansi kurang dari 0.05 dalam analisis menggunakan perangkat lunak SPSS. Pada tabel model summary, nilai R-squared mengindikasikan seberapa besar variasi kemiskinan yang dapat dijelaskan oleh pendidikan, di mana jika nilai tersebut melebihi 50%, Ditemukan pengaruh signifikan pada hubungan antara tingkat pendidikan dan level kemiskinan di Sumatera Utara dari tahun 2017-2021, dengan nilai R-squared yang signifikan untuk SD, SMP, dan SMA masing-masing sebesar 89%, 94%, dan 81%.

Hasil ini sejalan dengan studi sebelumnya yang mengindikasikan bahwa tingkat pendidikan berpengaruh pada jumlah individu yang berada dalam kondisi kemiskinan (Susanto R., 2019). Temuan ini juga mendukung gagasan Bloom (2006) tentang peran penting pendidikan dalam mengurangi kemiskinan. Serta, pandangan Arsyad (2010) yang menegaskan bahwa investasi dalam pendidikan dapat mengurangi angka kemiskinan secara signifikan. Selain itu, hasil penelitian ini sesuai dengan pandangan Dejanvry dan Sadoulet yang disampaikan dalam Kokila (2000) mengenai kontribusi pendidikan dalam mereduksi kesenjangan sosial dan kemiskinan, termasuk dalam meningkatkan produktivitas serta peluang kerja bagi individu miskin.

SIMPULAN

Kemiskinan di Sumatera Utara dalam rentang waktu 2017-2021 ternyata dipengaruhi oleh tingkat pendidikan. Pendidikan yang lebih tinggi mendukung akses pekerjaan yang lebih baik, meningkatkan pendapatan, dan akhirnya membantu mengurangi tingkat kemiskinan.

Penelitian telah menyoroti pentingnya pendidikan dalam meningkatkan kesejahteraan individu dan hubungannya yang positif dengan distribusi pendapatan individu. Studi ini menunjukkan hubungan antara level pendidikan yang lebih tinggi dengan tingkat kemiskinan yang lebih rendah. Meski tetap menjadi permasalahan utama, kemiskinan di Sumatera Utara ditanggapi serius dengan pendidikan memiliki peran kunci dalam menanggulangi permasalahan ini. Data penelitian diperoleh dari BPS Provinsi Sumatera Utara. Sistem pendidikan Indonesia mencakup tiga jenis yaitu formal, nonformal, dan informal. Kemiskinan disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk pendapatan rendah, produktivitas buruk, dan variabel lainnya. Sehingga, langkah-langkah perlu diambil untuk meningkatkan standar hidup dan mengurangi tingkat kemiskinan di Sumatera Utara dalam periode 2017-2021, termasuk peningkatan pendanaan pendidikan, infrastruktur ekonomi, dan akses pelayanan kesehatan. Langkah-langkah ini diharapkan dapat mendukung penurunan tingkat kemiskinan dengan meningkatkan pendidikan dan kesejahteraan masyarakat. Kerjasama antara pemerintah pusat dan daerah dalam merancang kebijakan yang fokus pada pendidikan, kesehatan, dan infrastruktur ekonomi penting untuk mempercepat pengentasan kemiskinan. Evaluasi kebijakan pendidikan yang diterapkan juga diperlukan untuk memastikan efektivitasnya dalam mengurangi kemiskinan, sehingga perubahan yang diperlukan dapat dilakukan demi mencapai tujuan tersebut.

DAFTAR RUJUKAN

- Agung Kurniawan, R. (2018). Pengaruh Pendidikan Dan Pengangguran Terhadap Kemiskinan Di Kota Surabaya Tahun 2007 - 2016. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 6(2).
<https://doi.org/10.26740/jupe.v6n2.p%p>
- Alessandro Tjiabrata, Daisy S.M. Engka, & Wensy F.I. Rompas. (2021). Analisis Pengaruh Pendidikan, Pertumbuhan Ekonomi dan Kesehatan Terhadap Tingkat Kemiskinan Di Sulawesi Utara. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 21(7), 90–101.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jbie/article/view/38122>
- Chairunnisa, N. M. ., & Qintharah, Y. N. (2022). Pengaruh Kesehatan, Tingkat Pendidikan, Dan Upah Minimum Terhadap Kemiskinan Pada Provinsi Jawa Barat Tahun 2019-2020. *Jurnal Penelitian Teori & Terapan Akuntansi (PETA)*, 7(1), 147–161.
<https://doi.org/10.51289/peta.v7i1.530>
- Edyson Susanto, Eny Rochaida, & Yana Ulfah. (2017). Pengaruh inflasi dan pendidikan terhadap pengangguran dan kemiskinan. *Jurnal Feb Unmul*, 13(1), 19–27.
<https://doi.org/10.30872/jinv.v13i1.2435>

- Giovanni, R. (2018). Analisis Pengaruh PDRB, Pengangguran dan Pendidikan Terhadap Tingkat Kemiskinan di Pulau Jawa Tahun 2009-2016. *Economics Development Analysis Journal*, 7(1), 23-31. <https://doi.org/10.15294/edaj.v7i1.21922>
- Iqbal Salsabil, & Westi Riani. (2023). Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi, Tingkat Pendidikan, Kesehatan dan Pertumbuhan Penduduk terhadap Tingkat Kemiskinan. *Jurnal Riset Ilmu Ekonomi Dan Bisnis (JRIEB)*, 3(1), 15–24. <https://doi.org/10.29313/jrieb.v3i1.1886>
- Kusuma Retno, E. (2013). Pengaruh Pendidikan Dan Kemiskinan Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 1(3). <https://doi.org/10.26740/jupe.v1n3.p%p>
- Nabawi, H. (2020). Pengaruh Jumlah Penduduk, Tingkat Pendidikan dan PDRB terhadap Kemiskinan di Kota Malang. *OECONOMICUS Journal of Economics*, 4(2), 104–117. <https://doi.org/10.15642/oje.2020.4.2.104-117>
- Nadia Islami, & Ali Anis. (2019). Pengaruh Upah Minimum Provinsi, Pendidikan Dan Kesehatan Terhadap Kemiskinan Di Indonesia. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Pembangunan*, 1(3), 939–948. <http://dx.doi.org/10.24036/jkep.v1i3.7721>
- Naylal Fithri, & David Kaluge. (2017). Analisis Pengaruh Pengeluaran Pemerintah Sektor Pendidikan Dan Kesehatan Terhadap Kemiskinan Di Jawa Timur. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 15(2). <https://doi.org/10.22219/jep.v15i2.5360>
- Nila Isroviyah. (2022). Analisis Pengaruh Pendidikan Dan Kesehatan Terhadap Kemiskinan Di Indonesia Tahun 2016-2020. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2). <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/8146>
- Rahman, A., & Alamsyah, M. F. (2019). Pengaruh Pendidikan, Pendapatan dan Konsumsi Terhadap Kemiskinan Masyarakat Migran Di Kota Makassar. *EcceS: Economics Social and Development Studies*, 6(1), 111-129. <https://doi.org/10.24252/ecc.v6i1.9546>
- Ravi Dwi Wijayanto. (2010). Analisis Pengaruh Pendidikan Dan Kesehatan Terhadap Kemiskinan Di Indonesia Tahun 2016-2020. <http://eprints.undip.ac.id/23008/>
- Reky Oktavian Fikri, & Agustina Suparyati. (2017). Pengaruh Pendidikan, Kesehatan Dan Gender Terhadap Tingkat Kemiskinan Di Provinsi Nusa Tenggara Timur. *Jurnal Media Ekonomi*, 25(1), 43–56. <https://doi.org/10.25105/me.v25i1.5203>
- Robby Achsyansyah Ishak, Junaidin Zakaria, & M. Arifin. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi, Pendidikan dan Pengangguran Terhadap Tingkat Kemiskinan di Kota

- Makassar. JURNAL ILMU EKONOMI, 3(2), 41–53.
<http://dx.doi.org/10.33096/paradoks.v3i2.463>
- Rudy Susanto, & Indah Pangesti. (2019). Pengaruh Tingkat Pendidikan Terhadap Kemiskinan Di Dki Jakarta. *Journal of Applied Business and Economic*, 5(4), 340–350.
<http://dx.doi.org/10.30998/jabe.v5i4.4183>
- Saudiah. (2023). Analisis Pengaruh Pendidikan, Jumlah Penduduk Dan Pengangguran Terbuka Terhadap Tingkat Kemiskinan Di Provinsi Sumatera Utara. *JURNAL ILMIAH EDUNOMIKA*, 7(1). <http://dx.doi.org/10.29040/jie.v7i1.7505>
- Sri Kuncoro. (2014). Analisis Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi, Tingkat Pengangguran dan Pendidikan Terhadap Tingkat Kemiskinan di Provinsi Jawa Timur Tahun 2009-2011.
<https://eprints.ums.ac.id/31685/>
- Van Indra Wiguna. (2013). Analisis Pengaruh Pdrb, Pendidikan Dan Pengangguran Terhadap Kemiskinan Di Provinsi Jawa Tengah Tahun 2005-2010. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 1–32. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/647>
- Yoga Permana, A., & Arianti, F. (2012). Analisis Pengaruh PDRB, Pengangguran, Pendidikan, Dan Kesehatan Terhadap Kemiskinan Di Jawa Tengah Tahun 2004-2009. *Diponegoro Journal of Economics*, 1(1), 25-32. Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jme/article/view/128>



The Actualization of The Economic Movement: An Approach to The Study of Economic Growth in Indonesia

Rahmat Saleh^{1*}, Nurafifah Wulandari²

rahmat@ep.uad.ac.id^{1*}, nurafifahwulandari96@mail.ugm.ac.id²

¹Program Studi Ekonomi Pembangunan

²Program Studi Magister Sains Akuntansi

¹Universitas Ahmad Dahlan

²Universitas Gadjah Mada

Received: 27 03 2024. Revised: 01 04 2024. Accepted: 31 05 2024.

Abstract : An indication of the success of a country's economic development is important to the attention of various parties. The potential gap in economic growth inequality between regions often occurs, sometimes in line with and sometimes not along with improvements in human development and other financial aspects. The purpose of our research is to identify the effect of Regional Original Revenue (PAD) and Human Development Index (HDI) on economic growth (GRDP). The data used in this study are secondary. The use of secondary data obtained from government agencies in the provincial and national environment, namely the Central Statistics Agency, in the form of panel data before the COVID-19 pandemic from 34 provinces in Indonesia for four years, 136 data observations applying regression analysis with Eviews 25 analysis tools in the form of panel data models pooling least square (PLS) / common effect, random effect and fixed effect. The results found that PAD partially affects GRDP while HDI has no significant effect on economic growth. Even though simultaneously the influence of PAD and HDI on economic growth is 73%, it is indicated by the results of the coefficient of determination R-square.

Keywords : Economic Growth, HDI, PAD.

INTRODUCTION

The Indonesian state, of course, constantly strives to improve the welfare and prosperity of the community. The government takes policy steps to improve welfare and prosperity, including development in various aspects of the field, both in the short and long term. Indicators of success in economic development can be reviewed from various approaches, including increasing Gross National Product (GNP). However, the success of economic growth also requires good integration between sectors in an economic business field (Saleh, 2022). Development is a continuous improvement process in a society or social system to achieve a better life (Goh & Mohd Aznan, 2023) (Tanda & Genc, 2024). Economic development is also a process of planned system change towards improvements whose final orientation is human and socio-economic development. To realize human development, it is

also necessary to have a solid sustainable principle in terms of economic development (Davy & Saleh, 2024). The purpose of economic development, in addition to increasing national income, is also to increase human development, local revenue, and productivity income, which is reflected in the rate of economic growth of a country (Raihan et al., 2023) (Seward et al., 2022).

Economic growth is also a process where there is an increase in productivity or output in the long term (Trojanek et al., 2024) (Suartha, 2018). However, economic growth indicators can be measured using Gross Regional Domestic Product (GRDP) indicators (Mankiw, 2019). However, some indicators that are thought to affect economic growth in a region are also influenced by other aspects such as infrastructure, human resources, regional own-source revenue (PAD), human development index (HDI), and savings or investment. Indonesia's economic growth continues to increase; based on Indonesian statistics, the percentage of poor people by province in Indonesia has decreased from 23.43% to 11.47%. However, the problem of different economic growth between regions still occurs in Indonesia. This is a complex problem because various aspects influence it. The aspects that affect economic growth that are not the same in each region come not only from human aspects but also from natural aspects such as geographical characteristics and natural resource potential (Mohamed Kamal & AboElsoud, 2023). Uneven development between regions in Indonesia can also cause unequal economic growth between one region and another.

According to data from the Central Bureau of Statistics, there are difference in economic growth is indicated by the large contribution of GRDP on the island of Java which is 57.5%, followed by the island of Sumatra 18.06% and the rest of the contribution is in the eastern part of Indonesia based on data from the central statistics agency. The large contribution of GRDP in Java and Sumatra when compared to eastern Indonesia is due to differences in the quantity and quality of resources. It is also suspected that there is a misaligned relationship between indicators such as the rate of economic growth and economic inequality in Indonesia. The social movement that has been maintained to date qualitatively and quantitatively is the Youth Organization Movement (OKP), which is part of the human resources that has an excellent opportunity to guard and become the main subject for the realization of economic growth. However, all are not only measured quantitatively. According to researchers, this condition underlies the importance of studies on analyzing the effect of the Regional Original Revenue and Human Development Index on Economic Growth in Indonesia and the opportunity for the OKP Movement to be part of it.

Based on a study entitled local own-source revenue (PAD) and labor, its effect on GRDP with multiple regression model analysis shows that R^2 is 63.21%. In the t test, the Regional Original Income variable partially affects but is not significant to GRDP, this is indicated by the regression coefficient of Regional Original Income of 2.653006, which means that every 1% increase in Regional Original Income means that GRDP will increase by 2.653% (Ngubane et al., 2023). According to a study entitled the effect of local revenue on GRDP and capital expenditure. The results of the calculation obtained a comparison of the sig value of the variable $0.000 < 0.05$, these results reveal the ability of local governments to implement regional autonomy looks quite good (Baidoo et al., 2023). The study entitled The Elasticity of Local own-source Revenue to Gross Regional Domestic Product (GRDP). This study uses a quantitative descriptive method; the decline in PAD from year to year is quite sensitive to changes in GRDP (Usman, 2023).

According to the study analyzing the effect of local revenue, DAU, and DAK on GRDP. The data shows that with the fixed effect model, the regression results with the Random effect model are known to be more appropriate because the cross-section F probability value in the LM test of 0.0000 is smaller than 0.05. Based on the Chow test results, the cross-section F probability value is smaller than 0.05, so it is concluded that the fixed effect model is more suitable. The random effect model is more appropriate because, based on the cross-section results, the F probability value in the Hausman test of 0.1456 is more significant than alpha 0.05. Simultaneously (F-statistics), all independent variables, such as local revenue, significantly affect GRDP. While the Partial test approach (t-test) shows the coefficient of the regional revenue variable on GRDP is negative -0.066841 with a probability of 0.1315 with a confidence level of 5% and the coefficient of determination shows an R-squared of 0.57, it is understood that 57% of independent variables such as local revenue and two other variables can explain the GRDP variable (Suleman & Ennin, 2024).

Research entitled The Effect of Local Revenue on GRDP and district/city capital expenditure. The data period was 2008-2012, and data analysis techniques used path analysis. The results of the influence of PAD on GRDP show that it is significant. Namely, the ability of local governments to implement regional autonomy is quite reasonable based on the sig value of the PAD variable of 0.000, which is smaller than 0.05 (Suartha, 2018). Based on a study entitled Analysis of the Effect of Local own-source Revenues, Special Autonomy Funds, and Capital Expenditures on Relevant GRDP with a sample of 28 districts and one city. The results of Chow and Hausman regression state that the best model is fixed effect

with a probability of 7877.436 greater than 0.05, which means that it shows that the variable local revenue and the two independent variables are zero, it will increase the Gross Regional Domestic Product by 78777436%. The probability value of 0.0000 is more minor than alpha 0.05, so it is concluded that the fixed effect model is more suitable for use. The t-test results show that the regional own-source revenue variable has a probability of 0.0495 and a coefficient of 0.076579, meaning that PAD significantly positively affects gross domestic product. According to the results of the F test, it shows the F count is more significant than F table, namely $5630.7799507 > 3.37$; it is concluded that all independent variables affect gross domestic product, and based on the results of the R-squared test value, the coefficient of determination is 0.822726, which means that a total of 82.27% of gross regional domestic product can be explained by independent variables and other variables outside the model can explain 17.73% (Anwar et al., 2018).

Based on the background and overview related to economic growth in Indonesia above, the study's central question is whether Regional Original Revenue (PAD) and the Human Development Index (HDI) affect economic growth (GRDP). A study hypothesis is presented to direct the results of the study. This hypothesis will be tested, and the results of this test will be used as input in determining policies to increase economic growth. A *hypothesis* is a statement that is put forward and is still weakly valid. Hypotheses are also seen as temporary conclusions. Based on several studies, regional original revenue positively and significantly affects economic growth in gross regional domestic product. This is also in line with several other studies. So based on the results of some of these studies, there is a hypothesis with H1 = Regional Original Revenue will be influential and significant and a hypothesis with H2 = Human Development Index has a positive and significant effect on Gross Regional Domestic Product.

RESEARCH METHODS

Research methods, The data used in this study are secondary. The use of secondary data is obtained from government agencies in the provincial and national environment, namely, the Central Statistics Agency, seen based on time; the data of this study uses Panel Data data because if the data is a combination of time-series data and cross-section data, it is referred to as panel data (Wooldridge, 2015). This study uses cross-sectional data for 34 provinces because it is national, according to the provinces in Indonesia. Moreover, the time series is determined for the last four years before the pandemic. So, the number of

observations in this study amounted to 136 observations. Then, the data analysis used is panel data regression analysis and uses the Eviews 25 analysis tool.

The element in this study is the dependent variable, the Regional Domestic Product (GRDP), by the province in Indonesia (national). GRDP is used according to 17 business fields and presented in the form of an assessment based on constant prices, which is based on the price of a particular base year, the GRDP (Y) with units of Rupiah (Rp). Meanwhile, the independent variables include aspects of Regional Original Revenue (PAD), which is the revenue obtained by the region, which is levied based on local regulations by statutory regulations for the region concerned in financing activities, and the PAD (X1) with units of Rupiah (Rp). The Human Development Index (HDI) understands how the population can access development outcomes in terms of income, health, education, and so on. The HDI is formed by three basic dimensions, namely longevity and healthy living, knowledge and decent living standards. The HDI (X2) with units of numbers are <60 (low), $60 \leq \text{HDI} < 70$ (medium), $70 \leq \text{HDI} < 80$ (high) and ≥ 80 (very high). The study uses a panel data regression framework in addition to the classical assumption test, there is Pooling Least Square, random effects approach and fixed effects approach.

RESULTS AND DISCUSSION

The determination of the Chow test is indicated by the p-value $< 5\%$, indicating that the Chow test is significant and the appropriate model to apply is the fixed effect approach model, but if the result is $> 5\%$, the Common Effect model is more appropriate to apply.

Table 1. Chow Test Results

Cross-section F	d.f	Prob	Description
1,418909	(33,100)	0.0095	Fixed Effect

The results show that the probability (p-value) on Cross-section F is 0.00 from 1.42. Based on these results, the study applied a fixed effects model. Based on the p-value when $< 5\%$, it is concluded that the Hausman Test is significant and the fixed effects model can be continued. On the other hand, if the p-value $> 5\%$, the random model is more appropriate.

Table 2. Chow Test Results

Cross-section random (chi-sq statistic)	Chi-Sq. d.f	Prob	Description
12,486232	2	0.0019	Fixed Effect

Based on the Hausman test above, the prob value of 0.0019 < 0.05 shows that the model used in this study has a fixed effect, so the Lagrange multiplier (LM) test is not needed.

$$\begin{aligned} \text{LN_PDRB} &= 14,94828 + 0,704083\text{LN_PAD} - 0,031475\text{IPM} \\ t\text{-Statistic} &= (8,453573) (12,18349) (-1,727430) \\ \text{Ajd } R^2 &= 0,730315 \end{aligned}$$

The data above shows the value results with a regression equation of 14.94828, a PAD variable (LN_PAD) of 0.704083, and an HDI variable of -0.031475. Then there is the standard error value of each variable with a total of 1.768280, including the PAD (LN_PAD) variable of 0.057790 and the HDI variable of 0.018221 to conduct a partial significance test carried out by the t-test, which will show the significance of the influence of each independent variable on the dependent variable. The result of the t-critical value is determined based on the degree of freedom level $n-k$, with an error rate or alpha of 5%, then the result is $136 - 3 = 133$ then the $t\text{-table} = 1.65639$. There is $t \text{ count} < t \text{ table}$, it can be understood that H_0 is accepted and H_a is rejected. Based on the results of testing the PAD variable hypothesis (LN_PAD), there is a value of $12.183 >$ a value of 1.656 . It is interpreted that the PAD variable accepts H_A and rejects H_0 , it can be concluded that the PAD variable has a positive and significant effect on GRDP in Indonesia. This is to the findings in the research discussion (Ngubane et al., 2023) (Usman, 2023) (Suleman & Ennin, 2024) (Suartha, 2018) (Anwar et al., 2018), although it is not the same as the findings of the research discussion (Baidoo et al., 2023).

Regional Original Revenue obtained by each region that is levied based on local regulations that run well turns out to be very helpful in fulfilling the needs of the region concerned in financing the activities of the region so that several business sectors also experience an increase, which has an impact on increased economic growth. Government Financial Statistics (PAD) by Province in Indonesia shows that the realization of total provincial government revenue throughout Indonesia continues to increase; it is known that PAD to provincial government revenue from 2016 to 2019 ranged from 40% to 60%, indicating that the independence of provinces in Indonesia in these years is categorized as moderate to high, in line with economic growth (GRDP) by business field experiencing significant growth. A coefficient value of 0.704 indicates a positive coefficient value, which means that each use of PAD 1 rupiah will increase the number of provincial GRDP figures in Indonesia by 0.704 rupiah.

The HDI variable has a t-count value of -1.727 which is smaller than the t-table value of 1.656. Since the HDI variable accepts H_0 and rejects H_A , it can be concluded that the variable. The results of testing the HDI variable hypothesis have a coefficient value of -0.031;

these results indicate a negative coefficient value. Then, it is necessary to do a simultaneous test (F test) known by comparing the value of the F statistic with the F-critical. When the F-statistic value > critical F, it shows that simultaneously, the independent variable affects the dependent variable. How to get F table with df 1 (numerator) = $k - 1 = 3 - 1 = 2$, df 2 (cause) = $n - k = 136 - 3 = 133$ with alpha 0.05 (5%) F table = 3.06.

Table 3. F Test Results

Variabel	F-statistik	F-tabel	Description
PAD	11,44525	3,06	Significant Effect
IPM			

Based on the f test above, it shows that F count > F table, H_0 is rejected, and H_A is accepted. So, it can be concluded that PAD and HDI simultaneously or together significantly affect GRDP by province in Indonesia. Based on the data R^2 shows 0.730315, it means that the independent variables PAD (LN_PAD) and HDI can explain GRDP (LN_PDRB) by 73.03%. The results of the analysis show that local revenue has a significant effect on economic growth by province in Indonesia. So, to increase the growth rate, we provide the following suggestions, even though the HDI aspect has no positive and insignificant effect on GRDP in Indonesia. HDI is an essential indicator in efforts to measure the success of achievements in building the quality of human life. Most provinces in Indonesia are still in the category of moderate HDI achievements and there are even provinces that are in the category of low HDI achievements. Several aspects, such as physical security, political participation, access to technology, freedom of expression, and various other aspects, are included in 3 dimensions: longevity and healthy living, knowledge, and decent living standards.

These indicators in Indonesia still need to be optimized, which is why the Human Development Index does not have a positive and insignificant effect on GRDP in Indonesia. The existence of consistency in the actualization of the Youth Organization Movement, precisely in the scientific and community realms, will be very significant in accelerating the improvement of Indonesia's current and future HDI. The results showed a significant influence of Regional Original Revenue on economic growth, in this case, GRDP, according to provinces in Indonesia. Provincial governments in Indonesia are expected to be able to increase PAD naturally by openly holding collaborative movements with Youth Organizations for optimal utilization of existing regional potential in terms of fiscal, regional levies, the results of blood-owned companies, and management of separated regional assets and other legitimate local revenues. The results of the research study as an alternative for

decision making in economic policy making both in the actualization approach of the Youth Organization Movement in particular.

CONCLUSION

Based on the analysis of economic growth by the province in Indonesia, there are several conclusions, including partial (T-test) PAD having a natural effect on GRDP. In contrast, HDI has no natural effect on economic growth or GRDP by the province in Indonesia. Together or simultaneously (F test) on Regional Original Revenue and the Human Development Index affect economic growth by province in Indonesia. A coefficient of determination or the effect of R² shows that economic growth can be influenced or explained by PAD and HDI in 73.3%.

DAFTAR RUJUKAN

- Anwar, A. R. D., Abdullah, M. F., & Hadi, S. (2018). Analisis Pengaruh Pendapatan Asli Daerah, Dana Otonomi Khusus Dan Belanja Modal Terhadap PDRB Di Kab/Kota Provinsi Papua. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 2, 1–13. <https://doi.org/10.22219/jie.v2i1.6961>
- Baidoo, S. T., Tetteh, B., Boateng, E., & Ayibor, R. E. (2023). Estimating The Impact of Economic Globalization on Economic Growth of Ghana: Wavelet coherence and ARDL analysis. *Research in Globalization*, 7(December), 100183. <https://doi.org/10.1016/j.resglo.2023.100183>
- Davy, L., & Saleh, R. (2024). *Abusers of Land Value Zone Utilization : Study of Special Funds and D. I. Yogyakarta Tourist Visitors*. 3(1), 44–59. <https://doi.org/10.12928/jampe.v3i1.8969>
- Goh, H. H., & Mohd Aznan, M. S. Bin. (2023). The optimal government size and economic growth: A comparative study between Malaysia and South Korea. *Heliyon*, 9(12), e22834. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e22834>
- Khoirudin, R., & Khasanah, U. (2018). Valuasi Ekonomi Objek Wisata Pantai Parangtritis, Bantul Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan Indonesia*, 18(2), 152–166. <https://doi.org/10.21002/jepi.2018.09>
- Kumoro, M. P., & Ariesanti, A. (2017). Potensi Pajak Bumi Dan Bangunan Sektor Perdesaan Dan Perkotaan Kota Yogyakarta Dan Kontribusinya Terhadap Kemandirian Daerah. *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 2(1), 75–90. <https://doi.org/10.23917/reaksi.v2i1.3684>

- Kurniawan, M. L. A., & A'yun, I. Q. (2022). Dynamic Analysis On Export, FDI and Growth in Indonesia: An Autoregressive Distributed Lag (ARDL) Model. *Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura*, 24(3), 350–362. <https://doi.org/10.14414/jebav.v24i3.2717>
- Mankiw, N. G. (2019). MACROECONOMICS. In *Harvard University*.
- Mohamed Kamal, A. L., & AboElsoud, M. E. (2023). Modeling economic growth factors in Egypt: A quantile regression approach. *Heliyon*, 9(2), e13143. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e13143>
- Nasir, M. S., A.K., M. L., Andriyani, N., Wibowo, A. R., & Oktaviani, Y. (2022). Credit Guarantee the National Economic Recovery Program (PEN) for MSMEs: A Case Study of MSMEs for Bank Pembangunan Daerah DIY. *Ekulibrium : Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 17(2), 158–170. <https://doi.org/10.24269/ekulibrium.v17i2.2022.pp158-170>
- Nasir, M. S., Wibowo, A. R., & Yansyah, D. (2021). The Determinants of Economic Growth: Empirical Study of 10 Asia-Pacific Countries. *Signifikan: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 10(1), 149–160. <https://doi.org/10.15408/sjie.v10i1.18752>
- Ngubane, M. Z., Mndebele, S., & Kaseeram, I. (2023). Economic growth, unemployment and poverty: Linear and non-linear evidence from South Africa. *Heliyon*, 9(10), e20267. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e20267>
- Raihan, A., Voumik, L. C., Ridwan, M., Ridzuan, A. R., Jaaffar, A. H., & Yusoff, N. Y. M. (2023). From growth to green: Navigating the complexities of economic development, energy sources, health spending, and carbon emissions in Malaysia. *Energy Reports*, 10(April), 4318–4331. <https://doi.org/10.1016/j.egyr.2023.10.084>
- Saleh, R. (2022). Kajian Determinan Nilai Properti Perumahan (Studi Pada Lampung Selatan: Kecamatan Natar dan Tanjung Bintang). *Manajemen Aset Dan Penilaian*, 2(2), 92–98. <https://doi.org/10.56960/jmap.v2i2.43>
- Seward, W., Qadrdan, M., & Jenkins, N. (2022). Revenue stacking for behind the meter battery storage in energy and ancillary services markets. *Electric Power Systems Research*, 211(September 2021), 108292. <https://doi.org/10.1016/j.epr.2022.108292>
- Suartha, N. (2018). Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi, Migrasi Masuk Terhadap Penduduk dan Alih Fungsi bangunan Penduduk Asli Kota Denpasar. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://dx.doi.org/10.24843/JEKT.2017.v10.i01.p10>

- Suleman, S., & Ennin, G. K. (2024). A Stakeholder's perspective of petroleum revenue management after a decade of upstream exploration and production activities in Ghana. *Social Sciences and Humanities Open*, 9(September 2023), 100809. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2024.100809>
- Tanda, P. A., & Genc, B. (2024). Zimbabwe's mining policy impact on revenue leakages. *Resources Policy*, 91(July 2023), 104884. <https://doi.org/10.1016/j.resourpol.2024.104884>
- Trojanek, R., Gluszak, M., & Trojanek, M. (2024). Public land leases, reforms and (in)stability of municipal revenues in Poland – The case of Poznan city. *Cities*, 148(February), 104877. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2024.104877>
- Usman, K. (2023). The nexus between remittance, exchange rate and economic growth of E7 economies: Frequency domain analysis. *Heliyon*, 9(11), e21554. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e21554>
- Wooldridge, J. M. (2015). Introductory Econometrics 6th Edition. In *Economica* (Vol. 42, Issue 165). www.cengage.com/highered
- Yuniarti, D., & Sukarniati, L. (2021). Penuaan Petani dan Determinan Penambahan Tenaga Kerja di Sektor Pertanian. *Agriekonomika*, 10(1), 38–50. <https://doi.org/10.21107/agriekonomika.v10i1.9789>



Pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Minat Beli Ulang: Peran Keputusan Pembelian

Darma Wijaya^{1*}, Purwatiningsih², Sopyan³, Iwan⁴

darma.dwa@bsi.ac.id, purwatiningsih.pwt@bsi.ac.id, sopyan.syp@bsi.ac.id,

iwan.iwx@nusamandiri.ac.id

^{1,2}Program Studi Manajemen

³Program Studi Teknologi Komputer

⁴Program Studi Sistem Informasi

^{1,2,3}Universitas Bina Sarana Informatika

⁴Universitas Nusa Mandiri

Received: 03 04 2024. Revised: 17 05 2024. Accepted: 06 06 2024.

Abstract : This study aimed to investigate the effects of location and price on repurchase interest in decisions made at Tangerang City's Madura grocery stalls. This study used a descriptive empirical approach by taking an intencional sampling of one hundred Madura grocery stall customers. The data were analyzed using Partial Least Square (PLS) path analysis. The research found that price and location have a major influence on purchasing decisions; In addition, purchasing decisions serve as important mediators in the relationship between price and repurchase interest, as well as location and repurchase interest. The conclusion of this study is that Madurese grocery stalls must maintain strategically affordable prices and locations to drive customers' repurchase decisions and interests. To explore the factors influencing the popularity of Madura grocery stalls, future research may consider factors such as service quality.

Keywords : Price, Location, Repurchase Intention, Purchase Decision.

Abstrak : Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana harga serta lokasi berdampak pada minat beli ulang dalam keputusan pembelian yang dibuat di warung kelontong Madura di Kota Tangerang. Penelitian ini menggunakan pendekatan empiris deskriptif dengan mengambil sampling tidak intencional dari seratus pelanggan warung kelontong Madura. Partial Least Square (PLS) digunakan untuk analisis data. Penelitian ini menemukan bahwa harga dan lokasi memiliki pengaruh besar terhadap keputusan pembelian; selain itu, keputusan pembelian berfungsi sebagai mediator penting dalam hubungan antara harga dan minat beli ulang, serta lokasi dan minat beli ulang. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa warung kelontong Madura harus mempertahankan harga dan lokasi yang terjangkau secara strategis untuk mendorong keputusan dan minat beli ulang pelanggan. Untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang memengaruhi popularitas warung kelontong Madura, penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan faktor seperti kualitas pelayanan.

Kata Kunci : Harga, Lokasi, Keputusan Pembelian, Minat Beli Ulang.

PENDAHULUAN

Produksi lokal untuk konsumsi lokal harus terintegrasi dan melibatkan seluruh pemangku kepentingan, dari hulu ke hilir. Untuk mendapatkan nilai tambah dan daya saing yang kuat, Badan Pangan Nasional (BPN) mendorong pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang bergerak di bidang produk pangan lokal (KPPN TARAKAN, n.d.). Banyak minimarket dan toko modern kini bermunculan di komunitas lokal, menjual barang-barang kebutuhan sehari-hari, namun dengan perbedaan harga yang jauh lebih tinggi daripada warung kelontong. Awalnya, warung kelontong adalah bisnis keluarga kecil yang dimulai dari rumah, namun efeknya warung kelontong telah menjadi kekuatan pendorong tidak hanya untuk ekonomi keluarga, tetapi juga untuk ekonomi nasional. Karena skala usaha yang mini ini, warung dimasukkan ke dalam usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Saat ini banyak bermunculan warung-warung kelontong Madura yang menyebar dengan cepat ke seluruh penjuru kota. Salah satunya adalah kota Tangerang, warung-warung Madura bahkan telah mengepung sebuah jaringan minimarket waralaba bermerek. Menurut survei Euromonitor International tahun 2018, mayoritas orang di Indonesia, Filipina, dan India lebih tertarik berbelanja di toko kelontong. Sebanyak 92% dari nilai pasar ritel, atau 479,3 miliar dolar AS, berasal dari toko kelontong (Dwi Hadya Jayani, 2019).



Gambar 1. Tempat belanja Bahan Makanan Di Indonesia, India dan Filipina

Keputusan pembelian atau bisa disingkat KP adalah sikap konsumen yang menentukan pembelian suatu produk. Beberapa faktor, termasuk harga dan lokasi, memengaruhi KP konsumen. Harga bertindak sebagai penentu karena konsumen yang memutuskan apakah harga suatu produk itu sesuai atau tidak. Pelanggan tidak akan membeli barang jika harganya dianggap lebih tinggi dari nilainya. Konsumen akan membeli barang jika mereka pikir harganya lebih murah daripada nilainya. Harga adalah hal yang paling sensitif bagi konsumen. ini dibuktikan dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Ikhsan Faozi, Harga mempunyai

pengaruh positif yang signifikan terhadap KP, yaitu semakin baik harga maka semakin tinggi pula KP (Faozi & Handayani, 2019).

Lokasi bisnis merupakan faktor penting tambahan yang memengaruhi KP, dimana lokasi usaha yang strategis yang dekat dengan perkotaan, mempengaruhi KP pada konsumen, dengan melihat keterjangkauan, aksesibilitas dan efisiensi (Nurlia, 2021). Minat beli ulang atau bisa disingkat MBU berarti konsumen berencana untuk *repeat order* barang atau jasa tertentu. Pengalaman membeli barang atau suatu jasa tertentu dapat membuat konsumen melakukan pembelian ulang. Berdasarkan beberapa faktor di atas. persepsi harga dan lokasi mempengaruhi MBU konsumen. Kepuasan konsumen mempengaruhi minat konsumen untuk membeli ulang. Jika hal ini terjadi, manajer harus lebih memperhatikan faktor kepuasan konsumen karena penentuan kesediaan membeli ulang tergantung pada kepuasan konsumen terhadap faktor tersebut. Karena keputusan untuk membeli kembali tergantung pada kepuasan konsumen terhadap faktor tersebut (Tahulending et al., 2023).

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini, metode empiris deskriptif digunakan dengan populasi yang terdiri dari masyarakat kota Tangerang dan sampel berupa konsumen yang pernah melakukan pembelian di toko kelontong Madura di wilayah tersebut. Accidental sampling digunakan sebagai teknik pengambilan sampel, google form digunakan sebagai alat untuk membuat kuesioner dan disebar ke seratus peserta dipilih secara acak melalui penyebaran online. Analisis data dilakukan menggunakan metode analisis jalur, yang berasal dari analisis regresi berganda, untuk menganalisis hubungan sebab-akibat antara masing-masing variabel. Validitas serta reliabilitas model diuji dengan menggunakan PLS (Partial Least Square) dan alat analisis lainnya. Proses pengujian mencakup validitas konvergen, validitas diskriminan, komposit keandalan, serta uji kesesuaian model melalui berbagai statistik seperti SRMSR, d_{ULS} , dan d_G . Untuk memastikan hubungan antara variabel laten dan indikatornya, model eksternal juga menguji reliabilitas, validitas diskriminan, dan validitas konvergen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan hasil analisis data yang diperoleh dari penelitian yang telah dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh harga dan lokasi terhadap minat beli ulang melalui keputusan pembelian pada warung kelontong Madura di Kota Tangerang. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode Partial Least Square (PLS)

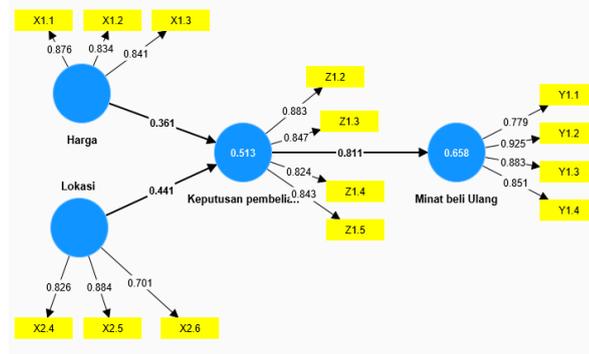
untuk menguji hubungan antar variabel. Berikut ini adalah hasil analisis yang ditampilkan dalam tabel dan pembahasan terkait.

Tabel 1. Variabel, Indikator dan *Outer Loading*

Variabel	Indikator	Butir	Item Pertanyaan	<i>Outer Loading</i>
HARGA (X1)	Keterjangkauan harga	1	Saya merasa harga yang diberikan warung Madura sangat terjangkau	0.876
		2	Saya merasakan harga yang diberikan warung Madura sesuai dengan kualitas	0.834
	Daya Saing Harga	3	Saya merasakan harga yang diberikan warungmadura lebih murah dibandingkan pesaing	0.841
LOKASI (X2)	Mudah di jangkau transprtasi umum	4	Warung Madura lebih baik dari pesaing di sekitarnya	0.826
		5	Warung Madura lebih mudah di capai darIpada toko pesaing	0.884
		6	Warung Madura mudah terlihat oleh pengendara dan pejalan kaki	0.701
KEPUTUSAN PEMBELIAN (Z)	Membeli Karena Merek	2	Saya terbiasa membeli produk di Warung Madura Saya merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli di warung Madura	0.883
	Kemantapan membeli setelah mengetahui informasi produk	3	Saya melakukan pembelian berulang di warung Madura	0.847
		4	Saya sangat senang setelah membeli di warugn Madura	0.824
		5	Saya selalu mencari informasi terbaru mengenai warung Madura	0.843
	Mencari informasi tentang produk	1	Saya selalu mencari informasi terbaru mengenai warung Madura	0.779
be (Y)	Bersedia membeli ulang produk	2	Saya selalu mengingat warung Madura ketika ingin berbelanja Saya ingin melakukan pembelian ulang di warung Madura	0.925
		3	Saya selalu merekomendasikan ke orang lain	0.883
	Bersedia merekomendasikan ke orang lain	4	Saya selalu merekomendasikan warung Madura kepada orang lain.	0.851

Dari hasil pengolahan data, seperti yang ditunjukkan pada Tabel 1, seluruh nilai faktor penambahan berada di atas 0,7, yang menunjukkan bahwa hasilnya memiliki tingkat validitas

konvergen yang tinggi. Pada Tabel 1, *value* reliabilitas komprehensif seluruh variabel memenuhi kriteria.



Gambar 2. Hasil *Bootstraping*

Hasil *bootstrapping* menunjukkan bahwa semua koefisien jalur antar variabel memiliki tingkat signifikansi di bawah 0,05 dan t-statistik di atas 1,96. Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat tingkat signifikansi statistik yang tinggi untuk setiap hubungan yang terjadi antar variabel. Maka dari itu, hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa harga, lokasi, KP, dan MBU memiliki pengaruh yang signifikan didukung oleh hasil *bootstrapping* ini.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas

	Cronbach's- alpha	Composite rehablity(rllo..AI)	Composite rehablity(rllo_c)	Avereve vartanceextracted (AVE)
Harga	0,809	0 811	0,887	0,723
KP	0,871	0 872	0 912	0,722
Lokasi	0,727	0 741	0,848	0,652
MBU	0,883	0 895	0 920	0,742

Dari tabel. 02 di atas terlihat *Cronbach's Alpha* dinyatakan baik apabila hasilnya lebih tinggi dari 0,7 (Ghozali, 2012). Dilihat dari hasil tabel diatas, hasil seluruh variabel berada diatas 0,7. Nilai reliabilitas komposit dianggap baik jika angkanya lebih besar dari 0,7 Dari hasil tabel diatas dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel berada diatas 0,7. Jika nilai AVE lebih tinggi dari 0,5 maka dinilai baik (Sarstedt et al., 2020). Kesimpulan tabel di atas, hasil seluruh variabel berada di atas 0,5 sehingga syarat validitas konvergen yang baik telah terpenuhi, atau terbukti konstruk mampu menjelaskan lebih dari 50% atau lebih.

Tabel 3. Hasil Tes Koefisien Determinasi

	R-square	R-square adjusted
KP	0,074	0,075
MBU	0,580	0,585

Terlihat nilai R-squared untuk variabel harga dan lokasi masing-masing sebesar 0,513 dan 0,658. Gambar tersebut menunjukkan bahwa variabel “harga” dan “lokasi” memberikan kontribusi sebesar 51,3% terhadap penjelasan variabel KP, dan 48,7% sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model. Selanjutnya, variabel "harga", "lokasi", dan "KP" dapat menjelaskan nilai 65,8% dari variabel "MBU", dan variabel lain di luar model dapat menjelaskan nilai 34,2% yang tersisa. Oleh karena itu, variabel tambahan diperlukan untuk memberikan penjelasan yang lebih baik tentang variabel MBU.

Tabel 4. Hasil Uji Kesesuaian Model

	Saturated model	Estimated model
SRMR	0,074	0,075
D_ULS	0,580	0,585
d_G	0,321	0,322
Chi-square	177,190	177,220
NFI	0,807	0,807

Berdasarkan output di atas, nilai SRMS ditemukan sebesar 0,074, kurang dari 0,08. Sebaliknya, nilai NFI sebesar 0,807 kurang dari 0,900. Nilai SRMR_theta yang dihasilkan adalah 0,074 yang mendekati 0. Dari ketiga indikator tersebut dapat disimpulkan bahwa model yang dibentuk memenuhi kriteria kesesuaian, sehingga model dapat digunakan dan cukup menggambarkan hubungan antar variabel.

Tabel 5. Hasil *Dirrect Effect*

	Original sample (O)	Sampel Mean (M)	Standar Deviatioan (STDEV)	T Statistic (Io/STDEVI)	P Values
Harga -> KP	0,361	0,361	0,085	4,262	0 000
KP-> MBU	0,811	0 815	0,033	24,651	0 000
Lokasi-> KP	0,441	0 443	0,090	4,924	0 000

Dari table diatas menunjukkan bahwa nilai *p-value* seluruh hubungan langsung (*direct effect*) untuk seluruh variabel berada di bawah taraf signifikansi 0,05 yaitu 0.000.

Tabel 6. Hasil *Indirrect Effect*

	Original sample (O)	Sampel Mean (M)	Standar Deviatioan (STDEV)	T Statistic (Io/STDEVI)	P Values
Harga -> KP ->MBU	0,293	0,295	0,071	4,129	0 000
Lokasi -> KP ->MBU	0,358	0 361	0,076	4,702	0 000

Dari hasil tersebut terlihat bahwa seluruh variabel hubungan tidak langsung mempunyai *p-value* lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 sehingga signifikan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, penelitian ini menemukan hubungan yang signifikan antara harga, lokasi, KP, dan MBU di warung kelontong Madura di Kota Tangerang. Secara khusus, KP dipengaruhi secara signifikan oleh harga dan lokasi, sementara KP berdampak positif dan signifikan pada MBU. Variabel KP berperan sebagai mediator yang penting dalam hubungan antara harga dan MBU, serta lokasi dan MBU. Dari kesimpulan ini, dapat disarankan agar warung kelontong Madura mempertahankan harga terjangkau untuk mendorong KP dan MBU pelanggan, serta memperhatikan lokasi yang strategis untuk meningkatkan jumlah pelanggan. Selain itu, penelitian mendatang dapat mempertimbangkan penambahan variabel, seperti pelayanan, untuk mendalami faktor-faktor yang memengaruhi popularitas warung kelontong Madura di masyarakat.

DAFTAR RUJUKAN

- Arikunto, S. (2005). *Manajemen Penelitian*. Asdi Mahasatya.
- Dwi Hadya Jayani. (2019). *Masyarakat Belanja Bahan Makanan di Toko Kelontong*. Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/11/20/92-masyarakat-belanja-bahan-makanan-di-toko-kelontong>
- Faozi, I., & Handayani, S. (2019). Analisa Keputusan Pembelian Yang Dipengaruhi Harga Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pada Pt Bina Pertiwi Semarang. *Ekonomi Manajemen Dan Akutansi*, 47, 44–52. <https://ejurnal.stiedharmaputra-smg.ac.id/index.php/JEMA/article/view/354>
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 8(Semarang).
- Ghozali, I. dan H. L. (2012). *Partial Least Squares Konsep, Teknik, dan Aplikasi SmartPLS 2.0 M3 Untuk Penelitian Empiris*.
- Handayani, D., Maryam, F., Ladayya, F., & Hasari, I. (2023). *Analisis Faktor Konfirmatori untuk Mengidentifikasi Peubah Indikator Utama dalam Pengukuran Peubah Laten*. 7(2), 232–240. <https://doi.org/10.21009/JSA.07212>
- Haryono, S. (2016). Metode SEM untuk penelitian manajemen dengan AMOS LISREL PLS. *NUCLEUS*, 9(S3). <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Henseler, J., Ringle, C.M. & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *J. of the Acad. Mark. Sci.* 43, 115–135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>

- Jonathan Sarwono. (2011). *Mengenal Path Analysis: Sejarah, Pengertian dan Aplikasi*.
https://www.academia.edu/21354423/Mengenal_Path_Analysis
- Jonathan Sarwono. (2012). *PATH ANALYSIS*.
- KPPN TARAKAN. (n.d.). *Kebijakan program Ketahanan Pangan Nasional pada tahun 2021 oleh Pemerintah*. <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/tarakan/id/data-publikasi/artikel/2846-kebijakan-program-ketahanan-pangan-nasional-pada-tahun-2021-oleh-pemerintah.html>
- Nurlia, L. (2021). Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pengunjung Di Minimarket Menggunakan Metode Regresi Linier. *Jurnal Riset Sistem Informasi Dan Teknologi Informasi (JURSISTEKNI)*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.52005/jursistekni.v3i1.75>
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2020a). Handbook of Market Research. In *Handbook of Market Research* (Issue July). <https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8>
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2020b). Handbook of Market Research. In *Handbook of Market Research* (Issue September). <https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8>
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2021). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. *Handbook of Market Research, July*, 587–632. https://doi.org/10.1007/978-3-319-57413-4_15
- Tahulending, A. A., Kakalang, J. F., Pasuhuk, L. S., & Karinda, A. F. (2023). Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Dan Minat Beli Ulang Pelanggan Cafe. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(2), 219–227. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i2.5049>



Pengaruh *Profitabilitas* dan *Likuiditas* terhadap Keputusan *Stock Split* dengan Mediasi Tingkat Kemahalan Harga

Muhammad Sapruwan^{1*}, Jurlis Marsemes Here²

msapruwan@pelitabangsa.ac.id^{1*}, jurlis.marsemes.here@mhs.pelitabangsa.ac.id²

^{1,2}Program Studi Manajemen

^{1,2}Universitas Pelita Bangsa

Received: 04 04 2024. Revised: 12 05 2024. Accepted: 07 06 2024.

Abstract : Since semester 2 of 2020, when COVID-19 began to be handled well, world economic developments began to show positive growth. In 2021, world economic growth is 5.9% and Indonesia's economic growth is 3.7%, it is estimated that world economic growth in 2022 will be at 4.5% and Indonesia at 5.1%. This also has an impact on the movement of world stock exchanges and also the Indonesian stock market. ICI was at 5,900 at the end of 2020, at the end of 2021 it reached 6,500 and even reached 7,200 at the end of April 2022. This shows that the Indonesian capital market is very attractive to investors. One of the biggest banks in Indonesia, PT Bank Central Asia Tbk, has a market capitalization of Rp. 930 T in 2021, making it a very appealing investment. However, the share price of this bank is only IDR 36,600. With the high level of stock prices acting as a mediator, the goal of this study is to ascertain the impact of profitability and liquidity on stock split decisions. This study uses secondary data from 2014 to 2022 Q1 financial statements. This research uses SEM analysis technique using SmartPLS. As a result, profitability has a significant positive effect on stock split decisions through the mediation of price expensiveness levels and liquidity has a significant negative effect on stock split decisions through mediation of price expensiveness levels.

Keywords : Profitability, Liquidity, Price Expensiveness, Stock Split Decision.

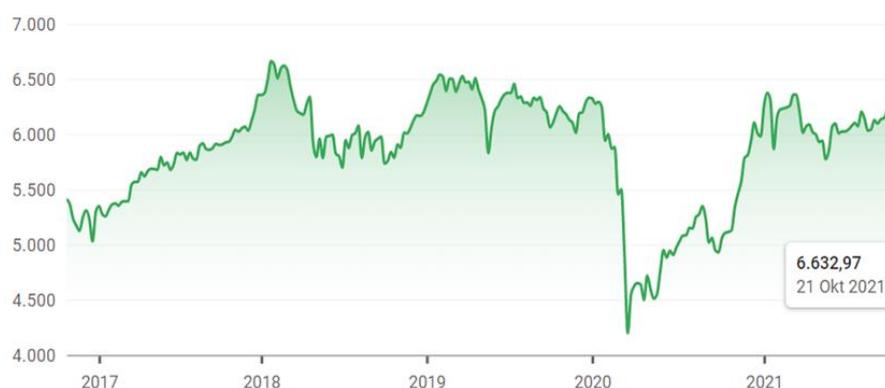
Abstrak : Sejak semester 2 tahun 2020, dimana covid-19 mulai tertangani dengan baik, perkembangan ekonomi dunia mulai menunjukkan pertumbuhan yang positif. Pada tahun 2021, pertumbuhan ekonomi dunia 5.9% dan pertumbuhan ekonomi Indonesia 3.7%, diperkirakan pertumbuhan ekonomi dunia pada tahun 2022 ada di angka 4.5% dan Indonesia diangka 5.1%. Hal ini juga berimbas pada pergerakan bursa saham dunia dan juga bursa saham Indonesia. IHSG berada pada angka 5.900 diakhir tahun 2020, diakhir tahun 2021 mencapai 6.500 bahkan sempat mencapai angka 7.200 diakhir April 2022. Ini menunjukkan bahwa pasar modal Indonesia sangat menarik bagi para investor. PT Bank Central Asia Tbk termasuk bank besar di Indonesia dengan Market Cap terbesar mencapai Rp. 930 T di tahun 2021 sangatlah menarik untuk investor, tapi harga sahamnya mencapai Rp 36.600 per lembar saham. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas dan likuiditas terhadap keputusan stock split dengan tingkat kemahalan harga saham sebagai mediasi. Penelitian ini menggunakan data sekunder laporan keuangan tahun 2014 sampai tahun 2022 Q1. Penelitian ini menggunakan

teknik analisis SEM dengan menggunakan SmartPLS. Hasilnya, melalui mediasi tingkat kemahalan harga, likuiditas berdampak negatif terhadap keputusan split saham, sedangkan profitabilitas berdampak positif. ices sebagai perantara.

Kata Kunci : Profitabilitas, Likuiditas, Tingkat Kemahalan Harga, Keputusan *Stock Split*.

PENDAHULUAN

Perkembangan pasar modal Indonesia 5 tahun terakhir sangat signifikan. Pergerakan IHSG mulai semester 2 tahun 2020 setelah pandemi Covid 19 mulai terkontrol sangatlah menggairahkan. Grafik berikut menunjukkan tren IHSG bergerak naik.



Gambar 1. Grafik pergerakan IHSG 5 tahun terakhir

Jumlah emiten di BEI saat ini 750 perusahaan. Salah satu emiten terbaik adalah BCA, termasuk bank papan atas di Indonesia dengan performa luar biasa. BCA pertama kali melantai di Bursa pada tahun 2000 dengan harga per saham Rp 1.400 dan jumlahnya 2.94 miliar saham. Sampai saat ini BCA sudah 4 kali melakukan *stock split* atau pemecahan nilai saham seperti terlihat pada table berikut.

Tabel 1. Sejarah Stock Split BCA

Tahun Stock Split	Rasio	Nilai Nominal Saham Sebelum Stock Split	Nilai Nominal Saham Sesudah Stock Split	Harga Saham Sebelum Stock Split	Harga Saham Sesudah Stock Split	Jumlah Saham
15 Mei 2021	1:2	Rp. 500	Rp. 250	Rp. 1.750	Rp. 875	5.88 Miliar saham
08 Juni 2004	1:2	Rp. 250	Rp. 125	Rp. 3.350	Rp. 1.775	12.26 Miliar Saham
13 Januari 2008	1:2	Rp. 125	Rp. 62.5	Rp. 7.100	Rp. 3.350	24.65 Miliar saham

13						123.27
Oktober 2021	1:5	Rp 62.5	Rp. 12.5	Rp. 36.000	Rp. 7.320	Miliar saham

Data di atas menunjukkan harga saham BBCA terus naik dari tahun ke tahun dan menjadi semakin tinggi sehingga harus dipecah, bahkan BBCA mencetak rekor *stock split* pada saham perbankan di tanah air. *Stock split* atau pemecahan saham adalah aksi korporasi untuk memecah 1 lembar saham dengan rasio tertentu dengan tujuan untuk menurunkan harga saham tersebut sehingga LDnya meningkat. Sepanjang sejarah perbankan di Indonesia, hanya BCA yang paling banyak melakukan pemecahan saham yakni sebanyak 4 kali sedangkan perbankan lainnya paling banyak 2 kali yakni PT Bank Rakyat Indonesia. Hal ini sangat menarik untuk dilakukan penelitian pada PT Bank Central Asia Tbk atas frekuensi pemecahan saham yang paling tinggi di Indonesia, harga saham yang tinggi yang berhubungan dengan kinerja keuangan dari emiten tersebut. Profitabilitas atau bisa disingkat PB adalah tingkat keuntungan yang diraih perusahaan dan menjadi bagian dari kinerja keuangan. Likuiditas atau bisa disingkat LD pada perdagangan saham merupakan jumlah saham yang diperdagangkan dalam periode tertentu.

Beberapa penelitian terdahulu terlihat bahwa beberapa kinerja keuangan emiten tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat kemahalan harga (TKH) saham emiten di pasar modal sedangkan emiten BBCA berkinerja baik bahkan sudah 4 kali melakukan stock split. Penelitian Puspita, (2018), menyebutkan bahwa level PB dan juga proksi ROA berpengaruh positif dan tidak signifikan, keputusan stock split (KSS) perusahaan dipengaruhi oleh EPS. LD perdagangan saham dengan proksi TVA berpengaruh negatif dan signifikan terhadap KSS perusahaan. TKH saham dengan proksi PBV memengaruhi KSS perusahaan secara signifikan. Penelitian Riani, (2021), menyatakan level kemahalan harga saham dan juga proksi PBV serta level PB dengan proksi ROA tidak berpengaruh terhadap KSS, sedangkan tingkat LD perdagangan saham dengan proksi TVA dan PB dengan proksi EPS berpengaruh negatif terhadap KSS. Penelitian Pradnyamitha, Dkk, (2017) menyatakan TKH saham dengan proksi PBV dan LD perdagangan saham dengan proksi TVA tidak berpengaruh terhadap KSS perusahaan.

Penelitian Lailatul et al (2018), TKH saham dengan proksi PER tidak memiliki pengaruh terhadap KSS, tingkat PB dengan proksi EPS berpengaruh positif dan signifikan terhadap KSS, sedangkan LD perdagangan saham dengan proksi TVA berpengaruh negatif dan signifikan terhadap KSS. Penelitian Wahyuningsih et al, (2020), menyatakan LD perdagangan saham tidak berpengaruh terhadap TKH saham. Penelitian Rani et al, (2019), menyatakan LD perdagangan saham tidak berpengaruh signifikan terhadap TKH saham. Penelitian Amiliyah,

(2016), menyatakan LD perdagangan saham berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dengan proksi PBV. Penelitian Firdaus, (2019), menyatakan ROA berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap PBV, sedangkan penelitian Mardika et al (2018), menemukan bahwa ROA tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap PBV. Penelitian Christiana et al, (2021), menyatakan EPS terhadap TKH saham tidak memiliki pengaruh, sedangkan penelitian suparno, (2017), menyatakan EPS terhadap harga saham atau nilai perusahaan memiliki pengaruh.

Berdasarkan penelitian terdahulu terdapat gap penelitian yakni inkonsistensinya hasil penelitian PB, LD serta TKH saham terhadap KSS. Penelitian ini berbeda dari penelitian sebelumnya karena saya menggunakan tingkat kemahalan sebagai variabel intervening. Dalam kasus ini, kinerja keuangan (PB) dan LD perdagangan saham sangat memengaruhi TKH. Berdasarkan uraian di atas frekuensi pemecahan saham sebanyak 4 kali, paling banyak dalam sejarah perbankan Indonesia, rasio 1 : 5, dengan harga saham BCA yang mencapai diatas Rp 36.000/lembar, menarik untuk dilakukan penelitian. Harga saham yang mahal, kinerja keuangan yang baik menarik bagi saya untuk melakukan penelitian Pengaruh PB serta LD Terhadap KSS dengan Mediasi TKH di PT Bank Central Asia Tbk.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian eksplisit kausal dengan tujuan menguji pengaruh antar variabel pada model struktural. Menurut Sugiyono (2017), Penelitian eksplisit adalah pendekatan studi yang memberikan penjelasan tentang bagaimana variabel-variabel yang diteliti berada dan bagaimana mereka berhubungan satu sama lain. Ada dua variabel exogen (PB dan LD) dan dua variabel endogen (TKH dan KSS). Penelitian ini berfokus pada Laporan Keuangan PT Bank Central Asia Tbk tahun 2012–2021. PB dan LD dari performa keuangan BCA dipilih sebagai sampel. Purposive sampling digunakan untuk pengambilan sampel dimana penentuan sampel didasarkan pada keputusan peneliti tentang sampel mana yang paling cocok, menguntungkan, dan cocok untuk mewakili populasi. Sumber data dalam penelitian ini adalah data sekunder, dimana data tersebut adalah data rasio keuangan yang berasal dari website BCA yakni bca.co.id dan dari aplikasi Ajaib, ajaib.co.id. Rasio keuangan yang diambil dari kedua website tersebut adalah ROA, EPS dan PBV tahun 2014 sampai 2021. Data sekunder yang dikumpulkan dari laporan keuangan PT Bank Central Asia Tbk dari tahun 2014 hingga 2021 digunakan dalam penelitian ini sebagai langkah dari metode studi pustaka. Metode Analisa data menggunakan program bantuan Smart PLS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil olah data dengan menggunakan SmartPLS 3.2 dapat menjawab hipotesis penelitian ini. *Value* T statistik dan *value* P digunakan untuk menguji hipotesis. Jika nilai T statistic lebih dari 1.96 atau nilai P kurang dari 0.05, maka hipotesis tersebut memiliki pengaruh signifikan. Pada penelitian ini ada pengaruh langsung dan tidak langsung antara variabel independent, variabel dependen variabel intervening atau mediasi. Hasil uji SmartPLS dengan bootstrapping terlihat pada tabel 4.2, dimana pengaruh langsung dari PB, LD dan TKH terhadap KSS.

Tabel 2. Hasil *Direct Effect*

Path	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Dev	T Statistics	P Value	Hasil
X1 → Z	0.531	0.56	0.113	4.721	0.000	Positif, Signifikan
X2 → Z	0.285	0.245	0.272	1.045	0.296	Tidak berpengaruh
Y → Z	0.843	0.794	0.304	2.774	0.006	Positif, Signifikan
X1 → Y	0.225	0.261	0.112	2.003	0.046	Positif, Signifikan
X2 → Y	-0.935	-0.913	0.104	8.982	0.000	Negatif, Signifikan

Hasil uji langsung (*Direct Effect*) dengan SmartPLS, terlihat bahwa PB terhadap KSS berpengaruh Positif dan Signifikan, LD terhadap KSS tidak berpengaruh, TKH berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap KSS, PB terhadap TKH berpengaruh Positif dan Signifikan dan LD berpengaruh Negatif dan Signifikan terhadap TKH.

Tabel 3. Hasil *Indirect Effect*

Path	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Dev	T Statistics	P Values	Hasil
X1 → Y → Z	0.190	0.187	0.064	2.975	0.003	Positif, Signifikan
X2 → Y → Z	-0.0789	-0.736	0.304	2.592	0.010	Negatif, Signifikan

Hasil uji tidak langsung (*Indirect Effect*) dengan SmartPLS, terlihat pada Tabel 3. Pengaruh PB terhadap KSS melalui mediasi atau intervening TKH adalah Positif dan Signifikan, sedangkan pengaruh LD terhadap KSS yang dimediasi melalui TKH adalah Negatif dan Signifikan.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Keputusan *Stock Split*. Pengujian hipotesis pertama, hasil olah data dengan menggunakan SmartPLS 3.2 pada tabel 2, original sample PB (X1)

terhadap KSS adalah 0.531, artinya hubungan PB terhadap KSS adalah positif. Pengaruh PB terhadap KSS positif dan signifikan, menurut angka statistik T 4.721, di mana *value* diatas 1.96 dan *value* P 0.000 dibawah 0.05. Hipotesis 1 (H1) ditolak berdasarkan hasil tes sebelumnya. Profitabilitas merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan perusahaan untuk melakukan stock split. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Endah dan Kartika (2017), ditemukan bahwa profitabilitas yang diukur dengan Return on Assets (ROA) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan stock split pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil serupa juga ditemukan dalam penelitian Sari dan Budiasih (2020) yang menunjukkan bahwa profitabilitas yang tinggi dapat menjadi sinyal positif bagi investor, sehingga mendorong perusahaan untuk melakukan stock split dalam rangka meningkatkan likuiditas saham dan menarik minat investor. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Puspita dan Yuliari (2019) menunjukkan hasil yang berbeda, di mana profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan stock split, mengindikasikan bahwa terdapat faktor-faktor lain yang juga perlu dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan tersebut.

Pengaruh Likuiditas terhadap Keputusan *Stock Split*. Pengujian hipotesis kedua, hasil olah data dengan menggunakan SmartPLS 3.2 pada tabel 2, LD (X2) terhadap KSS dilihat dengan nilai T statistic dan P Value. *Value T statistic* ada di angka 1.045, dan *p value* ada di angka 0.296 artinya tidak ada pengaruh LD terhadap KSS. Hasil penelitian ini sama dengan penelitian terdahulu dari NI Putu Prandnyamitha DH et al, 2017, menyatakan bahwa tingkat LD peredaran saham tidak berpengaruh pada KSS, dengan demikian maka hipotesis kedua (H2) ditolak. Likuiditas merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan perusahaan untuk melakukan stock split. Penelitian yang dilakukan oleh Hanafie dan Diyani (2016) menunjukkan bahwa likuiditas yang diukur dengan current ratio memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan stock split pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil serupa juga ditemukan dalam penelitian Rahayu dan Murti (2017) yang menyatakan bahwa perusahaan dengan tingkat likuiditas yang tinggi cenderung melakukan stock split untuk meningkatkan likuiditas saham dan menarik minat investor. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Pramana dan Abundanti (2019) menunjukkan hasil yang berbeda, di mana likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan stock split, mengindikasikan bahwa terdapat faktor-faktor lain yang juga perlu dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan tersebut.

Pengaruh Tingkat Kemahalan Harga terhadap Keputusan *Stock Split*. Pengujian hipotesis ketiga, hasil olah data dengan menggunakan SmartPLS 3.2 pada tabel 2, TKH (Y)

terhadap KSS dilihat dengan *value* T statistic dan P Value. *Value T statistic* ada di angka 2.774, dan *p value* ada di angka 0.006 artinya ada pengaruh signifikan TKH terhadap KSS. Penelitian sebelumnya oleh Nadia Rachma Puspita tahun 2018 menemukan bahwa harga buku atau TKH saham berdampak positif dan signifikan pada pemecahan saham atau KSS. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan ini. Dengan demikian, hipotesis ketiga (H2) diterima. Tingkat kemahalan harga saham merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan perusahaan untuk melakukan stock split. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Khomsiyah dan Sulisty (2001), ditemukan bahwa tingkat kemahalan harga saham yang diukur dengan price earning ratio (PER) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan stock split pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta. Hasil serupa juga ditemukan dalam penelitian Meilani dan Dewi (2018) yang menunjukkan bahwa perusahaan dengan tingkat kemahalan harga saham yang tinggi cenderung melakukan stock split untuk meningkatkan likuiditas saham dan menarik minat investor dengan menurunkan harga saham pada kisaran yang lebih terjangkau. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Setiyanti dan Haryanto (2014) menunjukkan hasil yang berbeda, di mana tingkat kemahalan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan stock split, mengindikasikan bahwa terdapat faktor-faktor lain yang juga perlu dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan tersebut.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Tingkat Kemahalan Harga. Pengujian hipotesis keempat, hasil olah data dengan menggunakan SmartPLS 3.2 pada tabel 2, original sample PB (X1) terhadap TKH (Y) adalah 0.225, artinya hubungan PB terhadap TKH adalah positif. Pengaruh PB terhadap TKH positif dan signifikan, menurut angka statistik T 2,003, di mana *valu*nya diatas 1.96 dan *value* P 0,046 dibawah 0.05. Hipotesis 4 (H4) diterima berdasarkan hasil tes sebelumnya. Profitabilitas merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi tingkat kemahalan harga saham suatu perusahaan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Aditya dan Supriyono (2015), ditemukan bahwa profitabilitas yang diukur dengan Return on Equity (ROE) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kemahalan harga saham yang diukur dengan Price to Earnings Ratio (PER) pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil serupa juga ditemukan dalam penelitian Dewi dan Suaryana (2013) yang menunjukkan bahwa perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi cenderung memiliki harga saham yang lebih mahal, karena investor bersedia membayar lebih untuk saham perusahaan yang memiliki prospek keuntungan yang baik. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Sulistyawati dan Mahfudz (2016) menunjukkan hasil yang berbeda, di mana profitabilitas

tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat kemahalan harga saham, mengindikasikan bahwa terdapat faktor-faktor lain yang juga perlu dipertimbangkan dalam penilaian harga saham.

Pengaruh Likuiditas terhadap Tingkat Kemahalan Harga. Pengujian hipotesis kelima, hasil olah data dengan menggunakan SmartPLS 3.2 pada tabel 2, original sample LD (X2) terhadap TKH (Y) adalah -0.935, artinya hubungan LD terhadap TKH adalah negatif. Menurut angka statistik T 8,982, di mana *value* di atas 1.96 dan *value* P 0.000 dibawah 0.05, pengaruhnya LD terhadap TKH negatif dan signifikan. Hipotesis 5 (H5) diterima berdasarkan hasil tes sebelumnya. Likuiditas merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi tingkat kemahalan harga saham suatu perusahaan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Adhi dan Suwarno (2019), ditemukan bahwa likuiditas yang diukur dengan Current Ratio (CR) memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap tingkat kemahalan harga saham yang diukur dengan Price to Book Value (PBV) pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil serupa juga ditemukan dalam penelitian Mulyani dan Pitaloka (2017) yang menunjukkan bahwa perusahaan dengan tingkat likuiditas yang tinggi cenderung memiliki harga saham yang lebih murah, karena investor menganggap perusahaan dengan likuiditas tinggi memiliki risiko yang lebih rendah. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Wijaya dan Sihombing (2015) menunjukkan hasil yang berbeda, di mana likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat kemahalan harga saham, mengindikasikan bahwa terdapat faktor-faktor lain yang juga perlu dipertimbangkan dalam penilaian harga saham.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Keputusan *Stock Split* melalui Mediasi Tingkat Kemahalan Harga. Pengujian hipotesis ke enam, hasil olah data dengan menggunakan SmartPLS 3.2 pada tabel 3, original sample PB (X1) melalui TKH (Y) terhadap KSS adalah 0.190, artinya hubungan PB terhadap KSS yang dimediasi oleh TKH adalah positif. Pengaruh PB terhadap KSS melalui mediasi TKH signifikan, seperti yang ditunjukkan oleh angka statistik T 2,975, dimana *value* di atas 1.96 dan *value* P 0.003 di bawah 0.05. Jadi pengaruh PB terhadap KSS melalui mediasi TKH adalah positif dan signifikan. Berdasarkan hasil uji diatas maka Hipotesis 6 (H6) diterima. Profitabilitas merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan perusahaan untuk melakukan *stock split*, baik secara langsung maupun melalui mediasi tingkat kemahalan harga saham. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Lucyanda dan Anggriawan (2015), ditemukan bahwa profitabilitas yang diukur dengan *Return on Assets* (ROA) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan *stock split* pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, dengan tingkat kemahalan harga saham yang diukur dengan *Price to Earnings Ratio* (PER) sebagai variabel mediasi. Hasil serupa juga

ditemukan dalam penelitian Sadikin dan Sujana (2018) yang menunjukkan bahwa perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi cenderung memiliki harga saham yang lebih mahal, sehingga mendorong perusahaan untuk melakukan *stock split* dalam rangka meningkatkan likuiditas saham dan menarik minat investor. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Agustina dan Triyonowati (2020) menunjukkan hasil yang berbeda, di mana profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan *stock split*, baik secara langsung maupun melalui mediasi tingkat kemahalan harga saham, mengindikasikan bahwa terdapat faktor-faktor lain yang juga perlu dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan tersebut.

Pengaruh Likuiditas terhadap Keputusan *Stock Split* melalui Mediasi Tingkat Kemahalan Harga. Pengujian hipotesis ke tujuh, hasil olah data dengan menggunakan SmartPLS 3.2 pada tabel 3, original sample LD (X2) melalui TKH (Y) terhadap KSS adalah -0.0789, artinya hubungan LD terhadap KSS yang dimediasi oleh TKH adalah negatif. Menurut angka statistik T 2,592, di mana *value* di atas 1.96 dan *value* P 0,010 dibawah 0.05, pengaruhnya LD terhadap KSS melalui mediasi TKH signifikan. Jadi pengaruh LD terhadap KSS melalui mediasi TKH adalah negatif dan signifikan. Berdasarkan hasil uji di atas maka Hipotesis 7 (H7) diterima. Likuiditas merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan perusahaan untuk melakukan *stock split*, baik secara langsung maupun melalui mediasi tingkat kemahalan harga saham. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Andriani dan Amanah (2019), ditemukan bahwa likuiditas yang diukur dengan *Current Ratio* (CR) memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan *stock split* pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, dengan tingkat kemahalan harga saham yang diukur dengan *Price to Book Value* (PBV) sebagai variabel mediasi. Hasil serupa juga ditemukan dalam penelitian Pratama dan Sudhiarta (2014) yang menunjukkan bahwa perusahaan dengan tingkat likuiditas yang tinggi cenderung memiliki harga saham yang lebih murah, sehingga mengurangi kecenderungan perusahaan untuk melakukan *stock split*. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Puspita dan Yuliari (2019) menunjukkan hasil yang berbeda, di mana likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan *stock split*, baik secara langsung maupun melalui mediasi tingkat kemahalan harga saham, mengindikasikan bahwa terdapat faktor-faktor lain yang juga perlu dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan tersebut.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian pengaruh profitabilitas dan LD terhadap KSS melalui mediasi TKH di PT Bank Central Asia dapat diambil kesimpulan bahwa PB secara langsung

meningkatkan KSS. KSS tidak dipengaruhi oleh LD. TKH meningkatkan KSS. PB meningkatkan TKH. TKH tidak dipengaruhi LD. LD mempengaruhi KSS secara negatif dan signifikan melalui mediasi TKH. Implikasi manajerial dari hasil penelitian ini dapat digunakan oleh para pengambil keputusan terutama pihak perbankan maupun investor untuk mempertimbangkan semua variabel dalam penelitian ini sebagai kajian atau pertimbangan dalam pengambilan Keputusan.

DAFTAR RUJUKAN

- Brigham, E.F & Houton, J.F. (2014). *Fundamental of Financial Management*
- Christiana, I., et al, (2021). *Pengaruh ROE dan EPS terhadap harga saham melalui PBV sebagai variabel intervening*, *Proceeding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 2(1), 2021, hal 879-891, ISSN 2714-8785 <https://doi.org/10.30596/snk.v2i1.8402>
- Fahmi, I. (2015). *Manajemen Keuangan*, Bandung: Alfabeta
- Firdaus, I. (2019). Pengaruh DER, PER Dan ROA Terhadap PBV Pada Industri Perbankan. *Jurnal Ekonomi*, 24(2), 242–255. <https://doi.org/10.24912/je.v24i2.581>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi 9, Semarang: Universitas Diponegoro
- Gunasih, dan Nursasmito, Irfan. (2015). *The Evaluation of Non-Economic Event Towards the LQ45 Index in Indonesia Stock Exchange by Using Event Study Method*, *Integrative Busines & Economic Research*. Vol. 4, No. 2. https://sibresearch.org/uploads/2/7/9/9/2799227/riber_k15-030_106-120.pdf
- Hair, J.F., Risher, J.J., Sarstedt, M. and Ringle, C.M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, Vol. 31 No. 1, pp. 2-24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Halima, N., Sundus et al, (2017). *Pengaruh ROA, CAR, NPL, LDR, BOPO terhadap nilai perusahaan bank umum*, Vol. 5 No. 1, July 2017, 14-25, *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*. <https://doi.org/10.30871/jaemb.v5i1.448>
- Handayani, N. P. P. D., et al, (2017). Analisis Tingkat Kemahalan Harga, Return Saham, Eps Dan Likuiditas Perdagangan Saham Terhadap Keputusan Stock Split. *E-Jurnal Akuntansi*, 19(1), 827-854. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/akuntansi/article/view/28525>
- Hardika, N. S., Mahayana, I, D, M., & Marhaeni, K. E. (2018). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa

- Efek Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 14(3), 152-159.
<https://dx.doi.org/10.31940/jbk.v14i3.1058>
- Hartono, J. (2017). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*, Edisi. Kesepuluh. Yogyakarta: BPFE.
- Hery. (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta : PT. Grasindo.
- Hunjra, A. I., Ijaz, M. S., Chani, M. I., Hassan, S. ul, & Mustafa, U. (2014). *Impact of dividend policy, earning per share, return on equity, profit after tax on stock prices*. International Journal of Economics and Empirical Research, 2(23), 109–115. https://mpr.ub.uni-muenchen.de/60793/1/MPRA_paper_60793.pdf
- Investor. Id, *Investor Lokal Masuk, Dorong IHSG Menguat*, Sabtu, 13 Maret 2021 | 21:43 WIB, Nabi Alfaruq (nabil.alfaruq@beritasatumedial.com), Farid Firdaus (farid.firdaus@beritasatumedial.com), Totok Subagyo (totok_hs@investor.co.id)
- Kasmir. (2014). *Analisis Laporan Keuangan*, Edisi Ketujuh, Rajawali Pres: Jakarta
- Kurniawati, I. (2003), *Analisis Kandungan Informasi Stock Split dan Likuiditas Saham: Studi Empiris Pada Non-synchronous Trading*. Jurnal Riset Akuntansi Indonesia, Vol. 6, No. 3, September, hal. 264-275. <http://doi.org/10.33312/ijar.103>
- Lucyanda, J., & Anggriawan, D. (2015). *Pengaruh Tingkat Kemahalan Harga Saham, Kinerja Keuangan Perusahaan Dan Likuiditas Perdagangan Saham Terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan Stock Split*. *JURNAL AKUNTANSI UNIVERSITAS JEMBER*, 9(2), 1-16. <https://doi.org/10.19184/jauj.v9i2.1236>
- Mirza, A., & Nasir, A. (2011). *Pengaruh Nilai Kurs, Inflasi, Suku Bunga Deposito dan Volume Perdagangan Saham terhadap Return Saham pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. *Jurnal Ekonomi Universitas Riau*, vol. 19, no. 04, 2011. <https://ejournal.unri.ac.id/JE/article/view/826/>
- Prihadi, T. (2012). *Analisis Laporan Keuangan Lanjutan Proyeksi dan Valuasi*, Jakarta, PPM
- Puspita, N. R. (2018). *Determinan Keputusan Stock Split Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Go Public Yang Terdaftar Di Bei)*. Terbit jurnal Manajemen Bisnis Indonesia: Edisi 2 tahun 2018. <https://journal.student.uny.ac.id/index.php/jmbi/article/view/12913>
- Riani, D., Rumiasih, N., Nurokhmah, S., & Imam Sundarta, M. (2021). *Determinan Keputusan Stock Split Pada Perusahaan Go Public*. *Neraca Keuangan : Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 16(2), 1–12. <https://doi.org/10.32832/neraca.v16i2.5415>
- Sartono, A. (2015). *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Edisi keempat. Jogyakarta: BPF

- Sherman, E.H. (2015). *A Manager's Guide to financial analysis* (6th Ed). New York City: American Management Association
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2013). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0 untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Sujarweni, W. (2015). *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Suparno et al, (2017) *Pengaruh Intellectual capital dan Earning per share terhadap nilai perusahaan (Studi empiris pada perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010 – 2014)*, Jurnal Manajemen dan Keuangan, Vol.6, No.1, Mei 2017. <https://ejurnalunsam.id/index.php/jmk/article/view/218>
- Sutrisno. (2013), *Manajemen Keuangan, Teori Konsep dan Aplikasi*, Yogyakarta, Penerbit Ekonisia, FE-UUI.
- Tandelilin, E. (2010). *Portofolio dan Investasi Teori dan Aplikasi*, Yogyakarta: Kanisius
- Wahyuningsih, T., & Susetyo, A. (2020). Pengaruh ROE, TVA, dan DER Terhadap Return Saham pada Perusahaan Sub Sektor Perbankan dengan PBV sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(2), 228-239. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v2i2.465>
- Yunus, Mochamad (2012) *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Stock Split*. Sarjana thesis, Universitas Brawijaya. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB, <https://repository.ub.ac.id/id/eprint/106260/>



Pengaruh Saluran Distribusi, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Alat Kesehatan Merek Human pada PT. Media Diagnostika Surabaya

Wahyu Nur Syahidin^{1*}, Ony Kurniawati², Baramadya³

wahyunursyahidin02@gmail.com^{1*}, blue.on.iris@gmail.com², baramadya@gmail.com³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen

^{1,2,3}Universitas W.R. Supratman

Received: 25 05 2024. Revised: 18 06 2024. Accepted: 22 06 2024.

Abstract : This study aims to analyze the influence of distribution channels, price, and product quality on the purchasing decisions of Human brand medical equipment at PT. Media Diagnostika Surabaya. The research method is quantitative with descriptive analysis, involving 80 respondents selected through accidental sampling. Respondents consist of consumers from various sectors such as hospitals, clinics, laboratories, and companies purchasing Human brand medical equipment. Partial test analysis shows that distribution channels, price, and product quality individually have a positive and significant impact on purchasing decisions. The simultaneous test results demonstrate a positive and significant contribution, indicating that the dependent variable is influenced by the independent variables together. The R² test results show that 69.6% of the variation in purchasing decisions is explained by these three factors, while 30.4% is influenced by other factors.

Keywords : Distribution Channels, Price, Product Quality, Purchasing Decisions.

Abstrak : Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh saluran distribusi, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian alat kesehatan merek Human pada PT. Media Diagnostika Surabaya. Metode yang diterapkan dalam penelitian ini yaitu kuantitatif dengan analisis deskriptif, melibatkan 80 responden yang dipilih melalui teknik *accidental sampling*. Responden terdiri dari konsumen di berbagai sektor seperti rumah sakit, klinik, laboratorium, dan perusahaan yang membeli produk alat kesehatan merek Human. Analisis menggunakan uji parsial membuktikan bahwa saluran distribusi, harga, dan kualitas produk secara individual berpengaruh positif juga signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji simultan membuktikan kontribusi positif juga signifikan, variabel dependen dipengaruhi oleh variabel independen secara bersamaan. Hasil uji (R²) menunjukkan nilai variasi sebesar 69,6% dalam keputusan pembelian dijabarkan ketiga faktor tersebut, sedangkan 30,4% dipengaruhi dari beberapa faktor lain.

Kata Kunci : Saluran Distribusi, Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.

PENDAHULUAN

Kesehatan adalah kebutuhan penting bagi setiap manusia. Dari tahun ke tahun tingkat kesadaran kesehatan masyarakat semakin meningkat. Pandemi covid-19 telah membawa kesadaran kesehatan masyarakat pada titik tertinggi. Selain itu, munculnya beragam penyakit baru di masa kini menjadi salah satu alasan masyarakat untuk mulai menjaga kesehatan sejak awal. Alat kesehatan adalah bagian penting dari pelayanan kesehatan, selain obat-obatan. Alat ini berperan dalam mendiagnosis dan mengurangi penyakit serta menjaga dan meningkatkan kesehatan. Menurut www.mediaindonesia.com (2022), industri alat kesehatan diperkirakan tumbuh sebesar 10%-15% setiap tahun. Kementerian Kesehatan (Kemenkes) menyatakan bahwa 92% izin edar alat kesehatan masih didominasi oleh produk asing. Pasar alat kesehatan di Indonesia diperkirakan telah meningkat dari sekitar Rp 65 triliun pada 2016 menjadi Rp 85 triliun pada 2020 dan Rp 94 triliun pada 2021. Salah satu produk asing yang didistribusikan di Indonesia adalah alat kesehatan merk Human. Human berasal dari negara Jerman dan memiliki mitra dari berbagai negara. Saat ini sudah ada 15 cabang distributor resmi di Indonesia, salah satunya adalah PT. Media Diagnostika Surabaya.

PT. Media Diagnostika Surabaya adalah perusahaan yang beroperasi dalam distribusi alat kesehatan rumah sakit dan laboratorium serta bahan penunjangnya yang merupakan distributor resmi dari Human. Pemasaran pendistribusiannya yaitu rumah sakit pemerintah atau swasta, laboratorium, klinik, dan perusahaan. Dalam kegiatan pemasaran, perusahaan harus mampu memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen, terutama dalam konteks keputusan pembelian produk alat kesehatan merk Human di PT Media Diagnostika Surabaya yang dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Namun penelitian ini difokuskan pada tiga faktor yaitu saluran distribusi, harga, dan kualitas produk. Dengan informasi yang telah diuraikan sebelumnya, peneliti berminat melaksanakan pengujian yang berjudul "Pengaruh Saluran Distribusi, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Alat Kesehatan Merek Human pada PT. Media Diagnostika Surabaya".

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini metode yang diterapkan adalah kuantitatif deskriptif untuk menguji kaitan antara variabel independen yakni saluran distribusi, harga, kualitas produk juga variabel dependen yakni keputusan pembelian. Populasi mencakup seluruh pelanggan PT Media Diagnostika Surabaya yang membeli alat kesehatan merk Human, termasuk rumah sakit, klinik, dan laboratorium. Sampel terdiri dari 80 responden dan dipilih dengan

menerapkan metode *accidental* dari teknik *non probability*, sesuai dengan rumus *Hair et al.* Profil responden mencakup informasi tentang jenis kelamin, asal instansi dan usia. Pengumpulan data dilakukan melalui penelitian lapangan dengan kuesioner, dokumentasi, dan penelitian kepustakaan. Data primer dikumpulkan melalui jawaban kuesioner dari konsumen yang diukur dengan skala likert, sementara data sekunder diambil dari berbagai literatur yang sesuai untuk mendukung data primer. Penganalisisan data menerapkan uji ketepatan dan keandalan selain itu asumsi klasik dan analisis regresi linier berganda. Dilakukan pengujian secara parsial juga simultan guna menguji pengaruh secara terpisah dan bersamaan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian tersebut memiliki manfaat teoritis bagi akademisi sebagai referensi dan manfaat praktis untuk membantu perusahaan dalam pengambilan keputusan pemasaran guna meningkatkan efektivitas, efisiensi, dan profit.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Merujuk pada hasil survei yang melibatkan 80 responden dengan sebagian besar perempuan (66,3%) dan laki-laki (33,8%). Sebagian besar responden berusia ≤ 30 tahun (37,5%), diikuti oleh rentang usia 31 hingga 40 tahun (31,3%), 41 hingga 50 tahun (25%), dan di atas 50 tahun (6,3%). Berdasarkan asal instansi, mayoritas responden berasal dari rumah sakit (36,3%), diikuti oleh klinik (26,3%), laboratorium (25%), dan perusahaan (12,5%). Data ini menunjukkan bahwa responden penelitian PT. Media Diagnostika Surabaya didominasi oleh perempuan muda yang sebagian besar bekerja di rumah sakit.

Table 1. Uji Ketepatan

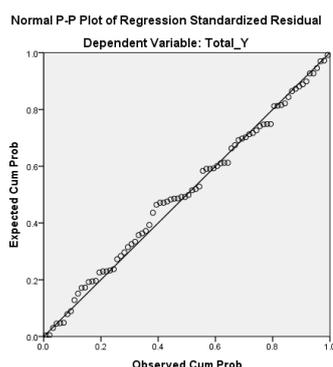
Variabel	Indikator	r tabel	r hitung
Saluran Distribusi	1.1	0,220	0,789**
	1.2	0,220	0,856**
	1.3	0,220	0,904**
	1.4	0,220	0,830**
Harga	2.1	0,220	0,842**
	2.2	0,220	0,827**
	2.3	0,220	0,858**
	2.4	0,220	0,845**
Kualitas Produk	3.1	0,220	0,773**
	3.2	0,220	0,819**
	3.3	0,220	0,785**
	3.4	0,220	0,809**
Keputusan Pembelian	4.1	0,220	0,772**
	4.2	0,220	0,843**
	4.3	0,220	0,791**
	4.4	0,220	0,764**

Menurut hasil pengujian dari tabel 1, menunjukkan bahwa setiap pernyataan mempunyai nilai r hitung yang melebihi nilai r_{tabel} (0,220) sesuai dengan jumlah sampel. Oleh karena itu, semua pernyataan yang terkait dengan variabel saluran distribusi, harga, kualitas produk dan keputusan pembelian dianggap valid juga siap untuk dilakukan pengujian lebih lanjut.

Table 2. Uji Keandalan

Variabel	Critical Value	Cronbach's Alpha
Saluran Distribusi	0,6	0,865
Harga	0,6	0,863
Kualitas Produk	0,6	0,808
Keputusan Pembelian	0,6	0,803

Menurut hasil dari Tabel 2, variabel saluran distribusi, harga, kualitas produk, juga keputusan pembelian menunjukkan nilai dari Cronbach Alpha diatas 0,6 yang menunjukkan bahwa semua elemen dianggap reliabel dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.



Gambar 1. Uji Normal P-P Plot

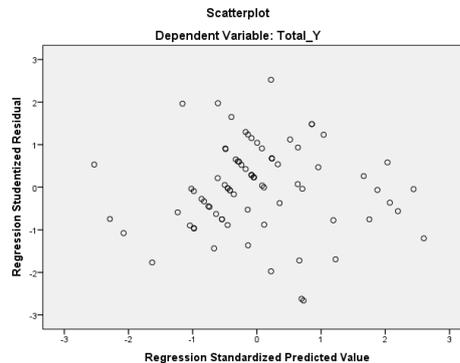
Dari analisis gambar 1 menggambarkan hasil *output* tersebar mengikuti pola diagonal atau berada di dekat garis (normal). Oleh karena itu, kesimpulan yang dapat diambil bahwa model regresi memenuhi syarat normalitas, dengan kedua variabel bebas dan variabel terikat menunjukkan distribusi normal.

Table 3. Uji Korelasi

Variabel	Tolerance	Variance Inflation factor
Saluran Distribusi (X_1)	0,346	2,890
Harga (X_2)	0,338	2,962
Kualitas Produk (X_3)	0,889	1,124

Berdasarkan hasil dari tabel 3 di atas dapat dilihat saluran distribusi, harga dan kualitas produk mempunyai hasil *variance inflation factor* tidak lebih dari 10 juga toleransi di

atas 0,1. Dengan demikian, diambil kesimpulan bahwa masalah multikolinearitas tidak dialami oleh model regresi.



Gambar 2. Uji Scatterplot Heteroskedastisitas

Dari analisis gambar 2 menggambarkan penyebaran setiap titik tidak beraturan tanpa pola yang terlihat secara jelas. Dengan demikian, bisa ditarik kesimpulan tidak adanya suatu gejala heteroskedastisitas yang dialami model regresi karena tersebar merata di kedua sisi angka 0 juga sumbu Y.

Table 4. Analisis Regresi Berganda

Variabel	Beta Standardized Coefisien	t hitung	Sig
Constanta	1,155	1,091	0,027
Saluran Distribusi (X ₁)	0,218	2,664	0,009
Harga (X ₂)	0,212	2,494	0,015
Kualitas Produk (X ₃)	0,489	7,354	0,000

Hasil pada tabel 4 menggambarkan persamaan analisis regresi yang disajikan di bawah : $Y = 1.155 + 0,218 X_1 + 0,212 X_2 + 0,489 X_3 + \epsilon$ Dari hasil di atas, akan dijelaskan di bawah ini.

a. $\alpha = 1,155$

Nilai konstanta sebesar 1,155 menggambarkan saat setiap faktor independen memperoleh nilai nol, faktor dependen memperoleh nilai sebesar 1,155.

b. $\beta_1 = 0,218$

Apabila variabel independen saluran distribusi mengalami peningkatan sebesar satu, sedangkan harga juga kualitas produk diasumsikan tetap, sehingga menyebabkan kenaikan keputusan pembelian (0,218).

c. $\beta_2 = 0,212$

Apabila variabel independen harga mengalami peningkatan sebesar satu, sedangkan kualitas produk juga saluran distribusi diasumsikan tetap, sehingga menyebabkan kenaikan keputusan pembelian (0,212).

d. $\beta_3 = 0,489$

Apabila variabel independen kualitas produk meningkat sebesar satu, sedangkan saluran distribusi dan harga diasumsikan tetap, sehingga menyebabkan kenaikan keputusan pembelian (0,489).

Table 5. *Output* Uji Hipotesis Secara Parsial

Coefficients^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	1.155	1.058		1.091	.027
Total_X1	.218	.082	.286	2.664	.009
Total_X2	.212	.085	.271	2.494	.015
Total_X3	.489	.067	.493	7.354	.000
Dependent Variable: Keputusan Pembelian					

Berdasarkan hasil yang tercantum dalam Tabel 5, variabel saluran distribusi (X_1) menunjukkan nilai t_{hitung} (2,664) > t_{tabel} (1,995). Sementara itu, analisis dari nilai signifikansi kurang dari 0,05 (*alpha* 5%) yakni (0,009). Hasil itu menandakan variabel independen saluran distribusi secara terpisah atau individu berkontribusi positif juga signifikan terhadap variabel dependen keputusan pembelian alat kesehatan merek Human pada PT Media Diagnostika Surabaya, sehingga hipotesis pertama dapat diterima. Teori Kotler dan Armstrong (2018) mendefinisikan saluran distribusi merupakan kumpulan pedagang dan agen yang menggabungkan proses pengiriman fisik dan merek produk untuk memberikan nilai tambah kepada pasar. Penelitian terdahulu oleh Felicia Wijaya *et al.* (2019), Henra Nazmi (2021), dan Fenny Krisna Marpaung *et al.* (2020) menegaskan dampak positif juga signifikan dari variabel saluran distribusi berpengaruh terhadap suatu keputusan pembelian. hal tersebut memperkuat temuan yakni keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh saluran distribusi secara sebagian.

Pada variabel independen harga menunjukkan nilai t_{hitung} (2,494) > t_{tabel} (1,995). Sementara itu, analisis dari nilai signifikansi kurang dari 0,05 (*alpha* 5%) yakni (0,015). Hasil itu menandakan variabel independen harga secara terpisah atau individu berkontribusi positif juga signifikan terhadap variabel dependen keputusan pembelian alat kesehatan merek Human pada PT Media Diagnostika Surabaya, sehingga hipotesis kedua dapat diterima. Ini sesuai dengan pandangan Kotler dan Armstrong (2018), menyatakan secara langsung keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh harga. Saat harga naik, cenderung mengurangi keputusan pembelian, sementara saat harga turun, cenderung meningkatkan keputusan pembelian. Penelitian terdahulu oleh Nasution (2019) dan Tulim *et al.* (2021) menegaskan

dampak positif juga signifikan dari variabel harga berpengaruh terhadap suatu keputusan pembelian. Hal tersebut memperkuat temuan yakni keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh harga secara sebagian.

Dari variabel independen kualitas produk, menunjukkan nilai $t_{hitung} (7,354) > t_{tabel} (1,995)$. Sementara itu, analisis dari nilai signifikansi kurang dari 0,05 (*alpha* 5%) yakni (0,000). Hasil itu menandakan variabel independen kualitas produk secara terpisah atau individu berkontribusi positif juga signifikan terhadap variabel dependen keputusan pembelian alat kesehatan merek Human pada PT Media Diagnostika Surabaya, sehingga hipotesis ketiga dapat diterima. Ini sesuai dengan pandangan yang dinyatakan dalam teori Tjiptono (2017), yang menegaskan hubungan erat keputusan pembelian dengan kualitas produk. Penelitian sebelumnya oleh Tulim *et al.* (2021) dan Marpaung *et al.* (2020) juga menegaskan yakni variabel kualitas produk berkontribusi positif juga signifikan terhadap suatu keputusan pembelian. Hal tersebut, memperkuat temuan yakni keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh kualitas produk secara sebagian.

Table 6. *Output Uji Hipotesis Secara Simultan*

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	238.152	3	79.384	57.992	.000 ^b
Residual	104.036	76	1.369		
Total	342.188	79			

Berdasarkan hasil perhitungan dalam Tabel 6, F hitung (57,992) menunjukkan nilai yang lebih tinggi daripada nilai F tabel (2,72). Uji secara bersama dapat dilihat nilai signifikansi lebih rendah dari 0,05 (*alpha* 5%) yakni (0,000). Hasil tersebut menunjukkan yakni keputusan pembelian alat kesehatan merk Human pada PT Media Diagnostika Surabaya yang dilakukan oleh konsumen, secara bersamaan dan signifikan dipengaruhi oleh saluran distribusi, harga juga kualitas produk. Dengan demikian hipotesis (H_a) diterima, temuan ini menegaskan pengujian sebelumnya oleh Wijaya *et al.* (2019), Nasution (2019), Marpaung *et al.* (2020), Nazmi (2021) dan Tulim *et al.* (2021) yang menegaskan variabel dependen keputusan pembelian mendapat pengaruh positif juga signifikan dari variabel independen. Sehingga dapat diambil kesimpulan keputusan pembelian dipengaruhi secara bersamaan oleh saluran distribusi, harga juga kualitas produk telah divalidasi dan dikonfirmasi kebenarannya, sejalan dengan penelitian terdahulu.

Table 7. *Output Uji R Square*

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.834 ^a	.696	.684	1.170

Hasil pada tabel 7 menunjukkan nilai dari *R square* (R_2) adalah 69,6% (0,696). Sehingga menunjukkan variabel dependen secara bersamaan dipengaruhi oleh variabel independen sebesar 69,6%, sedangkan sisa 30,4% merupakan faktor lainnya yang tidak termasuk dalam pengujian contohnya promosi dan kualitas layanan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian pengaruh dari saluran distribusi, harga juga kualitas produk terhadap suatu keputusan pembelian oleh konsumen alat kesehatan merek Human di Perusahaan Media Diagnostika Surabaya. Disimpulkan bahwa keputusan pembelian secara signifikan dipengaruhi oleh variabel independen yakni saluran distribusi, harga, kualitas produk dibuktikan dengan hasil *t* hitung masing-masing (2,664), (2,494), dan (7,354) lebih dari *t* tabel yaitu (1,995), berdasarkan nilai signifikansi yaitu tidak lebih dari 0,05. Secara simultan, variabel dependen tersebut secara signifikan dipengaruhi oleh variabel independen, dibuktikan dengan *F* hitung sebesar 57,992 yang menunjukkan diatas nilai dari *F* tabel sebesar 2,72 juga signifikansi kurang dari 0,05. Ini berarti perusahaan perlu memperhatikan faktor saluran distribusi, harga, juga kualitas produk untuk meningkatkan keputusan pembelian juga memaksimalkan penjualan serta laba, sementara peneliti selanjutnya disarankan menambahkan variabel lain untuk memperoleh hasil yang lebih bervariasi dan mengetahui faktor lainnya yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

DAFTAR RUJUKAN

- Dharmmesta, B. S., & Handoko, T. H. (2018). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : BPFY-YOGYAKARTA.
<https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=382690>
- Ghozali, I. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=701193>
- Hair, et al. (2014). *Multivariate Data Analysis, New International Edition*. New Jersey : Pearson. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=545747>

- Kotler, P dan Armstrong. (2018). Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh. Jakarta : Penerbit Salemba Empat. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=309489>
- Kotler, P dan Keller, K. L. (2018). Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid:1. Jakarta: Erlangga. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=109678>
- Lesmana, R., dan Ayu, S. D. (2019). Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah PT Paragon Technology And Innovation. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(3), 59-72. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v2i3.2830>
- Marpaung, Fenny Krisna, et al. "Pengaruh Citra Merek, Saluran Distribusi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Prima Sentosa Lestari." *Warta Dharmawangsa* 14.4 (2020): 740-755. <https://doi.org/10.46576/wdw.v14i4.903>
- Nasution, M. Amri. (2019). "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Alat Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Dyza Sejahtera Medan." Universitas Dharmawangsa. *Jurnal Warta* Edisi : 59 Januari 2019| ISSN : 1829-7463. <https://doi.org/10.46576/wdw.v0i59.353>
- Nazmi, H. (2021). Pengaruh promosi penjualan dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian furing prima pada PT. Biru Indokon. *JRMB (Jurnal Riset Manajemen & Bisnis)*, 6(1), 89-98. <https://doi.org/10.30743/jrmb.v6i1.3967>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=853411>
- Suhud, R. (2022). Peluang industri Alat Kesehatan Sangat Menjanjikan. <https://mediaindonesia.com/ekonomi/509592/peluang-industri-alat-kesehatan-sangat-menjanjikan>
- Tjiptono, F. (2017). Strategi Pemasaran, Edisi 4, Yogyakarta: Andi. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1176974>
- Tulim, A., Firmansyah, E., & Meidi, K. (2022). Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Alat Kesehatan Pada PT. Mitra bersama Sejahtera Abadi. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 1(2), 152-167. <https://doi.org/10.55123/mamen.v1i2.211>
- Wijaya, Felicia *et al.* (2019). "Pengaruh Saluran Distribusi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Alat Kesehatan Merek Omron Pada PT. Sumber Medika Indonesia Medan (Distributor Alat Kesehatan)." *Jurnal Darma Agung* 27(2): 973. <http://dx.doi.org/10.46930/ojsuda.v27i2.268>



Pengaruh Pengetahuan, Keterampilan, dan Sikap Kerja terhadap Kepuasan Kerja Pegawai Kementerian Investasi RI/BKPM

Erikson Chandra Rianto Hutagalung^{1*}, Zahera Mega Utama², Rahayu³

erik.galung@gmail.com^{1*}, zahera@dsn.moestopo.ac.id², rahayu.pps@dsn.moestopo.ac.id³

^{1,2,3}Program Studi Magister Manajemen

^{1,2,3}Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama)

Received: 03 05 2024. Revised: 02 06 2024. Accepted: 25 06 2024.

Abstract : This study aims to determine the influence of knowledge, skills, and work attitudes on job satisfaction among employees at the Ministry of Investment RI/BKPM. This research uses a quantitative methodology with a survey of 77 employees, applying Structural Equation Modeling (SEM) for data analysis. The results show that job skills have a significant impact on job satisfaction, knowledge also has a significant impact on job satisfaction, while work attitudes do not have a significant impact on job satisfaction. The findings are expected to provide insights into how aspects of knowledge, skills, and work attitudes contribute to job satisfaction, and their implications for human resource management in the governmental environment. This study is relevant for managerial practices, particularly in designing HR policies that enhance job satisfaction and organizational efficiency. It also offers theoretical contributions by testing and extending the literature on knowledge, skills, and work attitudes in the context of job satisfaction in the public sector.

Keywords : Job Satisfaction, Knowledge, Skills, Work Attitude.

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja terhadap kepuasan kerja pegawai di Kementerian Investasi RI/BKPM. Jenis penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif dengan survei terhadap 77 pegawai, penelitian ini mengaplikasikan *Structural Equation Modeling* (SEM) untuk analisis data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterampilan kerja berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja, pengetahuan juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja, sementara sikap kerja tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja. Hasil penelitian diharapkan memberikan wawasan tentang bagaimana aspek pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja berkontribusi terhadap kepuasan kerja, serta implikasinya terhadap manajemen sumber daya manusia di lingkungan pemerintahan. Penelitian ini relevan untuk praktik manajerial, khususnya dalam merancang kebijakan SDM yang meningkatkan kepuasan kerja dan efisiensi organisasi. Penelitian ini juga menawarkan kontribusi teoretis dengan menguji dan memperluas literatur mengenai pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja dalam konteks kepuasan kerja di sektor pemerintahan.

Kata Kunci : Kepuasan Kerja, Pengetahuan, Keterampilan, Sikap Kerja.

PENDAHULUAN

Lembaga sektor publik merupakan suatu lembaga yang memiliki ruang lingkup luas, apabila dibandingkan dengan organisasi-organisasi lainnya. Secara kelembagaan, sektor publik mencakup badan-badan pemerintahan, pemerintah pusat, daerah dan unit kerja pemerintah, perusahaan milik negara, lembaga pendidikan, organisasi politik serta lembaga sosial lainnya (Mardiasmo, 2009). Organisasi sektor publik saat ini tengah menghadapi tekanan untuk lebih efisien, efektif dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat (Mahmudi, 2010). Kementerian Investasi RI/BKPM adalah lembaga pemerintah Indonesia yang bertugas sebagai koordinator dan fasilitator dalam melakukan kegiatan penanaman modal di Indonesia. BKPM berada di bawah Kemenko Bidang kemaritiman dan investasi dan dipimpin oleh seorang menteri (Sarwedi, 2016). Fenomena negatif yang terjadi terkait dengan pengetahuan pegawai yang bekerja pada Kementerian Investasi RI/BKPM diantaranya adalah ketidakmampuan dalam memberikan informasi yang akurat.

Pegawai Kementerian Investasi RI/BKPM yang kurang terampil atau kurang terlatih tidak memiliki pengetahuan yang memadai tentang prosedur, regulasi, atau persyaratan penanaman modal (Suryani & Hermawan, 2020). Ini dapat menyebabkan mereka memberikan informasi yang tidak akurat kepada investor atau pengusaha yang ingin berinvestasi, yang pada gilirannya dapat menyebabkan kebingungan atau keputusan investasi yang buruk. Kementerian Investasi RI/BKPM berurusan dengan berbagai sektor industri yang berbeda. Namun, beberapa pegawai Kementerian Investasi RI/BKPM tidak memiliki pemahaman yang cukup tentang sektor-sektor spesifik tersebut (Wijaya & Pratama, 2019). Hal ini dapat menghambat kemampuan mereka untuk memberikan panduan yang efektif kepada investor atau pengusaha, dan dapat menghasilkan penilaian yang kurang akurat tentang potensi investasi. Selain kedua faktor tersebut, fenomena negatif lainnya adalah kurangnya keterampilan komunikasi (Sutrisno, 2020).

Komunikasi yang efektif sangat penting dalam pekerjaan pada Kementerian Investasi RI/BKPM. Jika pegawai Kementerian Investasi RI/BKPM tidak memiliki keterampilan komunikasi yang memadai, mereka mungkin tidak dapat menjelaskan dengan jelas atau meyakinkan para pemangku kepentingan terkait kebijakan, persyaratan, atau manfaat penanaman modal (Santoso, 2018). Ini dapat merugikan citra Kementerian Investasi RI/BKPM dan dapat mempengaruhi kepercayaan investor. Selain itu, pengetahuan yang tidak mutakhir atau tidak diperbarui dapat menjadi masalah. Jika pegawai Kementerian Investasi RI/BKPM tidak mengikuti perkembangan terkini dalam regulasi, kebijakan pemerintah, atau tren industri,

mereka mungkin memberikan informasi yang tidak akurat atau ketinggalan zaman kepada pihak terkait (Situmorang & Rahmawati, 2021). Hal ini dapat mengurangi kepercayaan investor dan menghambat pertumbuhan investasi.

Fenomena negatif yang terjadi terkait dengan keterampilan pegawai yang bekerja pada Kementerian Investasi RI/BKPM diantaranya adalah kurangnya keterampilan komunikasi, dimana keterampilan komunikasi yang efektif sangat penting dalam pekerjaan Kementerian Investasi RI/BKPM (Prakoso & Sari, 2019). Pegawai Kementerian Investasi RI/BKPM yang tidak memiliki keterampilan komunikasi yang baik mungkin tidak dapat menjelaskan kebijakan, prosedur, atau persyaratan investasi dengan jelas kepada investor atau pengusaha. Ini dapat menyebabkan kebingungan atau ketidakpastian yang dapat menghambat proses penanaman modal (A. T. Sulistiyani, 2021). Selain itu, kurangnya keterampilan teknologi. Dalam era digital yang semakin maju, pegawai Kementerian Investasi RI/BKPM perlu memiliki keterampilan teknologi yang memadai untuk menggunakan perangkat lunak, alat analisis data, atau *platform* komunikasi yang relevan (Wibowo & Hidayat, 2020). Jika pegawai Kementerian Investasi RI/BKPM tidak memiliki keterampilan teknologi yang cukup, mereka mungkin kesulitan dalam memanfaatkan teknologi modern untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas kerja (Supriyanto, 2019).

Fenomena negatif yang terjadi terkait dengan sikap kerja pegawai yang bekerja pada Kementerian Investasi RI/BKPM diantaranya adalah kurangnya kerja tim, dimana Kementerian Investasi RI/BKPM melibatkan berbagai divisi dan unit kerja yang perlu bekerja sama dalam memfasilitasi penanaman modal. Jika pegawai Kementerian Investasi RI/BKPM tidak memiliki sikap kerja tim yang baik, mereka mungkin kurang kooperatif, tidak berbagi informasi secara efektif, atau tidak mendukung rekan kerja mereka. Hal ini dapat menghambat kinerja tim secara keseluruhan dan merugikan pencapaian tujuan organisasi (Susanto & Rachmawati, 2022). Selain itu, resistensi terhadap perubahan. Kementerian Investasi RI/BKPM sebagai lembaga pemerintah akan menghadapi perubahan kebijakan, regulasi, atau prosedur dari waktu ke waktu (Widodo, 2020). Jika pegawai Kementerian Investasi RI/BKPM menunjukkan sikap resisten terhadap perubahan atau enggan beradaptasi, ini dapat menghambat kemampuan untuk beroperasi secara efektif dan menghadapi tantangan yang muncul (Hartono & Mulyani, 2021).

Fenomena negatif yang terjadi terkait dengan kepuasan kerja pegawai yang bekerja pada Kementerian Investasi RI/BKPM diantaranya adanya Kurangnya transparansi dalam penilaian kinerja (Wicaksono & Sari, 2019). Subjektivitas pimpinan Kementerian Investasi RI/BKPM dapat mengakibatkan kurangnya transparansi dalam proses penilaian kinerja. Jika penilaian

kinerja tidak didasarkan pada kriteria yang jelas dan obyektif, karyawan mungkin merasa tidak tahu apa yang diharapkan dari mereka dan bagaimana kinerja mereka dinilai. Hal ini dapat menyebabkan ketidakpastian dan ketidakpuasan yang signifikan. Selain itu, kesulitan mendapatkan pengakuan dan promosi. Jika pimpinan Kementerian Investasi RI/BKPM cenderung bersikap subjektif dalam memberikan pengakuan dan promosi, karyawan yang pantas dan berkinerja tinggi mungkin merasa terpinggirkan (Kusumaningrum, 2021). Mereka mungkin tidak mendapatkan penghargaan yang seharusnya atau kesempatan untuk memajukan karir mereka. Hal ini dapat menyebabkan kekecewaan dan ketidakpuasan yang signifikan di kalangan karyawan. Berdasarkan adanya fenomena negatif pada Kementerian Investasi RI/BKPM, maka peneliti mengambil judul penelitian pengaruh pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja terhadap kepuasan kerja pegawai kementerian investasi RI/BKPM.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan paradigma positivistik dan metode survei kuantitatif. Variabel pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja sebagai variabel bebas diteliti pengaruhnya terhadap variabel kepuasan kerja sebagai variabel terikat. Data dikumpulkan dengan kuesioner berskala Likert dari sampel 77 pegawai Sekretariat Utama Kementerian Investasi/BKPM yang dipilih secara acak. Metode analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Model (SEM)* dengan pendekatan *Partial Least Square (PLS)* untuk menguji hubungan kausalitas antar variabel. Evaluasi model dilakukan dengan menilai *outer model* (validitas dan reliabilitas) dan *inner model* (hubungan antar variabel laten) berdasarkan kriteria seperti *convergent validity*, *discriminant validity*, *R-square*, *path coefficients*, dan *signifikansi*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. *Average Variance Extracted (AVE)*

	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
Kepuasan Kerja	0,620
Keterampilan	0,662
Pengetahuan	0,640
Sikap Kerja	0,721

Tabel ini menunjukkan nilai AVE untuk setiap variabel laten. Nilai AVE untuk variabel Kepuasan Kerja adalah 0,620, untuk Keterampilan 0,662, untuk Pengetahuan 0,640, dan untuk Sikap Kerja 0,721. Semua nilai AVE tersebut berada di atas 0,5 yang merupakan batasan untuk

memenuhi kriteria validitas konvergen yang baik. Ini mengindikasikan bahwa setiap variabel laten mampu menjelaskan lebih dari setengah varians dari indikator-indikatornya.

Tabel 2. *Cronbach's Alpha*

	<i>Cronbach's Alpha</i>
Kepuasan Kerja	0,846
Keterampilan	0,914
Pengetahuan	0,906
Sikap Kerja	0,935

Nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel Kepuasan Kerja adalah 0,846, untuk Keterampilan 0,914, untuk Pengetahuan 0,906, dan untuk Sikap Kerja 0,935. Semua nilai tersebut berada di atas ambang batas 0,7, yang menunjukkan bahwa skala pengukuran untuk setiap variabel memiliki konsistensi internal yang baik dan dapat diandalkan.

Tabel 3. *Composite Reliability*

	<i>Composite Reliability</i>
Kepuasan Kerja	0,891
Keterampilan	0,932
Pengetahuan	0,925
Sikap Kerja	0,948

Nilai *Composite Reliability* untuk variabel Kepuasan Kerja adalah 0,891, untuk Keterampilan 0,932, untuk Pengetahuan 0,925, dan untuk Sikap Kerja 0,948. Semua nilai tersebut berada di atas ambang batas 0,7, yang menunjukkan bahwa skala pengukuran untuk setiap variabel memiliki reliabilitas yang baik dan dapat diandalkan.

Tabel 4. Nilai *R-Square*

	<i>R Square</i>	<i>R Square Adjusted</i>
Kepuasan Kerja	0,564	0,546

Tabel 4 menampilkan nilai *R-Square* yang merupakan ukuran seberapa baik model penelitian dapat menjelaskan variabilitas dalam variabel dependen atau variabel endogen. Dalam hal ini, nilai *R-Square* untuk variabel Kepuasan Kerja adalah 0,564. Ini berarti bahwa 56,4% dari variasi dalam Kepuasan Kerja dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen atau variabel eksogen dalam model, yaitu Keterampilan, Pengetahuan, dan Sikap Kerja. Sementara itu, sisanya sebesar 43,6% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Nilai *R-Square Adjusted* yang disajikan adalah 0,546, yang merupakan nilai *R-Square* yang disesuaikan dengan jumlah variabel prediktor dalam model. Secara umum, semakin tinggi nilai *R-Square*, semakin baik kemampuan model dalam

menjelaskan variabilitas dalam variabel dependen. Nilai *R-Square* 0,564 dapat dianggap sebagai nilai yang cukup baik dalam konteks penelitian ini.

Tabel 5. *Path Coefficient*

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T Statistics (O/STDEV)</i>	<i>P Values</i>
Keterampilan > Kepuasan Kerja	0,271	0,309	0,165	2,646	0,000
Pengetahuan > Kepuasan Kerja	0,438	0,439	0,122	3,579	0,000
Sikap Kerja > Kepuasan Kerja	0,093	0,055	0,208	0,447	0,655

Tabel 5 menampilkan koefisien jalur (path coefficients) yang menunjukkan kekuatan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dalam model struktural. Nilai Original Sample (O) merupakan nilai koefisien jalur itu sendiri. Keterampilan memiliki koefisien jalur sebesar 0,271 terhadap Kepuasan Kerja dengan T-Statistik 2,646 dan P-Value 0,000 yang signifikan. Pengetahuan memiliki koefisien jalur 0,438 terhadap Kepuasan Kerja dengan T-Statistik 3,579 dan P-Value 0,000 yang juga signifikan. Sementara itu, Sikap Kerja memiliki koefisien jalur 0,093 terhadap Kepuasan Kerja dengan T-Statistik 0,447 dan P-Value 0,655 yang tidak signifikan secara statistik. Nilai T-Statistik di atas 1,96 dan P-Value di bawah 0,05 menunjukkan signifikansi hubungan pada tingkat kepercayaan 95%. Dengan demikian, Keterampilan dan Pengetahuan terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Kerja, sedangkan Sikap Kerja tidak memiliki pengaruh signifikan berdasarkan hasil analisis ini.

Pengaruh Keterampilan Terhadap Kinerja. Pada penelitian ini menunjukkan bahwa Keterampilan terbukti berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Kerja. Sehingga hal ini berarti bahwa semakin tinggi variabel Keterampilan maka akan semakin tinggi pula nilai variabel Kepuasan Kerja. Penelitian menunjukkan bahwa individu yang memiliki keterampilan yang relevan dengan pekerjaannya cenderung merasakan tingkat kepuasan kerja yang lebih tinggi. Keterampilan yang diperoleh melalui pendidikan dan pengalaman kerja dapat meningkatkan kemampuan seseorang dalam menjalankan tugas-tugas pekerjaan dengan lebih efektif dan efisien. Peningkatan kepuasan kerja yang terkait dengan keterampilan juga dapat memberikan dampak positif pada produktivitas dan kinerja secara keseluruhan. Karyawan yang puas dengan pekerjaannya cenderung lebih berdedikasi, termotivasi, dan memiliki tingkat absensi yang lebih rendah. Ini dapat menciptakan lingkungan kerja yang lebih positif dan berkontribusi pada pencapaian tujuan organisasi. Keterampilan yang terus menerus

ditingkatkan dapat membantu seseorang untuk beradaptasi dengan perubahan dalam lingkungan kerja dan tuntutan pasar. Peningkatan kompetensi melalui pendidikan formal, pelatihan, dan pengalaman kerja dapat menjadi faktor kunci dalam menjaga daya saing di pasar kerja yang terus berubah (Raziq & Maulabakhsh, 2015).

Pengaruh Pengetahuan Terhadap Kepuasan Kerja. Pada penelitian ini menunjukkan bahwa Pengetahuan terbukti berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Kerja. Sehingga hal ini berarti bahwa semakin tinggi variabel Pengetahuan maka akan semakin tinggi pula nilai variabel Kepuasan Kerja. Berdasarkan penelitian yang mayoritas responden dengan pengalaman kerja lebih dari 10 tahun dan tingkat pendidikan S1, hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang, baik yang diperoleh melalui pendidikan formal maupun pengalaman kerja, dapat memengaruhi persepsi kepuasan terhadap pekerjaan. Tingkat pendidikan tinggi Strata 1 memberikan dasar pengetahuan yang kokoh dan menciptakan pondasi untuk pemahaman yang lebih mendalam terhadap aspek-aspek tertentu dalam pekerjaan dan pengalaman kerja lebih dari 10 tahun dapat memberikan wawasan praktis yang berharga dan meningkatkan keterampilan yang diperlukan di lapangan. Dengan demikian, peningkatan pengetahuan, baik melalui pendidikan formal maupun pengalaman kerja, dapat dianggap sebagai strategi yang efektif untuk meningkatkan kepuasan kerja (Harnia et al., 2022). Untuk meningkatkan pengetahuan pegawai, BKPM dapat mengimplementasikan strategi seperti program pelatihan berkelanjutan, *knowledge sharing sessions*, dan akses ke sumber belajar terkini. Dengan demikian, peningkatan pengetahuan pegawai tidak hanya akan memperkaya individu tetapi juga memperkuat kapasitas organisasi BKPM dalam mencapai tujuannya.

Pengaruh Sikap Kerja Terhadap Kepuasan Kerja. Pada penelitian ini menunjukkan bahwa Sikap Kerja terbukti tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Kerja. Sehingga hal ini berarti bahwa semakin tinggi variabel Sikap Kerja maka akan semakin rendah pula nilai variabel Kepuasan Kerja. Berdasarkan penelitian yang melibatkan mayoritas responden yang telah berumur lebih dari 36 tahun, hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang berkaitan dengan sikap kerja, seperti sikap terhadap pekerjaan, rekan kerja, dan lingkungan kerja, tidak memberikan kontribusi yang signifikan terhadap tingkat kepuasan kerja individu yang berumur lebih dari 36 tahun. Adanya faktor-faktor lain yang lebih dominan atau lebih berpengaruh dalam memengaruhi kepuasan kerja pada kelompok usia tersebut, seperti aspek-aspek keluarga, pertimbangan karier jangka panjang. Hal ini menunjukkan perlunya fokus pada aspek-aspek lain yang mungkin lebih relevan atau memiliki dampak yang lebih besar terhadap

kepuasan kerja pada kelompok usia di atas 36 tahun dengan memberikan arahan bagi perusahaan atau organisasi dalam merancang strategi pengelolaan sumber daya manusia yang lebih efektif, terutama dalam memahami dan memenuhi kebutuhan karyawan yang lebih tua dalam mencapai kepuasan kerja yang optimal (Lu et al., 2019).

Pada konteks BKPM, yang merupakan lembaga pemerintah dengan tugas dan fungsi yang sangat spesifik dalam memfasilitasi investasi, faktor-faktor seperti kebijakan pemerintah, regulasi, dan dinamika pasar mungkin memiliki dampak yang lebih langsung terhadap kepuasan kerja pegawai dibandingkan dengan sikap kerja itu sendiri. Kondisi kerja, seperti beban kerja, lingkungan fisik, dan sumber daya yang tersedia, bersama dengan dukungan manajemen dan peluang pengembangan karir, dapat lebih berpengaruh terhadap kepuasan kerja pegawai BKPM.

SIMPULAN

Penelitian ini mengkaji pengaruh pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja terhadap kepuasan kerja pegawai di Kementerian Investasi RI/BKPM dengan menggunakan metode survei kuantitatif dan analisis Structural Equation Modeling (SEM). Latar belakang penelitian ini adalah adanya fenomena negatif seperti kurangnya pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang kurang baik dari pegawai BKPM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan dan keterampilan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja, sementara sikap kerja tidak berpengaruh signifikan dengan faktor-faktor lain seperti usia, prioritas hidup, dan aspek keluarga yang lebih dominan dalam mempengaruhi kepuasan kerja pegawai BKPM. Penelitian ini memberikan wawasan penting bagi BKPM dan organisasi sektor publik lainnya untuk merancang kebijakan dan program pengembangan sumber daya manusia yang efektif dengan fokus pada peningkatan pengetahuan melalui pendidikan formal serta keterampilan melalui pelatihan dan pengalaman kerja untuk mendorong kepuasan kerja, produktivitas, dan kinerja organisasi secara keseluruhan.

DAFTAR RUJUKAN

- Harnia, Ramly, M., & Kamidin, M. (2022). Pengaruh Pengetahuan, Kompetensi dan Motivasi Terhadap Kepuasan Kerja Dan Kinerja Tenaga Kesehatan Di Rumah Sakit Umum Daerah Labuha Kabupaten Halmahera Selatan. *Jurnal Ekonomi Global*, 1(2), 179–184. <https://www.pasca-umi.ac.id/index.php/jeg/article/view/942>
- Hartono, A., & Mulyani, R. (2021). Analisis Sikap Kerja Pegawai Kementerian Investasi

- RI/BKPM dan Dampaknya terhadap Kinerja Organisasi. *Jurnal Administrasi Publik*, 9(3), 187–202.
- Kusumaningrum, D. E. (2021). *Manajemen Sumber Daya Manusia di Sektor Publik: Perspektif Kepuasan Kerja*. Gramedia.
- Lu, H., Zhao, Y., & While, A. (2019). Job satisfaction among hospital nurses: A literature review. *International Journal of Nursing Studies*, 9(4), 21–31. <https://doi.org/10.1016/j.ijnurstu.2019.01.011>
- Mahmudi. (2010). *Manajemen Kinerja Sektor Publik*. UPP STIM YKPN.
- Mardiasmo. (2009). *Akuntansi Sektor Publik*. Andi.
- Prakoso, A., & Sari, R. P. (2019). Peningkatan Keterampilan Komunikasi dan Teknologi untuk Pegawai Badan Koordinasi Penanaman Modal. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, 7(2), 112–125.
- Raziq, A., & Maulabakhsh, R. (2015). Impact of Working Environment on Job Satisfaction. *Procedia Economics and Finance*, 23, 717–725. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)00524-9](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)00524-9)
- Santoso, B. (2018). *Investasi di Indonesia: Tantangan dan Peluang*. Gramedia.
- Sarwedi. (2016). *Kebijakan Investasi di Indonesia*. Gramedia Pustaka Utama.
- Situmorang, R., & Rahmawati, D. (2021). Analisis Kinerja Kementerian Investasi RI/BKPM dalam Mendukung Investasi di Indonesia. *Jurnal Manajemen Publik*, 9(2), 112–127.
- Sulistiyani, A., & Nugroho, R. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Kerja Pegawai di Kementerian Investasi RI/BKPM. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, 8(2), 115–130.
- Sulistiyani, A. T. (2021). *Pengembangan Sumber Daya Manusia di Sektor Publik*. Gramedia.
- Supriyanto, A. S. (2019). *Manajemen Kinerja Sumber Daya Manusia di Sektor Publik*. Andi.
- Suryani, N., & Hermawan, A. (2020). Pentingnya Pengetahuan dan Keterampilan Pegawai dalam Pelayanan Investasi di Indonesia. *Jurnal Administrasi Publik*, 10(1), 23–38.
- Susanto, H., & Rachmawati, I. (2022). Pentingnya Kerja Tim dan Adaptasi terhadap Perubahan di Kementerian Investasi RI/BKPM. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, 10(2), 145–162.
- Sutrisno, E. (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Prenada Media.
- Wibowo, S., & Hidayat, R. (2020). Analisis Keterampilan Pegawai Kementerian Investasi RI/BKPM dalam Mendukung Investasi di Indonesia. *Jurnal Administrasi Publik*, 9(1), 45–62.

- Wicaksono, B., & Sari, P. R. (2019). Transparansi Penilaian Kinerja dan Dampaknya terhadap Kepuasan Kerja Pegawai Kementerian Investasi RI/BKPM. *Jurnal Administrasi Publik*, 7(1), 32–48.
- Widodo, S. (2020). *Manajemen Perubahan di Sektor Publik*. Rajawali Pers.
- Wijaya, D., & Pratama, A. (2019). Peran Kementerian Investasi RI/BKPM dalam Menarik Investasi Asing di Indonesia. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 123–136.



The Role of Supervisory Support and Self-Efficacy on Work Effectiveness with Work Burnout as a Moderator Variable

Arif Rachman Putra¹, Didit Darmawan^{2*}

arifrachmanputra.caniago@gmail.com¹, dr.diditdarmawan@gmail.com^{2*}

^{1,2}Program Studi Manajemen

^{1,2}Universitas Sunan Giri Surabaya

Received: 17 05 2024. Revised: 11 06 2024. Accepted: 27 06 2024.

Abstract : This study aims to investigate the effect of supervisory support and self-efficacy on work effectiveness, with work burnout as a moderating variable. The quantitative method was used using a questionnaire distributed to 100 respondents who worked at a company in Surabaya. The results of data analysis using the multiple regression method reveal that supervisory support has a significant positive impact on work effectiveness, along with self-efficacy which also has a significant positive influence on work effectiveness. Then supervisory support moderates the relationship positively and significantly towards work burnout. Self-efficacy was found to moderate the relationship positively and significantly to job burnout, indicating that the higher the level of self-efficacy, the lower the perceived level of job burnout. Meanwhile, work burnout negatively and significantly moderates the relationship to work effectiveness, indicating that the higher the level of work burnout, the lower the observed work effectiveness.

Keywords : Self-Efficacy, Work Effectiveness, Work Burnout

INTRODUCTION

Work effectiveness is very important in the world of work. For employees, the ability to carry out tasks efficiently and with high quality is the main key to achieving personal goals, such as career development and recognition at work. Employees who are effective in their work tend to be more appreciated and recognized, either through promotions, awards, or positive feedback from colleagues and superiors. Apart from that, high work effectiveness also provides personal satisfaction for being able to complete tasks well, increases self-confidence, and strengthens motivation to continue to develop (Mardikaningsih *et al.*, 2022). High work effectiveness also makes a significant contribution to the overall success of the organization (Djazilan & Darmawan, 2022). Effective employees tend to have a positive impact on productivity, product or service quality, and customer satisfaction (Yee *et al.*, 2008; Mardikaningsih & Putra, 2021). They are able to work collaboratively with teams, solve problems quickly and efficiently, and innovate to improve work processes. Thus, high work effectiveness creates a productive and collaborative work environment, where each team member can contribute optimally to achieving common goals (Bangsu *et al.*, 2023).

Organizations that provide the support and facilities needed by employees can achieve optimal work effectiveness (Yukl, 2008).

On the organizational side, employee work effectiveness is a determining factor in achieving business goals, productivity and competitiveness in the market (Uddin *et al.*, 2013; Asghari *et al.*, 2020). Employees who are able to work effectively improve company performance also strengthen the brand's reputation and image in the eyes of customers (Lin *et al.*, 2018). Therefore, investing in improving work effectiveness becomes very important for organizations that want to remain relevant and sustainable in a dynamic and changing business environment. Various factors can influence a person's level of work effectiveness, one of which is work burnout (Calin *et al.*, 2022). According to Couser (2008), burnout and depression pose major public health challenges for the workforce. Burnout in the work environment is a common phenomenon in various organizations. This not only affects employee well-being, but also has the potential to damage the overall effectiveness and productivity of the organization. This often arises when the tasks being carried out feel monotonous or less challenging, when there are no opportunities for development, or when the work environment is not supportive.

Burnout can arise from various factors, such as excessive work demands, lack of recognition for employee contributions, or lack of work-life balance (Eddine *et al.*, 2023). Job burnout can occur when someone feels bored, unchallenged, or lacks motivation in carrying out their work duties (Naufalia *et al.*, 2022). The impact of work burnout can be very detrimental, not only for the employee concerned, but also for the entire organization (Schaufeli *et al.*, 2008). One factor that has been proven to have a significant influence on work effectiveness is supervisory support. Supervision support includes various forms of assistance and guidance provided by superiors or supervisors to their subordinates (Sinambela *et al.*, 2023). This can include clear direction as well as opportunities for better career development (Munir & Darmawan, 2022). Previous research conducted by Tharangie (2013) also confirmed that supervisory support has a significant positive impact on employee motivation in work.

Researchers emphasize the significance of supervisor support in fostering employee innovation (Anderson *et al.*, 2014). Supportive supervisors, who prioritize safety, well-being, and appreciation, enhance innovative behavior, even when employees challenge norms. Conversely, practices like rigid rule adherence and lack of decision-making autonomy stifle creativity, essential for innovation. Quality relationships and conducive environments between employees and supervisors are crucial for fostering innovation. Managing innovative behavior

involves creating supportive climates and conditions (Carnevale *et al.*, 2017). Strong supervisor support cultivates employee appreciation and motivation, enhancing workplace effectiveness. Organizations must recognize the pivotal role of supervisor support in bolstering employee performance. Apart from supervisory support, employees' self-efficacy, emphasized by Wood and Marshall (2008); Attiq *et al.* (2017), is crucial for work effectiveness. High self-efficacy is linked to motivation, resilience, and confidence (Djazilan *et al.*, 2022), promoting initiative, creativity, and perseverance (Retnowati & Darmawan, 2022; Wulandari *et al.*, 2022).

In an organizational, it is important for leaders and managers to understand the important role of self-efficacy in increasing employee effectiveness (Consiglio *et al.*, 2016; Mardikaningsih & Darmawan, 2022). Encouraging and developing employees' confidence in their abilities can not only improve employee performance, but also create a more positive and productive work culture overall (Jahroni *et al.*, 2021). Through the right support and creating a supportive work environment, organizations can help strengthen employee self-efficacy, which will ultimately impact the achievement of business goals and long-term success. Supervision support has been proven to help reduce the level of job burnout felt by employees, while the interaction between self-efficacy and job burnout in influencing work effectiveness still requires further research. Therefore, the aim of this study is to investigate the impact of supervisory support and self-efficacy on work effectiveness, with work burnout as a moderating variable. Through this research, it is hoped that a better understanding will be gained about how the interaction between supervisory support, self-efficacy, and work burnout can influence employee work effectiveness, providing valuable insight for organizations in developing strategies to improve employee performance and well-being.

RESEARCH METHODS

The research method used in this research is quantitative research which aims to explore the relationship between supervisory support, self-efficacy, and organizational effectiveness, by considering the role of job burnout as a moderating variable. This research will be conducted in Surabaya, with a focus on one particular company as the research location. The research sample consisted of 100 respondents, selected through a purposive sampling method, covering various levels of positions in the company, including management, staff and field workers, with a minimum length of service of 2 years. Purposive selection of respondents aims to ensure adequate representation of the various roles and responsibilities within the organization. According to Shanock and Eisenberger (2006), supervisory support (X1) is defined as a process

that involves regular interaction between supervisors and workers to improve performance. There are two indicators to measure supervisory support, namely supervisory support for procedural justice and technological progress (Ha *et al.*, 2024).

Mathisen (2011) states that self-efficacy (X2) is an employee's belief in their own ability to successfully carry out certain tasks or achieve certain goals. It plays an important role in motivation, performance, and goal achievement. According to Bandura (2006), self-efficacy consists of three indicators, namely level, strength and generality. Work effectiveness (Y) is the ability of employees to achieve their goals and produce successful results in their tasks or activities (Kozlowski & Ilgen, 2006). Work effectiveness indicators consist of group characteristics, decision making, and communication that contribute to an effective work team (Losa & Castelló, 2001). Burnout (Z) is a state of physical, emotional and mental exhaustion caused by chronic work-related stress (Prada-Ospina, 2019). Thompson *et al.* (2023) states that there are five indicators to measure the work burnout variable, namely workload, control, rewards, values, and workplace violence.

Data will be collected using a validated questionnaire measuring supervisory support, self-efficacy, work boredom, and work effectiveness via a Likert scale. Descriptive statistical analysis will provide an overview of sample characteristics and research variables. Multiple regression analysis will test hypotheses, with supervisory support (X1) and self-efficacy (X2) as independent variables, and work burnout (Z) as the moderator, predicting work effectiveness. Additionally, moderation analysis will explore the moderating effect of work burnout on the relationship between supervisory support, self-efficacy, and organizational effectiveness.

RESULTS AND DISCUSSION

The majority of the respondents who filled out the questionnaire, totaling 100, were men, comprising 52%, with women making up the remaining 48%. Most of them are married, accounting for 48% of the total respondents, while 38% are still single, and 14% have been married. In general, the average work experience of respondents is more than 5 years, with 65% of them having worked for that period, while the other 35% have less than 5 years of work experience. In terms of education, the majority of respondents had completed tertiary education, with 78% having a bachelor's degree and 22% having a master's degree. Supervision support (X1) and self-efficacy (X2) have a very strong correlation with the level of work effectiveness (Y) based on the model that has been provided. This shows the importance of these two factors

in influencing employee work effectiveness, as well as supporting the validity and reliability of the regression model used to analyze the relationship between these variables.

Table 1. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.990 ^a	.981	.980	.434

Based on table 1 (Model Summary), the R value is 0.990 and the R Square value is 0.981. The R value indicates the correlation between the independent variables (supervision support and self-efficacy) and the dependent variable (work effectiveness). An R value close to 1 indicates that there is a very strong relationship between these variables. Meanwhile, the R Square value shows the proportion of variation in the dependent variable that can be explained by the independent variable. The R Square value of 0.981 indicates that around 98.1% of the variation in the level of work effectiveness (Y) can be explained by the independent variables in this model, namely supervisory support (X1) and self-efficacy (X2). Additionally, the R Square value that is not included in the regression model, namely 0.019 or 1.9%, indicates that there are other variables that are not examined in this research but that contribute to variations in the level of work effectiveness (Y).

Table 2. ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	925.085	2	462.542	2451.046	.000 ^b
	Residual	18.305	97	.189		
	Total	943.390	99			

Next, in table 2 (anova), the F value is 2451.046 with sig. 0.000 (<0.05) indicates that supervisory support (X1) and self-efficacy (X2) have a simultaneous influence on work effectiveness (Y). Based on Table 3 which shows the results of the t test (partial test), the t values and significance values (Sig.) were obtained. There were three t values recorded, namely 6.203, 43.567, and 18.960, with all recorded significance values (Sig.) being 0.000. Because the significance value (Sig.) for all t tests is less than 0.05, it can be concluded that the t test results are statistically significant.

Tabel 3. Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	1.438	.232		6.203	.000
X.1	1.924	.044	.760	43.567	.000
X.2	.829	.044	.331	18.960	.000

The constant (Constant) is 1.438. This shows that when the values of X1 and X2 are zero, then the value of Y will be 1.438. If there was no supervisory support (X1) and self-efficacy (X2), work effectiveness (Y) would have a value of 1.438. The coefficient for X1 is 1.924. This shows that every one unit increase in variable X1 (supervision support) will result in an increase of 1.924 units in variable Y (work effectiveness). In other words, the higher the level of supervisory support, the higher the level of work effectiveness. The coefficient for X2 is 0.829. This shows that every one unit increase in variable X2 (self-efficacy) will result in an increase of 0.829 units in variable Y (work effectiveness). The higher the level of self-efficacy, the higher the level of work effectiveness. So, based on this model, it can be concluded that both supervisory support and self-efficacy contribute positively to work effectiveness.

Table 4. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.993 ^a	.987	.986	.361

Table 4 shows a summary of the regression analysis model used to predict work effectiveness based on the independent variables supervisory support (X1) and self-efficacy (X2), with work burnout (Z) as a moderating variable. The correlation coefficient (R) value is 0.993. This shows that there is a very strong correlation between the variables of supervisory support and self-efficacy as independent variables with the work effectiveness variable as the dependent variable.

Table 5. ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	931.119	5	186.224	1426.557	.000 ^b
	Residual	12.271	94	.131		
	Total	943.390	99			

The coefficient of determination (R Square) is 0.987, which means that 98.7% of the variation in work effectiveness is explained by the variables of supervisory support and self-efficacy. From table 4, it shows that the regression model used has a very strong level of correlation and a fairly high level of variability in work effectiveness which can be explained by the independent variables in the model, namely supervisory support and self-efficacy, by considering work burnout as a moderating variable. The influence of supervisory support and self-efficacy on work effectiveness can change depending on the level of work saturation. Under conditions of high levels of job burnout, the influence of supervisory support and self-efficacy may be stronger or weaker than under conditions of low job burnout.

Table 5 shows that the moderating variable job burnout plays an important role in explaining the relationship between the independent and dependent variables in the regression

model. A p value lower than the 0.05 significance level indicates that the overall regression model is statistically significant. Thus the independent variables (supervision support and self-efficacy) and the moderating variable (work saturation) together explain variations in work effectiveness.

Table 6. Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	1.160	.397			2.918	.004
X	1.418	.117	.560		12.073	.000
Z	1.256	.121	.501		10.404	.000
XZ	.033	.008	.234		3.919	.000
X.1z	.006	.002	.378		3.510	.001
X.2z	-.010	.002	-.585		-5.300	.000

The regression model contained in table 6 can be expressed as $Y = 1.160 + 1.418X.1 + 1.256X.2 + 0.033Z + 0.006X.1Z + -0.010X.2Z$. The regression model provided indicates that there is a relationship between the level of work effectiveness (Y) and the independent variables supervisory support (X.1), self-efficacy (X.2), and work burnout (Z). The interpretation of the coefficients in the regression model is as follows: the constant, with a value of 1.160, represents the initial level of work effectiveness (Y) when all independent variables (X.1, X.2, and Z) are at zero. The coefficient for X.1 (supervisory support) is 1.418, indicating that for every one unit increase in supervisory support (X1), work effectiveness (Y) increases by 1.418 units, assuming other variables remain constant. For X.2 (self-efficacy), the coefficient is 1.256, suggesting that every one unit increase in self-efficacy (X.2) corresponds to a 1.256 unit increase in work effectiveness (Y), disregarding other variables. Z, representing work saturation, has a coefficient of 0.033, meaning that for every one unit increase in work saturation (Z), work effectiveness (Y) increases by 0.033 units, assuming other variables remain constant.

The interaction between supervisory support and work burnout (X.1z) has a positive regression coefficient of 0.006, indicating a potential strengthening effect of supervisory support on work effectiveness in high burnout conditions. The coefficient for the interaction between self-efficacy and work burnout (X.2z) is -0.010, suggesting that high levels of both self-efficacy and work saturation may reduce work effectiveness, with job burnout moderating this relationship. Overall, job burnout can either enhance or weaken the influence of supervisory support and self-efficacy on work effectiveness, depending on the level of work saturation. In high burnout conditions, supervisory support becomes more influential, while in low burnout conditions, its impact may diminish. Similarly, in high work saturation conditions, self-efficacy

plays a more dominant role in increasing work effectiveness, whereas in low work saturation conditions, its influence may be lower.

Supervisory support has a significant impact on work effectiveness, providing clear direction and encouraging skills development (Hammer *et al.*, 2019). This also affects employees' psychological well-being, reducing the risk of burnout (Swanzy, 2020; Halizah *et al.*, 2023). Recognizing its importance is critical to organizational success (Erdogan *et al.*, 2004). Effective supervision reduces burnout, fosters a supportive environment, and improves overall performance (Chami-Malaeb, 2022; Nielsen *et al.*, 2023; Hameduddin & Lee, 2023; Dawson & McCulloch, 2005; Taiwo, 2010; Van den Berg *et al.*, 2020).

Self-efficacy significantly impacts work effectiveness, motivating employees to set and achieve ambitious goals (Wood and Marshall, 2008; Attiq *et al.*, 2017). It also fosters persistence in overcoming obstacles (Grosser *et al.*, 2017; De Clercq & Belausteguigoitia, 2017), promoting productivity and performance (Schmidt & DeShon, 2010; Darmawan *et al.*, 2020). Confidence in task completion encourages initiative and responsibility, enhancing work effectiveness. Recognizing the importance of building employee self-efficacy, organizations can provide training and create supportive environments (Aftab *et al.*, 2012; Alidosti *et al.*, 2016; Shoji *et al.*, 2016). High self-efficacy reduces burnout risk by fostering positive attitudes and stress resistance (Gani, 2022; Jimmieson, 2000). It also encourages seeking challenges and constructive responses to negative experiences, maintaining motivation and reducing burnout. Supporting employee self-efficacy through training and social support enhances work effectiveness by managing fatigue (Sinambela *et al.*, 2022).

Job burnout negatively affects work effectiveness (Calin *et al.*, 2022; Retnowati *et al.*, 2023), leading to decreased productivity and performance. It diminishes employee motivation, resulting in lower quality work (Darmawan & Putra, 2022). Boredom disrupts concentration and social interactions (Khasanah *et al.*, 2010), impeding collaboration and communication (Hariyani *et al.*, 2019). This decline in effectiveness impacts organizational productivity, hindering project progress and innovation (Jannah & Mardikaningsih, 2023). Additionally, burnout contributes to absenteeism and turnover (Lambert *et al.*, 2010; Darmawan, 2015), disrupting operations and increasing recruitment costs. To address burnout and enhance effectiveness, organizations should focus on improving employee well-being and motivation through tailored training and development opportunities (Wegge *et al.*, 2006; Olson *et al.*, 2019; Retnowati & Darmawan, 2023).

CONCLUSION

Analysis indicates supervisory support significantly enhances employee work effectiveness, underscoring the importance of supportive leadership. Similarly, self-efficacy strongly correlates with effectiveness, highlighting the role of belief in one's abilities. Job burnout moderates the relationship between supervisory support and effectiveness, emphasizing the impact of burnout levels on this relationship. To address these findings, management should prioritize providing support through training and fostering a supportive work culture. Additionally, enhancing employee self-efficacy through tailored training programs can boost confidence and task completion abilities. Proactive measures to mitigate burnout, such as task variety and work-life balance initiatives, are essential for sustaining employee well-being and performance.

REFERENCES

- Aftab, N., A. A. Shah, & R. Mehmood. 2012. Relationship of Self Efficacy and Burnout Among Physicians. *Academic Research International*, 2(2), 539-548.
- Alidosti, M., M. Delaram, L. Dehgani, & M. Maleki Moghadam. 2016. Relationship Between Self-Efficacy and Burnout Among Nurses in Behbahan City, Iran. *Women's Health Bulletin*, 3(4), 1-5.
- Anderson, N., K. Potočnik, & J. Zhou. 2014. Innovation and Creativity in Organizations: A State-of-the-Science Review, Prospective Commentary, and Guiding Framework. *Journal of Management*, 40(5), 1297-1333.
- Asghari, S., S. Targholi, A. Kazemi, S. Shahriyari, & L. Rajabion. 2020. A New Conceptual Framework for Identifying the Factors Influencing the Effectiveness of Competitive Intelligence. *Competitiveness Review: An International Business Journal*, 30(5), 555-576.
- Attiq, S., H. Rasool, & S. Iqbal. 2017. The Impact of Supportive Work Environment, Trust, and Self-Efficacy on Organizational Learning and its Effectiveness: A Stimulus-Organism Response Approach. *Business & Economic Review*, 9(2), 73-100.
- Bandura, A. 2006. Guide for Constructing Self-Efficacy Scales. *Self-Efficacy Beliefs of Adolescents*, 5(1), 307-337.
- Bangsus, M., D. Darmawan, R. Hardiyansah, S. Suwito, & M. Mujito. 2023. The Implications of Remuneration, Procedural Justice Principles, and Work Environment Factors on Employee Retention Rate, *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 3(3), 26-32.
- Calin, M. F., T. Tasente, & A. Seucea. 2022. The Effects of Burnout on the Professional Activity of Teachers. *Technium Soc. Sci. J.*, 34, 430.
- Carnevale, J. B., L. Huang, M. Crede, P. Harms, & M. Uhl-Bien. 2017. Leading to Stimulate Employees' Ideas: A Quantitative Review of Leader-Member Exchange, Employee Voice, Creativity, And Innovative Behavior. *Applied Psychology*, 66(4), 517-552.

- Chami-Malaeb, R. 2022. Relationship of Perceived Supervisor Support, Self-Efficacy and Turnover Intention, The Mediating Role of Burnout. *Personnel Review*, 51(3), 1003-1019.
- Couser, G. P. 2008. Challenges and Opportunities for Preventing Depression in the Workplace: A Review of the Evidence Supporting Workplace Factors and Interventions. *Journal of Occupational and Environmental Medicine*, 50(4), 411-427.
- Consiglio, C., L. Borgogni, C. Di Tecco, & W. B. Schaufeli. 2016. What Makes Employees Engaged with Their Work? The Role of Self-Efficacy and Employee's Perceptions of Social Context Over Time. *Career Development International*, 21(2), 125-143.
- Darmawan, D. 2015. Pengaruh Burnout dan Fasilitas Kerja Terhadap Turnover Pekerja. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 5(2), 8-14.
- Darmawan, D., R. Mardikaningsih, E. A. Sinambela, S. Arifin, A.R. Putra, M. Hariani, M. Irfan, Y.R. Al Hakim, & F. Issalillah. 2020. The Quality of Human Resources, Job Performance and Employee Loyalty, *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*, 24(3), 2580-2592.
- Darmawan, D. 2021. Peran Budaya Organisasi dan Efikasi Diri Untuk Menentukan Kepuasan Kerja Karyawan, *Jurnal Baruna Horizon*, 4(1), 43-53
- Darmawan, D. & A. R. Putra. 2022. Pencapaian Efektivitas Kerja Melalui Optimalisasi Kecerdasan Emosional Dan Pemberian Beban Kerja Secara Tepat Kepada Karyawan. *Jurnal Baruna Horizon*, 5(1), 8-16.
- Darmawan, D., A. R. Putra, M. Munir, E. Retnowati, & T. S. Anjanarko. 2023. Optimasi Kinerja Karyawan Melalui Sinergi Dukungan Supervisi dan Kepuasan Kerja. *Global Leadership Organizational Research in Management*, 1(4), 350–360.
- Dawson, D. & K. McCulloch. 2005. Managing Fatigue: It's about Sleep. *Sleep Medicine Reviews*, 9(5), 365-380.
- De Clercq, D. & I. Belausteguigoitia. 2017. The Usefulness of Tenacity in Spurring Problem-Focused Voice: The Moderating Roles of Workplace Adversity. *Journal of Business and Psychology*, 32, 479-493.
- Djazilan, M.S., D. Darmawan, E. Retnowati, E.A. Sinambela, & R. Mardikaningsih. 2022. The Role of Self-Discipline, Self-Concept and Self-Efficiency on Teacher Performance. *Education and Human Development Journal*, 7(3), 64-73.
- Djazilan, M.S. & D. Darmawan. 2022. Kajian Tentang Innovative Behaviour Ditinjau Dari Knowledge Sharing Dan Keadilan Organisasi, *Jurnal Baruna Horizon*, 5(2), 78-87.
- Eddine, B. A. S. & D. Darmawan. 2023. Sales Performance Improvement Through Monitoring of Work Experience and Quality Work of Life, *Journal of Marketing and Business Research*, 3(1), 71-80.
- Eddine, B. A. S., D. Darmawan, R. Mardikaningsih, E. A. Sinambela. 2023. The Effect of Knowledge Management and Quality of Work Life on Employee Commitment, *Journal of Human Sciences*, 10(1), 87-100.
- Erdogan, B., M. L. Kraimer, & R. C. Liden. 2004. Work Value Congruence and Intrinsic Career Success: The Compensatory Roles of Leader-Member Exchange and Perceived Organizational Support. *Personnel Psychology*, 57(2), 305-332.

- Gani, A. 2022. The Influence of Perceptions of Organizational Support and Interpersonal Abilities on Employee Achievement Motivation, *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 2(3), 1 – 4.w
- Grosser, T. J., V. Venkataramani, & G. J. Labianca. 2017. An Alter-Centric Perspective on Employee Innovation: The Importance of Alters' Creative Self-Efficacy and Network Structure. *Journal of Applied Psychology*, 102(9), 1360.
- Halizah, S.N., R. Nuraini, F. Issalillah, D. Darmawan, & R. K. Khayru. 2023. Upaya Mengoptimalkan Kinerja Karyawan Melalui Peran Kecerdasan Emosional Dan Manajemen Stres, *Jurnal Baruna Horizon*, 6(2), 68-75
- Hameduddin, T., & Lee, H. 2023. Sexual Harassment and Employee Engagement: Exploring the Roles of Gender, Perceived Supervisory Support, and Gender Equity Climate. *Review of Public Personnel Administration*, 43(3), 504-527.
- Hammer, L. B., W. H. Wan, K. J. Brockwood, T. Bodner, & C. D. Mohr. 2019. Supervisor Support Training Effects on Veteran Health and Work Outcomes in the Civilian Workplace. *Journal of Applied Psychology*, 104(1), 52.
- Hariani, M., M. Irfan, A. R. Putra, D. S. Sigita, S. Arifin, D. Darmawan, & Y. R. Al Hakim. 2019. Optimalisasi Efektivitas Kerja melalui Pengembangan Kompetensi dan Komunikasi Kerja Dinamis, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9(2), 14-21.
- Jahroni, J., D. Darmawan., R. Mardikaningsih., & E. A. Sinambela. 2021. Peran Insentif, Perilaku Kepemimpinan, dan Budaya Organisasi terhadap Penguatan Komitmen Organisasi. *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah (JESYA)*, 4(2), 1389-1397.
- Jannah, S.M. & R. Mardikaningsih. 2023. Strategies for Improving Bureaucratic Efficiency and Employee Performance, *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 4(2), 10–14.
- Jimmieson, N. L. 2000. Employee Reactions to Behavioural Control Under Conditions of Stress: The Moderating Role of Self-Efficacy. *Work & Stress*, 14(3), 262-280.
- Khasanah, H., S. Arum, & D. Darmawan. 2010. *Pengantar Manajemen Bisnis*, Spektrum Nusa Press, Jakarta.
- Kozlowski, S. W. & D. R. Ilgen. 2006. Enhancing the Effectiveness of Work Groups and Teams. *Psychological Science in the Public Interest*, 7(3), 77-124.
- Lambert, E. G., H. L. Hogan, & I. Altheimer. 2010. An Exploratory Examination of the Consequences of Burnout in Terms of Life Satisfaction, Turnover Intent, and Absenteeism Among Private Correctional Staff. *The Prison Journal*, 90(1), 94-114.
- Lin, M., Y. Liu, & S. Viswanathan. 2018. Effectiveness of Reputation in Contracting for Customized Production: Evidence from Online Labor Markets. *Management Science*, 64(1), 345-359.
- Losa, N. F. & C. A. J. Castelló. 2001. La Eficacia De Los Equipos De Trabajo Y Su Medición. *Boletin De Estudios Económicos*, 56(172), 57.
- Mardikaningsih, R. & A. R. Putra. 2021. Efforts to Increase Employee Work Productivity through Job Satisfaction and Job Training. *Studi Ilmu Sosial Indonesia*, 1(1), 51-64.
- Mardikaningsih, R., E. A. Sinambela, E. Retnowati, D. Darmawan & A. R. Putra. 2022. Pencapaian Kepuasan Kerja Karyawan melalui Pengembangan Budaya Kerja, Efektivitas Penempatan dan Pengawasan Kerja, *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(1), 29-38

- Mardikaningsih, R. & D. Darmawan. 2022. Determinan Keterlibatan Kerja: Peran Dari Penilaian Kinerja, Perilaku Kepemimpinan dan Perilaku Inovatif. *TIN: Terapan Informatika Nusantara*, 3(5), 178-184.
- Mathisen, G. E. 2011. Organizational Antecedents of Creative Self-Efficacy. *Creativity and Innovation Management*, 20(3), 185-195.
- Munir, M. & D. Darmawan. 2022. Efektivitas Kepemimpinan dan Pengembangan Karir: Faktor Penentu Keterikatan Kerja, *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(1), 39-48
- Naufalia, S., D. Darmawan, Jahroni, T. S. Anjanarko, M. Munir, & S. Arifin. 2022. Pengaruh Quality of Work Life, Total Kualitas Manajemen dan Stres Kerja terhadap Loyalitas Karyawan. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 2(4), 114-120.
- Nielsen, M. B., H. A. Johannessen, J. O. Christensen, & L. B. Finne. 2023. Emotional Dissonance and Burnout Among Child Welfare Workers: The Moderating Role of Social Support from Colleagues, Supervisors, and Organization. *Journal of Social Work*, 23(4), 615-635.
- Olson, K., D. Marchalik, H. Farley, S. M. Dean, E. C. Lawrence, M. S. Hamidi, S. Rowe, J. M. McCool, C. A. O'Donovan, M. A. Micek, & M. T. Stewart. 2019. Organizational Strategies to Reduce Physician Burnout and Improve Professional Fulfillment. *Current Problems in Pediatric and Adolescent Health Care*, 49(12), 100664.
- Prada-Ospina, R. 2019. Social Psychological Factors and Their Relation to Work-Related Stress as Generating Effect of Burnout. *Interdisciplinaria*, 36(2), 39-53.
- Retnowati, E. & D. Darmawan. 2022. Peningkatan Kinerja Karyawan Ditinjau Dari Sikap Kerja dan Penegakan Keadilan Organisasi, Arbitrase: *Jurnal Ekonomi dan Akuntansi*, 3(2), 219-226.
- Retnowati, E. & D. Darmawan. 2023. Optimizing Employee Morale in the Workplace through the Integration of Career Development, Job Satisfaction, and Work Environment Factors. *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 3(1), 1-43.
- Retnowati, E., M. Hariani, M. Irfan, D. Darmawan, A. R. Putra, T. S. Anjanarko & M. Munir. 2023. Work Effectiveness Examined through the Aspects of Workload and Burnout. *Sustainable Environmental and Optimizing Industry Journal*, 5(1), 1-10.
- Retnowati, E., R. Mardikaningsih., R. K. Khayru., D. Darmawan., A. S. Wibowo. 2023. The Influence of Transformational Leadership and Organizational Commitment on Turnover Intention, *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 3(2), 38-43.
- Schaufeli, W. B., T. W. Taris, & W. Van Rhenen. 2008. Workaholism, Burnout, and Work Engagement: Three of a Kind or Three Different Kinds of Employee Well-Being? *Applied Psychology*, 57(2), 173-203.
- Schmidt, A. M. & R. P. DeShon. 2010. The Moderating Effects of Performance Ambiguity on the Relationship Between Self-Efficacy and Performance. *Journal of Applied Psychology*, 95(3), 572.
- Shanock, L. R. & R. Eisenberger. 2006. When Supervisors Feel Supported: Relationships with Subordinates' Perceived Supervisor Support, Perceived Organizational Support, and Performance. *Journal of Applied psychology*, 91(3), 689.

- Shoji, K., R. Cieslak, E. Smoktunowicz, A. Rogala, C. C. Benight, & A. Luszczynska. 2016. Associations Between Job Burnout and Self-Efficacy: A Meta-Analysis. *Anxiety, Stress, & Coping*, 29(4), 367-386.
- Sinambela, E. A., D. Darmawan, & V. Mendrika. 2022. Effectiveness of Efforts to Establish Quality Human Resources in the Organization, *Journal of Marketing and Business Research*, 2(1), 47-58.
- Sinambela, E.S., S. N. Halizah, S. Naufalia, F. N. Amelia, S. Arifin, D. Darmawan, & A. R. Putra. 2023. The Effect of Experience, Work Supervision and Career Development on Job Satisfaction, *Indonesian Journal of Innovation Multidisipliner Research*, 1(2), 96-107
- Swanzy, E. K. 2020. The Impact of Supervisor Support on Employees' Psychological Wellbeing: A Parallel Mediation Analysis of Work-To-Family Conflict and Job Satisfaction. *International Business Research*, 13(11), 41-53.
- Taiwo, A. S. 2010. The Influence of Work Environment on Workers Productivity: A Case of Selected Oil and Gas Industry in Lagos, Nigeria. *African Journal of Business Management*, 4(3), 299.
- Thompson, H. G., N. M. Askelson, R. Bucklin, N. Gauthreaux, E. Faber, C. Ball, S. Yang, & E. Steere. 2023. Organization-Level Factors Associated with Burnout: Guided Discussions with Micropolitan Public Health Workers During COVID-19. *Journal of Occupational and Environmental Medicine*, 65(7), 580-583.
- Uddin, M. J., R. H. Luva, & S. M. M. Hossian. 2013. Impact of Organizational Culture on Employee Performance and Productivity: A Case Study of Telecommunication Sector in Bangladesh. *International Journal of Business and Management*, 8(2), 63.
- Van den Berg, M. J., T. L. Signal, & P. H. Gander. 2020. Fatigue Risk Management for Cabin Crew: The Importance of Company Support and Sufficient Rest for Work-Life Balance—A Qualitative Study. *Industrial Health*, 58(1), 2-14.
- Wegge, J., R. Van Dick, G. K. Fisher, C. Wecking, & K. Moltzen. 2006. Work Motivation, Organisational Identification, and Well-Being in Call Centre Work. *Work & Stress*, 20(1), 60-83.
- Wood, R. E. & V. Marshall. (2008). Accuracy and Effectiveness in Appraisal Outcomes: The Influence of Self-Efficacy, Personal Factors and Organisational Variables. *Human Resource Management Journal*, 18(3), 295-313.
- Wulandari, W., R. Nuraini, F. Maghfiroh, D. Darmawan, S. N. Halizah, & R. Mardikaningsih. (2022). Pengaruh Kemampuan Interpersonal, Modal Psikologi, dan Dukungan Supervisor Terhadap Kinerja Tenaga Penjualan. *TIN: Terapan Informatika Nusantara*, 3(4), 123-131.
- Yee, R. W., A. C. Yeung, & T. E. Cheng. (2008). The Impact of Employee Satisfaction on Quality and Profitability in High-Contact Service Industries. *Journal of Operations Management*, 26(5), 651-668.
- Yukl, G. (2008). How Leaders Influence Organizational Effectiveness. *The Leadership Quarterly*, 19(6), 708-722.



Change Management: The Contribution of Sustainable Human Resource Management to Organizational Commitment and Employee Innovative Behavior

Rahayu Mardikaningsih

rahayumardikaningsih@gmail.com

Program Studi Manajemen

Universitas Sunan Giri Surabaya

Received: 19 05 2024. Revised: 23 06 2024. Accepted: 29 06 2024.

Abstract : Change management is key to improving organizational performance in a changing era. One emerging approach is sustainable Human Resource Management (GHRM), emphasizing environmentally friendly and sustainable practices. This study evaluates the contribution of GHRM to organizational commitment and innovative behavior of employees at four universities in Surabaya. It was conducted with a sample of 25 employees from each college using accidental sampling technique. Data were collected through questionnaires and analyzed by statistical methods. The results show the significance of GHRM contribution to organizational commitment and innovative behavior of employees. GHRM practices that focus on sustainability and environmental friendliness influence employee commitment to college goals and encourage innovative behavior in the workplace. This suggests investment in GHRM strategies is important to create a work environment that motivates, builds commitment, and encourages creativity and innovation, improving organizational performance and competitiveness.

Keywords : Sustainable Human Resource, Organizational Commitment, Innovative Behavior

INTRODUCTION

Green Human Resource Management (GHRM) applies green principles to human resource management, which has relevance to the principles of change management. The goal is to establish a green culture and behaviors in the organization, and manage change to implement these practices. GHRM includes practices such as training employees on environmental issues, promoting environmentally friendly work behaviors, and implementing policies that support environmental sustainability. In change management, GHRM is key to shifting employee paradigms and behaviors towards more sustainable practices. Organizations can use a GHRM approach to align change with broader environmental values and goals, create change in HR practices, and lead change in organizational culture towards environmental sustainability. GHRM is a human resource management approach that focuses on

environmental sustainability, and its role is vital to managing change in organizations towards more environmentally friendly practices (Amjad et al., 2021). GHRM helps build awareness and understanding among employees about the importance of changes related to environmental sustainability. By providing clear explanations and solid reasons why change is necessary, GHRM helps reduce resistance to change.

A good awareness of the reasons behind change allows employees to see the positive impact it may have, and thus, minimizes their fear or reluctance to change. Furthermore, GHRM provides sufficient training and support to employees to help them adapt to the new, greener work environment (Rubel et al., 2021; Khatoon et al., 2022). Employees will have the knowledge of sustainable practices, and the necessary skills to apply them effectively in their daily work. The support provided by GHRM gives employees the confidence to deal with change so that they are better able to adapt and contribute positively to the implementation of sustainable practices (Alzyoud, 2021; Zhu et al., 2021; Bhatti et al., 2022). GHRM will manage resistance to change. According to Kodua et al. (2022), by understanding the sources of resistance and choosing appropriate strategies, GHRM helps organizations minimize barriers during the change process. GHRM helps management identify the causes of dissatisfied employees who resist change, finding effective solutions. Good communication is important for managing change. Through open and transparent communication, GHRM ensures all parties involved have a common understanding of the change strategy and objectives. Effective communication builds employee trust and engagement, enhancing successful implementation of sustainable practices.

Furthermore, GHRM also encourages employee creativity to find new solutions that are more environmentally friendly (Jia et al., 2018). By providing opportunities and support to create innovative ideas, GHRM strengthens the culture of innovation in the organization, key to developing effective sustainable practices. Change becomes a strong stimulus for employees for innovative behavior in the workplace. Innovation is not only on products as output but also on inputs and processes (Dervitsiotis, 2010; Putra et al., 2016; Darmawan, 2017; Ernawati et al., 2022). Innovation opens up better opportunities (Mardikaningsih & Darmawan, 2022). Change creates a dynamic environment that encourages employees to think creatively and look for new solutions. When organizations experience change, employees feel the need to adapt and react. In the face of uncertainty, employees often seek innovative solutions (Sadeh Sarifirad & Ataei, 2012). Change triggers lateral thinking and mental flexibility because employees must adjust to a changing work environment (Hogan & Coote, 2014; Putra &

Mardikaningsih, 2022). According to Ningwulan et al. (2012); Darmawan (2019), employees who are heading towards well-being at work tend to have innovative behavior. Motivation to achieve leads to innovative behavior (Amabile & Pratt, 2016; Darmawan, 2016), depending on the spread of knowledge and positive work attitudes (Baskoro et al., 2021).

Proper implementation of GHRM will also encourage the strengthening of organizational commitment. Strong commitment can lead to maximum employee performance (Messersmith et al. 2019; Darmawan et al., 2020; Arifin & Darmawan, 2022); job satisfaction (Darmawan, 2016); to organizational effectiveness (Darmawan, 2022). There are several factors that can strengthen commitment such as job satisfaction and motivation (Mardikaningsih, 2023); clear career development (Mardikaningsih & Darmawan. 2021; Putra & Darmawan, 2022); professionalism (Darmawan, 2018); compensation (Jahroni et al., 2021; Putra & Mardikaningsih, 2021; Widiyana, 2021; Ernawati et al., 2022; Mardikaningsih & Darmawan, 2022); tenure (Mardikaningsih, 2020); quality of work life (Eddine et al., 2023); and leadership (Darmawan & Mardikaningsih, 2021; Ernawati et al., 2020; 2022). Although commitment is a form of preventing turnover intention, work stress is a threat that can weaken a person's commitment to the organization (Mardikaningsih et al., 2021; Widiyana, 2021).

Through the right approach, GHRM can be a powerful force for building organizational commitment to sustainable practices and strengthening the organization's reputation as a leader in social and environmental responsibility. Proper implementation of GHRM will influence the policies and practices of the organization as a whole, with significant impact at the individual level, i.e. each employee. GHRM creates an environment where sustainability values are embedded in the overall culture and identity of the organization. When employees feel that their organization prioritizes sustainability, they tend to be more engaged and committed to the principles. GHRM can trigger changes in individual behavior, inspiring employees to adopt more socially and environmentally responsible actions. As such, GHRM impacts the overall organizational level, shaping the attitudes and behaviors of each individual, creating a culture where sustainability becomes a value that all members of the organization hold dear. This study will examine the role of GHRM in shaping organizational commitment and influencing employee innovative behavior. GHRM is defined as an approach to managing human resources that prioritizes environmental sustainability.

This research will analyze how effective GHRM implementation can increase employee commitment to sustainable practices in the organization, including support to employees in applying sustainability principles in their daily work. Through GHRM, organizational

commitment can be strengthened, encouraging employees to adopt more environmentally friendly and sustainable innovative behaviors. Through a quantitative approach, this research will explore the relationship between GHRM practices, organizational commitment, and employee innovative behaviors. The purpose of this study is to understand the role of GHRM in shaping organizational commitment and influencing employee innovative behavior, with the hope of providing insight into the factors that influence sustainable practices in the workplace. The results of this study can help organizations develop more effective strategies to strengthen commitment to sustainability and encourage sustainable innovation throughout the organization. The contribution of this research can enrich theory and practice in the field of human resource management and organizational sustainability.

RESEARCH METHOD

This quantitative research focuses on one independent variable, GHRM, and two dependent variables, organizational commitment and innovative behavior. Conducted in four universities in Surabaya, with 25 employees in each university, using accidental sampling technique for representative inclusion. Data was collected through surveys sent to employees from various backgrounds and departments. The survey was designed to measure employees' perceptions of GHRM practices, their organizational commitment, and innovative behavior. Interviews were also conducted with several college leaders to gain a deeper understanding of GHRM implementation at different levels of the organization.

GHRM (X1) is the accumulation of employees' knowledge, skills, experience, wisdom, creativity, and dedication to environmental preservation or green innovation, internal to individual employees (Napathorn, 2022). According to Yong et al. (2091), there are three indicators to measure GHRM: 1) green human capital; 2) green structural capital; and 3) green relational capital. Organizational commitment (Y1) is a definite desire to maintain organizational membership, identification with the goals, success of the organization, loyalty, and great effort on behalf of the organization (Aydin, 2011). There are three indicators to measure organizational commitment: affective, normative, and continuance commitment (Meyer & Allen, 1991). Innovative behavior (Y2) is the introduction and application of new ideas, processes, products, or procedures aimed at providing significant benefits to individuals, groups, or organizations (Cingöz & Akdoğan, 2011).

According to De Jong and Den Hartog (2010), there are four signs of innovative behavior: 1) opportunity exploration; 2) idea generation; 3) perseverance; and 4) idea

implementation. The collected data will be analyzed using simple linear regression technique to evaluate the relationship between the independent variable (GHRM) and the dependent variable (organizational commitment and innovative behavior). This analysis will help to understand the extent to which GHRM implementation influences organizational commitment and innovative behavior of employees in a tertiary institution environment. The results of this study are expected to make a significant contribution to the understanding of the importance of GHRM to create a sustainable and innovative work environment.

RESULTS AND DISCUSSION

In this study, out of a total of 100 respondents who filled out the questionnaire, the majority were female, representing 62% of the total number. Meanwhile, 48% of the respondents were male. In terms of educational background, most respondents have a bachelor's degree (S1), reaching 86% of the total. While the rest, as many as 6 respondents or 6%, are graduates of the master's program (S2). When considering length of employment, 62% of respondents have more than 5 years of work experience, while the remaining 38% have less than 5 years of work experience. Finally, in terms of income, the majority of respondents, 89%, have an income below 4 million rupiah. This shows that in this sample of respondents, most are women with an undergraduate educational background, have less than 5 years of work experience, and earn less than 4 million rupiah.

The results of the reliability test using the Cronbach Alpha probability calculation method show that the measuring instruments used in this study can be considered reliable. For the GHRM variable (X), an alpha value of 0.817 was obtained, while for the organizational commitment variable (Y1) the alpha value reached 0.839, and for the innovative behavior variable (Y2) the alpha value was 0.788. These numbers indicate the level of consistency and reliability of the measuring instrument to measure the construct in question. Significant alpha values, all of which exceed the 0.6 threshold, indicate that the instruments used have a good level of reliability to measure the variability within them. Based on the SPSS output results, the corrected item values for each statement variable of GHRM (X1), organizational commitment (Y1), and innovative behavior (Y2) all show numbers above 0.3. These results indicate that the data collected for the three variables can be declared valid. Data validity indicates that the measurement instruments used to measure these variables have sufficient consistency to assess the intended constructs.

Regression analysis was conducted on one independent variable, namely GHRM (X) and two dependent variables, namely Innovative Behavior (Y1) and Organizational Commitment (Y2). The results of SPSS processing are shown in the following table.

Tabel 1. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.865 ^a	.749	.746	3.48180

The correlation value between GHRM and Organizational Commitment is 0.865, indicating a strong positive relationship. The R Square value reaches 74.9%, indicating that GHRM has a great impact on organizational commitment. The Std. Error of the Estimate is 3.48180, signifying how far the data points may differ from the regression line. The lower the value, the better the model. The GHRM variable significantly predicts organizational commitment. The F value of 292.403 indicates that the overall regression model is significant.

Table 2. ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3544.790	1	3544.790	292.403	.000 ^b
	Residual	1188.050	98	12.123		
	Total	4732.840	99			

In the regression model, the constant value is 6.012. This indicates the value of Y1 when GHRM (X) is equal to zero. The regression coefficient for the GHRM variable is 1.196. This indicates that every one unit increase in GHRM corresponds to a 1.196 unit increase in organizational commitment. The t value is 17.100 with a significance of 0.000, indicating that this relationship is highly significant.

Table 3. Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	6.012	2.338		2.572	.012
X	1.196	.070	.865	17.100	.000

The results showed that GHRM has a significant impact on organizational commitment, in accordance with previous research by Shoaib et al. (2022). When colleges implement environmentally friendly and sustainable practices, they can also provide health and wellness programs for employees, such as access to fitness facilities, mental counseling, or healthy lifestyle support. Employees feel valued when they see their college caring for the environment and the surrounding community, which strengthens their emotional bond with the workplace. Colleges that pay attention to employee well-being can create stronger bonds between employees and their

institutions, improve perceptions of college value and identity, and influence employee performance and retention. By understanding these findings, leaders in higher education can design strategies to strengthen factors that influence GHRM, such as through training and development programs, effective communication, and management support. This will help increase employees' organizational commitment, which in turn will affect job performance and satisfaction.

Table 4. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.848 ^a	.719	.716	2.498

The correlation between GHRM and Innovative Behavior is 0.848, indicating a strong positive relationship. The R Square value reaches 71.9%, indicating that GHRM has a great impact on innovative behavior. The Std. Error of the Estimate is low, at 2.498, indicating that the regression model is quite good. The GHRM variable significantly predicts innovative behavior. The F value of 250.453 indicates that the overall regression model is significant.

Table 5. ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1563.232	1	1563.232	250.453	.000 ^b
	Residual	611.678	98	6.242		
	Total	2174.910	99			

In the regression value there is a constant value of 7.281. This shows the value of innovative behavior (Y2) when GHRM (X) is equal to zero. The regression coefficient for the independent variable (GHRM) is 0.794. This indicates that every one unit increase in GHRM corresponds to a 0.794 unit increase in innovative behavior. The t value is 15.826 with a significance of 0.000, indicating that this relationship is highly significant.

Table 6. Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	7.281	1.677		4.340	.000
X	.794	.050	.848	15.826	.000

The results show that GHRM has a significant impact on innovative behavior, in accordance with previous research by Kara et al. (2023). GHRM emphasizes the importance of considering the environment and society regarding work. When organizations pay attention to this aspect, employees become more aware of the importance of protecting the environment and providing benefits to society. Universities, as places of learning and research, have a vital role in teaching these values to employees and students. They can set a good example in

implementing environmentally friendly work practices and building awareness about social responsibility among staff and students.

One way is to incorporate learning about sustainability into the curriculum or employee training programs. For example, by organizing seminars or workshops on the importance of protecting the environment, saving energy, or how to reduce waste. Colleges can also provide specific training on how to live more environmentally friendly lives, such as using public transportation or reducing plastic use. Through internal policies, colleges can support good resource management and waste management in the workplace, such as the installation of separate bins for recycling or the provision of facilities to save water.

By implementing GHRM practices, colleges create a more sustainable and supportive work environment, while raising employee awareness about sustainability practices. Colleges can lead by example in implementing GHRM, influencing those around them, and society at large. They can become centers of innovation in sustainability practices, contributing to protecting the environment and improving social well-being. Leaders in higher education can use these findings to design strategies that strengthen factors that influence GHRM. Investing in training and development programs that improve GHRM among employees can increase their innovative behavior. By understanding the implications of this analysis, leaders in higher education can take appropriate actions to increase employees' innovative behavior.

The role of GHRM in colleges shapes innovative behavior among employees and strengthens organizational commitment. With the GHRM approach, colleges design work environments that promote creativity and collaboration in response to changes in the educational environment and industry. In the ever-evolving education industry, it is important for colleges to be adaptive. By paying attention to a work culture that supports innovation and collaboration, leaders ensure the institution is ready for the future. Within the scope of organizational change, leaders need to manage change management thoroughly. Through effective communication, sustainability socialization, and change management, leaders ensure GHRM initiatives are adopted across the college. Universities can become centers of innovation that are ready to face challenges and take advantage of future opportunities, an integral part of implementing change management.

Change management is the process of managing change in an organization, including changes in organizational structure, technology, or culture. Change management facilitates change towards more environmentally friendly practices (Parida & Brown, 2021; Zihan et al., 2024). GHRM and change management are closely related. Organizations need to make

significant changes in the way they manage human resources to implement GHRM. This includes changes in policies, work procedures, and work culture. Change management helps ensure that these changes are effectively implemented by all members of the organization. For example, if a college wants to implement a new policy on green transportation, they need to carefully plan and manage this change. This involves communicating about the new policy, training employees, and providing incentives. GHRM drives change towards greener practices, while change management ensures these changes are implemented successfully.

CONCLUSIONS

The results showed the significance of GHRM's contribution to employees' organizational commitment and innovative behavior, highlighting the importance of GHRM practices in higher education. The findings confirm a focus on sustainability and eco-friendliness influences employees' commitment to the institution's goals as well as triggers innovative behaviors. Employees who connect with the college's mission for sustainability tend to be more emotionally engaged and committed. Sustainability-focused GHRM practices also encourage employees to think creatively and create innovative solutions. Investing in GHRM strategies can be key to creating a work environment that motivates, builds commitment, and encourages creativity and innovation. Universities have an important role to play in strengthening these GHRM practices. GHRM helps manage the impact of change, whether on organizational structure, work processes, or work culture. By understanding and planning to manage the impact, GHRM helps organizations achieve sustainable change. The role of GHRM in managing change towards green practices is critical. By building awareness, providing training and support, managing resistance, improving communication, encouraging creativity, improving decision-making, and managing the impact of change, GHRM helps organizations become responsive to environmental challenges and create a more sustainable future.

REFERENCES

- Alzyoud, A. A. Y. 2021. The Impact of Green Human Resource Management Practices and Knowledge Sharing on Sustainable Performance: A Conceptual Framework. *International Journal of Education Humanities and Social Science*, 4(2), 115-132.
- Amabile, T. M. & M. G. Pratt. 2016. The Dynamic Componential Model of Creativity and Innovation in Organizations: Making Progress, Making Meaning. *Research in Organizational Behavior*, 36, 157-183.

- Amjad, F., W. Abbas, M. Zia-Ur-Rehman, S. A. Baig, M. Hashim, A. Khan, & H. U. Rehman. 2021. Effect of Green Human Resource Management Practices on Organizational Sustainability: The Mediating Role of Environmental and Employee Performance. *Environmental Science and Pollution Research*, 28, 28191-28206.
- Arifin, S., & D. Darmawan. 2022. Studi tentang Pengalaman Kerja, Komitmen Kerja, Dukungan Organisasi dan Pengaruhnya terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 6(1), 33-43.
- Aydin, A., Y. Sarier, & S. Uysal. 2011. The Effect of Gender on Organizational Commitment of Teachers: A Meta Analytic Analysis. *Educational Sciences: Theory and Practice*, 11(2), 628-632.
- Baskoro, B. D., R. Mardikaningsih & E. A. Sinambela. 2021. Hubungan Kecerdasan Emosional, Tacit Knowledge Sharing, dan Perilaku Kerja Inovatif pada Pekerja Konstruksi di Jakarta. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 20(2), 157-172.
- Bhatti, S. H., F. Saleem, G. Murtaza, & T. U. Haq. 2022. Exploring the Impact of Green Human Resource Management on Environmental Performance: The Roles of Perceived Organizational Support and Innovative Environmental Behavior. *International Journal of Manpower*, 43(3), 742-762.
- Cingöz, A. & A. A. Akdoğan. 2011. An Empirical Examination of Performance and Image Outcome Expectation as Determinants of Innovative Behavior in the Workplace. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 24, 847-853.
- Darmawan, D. 2016. Pengaruh Kualitas Kehidupan Kerja Dan Motivasi Berprestasi Terhadap Perilaku Inovatif. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 6(1), 22-28.
- Darmawan, D. 2016. Peranan Motivasi Kerja, Komitmen Organisasi dan Budaya Organisasi terhadap Kepuasan Kerja, *Jurnal Ilmiah Manajemen Pendidikan Indonesia*, 2(3), 157-166.
- Darmawan, D. 2017. Hubungan Antara Inovasi Produk, Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(1), 36-42.
- Darmawan, D. 2018. Pengaruh Profesionalisme Dan Kondisi Kerja Terhadap Komitmen Organisasi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(1), 21-26.
- Darmawan, D. 2019. Profesionalisme, Motivasi Berprestasi, Komitmen Organisasi dan Pengaruhnya terhadap Intensi Berwirausaha, *Ekuitas, Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 3(3), 344-364.
- Darmawan, D. & R. Mardikaningsih. 2021. Studi Tentang Peran Kualitas Kehidupan Kerja, Kepemimpinan dan Persepsi Dukungan Organisasi terhadap Komitmen Organisasi. *Jurnal Simki Economic*, 4(1), 89-98.

- Darmawan, D. 2022. Budaya Organisasi, Kepemimpinan dan Komitmen: Determinan Efektivitas Organisasi yang Akurat, *TIN: Terapan Informatika Nusantara*, 3(7), 260-266
- Darmawan, D., E. A. Sinambela, M. Hariani & M. Irfan. 2020. Analisis Komitmen Organisasi, Iklim Kerja, Kepuasan Kerja dan Etos Kerja yang Memengaruhi Kinerja Pegawai, *Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen*, 4(1), 58-70.
- De Jong, J. & D. Den Hartog. 2010. Measuring Innovative Work Behaviour. *Creativity and Innovation Management*, 19(1), 23-36.
- Dervitsiotis, K. N. 2010. A Framework for the Assessment of an Organisation's Innovation Excellence. *Total Quality Management*, 21(9), 903-918.
- Eddine, B. A. S., D. Darmawan, R. Mardikaningsih, E. A. Sinambela. 2023. The Effect of Knowledge Management and Quality of Work Life on Employee Commitment, *Journal of Human Sciences*, 10(1), 87-100.
- Ernawati, E., E. A. Sinambela., R. Mardikaningsih., & D. Darmawan. 2020. Pengembangan Komitmen Organisasi melalui Profesionalisme Karyawan dan Kepemimpinan yang Efektif. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 3(2), 520-528.
- Ernawati, E., R. Mardikaningsih, D. Darmawan, E.A. Sinambela. 2022. Pengembangan Keunggulan Kompetitif UMKM Melalui Strategi Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk. *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan*, 5 (2), 144-153.
- Hogan, S. J. & L. V. Coote. 2014. Organizational Culture, Innovation, and Performance: A Test of Schein's Model. *Journal of Business Research*, 67(8), 1609-1621.
- Jahroni, J., D. Darmawan., R. Mardikaningsih., & E. A. Sinambela. 2021. Peran Insentif, Perilaku Kepemimpinan, dan Budaya Organisasi terhadap Penguatan Komitmen Organisasi. *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah (JESYA)*, 4(2), 1389-1397.
- Jia, J., H. Liu, T. Chin, & D. Hu. 2018. The Continuous Mediating Effects of GHRM on Employees' Green Passion Via Transformational Leadership and Green Creativity. *Sustainability*, 10(9), 3237.
- Kara, E., M. Akbaba, E. Yakut, M. H. Çetinel, & M. M. Pasli. 2023. The Mediating Effect of Green Human Resources Management on the Relationship Between Organizational Sustainability and Innovative Behavior: An Application in Turkey. *Sustainability*, 15(3), 2068.
- Khatoon, A., N. A. Khan, F. Parvin, M. S. Wahid, M. T. Jamal, & S. Azhar. 2022. Green HRM: Pathway Towards Environmental Sustainability Using AHP and FAHP in a Nascent Parsimony. *International Journal of Manpower*, 43(3), 805-826.

- Kodua, L. T., Y. Xiao, N. O. Adjei, D. Asante, B. O. Ofosu, & D. Amankona. 2022. Barriers to Green Human Resources Management (GHRM) Implementation in Developing Countries. Evidence from Ghana. *Journal of Cleaner Production*, 340, 130671.
- Mardikaningsih, R. 2020. Sebuah Penelitian Empiris tentang Hubungan Masa Kerja, Kualitas Sumber Daya Manusia dan Komitmen Organisasi. *Jurnal Ilmiah Ilmu-ilmu Ekonomi (Akuntabilitas)*, 13(1), 43-54.
- Mardikaningsih, R. 2020. Spiritualitas Kerja dan Kedisiplinan Karyawan serta Pengaruhnya terhadap Komitmen Organisasi. *Jurnal Baruna Horizon*, 3 (2), 286-295.
- Mardikaningsih, R. & D. Darmawan. 2021. Hubungan Manajemen Karir dan Komitmen Organisasi. *Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi*, 1 (3), 89-102.
- Mardikaningsih, R. & D. Darmawan. 2022. Determinan Keterlibatan Kerja: Peran Dari Penilaian Kinerja, Perilaku Kepemimpinan dan Perilaku Inovatif. *TIN: Terapan Informatika Nusantara*, 3(5), 178-184.
- Mardikaningsih, R. & D. Darmawan. 2022. Tinjauan Tentang Kualitas Kehidupan Kerja, Kompensasi, Komitmen Organisasi Dan Kontribusi Terhadap Kinerja Dosen, *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)*, 4(6), 6511-6521.
- Mardikaningsih, R. 2023. Kontribusi Iklim Kerja Terhadap Tingkat Komitmen Organisasi Melalui Kepuasan Kerja Karyawan, *Jurnal Lima Daun Ilmu*, 3(2), 1-12.
- Mardikaningsih, R., E. A Sinambela, F. Issalillah, M. Munir, & E. Retnowati. 2021. Analisis Korelasi Antara Role Stress dan Komitmen Organisasi. *Jurnal Baruna Horizon*, 4 (2), 79-83.
- Messersmith, J. G., P. C. Patel, D. P. Lepak, & J. S. Gould-Williams. 2011. Unlocking the Black Box: Exploring the Link Between High-Performance Work Systems and Performance. *Journal of Applied Psychology*, 96(6), 1105.
- Meyer, J. P. & N. J. Allen. 1991. A Three-Component Conceptualization of Organizational Commitment. *Human Resource Management Review*, 1(1), 61-89.
- Napathorn, C. 2022. The Implementation of Green Human Resource Management Bundles Across Firms in Pursuit of Environmental Sustainability Goals. *Sustainable Development*, 30(5), 787-803.
- Ningwulan, E. P., D. Akhmal & D. Darmawan. 2012. Studi tentang Kesan Dukungan Organisasi dan Keseimbangan Kehidupan Kerja untuk Membentuk Perilaku Inovatif Karyawan. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, 2(2), 103-116.
- Parida, S. & K. Brown. 2021. Green Human Resource Management and Green Innovation. *Responsible Management in Emerging Markets: A Multisectoral Focus*, 159-183.

- Putra, A. R. & D. Darmawan. 2022. Penguatan Komitmen Organisasi melalui Kebijakan Pengembangan Karir dan Profesionalisme Karyawan. *Jurnal Ilmiah Satyagraha*, 5(2), 45-55.
- Putra, A. R. & R. Mardikaningsih. 2022. Study on Employee Performance Reviewing from Leadership, Innovative Behavior and Work Engagement, *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 1(3), 4 – 10.
- Putra, A. R., & R. Mardikaningsih. 2021. Kompensasi dan Lingkungan Kerja serta Pengaruhnya terhadap Komitmen Organisasi. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 6(1), 44-53.
- Putra, A.R., S. Arifin, R. Mardikaningsih, & M Hariani. 2016. Peran Karakteristik Kewirausahaan Dan Inovasi Terhadap Kinerja UMKM Di Kota Sidoarjo, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 6(2), 29-34.
- Rubel, M. R. B., D. M. H. Kee, & N. N. Rimi. 2021. Green Human Resource Management and Supervisor Pro-Environmental Behavior: The Role of Green Work Climate Perceptions. *Journal of Cleaner Production*, 313, 127669.
- Sadegh Sharifirad, M. & V. Ataei. 2012. Organizational Culture and Innovation Culture: Exploring the Relationships Between Constructs. *Leadership & Organization Development Journal*, 33(5), 494-517.
- Shoaib, M., Z. Abbas, M. Yousaf, R. Zámečník, J. Ahmed, & S. Saqib. 2021. The Role of GHRM Practices Towards Organizational Commitment: A Mediation Analysis of Green Human Capital. *Cogent Business & Management*, 8(1), 1870798.
- Widiyana, E.O & D. Darmawan. 2021. Pengaruh Stres Kerja, Beban Kerja, Konflik Kerja dan Kompensasi Terhadap Komitmen Kerja Karyawan PT Intidragon Suryatama Mojokerto, *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1), 33-42.
- Yong, J. Y., M. Y. Yusliza, T. Ramayah, & O. Fawehinmi. 2019. Nexus Between Green Intellectual Capital and Green Human Resource Management. *Journal of Cleaner Production*, 215, 364-374.
- Zhu, J., W. Tang, H. Wang, & Y. Chen. 2021. The Influence of Green Human Resource Management on Employee Green Behavior—A Study on the Mediating Effect of Environmental Belief and Green Organizational Identity. *Sustainability*, 13(8), 4544.
- Zihan, W., Z. K. M. Makhbul, & S. S. Alam. 2024. Green Human Resource Management in Practice: Assessing the Impact of Readiness and Corporate Social Responsibility on Organizational Change. *Sustainability*, 16(3), 1153.



Keterkaitan Warna Desain Kemasan dan Daya Tarik Generasi Z terhadap Produk Teh Celup

Clara Lidwina Larasati¹, Brigitta Eliza Nadia Kusuma²,

Regina Jovanytha Zefanya Liwoso³, Sri Hapsari Wijayanti^{4*}

claralidwina2813@gmail.com¹, brigittaelizaa@gmail.com², reginaliwoso@gmail.com³,

sri.hapsari@atmajaya.ac.id^{4*}

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

^{1,2,3,4}Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya

Received: 03 04 2024. Revised: 05 06 2024. Accepted: 06 07 2024.

Abstract : One of the important visual branding elements in marketing strategy is color quality. This study aims to analyze the relationship between the use of color in the packaging design of tea bags, especially Sosro, SariWangi, and Poci, with consumer attractiveness so as to influence purchase intention. This research uses a quantitative method by distributing a google form with a four-option Likert scale to thirty active students of the Faculty of Economics and Business in one of university in Jakarta. The questionnaire contains eleven closed questions and one open question which are then analyzed descriptively quantitatively. The results of this study show that there is a relationship between the use of packaging colors for tea bags and consumer appeal, especially generation Z. The color combination on SariWangi provides greater appeal than Sosro, but does not differ much from the appeal of Teh Poci. The color combination on SariWangi shows an atmosphere of calmness, while The Poci gives an atmosphere of cheerfulness and freshness. These colors predominantly reflect generation Z who are active, cheerful, and dynamic, but love serenity.

Keywords : Packaging design, Generation Z, Tea bags.

Abstrak : Salah satu unsur *visual branding* yang penting dalam strategi pemasaran adalah kualitas warna. Penelitian ini bertujuan menganalisis kaitan penggunaan warna pada desain kemasan teh celup, khususnya Sosro, SariWangi, dan Poci, dengan daya tarik konsumen sehingga memengaruhi minat pembelian. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menyebarkan google form berskala likert empat opsi kepada tiga puluh mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi, salah satu universitas di Jakarta. Kuesioner berisi sebelas pertanyaan tertutup dan satu pertanyaan terbuka yang selanjutnya dianalisis secara deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa terdapat keterkaitan penggunaan warna kemasan produk teh celup dengan daya tarik konsumen, khususnya generasi Z. Kombinasi warna pada SariWangi memberikan daya tarik yang lebih besar daripada Sosro, tetapi tidak berbeda jauh dengan daya tarik pada Teh Poci. Kombinasi warna pada SariWangi memperlihatkan suasana ketenangan, sedangkan The Poci memberikan suasana keceriaan dan kesegaran. Warna-warna ini dominan mencerminkan generasi Z yang aktif, ceria, dan dinamis, tetapi menyukai ketenangan.

Kata Kunci : Desain kemasan, Generasi Z, Teh celup.

PENDAHULUAN

Warna merupakan bentuk komunikasi nonverbal yang memiliki peran penting dalam kehidupan sehari-hari. Sering kali warna hanya dianggap sebatas elemen visual yang memberikan keindahan. Namun, peran warna sesungguhnya lebih dari itu. Warna akan merangsang semua indra manusia dan cenderung memengaruhi persepsi serta emosi. Warna memiliki arti yang berbeda-beda, seperti merah identik dengan keberanian, kuning memiliki aura hangat dan ceria, biru tua sebagai simbol ketenangan (Anonim, 2022). Warna dapat menciptakan konsep abstrak dan menjelaskan imajinasi manusia terhadap terpenuhinya harapan (Dachi, 2022). Satu di antara peran yang sering dimanfaatkan dan berpengaruh pada strategi pemasaran adalah penggunaan warna dalam kemasan produk. Pemilihan warna sesuai dengan konsep dan produk yang dijual dapat memberikan daya tarik tersendiri. Karena itu, pemilihan warna dalam pemasaran produk dapat menjadi faktor kritis yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen (Logos Indonesia, 2024). Warna berpengaruh pada persepsi konsumen, merupakan pembeda dengan pesaing lainnya, dan menjadi salah satu unsur *visual branding* yang mengingatkan konsumen terhadap produk (Ulita, 2019).

Asosiasi warna memengaruhi konsumen untuk lebih memilih warna produk yang memiliki asosiasi warna yang sama dengan mereka, misalnya biru diasosisikan ketenangan dan kesejukan; kuning mencerahkan dan menyegarkan; orange hangat dan aktif ; merah berbahaya, ketegangan, peringatan (Yu et al., 2021). Menurut (Bovée & Thill, 2018), terdapat beberapa prinsip warna dalam visual desain, seperti konsisten, kontras, dan seimbang yang memiliki peranannya masing-masing; begitu pula peranan warna dalam kemasan produk. Penelitian (Setiyani et al., 2022) menemukan dimensi terkait dengan desain gambar dan warna kemasan teh termasuk dimensi keempat terpenting yang dipilih setelah rasa, kekentalan dan keharuman, serta keamanan dan kepraktisan. Dengan demikian, warna menentukan kemenarikan kemasan produk teh celup. Beragam merek produk teh celup di pasaran memiliki warna kemasan yang bervariasi untuk mencerminkan produknya, seperti Sosro berwarna merah kecoklatan, SariWangi dengan warna biru yang khas menenangkan, dan Teh Cap Poci dengan coklat muda yang menonjol. Pada penelitian sebelumnya, ditemukan terdapat pengaruh antara penggunaan warna desain kemasan dan persepsi konsumen (Pramesti et al., 2023).

Penelitian sebelumnya juga menemukan adanya pengaruh positif antara *visual packaging design*, yaitu warna, bentuk, dan ukuran kemasan makanan dan minuman, dengan *purchase intention* konsumen (Parassih, 2021). Namun, dalam penelitian lainnya lagi,

didapatkan hasil bahwa desain produk yang mencakup perpaduan dan pemilihan warna tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Ariella, 2018). Perbedaan hasil penelitian tersebut menggugah penulis untuk kembali menganalisis melalui penelitian ini, tetapi dengan melibatkan generasi Z berpendidikan tinggi mengenai penggunaan warna pada desain kemasan teh celup dengan daya tarik generasi Z. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi positif dalam pengembangan wawasan generasi muda agar mereka memiliki kesadaran lebih dalam mempertimbangkan warna sebagai daya tarik penjualan produk jika ingin berwirausaha. Warna, yang memiliki makna beragam (Rifda, 2022), diharapkan dapat digunakan dengan bijak dan maksimal sesuai dengan kebutuhan. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan memberikan pandangan yang bermakna bagi pelaku industri untuk mengoptimalkan desain kemasan teh celup guna mencapai daya tarik maksimal di pasar yang makin kompetitif sesuai dengan tingkatan generasi.

METODE PENELITIAN

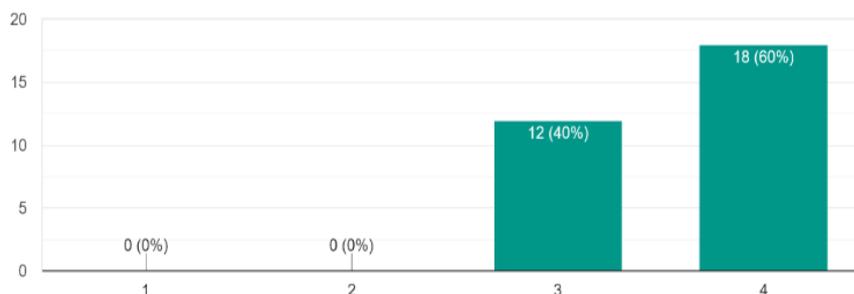
Jenis penelitian ini tergolong penelitian kuantitatif. Untuk pengambilan sampel, digunakan teknik *convenience sampling*. Responden penelitian ini adalah tiga puluh mahasiswa-mahasiswi aktif Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis di salah satu universitas di Jakarta, yang tergolong generasi Z, dengan rentang usia 20-21 tahun. Pemilihan responden didasarkan atas keterjangkauan pengumpulan data dalam waktu penelitian yang cukup singkat. Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan *google form* dalam satu hari, pada 12 hingga 13 Desember 2023. Jawaban pertanyaan dalam kuesioner menggunakan skala likert dengan empat opsi: sangat tidak setuju (1), tidak setuju (2), setuju (3), dan sangat setuju (4) terhadap pernyataan mengenai warna suatu produk dalam kemasan terhadap ketertarikan pembelian.

Pada kuesioner terdapat sebelas pertanyaan tertutup dan satu pertanyaan terbuka. Pertanyaan tertutup meliputi indikator faktor daya tarik desain kemasan, fungsi warna dalam kemasan, peran kombinasi warna secara visual, dan minat beli. Pertanyaan terbuka mengarah pada alasan ketertarikan memilih kombinasi warna yang terdapat pada kemasan Sosro, SariWangi, dan Teh Cap Poci. Setelah data terkumpul, dilakukan analisis secara deskriptif kuantitatif. Penulis mendeskripsikan persentase data yang terhitung secara otomatis dari Google Form, kemudian hasil tersebut diinterpretasikan, dan disimpulkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi kaitan antara penggunaan warna pada desain kemasan teh celup dan daya tarik konsumen dengan menggunakan informasi yang diperoleh dari kuesioner *google form* kepada tiga puluh responden mahasiswa yang tergolong generasi Z di Jakarta. Dari kuesioner yang disebar, diperoleh hasil sebagai berikut.

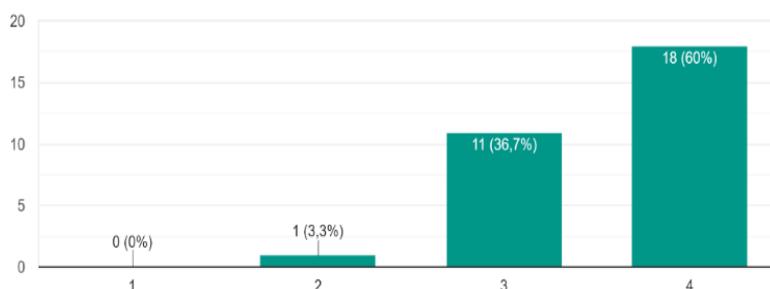
Warna pada design kemasan menjadi faktor daya tarik selain merek
30 jawaban



Gambar 1. Warna pada Desain Kemasan sebagai Faktor Daya Tarik

Gambar 1 memperlihatkan bahwa 12 orang atau 40% responden setuju dan 18 orang atau 60% sangat setuju bahwa warna pada desain kemasan berperan sebagai faktor daya tarik selain merek. Hal ini menunjukkan bahwa warna memiliki peran penting dalam menarik perhatian konsumen terhadap suatu produk.

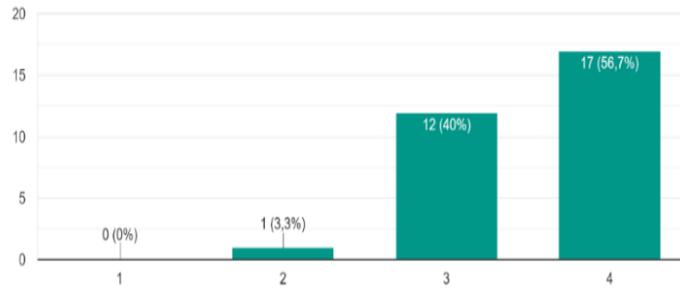
Warna pada suatu design kemasan produk memberikan kesan pertama kepada konsumen
30 jawaban



Gambar 2. Warna dan Kesan Pertama.

Gambar 2 menunjukkan bahwa terdapat 1 orang atau 3,3% responden tidak setuju, tetapi 11 orang atau 36,7% setuju dan 18 orang atau 60% sangat setuju bahwa warna pada desain kemasan memberikan kesan pertama kepada konsumen. Hasil ini mengindikasikan betapa penting visualisasi warna dalam menciptakan kesan awal yang positif terhadap produk.

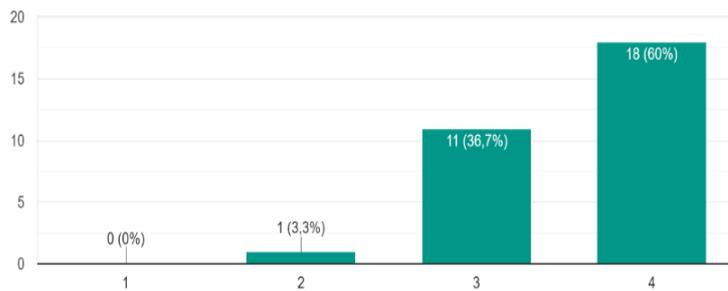
Warna sangat penting dalam memvisualisasikan suatu produk
30 jawaban



Gambar 3. Pentingnya Warna dalam Memvisualisasikan Produk

Gambar 3 menunjukkan terdapat 1 orang atau 3,3% responden tidak setuju. Namun, sebanyak 12 orang atau 40% responden setuju dan 17 orang atau 56,7% responden sangat setuju bahwa warna sangat penting dalam memvisualisasikan suatu produk. Ini mencerminkan kesadaran konsumen akan peran warna dalam memberikan gambaran visual yang kuat terhadap produk.

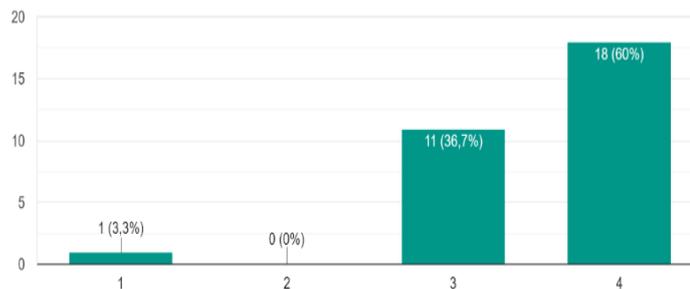
Warna mampu mengekspresikan sebuah produk yang ditampilkan
30 jawaban



Gambar 4. Ekspresi Produk melalui Warna

Gambar 4 menunjukkan terdapat 1 orang atau 3,3% responden tidak setuju. Namun, sebanyak 11 orang atau 36,7% setuju dan 18 orang atau 60% responden sangat setuju bahwa warna mampu mengekspresikan sebuah produk yang ditampilkan. Hal ini menegaskan bahwa warna dapat menjadi elemen penting dalam menyampaikan karakteristik dan nilai produk.

Warna pada design kemasan dapat memberikan kesan premium terhadap produk
30 jawaban



Gambar 5. Warna Memberikan Kesan Premium

Gambar 5 menunjukkan terdapat 1 orang atau 3,3% responden sangat tidak setuju. Namun, sebanyak 11 orang atau 36,7% responden setuju dan 18 orang atau 60% responden sangat setuju bahwa warna pada desain kemasan dapat memberikan kesan premium terhadap produk. Hal ini menandakan bahwa konsumen mengaitkan pemilihan warna dengan kualitas dan nilai lebih tinggi.



Gambar 6. Perpaduan Warna sebagai Identitas Produk

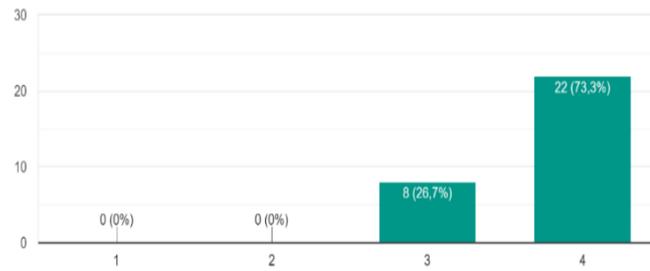
Gambar 6 menunjukkan terdapat 2 orang atau 6,7% responden tidak setuju. Namun, sebanyak 10 orang atau 33,3% responden setuju dan 18 orang atau 60% responden sangat setuju bahwa perpaduan warna dalam kemasan mencerminkan identitas produk tersebut. Hasil ini menunjukkan bahwa konsumen menilai warna sebagai elemen yang mampu membangun karakter dan identitas produk.



Gambar 7. Perpaduan Warna yang Membuat Desain Kemasan Menarik

Gambar 7 menunjukkan terdapat 1 orang atau 3,3% responden tidak setuju. Namun, sebanyak 12 orang atau 40% responden setuju dan 17 orang atau 56,7% responden sangat setuju bahwa desain kemasan produk yang menarik terlihat dari perpaduan warna yang digunakan. Ini menunjukkan bahwa konsumen cenderung tertarik pada produk dengan kombinasi warna yang menarik secara visual.

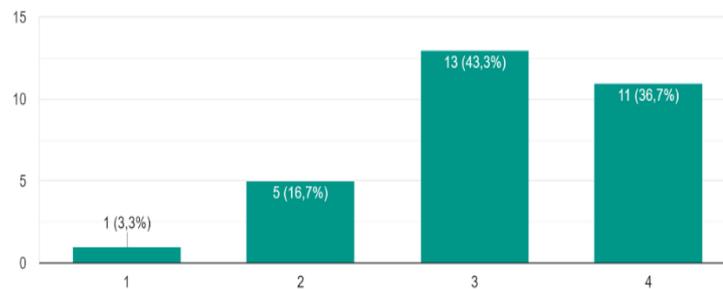
Perpaduan warna yang menarik dalam suatu design kemasan produk mampu menarik perhatian saya
30 jawaban



Gambar 8. Perhatian terhadap Perpaduan Warna

Gambar 8 menunjukkan sebanyak 8 orang atau 26,7% responden setuju dan 22 orang atau 73,3% responden sangat setuju bahwa perpaduan warna yang menarik dalam suatu desain kemasan produk mampu menarik perhatian mereka. Ini memperkuat pemahaman bahwa kombinasi warna dapat menjadi kunci untuk menarik perhatian konsumen.

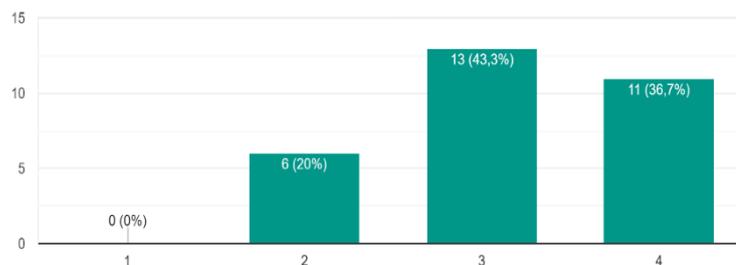
Perpaduan warna dalam suatu design kemasan produk mampu memengaruhi suasana hati saya
30 jawaban



Gambar 9. Pengaruh Perpaduan Warna terhadap Suasana Hati

Gambar 9 menunjukkan terdapat 1 orang atau 3,3% responden sangat tidak setuju. Kemudian, terdapat 5 orang atau 16,7% tidak setuju. Namun, sebanyak 13 orang atau 43,3% setuju dan 11 orang atau 36,7% sangat setuju bahwa perpaduan warna dalam suatu desain kemasan produk memengaruhi suasana hati. Bukti ini mengimplikasikan bahwa pemilihan warna memengaruhi persepsi produk, juga berkontribusi pada emosional konsumen.

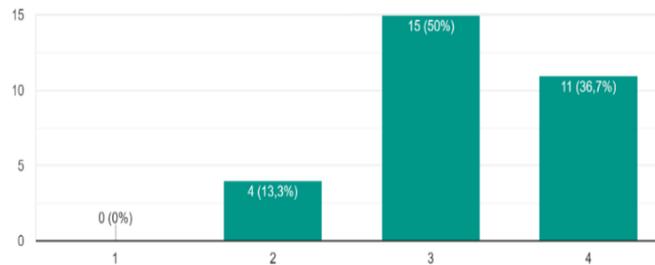
Saya mempertimbangkan untuk membeli produk tersebut setelah melihat visualisasi warna pada design kemasan produk
30 jawaban



Gambar 10. Pertimbangan untuk Membeli Berdasarkan Visualisasi Warna

Gambar 10 menunjukkan terdapat 6 orang atau 20% responden tidak setuju. Namun, sebanyak 13 orang atau 43,3% responden setuju dan 11 orang atau 36,7% responden sangat setuju bahwa mereka mempertimbangkan untuk membeli produk setelah melihat visualisasi warna pada desain kemasan. Ini menunjukkan bahwa warna dapat menjadi faktor penentu dalam proses pengambilan keputusan pembelian.

Setelah melihat visualisasi warna pada design kemasan produk mampu meningkatkan keinginan saya untuk membeli produk tersebut
 30 jawaban



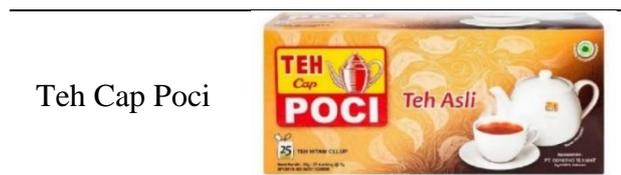
Gambar 11. Peningkatan Keinginan untuk Membeli Berdasarkan Warna

Gambar 11 menunjukkan terdapat 4 orang atau 13,3% responden tidak setuju. Namun, sebanyak 15 orang atau 50% responden setuju dan 11 orang atau 36,7% responden sangat setuju bahwa visualisasi warna pada desain kemasan produk mampu meningkatkan keinginan mereka untuk membeli produk tersebut. Hal ini menunjukkan dampak positif visualisasi warna terhadap minat konsumen untuk membeli.

Terhadap produk teh celup yang menjadi sasaran penelitian ini, diperlihatkan visualisasi produk kepada responden (Tabel 1). Dari Tabel 1 dapat dilihat bahwa ketiga produk teh celup menggunakan perpaduan warna yang berbeda. Kemasan Teh Celup Sosro menggunakan warna dominan coklat, merah, dan putih. SariWangi menggunakan perpaduan warna biru tua dan biru muda pada kemasan. Sementara itu, Teh Cap Poci menggunakan perpaduan warna emas, kuning, dan merah untuk kemasannya. Dengan demikian, semua produk menggunakan kombinasi warna yang terpilih untuk mencerminkan *brand* masing-masing.

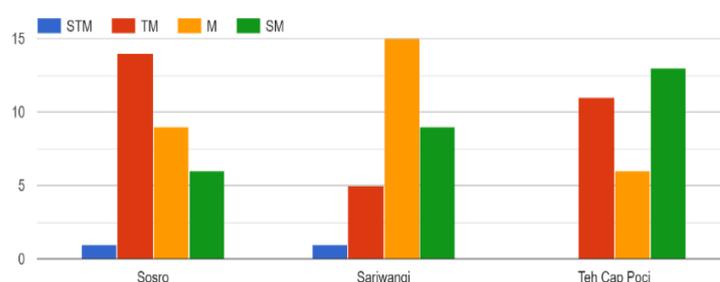
Tabel 1. Produk Beserta Visualnya

Nama produk	Visual
Sosro	
SariWangi	



Ketika ditanyakan visual teh celup mana yang lebih menarik daripada yang lainnya, responden memiliki pilihan yang berbeda-beda (Gambar 12). Untuk teh celup merek Sosro terdapat 1 orang atau 3,33% responden memilih sangat tidak menarik, 14 orang atau 46,67% responden memilih tidak menarik, 9 orang atau 30% responden memilih menarik, dan 6 orang atau 20% responden memilih sangat menarik. Lalu, untuk teh celup merek SariWangi terdapat 1 orang atau 3,33% responden memilih sangat tidak menarik, 5 orang atau 16,67% responden memilih tidak menarik, 15 orang atau 50% responden memilih menarik, dan 9 orang atau 30% responden memilih sangat menarik. Terakhir, untuk teh celup merek Teh Cap Poci sebanyak 11 orang atau 36,67% responden memilih tidak menarik, 6 orang atau 20% responden memilih menarik, dan 13 orang atau 43,33% responden memilih sangat menarik.

Seberapa menarik warna pada design kemasan teh celup di atas



Gambar 12. Tingkat Kemenarikan Warna pada Desain Kemasan Teh Celup

Warna kemasan teh celup SariWangi dinilai 50% responden menarik dan 30% sangat menarik. Tidak jauh berbeda dengan Teh Cap Poci yang dinilai 43,33% sangat menarik dengan perpaduan warna emas, kuning, dan merah. Perpaduan warna biru tua dan biru muda pada kemasan SariWangi menonjol dibandingkan warna hijau dari daun teh segar yang terdapat pada cangkir dan coklatnya teh di dalam cangkir. Begitu pula warna kuning cerah yang terdapat pada Teh Cap Poci menampilkan kesegaran. Temuan ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yang menemukan warna kemasan hijau dekat dengan teh sehingga meningkatkan cita rasa teh (Langgeng & Widiana, 2013).

Tabel 2 menampilkan preferensi kombinasi warna kemasan beserta alasan responden. Teh Cap Poci dengan motif daun teh dan warna emas menciptakan nuansa tradisional yang kental, sementara Teh Sosro dengan warna gelap mengesankan elegan dan mewah. SariWangi,

melalui gradasi warna biru yang menenangkan, memberikan kesan yang menyegarkan. Dalam perpaduan warna, Teh Cap Poci diakui memiliki desain premium dan artistik, SariWangi menonjolkan perpaduan warna yang serasi, dan Teh Sosro dinilai memiliki warna yang menarik dan tepercaya.

Tabel 2. Alasan Pemilihan Warna

Responden	Warna kemasan paling menarik	Alasan
LW	Teh Cap Poci	Teh Cap Poci: Nuansa tradisional bisa dilihat dari motif daun teh yang berada di <i>packaging</i> dan warna coklat yang memberikan kesan hangat
BM	Sosro	Teh Sosro menggunakan warna yang gelap (seperti warna teh pada umumnya) yang membuat suatu kesan elegan dan premium
R	SariWangi	Warna serta <i>brand</i> SariWangi sudah terkenal
JA	SariWangi	Menarik
NA	Teh Cap Poci	Gradasi warna kemasan pada Teh Cap Poci memberi daya tarik bagi konsumen
K	SariWangi	Warna kemasan SariWangi lebih memberikan kesan menenangkan karena warna biru yang digunakan yang juga lebih menonjolkan gambar teh itu sendiri sehingga lebih menarik
DD	SariWangi	Kemasan SariWangi menggunakan warna yang kontras
DB	SariWangi	<i>Balancing</i> warna antarkotak sudah menarik
FC	Teh Cap Poci	Kemasan pada produk Teh Cap Poci sangat menarik karena memiliki <i>background</i> yang terang dengan instrumen daun teh yang sangat terlihat dan objeknya sangat terlihat sehingga menarik
DM	SariWangi	SariWangi terlihat lebih familiar
GA	Sosro	Perpaduan warna teh Sosro menarik.
F	Teh Cap Poci	Warnanya menarik dan terdapat teko yang tidak ada di merek lainnya. Selain itu, tepercaya kualitasnya
MJ	Teh Cap Poci	Teh Poci memiliki desain yang unik dan menarik perhatian konsumen
C	Teh Cap Poci	Teh Cap Poci terlihat lebih premium desainnya
RR	Teh Cap Poci	Pada Teh Cap Poci terdapat struktur batik jadi lebih artistik dan estetik
E	Teh Cap Poci	Teh Cap Poci tidak terlalu ramai desainnya
JW	SariWangi	Pilihan perpaduan warna SariWangi terang sehingga menarik
JL	Sosro	Enak dilihat
SK	Teh Cap Poci	Perpaduan warna serasi
BCL	SariWangi	Pada SariWangi, biru adalah warna yang tenang, dengan adanya perpaduan dengan teh akan terlihat menarik
EK	Sosro	Warna Sosro lebih menarik
V	Sosro	Setiap logo kemasan memiliki perpaduan yang sesuai. Sosro lebih baik untuk perpaduan warna dengan logonya.

KP	Teh Cap Poci	Banyak motif daun pada pada Teh Cap Poci menggambarkan daun teh yang cocok antara warna dan desainnya
GE	Teh Cap Poci	Karena Teh Cap Poci lebih menarik penampilannya dan senada untuk kemasan teh
W	Sosro	Sosro paling <i>update</i>
D	SariWangi	SariWangi sangat menarik karena perpaduan warna yang digunakan bagus; biru cenderung memberikan kesan ketenangan minum teh
H	Teh Cap Poci	<i>Background</i> kemasan teh Poci ramai
I	Teh Cap Poci	Teh Poci paling menarik karena memiliki instrumen yang lebih ramai sehingga membuat kemasan tersebut menarik
S	Teh Cap Poci	Teh Cap Poci paling menarik karena instrumen daun tehnya sangat mendukung
T	Teh Cap Poci	Perpaduan warna kemasan teh Poci sangat baik dan menarik

Penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya bahwa faktor warna penting diperhatikan dalam memasarkan produk (Parassih, 2021; Ulita, 2019; Yu et al., 2021). Hasil penelitian ini menunjukkan adanya kaitan antara penggunaan warna dalam desain kemasan teh celup dan daya tarik konsumen generasi Z. Warna beserta kombinasinya memainkan peran penting dalam menciptakan persepsi positif, membentuk identitas produk, dan memengaruhi keputusan pembelian. Penggunaan warna yang sesuai dengan makna psikologis dapat memperkuat daya tarik produk di mata konsumen dan berdampak langsung pada citra merek. Pilihan warna pada kemasan menjadi elemen kunci dalam membentuk persepsi konsumen terhadap kualitas dan nilai merek. Dengan demikian, penelitian ini memberikan sinyal penting bagi perusahaan untuk mengoptimalkan strategi pemasaran dengan mempertimbangkan pemilihan warna yang tepat dalam desain kemasan produk teh celup khususnya.

Peran penting warna dalam membentuk kesan positif dan identitas produk menegaskan dampak signifikan elemen visual terhadap preferensi konsumen. Oleh karena itu, perusahaan perlu memahami dengan mendalam preferensi warna menurut konsumen dan mengikuti perubahan tren pasar. Keberhasilan dalam memilih kombinasi warna yang tepat juga dapat meningkatkan daya tarik visual produk di rak-rak toko, memungkinkan persaingan yang lebih kompetitif. Memahami preferensi warna konsumen juga relevan dalam menghadapi persaingan pasar yang sengit. Dengan mengidentifikasi tren warna yang sedang berlangsung, perusahaan dapat menyusun desain yang sesuai dengan preferensi konsumen saat ini tanpa mengabaikan target konsumen apakah kalangan generasi muda, profesional, atau umum. Langkah strategis diperlukan untuk meningkatkan daya tarik produk teh celup di mata konsumen.

SIMPULAN

Warna dalam kemasan produk merupakan faktor yang tidak dapat diabaikan dalam pemasaran produk teh. Penggunaan warna dalam desain kemasan teh celup (Sosro, SariWangi, dan Teh Cap Poci) memiliki keterkaitan yang erat dengan daya tarik konsumen. Generasi Z dalam penelitian ini setuju bahwa warna memberikan visualisasi yang relevan dengan produk teh celup, yang memperlihatkan kesederhanaan serta ketenangan melalui ilustrasi suasana minum teh dari perpaduan warna yang digunakan dalam kemasan. Kombinasi warna pada SariWangi memperlihatkan daya tarik yang lebih besar daripada Sosro, tetapi tidak berbeda jauh dengan daya tarik pada Teh Cap Poci. Kombinasi warna yang ada memperlihatkan kesan ketenangan, keceriaan, dan kesegaran minum teh. Warna-warna tersebut cenderung mencerminkan jiwa muda generasi Z yang aktif, ceria dan bugar, tetapi mendambakan ketenangan.

DAFTAR RUJUKAN

- Anonim. (2022). *10 Makna warna berdasarkan psikologi dalam desain*. <https://Machung.Ac.Id/Artikel-Prodi-Dkv/Makna-10-Warna-Berdasarkan-Pskologi-Dalam-Desain/>.
- Ariella, I. R. (2018). Pengaruh kualitas produk, harga produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian konsumen MAZELNID. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(2), 215–221. <https://doi.org/10.37715/jp.v3i2.683>
- Bovée, C. L., & Thill, J. V. (2018). *Business communication today* (14 Edition). Pearson.
- Dachi, M. A. (2022). *Arti warna dan makna yang Terkandung*. <https://mediaindonesia.com/humaniora/532529/arti-warna-dan-makna-yang-terkandung>
- Langgeng, D. Y., & Widiana, H. S. (2013). Pengaruh warna cangkir terhadap persepsi cita rasa teh. *Jurnal Fakultas Psikologi*, 1(2), 59–65. <http://dx.doi.org/10.12928/empathy.v1i2.3002>
- Logos Indonesia. (2024). *Bagaimana Pengaruh Warna Mempengaruhi Keputusan Membeli Suatu Produk*. <https://www.logosconsulting.co.id/media/bagaimana-pengaruh-warna-mempengaruhi-keputusan-membeli-suatu-produk/>
- Parassih, E. K. (2021). Pengaruh visual packaging design (warna, bentuk, ukuran) dan packaging labeling (komposisi, informasi nilai gizi, klaim) terhadap purchase intentions produk makanan dan minuman dalam kemasan di Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis*

- Dan Kewirausahaan*, 5(1), 66–71. <http://dx.doi.org/10.24912/jmbk.v5i1.10451>
- Pramessti, R. D., Anggarini, A., Salma, L., & Postha, A. K. R. (2023). Pengaruh penggunaan warna pada desain kemasan makanan khas daerah terhadap persepsi konsumen. *SNIV: Seminar Nasional Inovasi Vokasi*, 2(1), 174–180. <https://prosiding.pnj.ac.id/sniv/article/download/429/446/2142>
- Rifda, A. (2022). *11 Arti warna dalam psikologi dan filosofinya*. Gramedia Blog. <https://www.gramedia.com/best-seller/arti-warna-dalam-psikologi-dan-filosofinya/>
- Setiyani, R., Fitria, A. V., Asfarida, T., & Lestari, R. D. (2022). Analisis tipe perilaku konsumen dalam membeli Teh Celup. *Agricultural Socio-Economic Empowerment and Agribusiness Journal*, 1(2), 49–59. <https://doi.org/10.20961/agrisema.v1i2.61897>
- Ulita, N. (2019). Tinjauan warna pada visual branding warung kopi lokal. *Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa Dan Desain*, 4(2), 205–223. <http://dx.doi.org/10.25105/jdd.v4i2.5895>
- Yu, L., Westland, S., Chen, Y., & Li, Z. (2021). Colour associations and consumer product-colour purchase decisions. *Color Research and Application*, 46(5), 1119–1127. <https://doi.org/10.1002/col.22659>



Pengaruh Inflasi, Suku Bunga dan Nilai Tukar terhadap *Return* Saham yang Terdaftar di IDX-MES BUMN 17 Periode 2018-2022

Jihan Mawaddah^{1*}, Eko Susanto^{2*}, Andi Amri³

jihanmawaddah01@gmail.com^{1*}, ekosusanto27@uhamka.ac.id^{2*}, andiamri@uhamka.ac.id³

^{1,3}Program Studi Perbankan Syariah

²Program Studi Ekonomi Islam

^{1,2,3}Universitas Muhammadiyah Prof Dr Hamka

Received: 20 06 2024. Revised: 05 06 2024. Accepted: 09 07 2024.

Abstract : The purpose of this study is to investigate the effects of interest rates, inflation, and currency exchange rates on stock returns for businesses that are listed between 2018 and 2022 on IDX-MES BUMN 17. List the three macroeconomic factors that have an impact on the performance of the stock return of the firm and what those factors mean. A technique using linear regression analysis is used to determine each company's degree of influence. This study employs a purposive sample approach in addition to secondary data from corporate financial reports and macroeconomic data. The results of this study demonstrate that inflation, interest rates, and currency values all have a significant and positive influence on stock returns, some of which have an effect concurrently. The goal of this research's results is to assist investors, financial professionals, and decision-makers in making more intelligent and prudent financial decisions. Furthermore, this study can contribute to the body of information in academic literature about the impact of macroeconomic factors on stock returns.

Keywords : Inflation, Interest Rates, Exchange Rates, Stock Return.

Abstrak : Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh suku bunga, inflasi, dan nilai tukar mata uang terhadap *return* saham pada perusahaan yang terdaftar antara tahun 2018 dan 2022 di IDX-MES BUMN 17. Sebutkan tiga faktor makroekonomi yang berdampak pada kinerja *return* saham perusahaan dan apa arti faktor-faktor tersebut. Teknik analisis regresi linier digunakan untuk mengetahui tingkat pengaruh masing-masing perusahaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan sampel purposif selain data sekunder dari laporan keuangan perusahaan dan data makroekonomi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inflasi, suku bunga, dan nilai mata uang semuanya mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap *return* saham, ada pula yang berpengaruh secara bersamaan. Tujuan dari hasil penelitian ini adalah untuk membantu investor, profesional keuangan, dan pengambil keputusan dalam mengambil keputusan keuangan yang lebih cerdas dan hati-hati. Lebih jauh lagi, penelitian ini dapat berkontribusi pada kumpulan informasi dalam literatur akademis tentang dampak faktor makroekonomi terhadap *return* saham.

Kata Kunci : Inflasi, Suku Bunga, Nilai Tukar, *Return* Saham.

PENDAHULUAN

Perdagangan saham, obligasi, dan bentuk investasi lainnya menjadi lebih mudah dengan adanya pasar modal. Tujuan utama dari pasar modal adalah menyediakan platform bagi perusahaan untuk mendapatkan dana melalui penawaran saham atau obligasi kepada investor, serta memberikan investor tempat untuk membeli atau menjual instrumen keuangan tersebut. Secara keseluruhan, Sederhananya, pasar modal adalah mesin yang menggerakkan perekonomian apa pun. dengan menyediakan aliran dana yang sangat diperlukan oleh suatu perusahaan untuk berkembang lebih maju dan memberikan investor kesempatan untuk ikut serta dalam perkembangan dan keberhasilan suatu perusahaan. Pasar modal memberikan peluang untuk para investor yang ingin menanamkan modal atau asset dalam jangka waktu yang panjang. Dalam fungsi ekonomi pasar modal memadukan kepentingan emiten dan investor. Di sisi lain, pemilik dana mempunyai kesempatan dan pilihan untuk menghasilkan keuntungan atau imbal hasil, tergantung pada kondisi dan karakteristik yang dipilih. (Amri et al., 2020).

Melalui pemeriksaan terhadap perilaku perdagangan saham mereka sendiri dan bimbingan dari dengan bantuan para ahli di pasar modal, termasuk dealer, broker, manajer investasi, dan lain-lain, investor dapat memperoleh keuntungan yang mereka butuhkan. (Prihantini, 2009). Pasar keuangan yang beroperasi sesuai dengan hukum Islam dikenal sebagai pasar modal Islam. Dengan berdirinya lembaga pasar modal syariah di Indonesia, investor semakin tertarik untuk menempatkan dananya, khususnya pada IDX-MES BUMN 17, pada pasar modal yang sedang berkembang dan tumbuh dengan adanya insentif. (OJK, 2023). Bursa Efek Indonesia (BEI) dan Masyarakat Ekonomi Syariah (MES) sejak saat ini telah bekerja sama untuk mengumumkan indeks baru yang disebut IDX-MES BUMN 17. Tingkat intervensi pemerintah dalam proses pengembangan ekonomi syariah dan menarik investor yang mengikuti indikator ini. dari pasar saham Indonesia untuk membeli saham. Syariah dan BUMN (BEI, tidak ditentukan)

Indeks IDX-MES BUMN 17 terdiri dari 17 perusahaan yang bergerak di bidang sekuritas syariah, yaitu Badan Usaha Milik Negara (BUMN), dan anak perusahaan tersebut akan dilepas pada tahun 2021. Perusahaan-perusahaan tersebut memiliki kapitalisasi pasar yang besar, likuiditas yang besar, dan fundamental bisnis yang sangat baik. Tapi kalau melihat IDX-MES BUMN 17 *year-on-year, market capnya* 2022 mengalami penurunan sebesar 6,60% menjadi Rp.647,03 triliun dari tahun 2021 yang sebesar Rp.692,74 triliun (Winami, 2023). Ada beberapa faktor yang mungkin mempengaruhi return suatu investasi

saham, baik pertimbangan makro maupun mikro. Permasalahan makroekonomi mencakup berbagai dimensi ekonomi yang luas, yang melibatkan komponen-komponen utama seperti pendapatan pemerintah, inflasi, suku bunga, nilai tukar, kebijakan ekonomi, dan politik. Elemen-elemen yang saling berhubungan ini berdampak pada kesejahteraan perekonomian suatu negara. (Adiyadnya et al., 2013). Untuk saat ini, investor perlu bisa memperkirakan nilai laba atas investasinya. Saham dengan margin keuntungan yang besar dapat menarik pembeli yang akan melakukan investasi lebih agresif di kemudian hari. Investor juga perlu memahami bahaya yang terkait dengan berinvestasi. risiko dalam berinvestasi perlu diminimalisir agar tidak terjadi kerugian di kemudian hari. Saat memilih tingkat investasi, investor perlu memastikan kapasitas keuangan yang cukup untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Investor dapat menginvestasikan uangnya dan meminimalisir risiko yang terjadi di masa depan jika berinvestasi tanpa menerapkan prinsip kehati-hatian (Permayasinta & Sawitri, 2021). Faktor-faktor independen ini, yang meliputi inflasi, suku bunga, dan nilai mata uang, dipilih oleh penulis penelitian ini sehingga mereka dapat memiliki pemahaman yang lebih baik tentang pengaruhnya terhadap *return* saham. Variabel ketiga ini dipilih karena merupakan subjek yang dipelajari dengan baik di bidang ekonomi dan keuangan.

Kenaikan harga komoditas secara terus-menerus disebut inflasi. Nilai perusahaan dipengaruhi oleh inflasi, apabila inflasi mengalami kenaikan yang tinggi maka dapat mendorong harga-harga bahan baku atau biaya operasional yang dikeluarkan perusahaan sehingga menurunkan nilai keuntungan yang diperoleh perusahaan itu sendiri (Putu & Suryantini, 2016). Pernyataan ini didukung dari penelitian (Amri & Gultom, 2022) yang hasilnya menunjukkan bahwa inflasi mempunyai dampak besar terhadap return saham namun bukti dari hal tersebut. (Setyaningrum & Muljono, 2016) mengemukakan bahwa inflasi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *return* saham.

Saat membuat pilihan investasi, tingkat suku bunga di masa depan merupakan pertimbangan penting. Kenaikan suku bunga tidak lazim dapat menghadirkan tantangan bagi perekonomian dalam hal pembayaran utang, karena beban suku bunga yang tinggi dapat menghambat kegiatan bisnis dan mengurangi margin keuntungan perusahaan. Suku bunga yang tinggi juga dapat menyebabkan peningkatan biaya modal serta menurunkan imbal hasil yang diharapkan oleh investor atas investasinya (Andriyani & Armereo, 2016). Pernyataan ini didukung dari penelitian (Amri et al., 2020) mengklaim bahwa suku bunga memiliki dampak besar terhadap keberhasilan investasi saham, hal ini bertentangan dengan temuan dari

(Permaysinta & Sawitri, 2021) menunjukkan bahwa suku bunga tidak mempunyai dampak yang signifikan terhadap *return* pemegang saham.

Istilah nilai tukar menggambarkan nilai relatif dua mata uang. Untuk menciptakan suasana yang mendukung kemajuan dunia usaha, nilai tukar yang stabil sangatlah penting. (Saputra & Dharmadiaksa, 2016). Pernyataan ini didukung dari penelitian (Permaysinta & Sawitri, 2021) menunjukkan bahwa nilai tukar memiliki dampak besar terhadap keuntungan yang dialami pasar saham, sedangkan data dari (Rohmadhoni & Santoso, 2019) mengklaim bahwa kinerja *return* saham tidak banyak dipengaruhi oleh nilai tukar.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang memiliki kekurangan dalam penelitian sebelumnya ialah tidak menggunakan objek untuk melakukan penelitian tersebut. Apabila peneliti terdahulu memiliki objek maka hanya satu perusahaan saja yang diteliti. Selain itu peneliti terdahulu tidak menggunakan periode untuk penelitiannya. Sedangkan penelitian yang saat ini sedang dilakukan memiliki kelebihan yaitu dengan memilih objek perusahaan yang telah bergabung di IDX-MES BUMN 17 pada periode 5 tahun terakhir. Pengaruh Inflasi, Suku Bunga, dan Nilai Tukar Terhadap Return Saham Pada IDX-MES BUMN 17 Periode 2018-2022 merupakan judul yang diberikan pada penelitian ini. Harapannya kedepannya para investor syariah akan lebih mudah melakukan investasi di pasar modal syariah dengan menggunakan referensi IDX-MES BUMN 17.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif berdasarkan prinsip sebab akibat. Menemukan hubungan sebab-akibat antara beberapa variabel merupakan tujuan dari teknik kausalitas dalam penelitian. Dapat diakses melalui Indonesia *Capital Market Directory (ICMD)*, www.yahoo.finance.com, www.sahamoke.com, dan www.idx.co.id, investigasi ini dilakukan terhadap perusahaan yang terdaftar di IDX-MES BUMN 17. Selama masa penelitian Dalam hal ini, program SPSS digunakan untuk melakukan analisis regresi linier berganda. Selama periode 2018–2022, variabel dependennya adalah *return* saham perusahaan yang terdaftar di IDX-MES BUMN 17. Penelitian ini menyelidiki tiga variabel independen: inflasi, suku bunga, dan nilai tukar.

Inflasi

$$Inflasi = \frac{IHK_t - IHK_{t-1}}{IHK_{t-1}}$$

Keterangan:

IHK_t : Indeks Harga Konsumen tahun x

IHK_{t-1} : Indeks Harga Konsumen tahun terdahulu

Suku bunga adalah suku bunga acuan yang dinyatakan dalam persentase (%) dan ditetapkan sebagai bagian dari reformasi kebijakan moneter Bank Indonesia. (Maharani & Haq, 2020). Istilah “nilai tukar” menggambarkan nilai relatif dua mata uang.

$$\text{Nilai Kurs Tengah} = \frac{\text{Kurs Jual} + \text{Kurs Beli}}{2}$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Uji Analisis Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Inflasi	69	0.00017	0.00055	0.0002542	0.00012117
SB	69	0.00035	0.00060	0.0004296	0.00009236
NT	69	13354.5	15730.5	14229.457	539.1214
HS	69	-0.74857	0.80000	-0.2170080	0.51113177

Masyarakat telah diberikan informasi tertentu mengenai hukuman dari tahun 2018 hingga 2022, terdapat 69 data yang dianalisis, bersumber dari 16 perusahaan berbeda yang mencatatkan sahamnya di IDX-MES BUMN 17. Berdasarkan tabel 1. Dari HS (Y), terlihat terdapat N sebesar 69, kisaran -0,74857 hingga 0,80000, dan nilai yang lebih rendah dari standar deviasi (-0.2170080) yaitu 0.51113177. Inflasi (X1), yang mungkin bernilai antara 0,00017 dan 0,00055, Standar deviasi data ini adalah 0,00012117, *Greater than the average value of 0.0002542. The values of the SB (X2) variable range from 0.00035 to 0.00060, with a mean of 0.0004296 and a standard deviation of 0.0000923.* Terdapat rentang nilai untuk variabel NT (X3) mulai dari 13354,5 hingga 15730,5, dengan rata-rata 14229,457 dan standar deviasi 539,1214, keduanya lebih tinggi dari angka sebenarnya.

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

	Kolmogorov-Smirnov
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.200

Dengan menerapkan uji normalitas Kolmogorov-Smirnov pada data penelitian yang diolah SPSS 27, uji asumsi standar menghasilkan nilai asymp. Tingkat signifikansi dua sisi adalah 0,200, lebih dari ambang batas 0,05. Temuan ini mendukung hipotesis bahwa data mengikuti distribusi normal.

Tabel 3. Hasil Uji Autokorelasi

Model	Durbin-Watson
1	1.853

Tidak adanya autokorelasi dapat disimpulkan dari hasil uji autokorelasi yang menunjukkan $DU < DW < 4-DU$. Hal ini disebabkan angka Durbin-Watson sebesar 1,853 berada pada kisaran 1,7015 untuk DU dan 2,2985 untuk 4-DU.

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.
Inflasi	0.991
Suku Bunga	0.492
Nilai Tukar	0.355

Dapat dilihat pada tabel 4 bahwa didapat kriteria pengujian untuk masing-masing variabel berdasarkan nilai signifikansi sebagai berikut : 1) Nilai Sig. untuk X_1 adalah 0.991, 2) Nilai Sig. untuk X_2 adalah 0.492, 3) Nilai sig. untuk X_3 adalah 0.355. Dari angka yang dihasilkan dapat dilihat bahwa variabel independen memiliki nilai signifikansi $> 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi adanya gejala heteroskedastisitas.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
Inflasi	0.198	5.057
Suku Bunga	0.363	2.758
Nilai Tukar	0.352	2.843

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas diperoleh toleransi inflasi (X_1) sebesar 0,198, tingkat suku bunga (X_2) sebesar 0,363, dan nilai tukar (X_3) ditentukan. Semua nilai ini dianggap akurat. Berdasarkan analisis hasil pengujian, ditemukan tidak adanya indikasi multikolinearitas.

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

	Unstrandardized Coefficients B	T	Sig.
(Constant)	-3.170	-4.572	0.001
Inflasi	669.848	2.183	0.033
SB	2967.425	9.833	0.001
NT	0.000	2.089	0.041
Adjusted R Square	0.534		
Sig. F	0.001		
HS Dependent Variable			

Menurut data tabel 5. Temuan pengujian menunjukkan bahwa suku bunga berdampak pada model Model persamaan regresi linier berganda digunakan untuk tujuan memperkirakan

return saham, inflasi, dan nilai tukar mata uang berbagai mata uang. Selanjutnya, kita memiliki persamaan regresi linier: $Y = -3.170 + 669.848 I + 2967.425 SB + 0.000 NT + e$

Dimungkinkan untuk memberikan penjelasan terhadap koefisien-koefisien yang diperoleh dari hasil persamaan regresi : 1) Nilai inflasi, suku bunga, dan nilai tukar semuanya ditetapkan nol (0), dan nilai -3,170 dipertahankan sepanjang siklus; maka return sahamnya adalah -3,170%. 2) Dengan asumsi semua faktor lainnya tetap, maka return saham meningkat sebesar 669,848% untuk setiap kenaikan inflasi sebesar 1%, sesuai dengan koefisien inflasi 669,848%. 3) Nilai koefisien tingkat bunga sebesar 2967,425; hal ini menunjukkan bahwa rata-rata pengembalian investasi saham meningkat sebesar 2967,425 persen untuk setiap kenaikan suku bunga sebesar satu persen. Ini dengan asumsi bahwa semua variabel lainnya tetap sama. 4) Dengan asumsi nilai tukar adalah variabel konstan, seperti yang ditunjukkan oleh nilai koefisiennya sebesar 0,000%, jadi tidak ada dampak nol persen terhadap return saham dari perubahan nilai tukar sebesar satu persen.

Hasil uji T dapat dilihat dari tabel 6. Yang dapat disimpulkan bahwa : 1) Variabel inflasi memperoleh nilai $t_{hitung} 2.183 > t_{tabel} 1.66864$ Dengan nilai signifikansi sebesar $0.033 < 0.05$, ini menunjukkan bahwa variabel inflasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *return* saham. 2) Variabel suku bunga memperoleh nilai $t_{hitung} 9.833 > t_{tabel} 1.66864$ dengan nilai signifikansi $0.001 < 0.05$, artinya variabel suku bunga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *return* saham. 3) Variabel nilai tukar memperoleh nilai $t_{hitung} 2.089 > t_{tabel} 1.66864$ Dengan nilai signifikansi sebesar $0.041 < 0.05$, ini menunjukkan bahwa variabel nilai tukar memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja return saham. Nilai keluaran uji f sebesar 26,979 lebih besar dari nilai f tabel sebesar 2,750. Tabel 5 menggambarkan bahwa ambang batas sebesar 0,05 terlampaui oleh tingkat signifikan sebesar 0,001. Jelaslah bahwa return saham dan tingkat suku bunga saling berhubungan, dan nilai mata uang semuanya dipengaruhi oleh hal ini, dengan mempertimbangkan hal-hal di atas. Variabel terikat dipengaruhi oleh variabel bebas sebesar 53,4% ($R^2 = 0,534$) berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, sedangkan 46,6% pengaruhnya berasal dari faktor-faktor yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Pengaruh Inflasi terhadap *Return* Saham. Nilai t_{hitung} sebesar 2,183 lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,66864, dan nilai signifikansi sebesar 0,033 lebih kecil dari ambang batas sebesar 0,05. Temuan ini menunjukkan bahwa variabel inflasi memiliki dampak yang besar dan menguntungkan terhadap *return* saham. Dampak inflasi terhadap kenaikan saham dapat mengakibatkan penurunan pendapatan aktual investor. *Return* saham yang rendah

mungkin disebabkan oleh inflasi yang berlebihan dan mengurangi pendapatan. Keuntungan perusahaan terpuak ketika harga produk naik karena biaya produksi yang lebih tinggi menggerogoti pendapatan. Penurunan keuntungan ini dapat mengakibatkan pengurangan dividen yang mengarah pada penjualan saham oleh investor karena tingkat return yang kurang menguntungkan (Wiantari & Risna, 2022). Lebih lanjut, hasil penyelidikan ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wulandari dkk. (2021) yang menunjukkan bahwa variabel inflasi berpengaruh terhadap imbal hasil investasi saham.

Pengaruh Suku Bunga terhadap *Return* Saham. Variabel suku bunga terbukti mempunyai pengaruh yang besar dan menguntungkan terhadap return saham, dibuktikan dengan nilai t estimasi sebesar 9,833 yang melebihi nilai t tabel sebesar 1,66864, dan nilai signifikansi sebesar 0,001 yang kurang dari ambang batas. sebesar 0,05. Kondisi ekonomi suatu negara memiliki implikasi yang signifikan terhadap nilai tukarnya, yang esensial untuk menjaga stabilitas guna menciptakan lingkungan usaha yang mendukung dan memfasilitasi pertumbuhan sektor bisnis. Nilai tukar berperan penting dalam memfasilitasi transaksi bisnis lintas negara. Ketika nilai suatu mata uang naik dan nilai mata uang lainnya turun, investor sering kali mulai menyimpan uangnya dalam mata uang asing. Harga saham turun ketika permintaan atas saham tersebut turun. Menurut (Mourine & Septina, 2023). (Hastuti et al., 2023) Sebagaimana telah ditunjukkan bahwa suku bunga mempunyai pengaruh yang besar dan menguntungkan terhadap return saham, pernyataan ini konsisten dengan data yang mereka peroleh.

Pengaruh Nilai Tukar terhadap *Return* Saham. Apabila nilai variabel nilai tukar dibandingkan dengan nilai t_tabel yaitu 1,66864, maka nilai t_hitung yang dihitung lebih tinggi 2,089. Pada tingkat signifikansi ($p = 0.041 < 0.05$), variabel nilai tukar mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap return saham. Kondisi ekonomi sebuah negara memiliki dampak signifikan terhadap nilai tukarnya, yang sangat penting untuk menjaga kestabilan guna menciptakan iklim usaha yang kondusif dan mendukung pertumbuhan sektor bisnis. Nilai tukar memainkan peran krusial dalam fasilitasi transaksi bisnis antarnegara. Ketika nilai mata uang domestik melemah dan mata uang asing menguat, investor cenderung untuk mengalihkan investasi mereka ke dalam mata uang asing. Dampaknya adalah penurunan harga saham karena menurunnya permintaan atas saham tersebut. (Permayasinta & Sawitri, 2021). Temuan (Ananda & Santoso, 2022) yang menyatakan bahwa nilai tukar mempunyai pengaruh positif dan substansial terhadap *return* saham didukung oleh bukti tersebut.

SIMPULAN

Temuan penelitian menunjukkan bahwa faktor ekonomi seperti suku bunga, inflasi, dan nilai mata uang semuanya mempunyai peranan dalam mempengaruhi tingkat pengembalian investasi saham. Mengingat fakta bahwa penelitian ini mencakup 53,4% faktor yang menentukan *return* saham, maka dapat disimpulkan bahwa. Disarankan juga agar lebih banyak peneliti memasukkan variabel lain agar perusahaan dan investor dapat memperhatikan informasi mengenai sahamnya, karena penelitian ini memiliki keterbatasan dalam memasukkan faktor-faktor yang mempengaruhi *return*. Saya ingin itu. Kemampuan peneliti selanjutnya untuk memasukkan lebih banyak variabel yang dapat berpengaruh terhadap *return* saham dan menyelidiki indeks alternatif diperlukan untuk memperoleh hasil yang lebih relevan, seperti Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI), Kompas 100, LQ45, IDX Sharia Growth, dll.

DAFTAR RUJUKAN

- Adiyadnya, I. N. S., Artini, L. G. S., & Rahyuda, H. (2013). Pengaruh Beberapa Variabel Ekonomi Makro Terhadap Profitabilitas Dan Return Saham Pada Industri Perbankan Di BEI. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 5(8), 2579–2608.
<https://ojs.unud.ac.id/index.php/eeb/article/view/16233>
- Amri, A., & Gultom, M. S. (2022). Gambaran Harga Saham Ditinjau Dari Tingkat Inflasi, Nilai Tukar Rupiah, Dan Suku Bunga: Studi Kasus Perusahaan Yang Terdaftar Di Indeks LQ45. *J-EBIS (Jurnal Ekonomi dan Bisnis ...)*, 7(2), 207–228.
<https://doi.org/10.32505/j-ebis.v7i2.4051>
- Amri, A., Ramdani, Z., Jakarta Selatan, K. (2020). Pengaruh Nilai Tukar, Kebijakan Dividen dan Struktur Modal terhadap Return Saham pada Perusahaan yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index. *Jurnal Ilmu Keuangan dan Perbankan (JIKA)*, 10(1), 18–36.
<https://doi.org/10.34010/jika.v10i1.3556>
- Ananda, W. C., & Santoso, A. B. (2022). Pengaruh Inflasi, Suku Bunga, dan Nilai Tukar Rupiah terhadap Return Saham pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (2018-2020). *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 7(2).
<https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.559>
- Andriyani, I., & Armereo, C. (2016). Pengaruh Suku Bunga, Inflasi, Nilai Buku Terhadap Harga Saham Perusahaan Indeks LQ45 Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis*, 15, 44–64.

- <https://jurnal.polsri.ac.id/index.php/admniaga/article/view/633>
- Hastuti, R., Irawan, I., & Hukom, A. (2023). Pengaruh Inflasi, Nilai Tukar, Suku Bunga dan Produk Domestik Bruto terhadap Return Saham pada Perusahaan Manufaktur. *Studi Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 2(1). <https://doi.org/10.35912/sekp.v2i1.1221>
- Maharani, A., & Haq, A. (2020). Pengaruh Inflasi, Suku Bunga Dan Nilai Tukar Terhadap Return Saham. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(2), 941–950.
<https://doi.org/10.25105/jet.v2i2.14546>
- Mourine, A., & Septina, F. (2023). Pengaruh Inflasi, Tingkat Suku Bunga, Nilai Tukar, dan Struktur Modal terhadap Return Saham Perusahaan Sektor Farmasi. *Jurnal Perspektif*, 21(1). <https://doi.org/10.31294/jp.v21i1.12943>
- OJK. (2023). *Kebijakan dalam Menjaga Kinerja dan Stabilitas Pasar Modal dalam Kondisi Pasar yang Berfluktuasi secara Signifikan*. www.ojk.co.id.
- Permayasinta, E., & Sawitri, A. P. (2021). Pengaruh Inflasi, Suku Bunga Dan Nilai Tukar Rupiah Terhadap Return Saham. *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan dan Ilmu Ekonomi Akuntansi*, 5(1), 41. <https://doi.org/10.31851/neraca.v5i1.5630>
- Prihantini, R. (2009). Analisis Pengaruh Inflasi, Nilai Tukar, Roa, Der Dan Cr Terhadap Return Saham (Studi Kasus Saham Industri Real Estate and Property yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2003 - 2006). *Jurnal Bisnis Strategi*, 18(2), 99–117.
<https://doi.org/10.14710/jbs.18.2.99-117>
- Putu, N., & Suryantini, S. (2016). Pengaruh Faktor Eksternal Terhadap Nilai Perusahaan (PBV) dan Harga Saham Terhadap Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia. *Matrik : Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, dan Kewirausahaan*, 8, 91–101.
<https://ojs.unud.ac.id/index.php/jmbk/article/view/14283>
- Rohmadhoni, J. N., & Santoso, B. H. (2019). Pengaruh Solvabilitas, Nilai Pasar, Inflasi Dan Kurs Terhadap Return Saham Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bei. *Jurnal Ilmu dan Riset manajemen*, 8(7), 1–17.
<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2325>
- Saputra, I. G. A., & Dharmadiaksa, I. B. (2016). Pengaruh Tingkat Suku Bunga, Nilai Tukar Rupiah, Leverage Dan Profitabilitas Pada Return Saham. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 16(2), 1007–1033.
<https://ojs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/article/view/20600>
- Setyaningrum, R., & Muljono. (2016). Inflasi, Tingkat Suku Bunga Dan Nilai Tukar Terhadap Return Saham. *Jurnal Bisnis & Ekonomi*, 14(2), 151–161.

<https://journal.unimma.ac.id/index.php/bisnisekonomi/article/view/272>

Wiantari & Risna. (2022). Analisis Determinasi Rasio Keuangan Dan Inflasi Terhadap Return Saham. *JEMASI: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 18(2).

<https://doi.org/10.35449/jemasi.v18i2.549>

Winami. (2023). *Pergerakan Kapitalisasi Pasar 5 Indeks Saham Syariah hingga 2022*.

Dataindonesia.id.

Wulandari, W., Suhono, S., & Manda, G. S. (2021). Pengaruh Tingkat Suku Bunga Dan Inflasi Terhadap Return Saham Pada Perusahaan Manufaktur Terindeks Lq 45 Periode 2016-2020. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 5(2), 1043-1049. <https://doi.org/10.31955/mea.v5i2.1150>



Pengaruh *Word of Mouth* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi
(Studi Kasus pada Usaha Gisting Coffee Roastery di Kecamatan Gisting, Lampung)

Ari Yunita^{1*}, Is Fadhillah²

ariyunita912@gmail.com^{1*}, isfadhillah@gmail.com²

^{1,2}Program Studi Manajemen

^{1,2}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IBMT

Received: 30 06 2024. Revised: 10 07 2024. Accepted: 14 07 2024.

Abstract : The existence of a positive Word of Mouth marketing strategy and product quality can increase the tendency of consumers to make purchasing decisions on products. This study aims to examine the effect of Word of Mouth and product quality on purchasing decisions for coffee products at the Gisting Coffee Roastery business in Gisting District, Lampung. This research method uses a quantitative approach with data collection through questionnaires distributed to 67 respondents. Data analysis was carried out using partial hypothesis testing (t-test) and simultaneous hypothesis testing (F-test). The results of this study indicate that Word of Mouth and product quality simultaneously have a significant effect on purchasing decisions for coffee products at the Gisting Coffee Roastery business in Gisting District, Lampung.

Keywords : Word of Mouth, Product quality, Purchasing decisions.

Abstrak : Adanya strategi pemasaran *Word of Mouth* dan kualitas produk yang positif dapat meningkatkan kecenderungan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian terhadap produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji Pengaruh *Word of Mouth* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk kopi pada usaha Gisting Coffee Roastery di Kecamatan Gisting, Lampung. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada 67 responden. Analisis data dilakukan menggunakan uji hipotesis parsial (Uji-t) dan uji hipotesis simultan (Uji F). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Word of Mouth* dan kualitas produk berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian produk kopi pada usaha *Gisting Coffee Roastery* di Kecamatan Gisting, Lampung.

Kata Kunci : *Word of Mouth*, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.

PENDAHULUAN

Kopi adalah komoditi utama dunia dan merupakan hasil pertanian yang paling banyak diperdagangkan secara global. Diproduksi dan dikonsumsi oleh hampir semua negara, kopi memiliki dampak ekonomi yang besar serta berperan penting dalam perekonomian lokal di banyak daerah penghasil kopi. Industri kopi terus berkembang dengan tren dan inovasi baru,

dan memiliki pengaruh besar dalam budaya dan kehidupan sosial masyarakat diberbagai belahan dunia. Jumlah produksi kopi sepanjang tahun 2022 hingga 2023 berdasarkan data dari USDA (Departemen Pertanian Amerika Serikat) sejumlah 170 kantong dengan bobot setiap kantongnya seberat 60 kg. Jumlah ini menunjukkan adanya peningkatan sebanyak 2,8% dibandingkan tahun sebelumnya, dimana produksi kopi mencapai 165,37 juta kantong pada periode 2021 hingga 2023 Sementara Negara Brazil sepanjang tahun 2022 hingga 2023 menjadi produsen kopi terbesar di dunia, dengan produksi sebanyak 62,6 juta kantong kopi. Sementara Negara Indonesia berada di peringkat ketiga dengan produksi kopi 11,85 juta kantong kopi pada tahun 2022 hingga 2023. Salah satu komoditas utama Indonesia adalah kopi, yang memiliki sejarah panjang dalam pertanian dan perdagangan. Kopi Arabika dan kopi robusta merupakan jenis kopi yang dihasilkan di Indonesia.

Jumlah produksi kopi pada tahun 2023 berdasarkan data dari BPS (Badan Pusat Statistika) mencapai 760,2 ribu ton, dimana jumlah ini menurun sebanyak 1,9% dari tahun sebelumnya. Wilayah di Negara Indonesia yang memproduksi kopi dalam jumlah banyak yaitu Sumatera Selatan. Pada tahun 2023 jumlah produksi kopi mencapai 26,05% dari 760,2 ribu ton atau 198 ribu ton. Dan untuk provinsi Lampung sendiri menempati posisi ke dua dengan volume produksi 108,1 ribu ton. Dengan meningkatnya produksi dan konsumsi kopi di Indonesia, khususnya beberapa dekade terakhir, ada peluang besar bagi pengusaha kopi untuk mendirikan *Coffee Roastery*. Semakin tinggi produksi kopi berarti semakin banyak biji kopi yang dapat diolah. Ini tentunya memunculkan usaha kopi lokal seperti *Gisting Coffee Roastery*, yang merupakan satu-satunya usaha roasting kopi di Kecamatan Gisting, Lampung. Tidak diragukan lagi, usaha ini akan menjadi terobosan baru dalam pengolahan biji kopi mentah dengan metode yang lebih canggih, yaitu dengan diroasting. Dalam usaha ini, jelas ada strategi pemasaran produk yang terus dikembangkan untuk meyakinkan pelanggan untuk memutuskan pembelian produk kopi ini.

Untuk itu maka penulis melakukan pra survei yang dilaksanakan untuk meninjau faktor yang turut berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dalam membeli produk kopi dari usaha *Gisting Coffee Roastery* ini. Hasil dari pra survei yang dilakukan kepada 8 orang konsumen, mereka memberikan keterangannya bahwa mereka melakukan pembelian produk kopi dari usaha *Gisting Coffee Roastery* ini karena penasaran dengan kualitas dari sebuah produk kopi yang diolah dengan cara diroasting, selain itu sebagian dari mereka juga memutuskan membeli produk tersebut karena mendapatkan sebuah rekomendasi dari orang-orang terdekatnya. Dalam hal ini maka terdapat *Word of Mouth* yang menjadi

strategi efektif untuk meningkatkan daya tarik konsumen baru untuk membeli produk yang telah direkomendasikan ataupun hasil testimoni produk secara terpercaya dari orang-orang terdekatnya. *Word of Mouth* berdasarkan pendapat Siswanto & Maskan, (2020) yaitu, suatu kesan atau pendapat baik terkait layanan, promosi, maupun manfaat yang disebarkan melalui mulut ke mulut antara individu yang sudah menggunakan produk terhadap individu lainnya. *Word of Mouth* akan tercipta ketika konsumen mendapatkan pengalaman yang positif dari produk yang dibelinya seperti mendapatkan kepuasan akan kualitas produk yang dimana memberikan banyak manfaat kepada konsumen.

Untuk itu dalam strategi pemasaran produknya, usaha *Gisting Coffee Roastery* perlu adanya edukasi kepada para konsumen agar dapat memiliki pengetahuan bahwa produk kopi yang dihasilkan dengan cara diroasting ini lebih memiliki kualitas produk yang tinggi. Definisi kualitas produk berdasarkan pendapat Kotler dan Armstrong (2019), yaitu kemampuan untuk memenuhi tujuan yang dimaksudkan yang meliputi, pemeliharaan, penggunaan yang mudah, kecepatan, keandalan, dan daya tahan secara menyeluruh. Dalam hal ini perlu memastikan bahwa biji kopi yang gunakan memiliki kualitas yang unggul supaya dalam proses merosting serta menggilinger dapat menghasilkan produk kopi dengan rasa dan aroma yang khas. Dengan demikian dapat memberikan pengalaman yang memuaskan kepada para konsumennya melalui produk kopi yang berkualitas, *Gisting Coffee Roastery* dapat membangun reputasi yang baik dan menciptakan loyalitas konsumen. Adanya kepuasan dari seorang konsumen akan berdampak terhadap pembelian ulang dan secara otomatis konsumen tersebut akan merekomendasikan kepada individu lainnya.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang diimplementasikan berupa penelitian kuantitatif yaitu suatu teknik penelitian yang ditujukan untuk mengkaji hipotesis dalam penelitian yang sudah dirumuskan sebelumnya dengan melibatkan serangkaian proses pengumpulan data dari sampel penelitian menggunakan instrumen yang valid dan reliabel, dan dilanjutkan proses analisis data secara statistik. Jenis data yang digunakan juga berbentuk kuantitatif yaitu data berbentuk angka atau data kualitatif yang bisa dijumlahkan (Sugiyono, 2019). Populasi pada penelitian ini tidak diketahui dan tak terhingga, karena populasinya merupakan para konsumen yang sudah pernah melakukan pembelian produk kopi pada usaha *Gisting Coffee Roastery* di Kecamatan Gisting, Lampung. Pengambilan sampel pada penelitian ini berupa

non-probability sampling yaitu suatu subyek maupun obyek dalam populasi yang dipilih sebagai sampel tanpa menentukan atau mempertimbangkan peluang (Bougie, 2017).

Adapun jenis *non-probability sampling* yang diimplementasikan berupa *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel dengan mengacu pada karakteristik khusus agar menjadi *representative* dalam penelitian. 1) konsumen yang benar-benar sudah pernah melakukan pembelian produk kopi pada usaha *Gisting Coffee Roastery* minimal dua kali. 2) Responden merupakan masyarakat di wilayah Kecamatan Gisting, Lampung. 3) Jenis Kelamin. Persamaan yang diterapkan peneliti untuk menentukan ukuran sampel dalam penelitian agar terjadi keseimbangan antara populasi terhadap jumlah sampel yaitu persamaan *Lemeshow*. Sehingga jumlah responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini sejumlah 67 responden.

Pada pelaksanaan penelitian ini, instrumen yang diterapkan berupa kuesioner. Kuesioner mengenai pernyataan di *Google Form* yang dijawab oleh responden. Sementara metode yang diterapkan untuk mengukur respon dari responden dalam kuesioner yaitu *skala likert*. Data yang diimplementasikan dalam penelitian ini berjenis data primer, dimana berdasarkan pendapat Sugiyono (2019) diartikan sebagai suatu jenis data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti. Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data berupa Uji Deskriptif dan Uji Kuantitatif Uji Hipotesis Parsial (Uji-t) dan Uji Hipotesis Simultan (Uji F) untuk mengetahui hasil dari Pengaruh *Word of Mouth* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi (Studi Kasus Pada Usaha *Gisting Coffee Roastery* di Kecamatan Gisting, Lampung).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan pada 67 responden, maka diketahui bagaimana persepsi jawaban dari responden terhadap variabel-variabel yang ditanyakan dalam kuesioner.

Tabel 1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
1	Laki-Laki	46	68,7 %
2	Perempuan	21	31,3 %
	Jumlah	67	100 %

Menurut hasil pengambilan data berdasarkan jenis kelamin yang ditunjukkan pada tabel 1 di atas, diketahui sebagian besar konsumen yang membeli produk kopi pada usaha *Gisting Coffee Roastery* di Kecamatan Gisting, Lampung berjenis kelamin laki-laki, yaitu 46 orang (68,7%), dan jenis kelamin perempuan hanya 21 orang (31,3%).

Tabel 2. Responden Berdasarkan Alamat Tempat Tinggal

No	Desa di Kecamatan Gisting	Frekuensi	Presentase
1	Gisting Bawah	20	29,9%
2	Gisting Atas	11	16,4%
3	Gisting Permai	8	11,9%
4	Purwodadi	7	10,4%
5	Landbaw	5	7,5%
6	Sidokaton	7	10,4%
7	Campang	3	4,5%
8	Banjarmanis	3	4,5%
9	Kutadalom	3	4,5%
Jumlah		67	100%

Menurut hasil pengambilan data responden berdasarkan alamat tempat tinggal pada tabel 2 diatas terdapat responden yang menjadi pembeli produk kopi pada usaha *Gisting Coffee Roastery* di Kecamatan Gisting, Lampung mayoritas ditempati oleh responden yang beralamatkan di desa Gisting Bawah yaitu sebanyak 20 Orang (29,9%).

Tabel 3. Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji-t)

Model	Coefficients ^a		Standardized Coefficients	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Std. Error			
1 (Constant)	-2.026	3.774		-.537	.593
Word of Mouth (X1)	.440	.181	.216	2.430	.018
Kualitas Produk (X2)	.610	.080	.680	7.647	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil analisis uji hipotesis persial (Uji T) pada tabel 3 terdapat penjelasannya bahwa *Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Diketahui nilai t_{hitung} untuk variabel X1 (*Word of Mouth*) sebesar $t_{hitung} = 2,430$ lebih besar dari $t_{tabel} = 1,998$ dengan tingkat signifikansi (0,018) yang berarti lebih kecil dari probabilitas yang ditetapkan (0,05). Dari hasil tersebut disimpulkan bahwa variabel *Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk kopi pada usaha Gisting Coffee Roastery di Kecamatan Gisting, Lampung.

Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Diketahui nilai t_{hitung} untuk variabel X2 (Kualitas Produk) sebesar $t_{hitung} = 7,647$ lebih besar dari $t_{tabel} = 1,998$ dengan tingkat signifikansi (0,00) yang berarti lebih kecil dari probabilitas yang ditetapkan (0,05). Dari hasil tersebut disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk kopi pada usaha Gisting Coffee Roastery di Kecamatan Gisting, Lampung.

Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	932.236	2	466.118	72.364	.000 ^b
	Residual	412.242	64	6.441		
	Total	1344.478	66			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)
b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X2), Word of Mouth (X1)

Hasil analisis uji simultan (Uji F), yang dapat dilihat pada tabel 4, menunjukkan bahwa $F_{hitung} = 72,364$ lebih besar dari $F_{tabel} = 3,14$, dengan tingkat signifikansi (0,00), yang berarti bahwa probabilitas yang ditetapkan lebih rendah dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa variabel X1 (*Word of Mouth*) dan X2 (kualitas produk) berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Y (keputusan pembelian) pada konsumen produk kopi pada usaha *Gisting Coffee Roastery* di Kecamatan Gisting, Lampung ini. Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan pada 67 responden, maka diketahui bagaimana persepsi jawaban dari responden terhadap variabel-variabel yang ditanyakan dalam kuesioner.

Pengaruh variabel X1 (*Word of Mouth*) terhadap variabel Y (keputusan pembelian). Berdasarkan tabel 4 Dapat diketahui hasil analisis terkait variabel X1 (*Word of Mouth*) dengan nilai $t_{hitung} = 2,430$ dan dengan tingkat signifikansi (0,018) yang berarti lebih kecil dari probabilitas yang ditetapkan (0,05), maka variabel X1 (*Word of Mouth*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y (keputusan pembelian). Dari hasil analisis tersebut dapat diartikan bahwa semakin meningkat *Word of Mouth* dilakukan maka keputusan pembelian terhadap produk kopi pada usaha *Gisting Coffee Roastery* di Kecamatan Gisting, Lampung akan semakin tinggi. Dari hasil analisis penelitian yang telah dilaksanakan, konsumen tertarik membeli produk kopi pada usaha *Gisting Coffee Roastery* di Kecamatan Gisting, Lampung ini karena adanya *Word of Mouth*. *Word of Mouth* berdasarkan pendapat Siswanto & Maskan, (2020) yaitu suatu kesan atau pendapat baik terkait layanan, promosi, maupun manfaat yang disebarkan melalui mulut ke mulut antara individu yang sudah menggunakan produk terhadap individu lainnya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Word of Mouth* dapat mempengaruhi konsumen akan tertarik terhadap produk kopi dan meningkatkan kepercayaan dalam pengambilan keputusan pembelian karena sudah mendapatkan rekomendasi atau ulasan yang positif langsung dari orang terdekat dan dianggap lebih dapat dipercaya dari pada sekedar iklan ataupun promosi dari usaha tersebut. Oleh karena itu, dalam usaha *Gisting Coffee*

Roastery memanfaatkan *Word of Mouth*, seperti menampilkan hasil testimoni konsumennya untuk memberikan gambaran produk yang sesuai harapan sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen yang lain dalam mempengaruhi pembelian produk kopinya secara positif. Dari penjelasan hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Vrisca Falelia M, dkk. (2023) yang berjudul Pengaruh *Word of Mouth*, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Abadi Digital Printing Kota Kediri, menunjukkan hasil bahwa Adanya Pengaruh *Word of Mouth*, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Abadi Digital Printing Kota Kediri.

Pengaruh variabel X2 (Kualitas Produk) terhadap variabel Y (keputusan pembelian). Berdasarkan tabel 4 Dapat diketahui hasil analisis terkait variabel X2 (Kualitas Produk) dengan $t_{hitung} = 7,647$ dengan tingkat signifikansi (0,00) yang berarti lebih kecil dari probabilitas yang ditetapkan (0,05), maka variabel X2 (Kualitas Produk) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y (keputusan pembelian). Dari hasil analisis tersebut dapat diartikan bahwa semakin meningkat kualitas produk yang diberikan maka keputusan pembelian terhadap produk kopi pada usaha *Gisting Coffee Roastery* di Kecamatan Gisting, Lampung akan semakin tinggi. Dari hasil analisis penelitian yang telah dilaksanakan, konsumen tertarik membeli produk kopi pada usaha *Gisting Coffee Roastery* di Kecamatan Gisting, Lampung ini karena kualitas produknya yang tinggi dan sesuai ekspektasi konsumen.

Pendapat Kotler dan Armstrong (2019), definisi dari kualitas produk yaitu kemampuan untuk memenuhi tujuan yang dimaksudkan yang meliputi, pemeliharaan, penggunaan yang mudah, kecepatan, keandalan, dan daya tahan secara menyeluruh. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dapat mempengaruhi preferensi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Konsumen akan cenderung lebih memilih produk yang memiliki kualitas yang tinggi karena dianggap lebih dapat diandalkan, memberikan nilai manfaat lebih dalam pemakaian dan memberikan nilai kepuasan yang lebih tinggi. Oleh karena itu, dalam usaha *Gisting Coffee Roastery* untuk memenuhi standar kualitas produk yang tinggi kepada para konsumennya dengan cara selalu memastikan produk kopi dari *Gisting Coffee Roastery* terbuat dari biji kopi pilihan yang diolah dengan cara diroasting sehingga produk kopi yang dihasilkan memiliki cita rasa dan aroma yang khas. Selain itu memastikan kemasan pada produk kopi dari *Gisting Coffee Roastery* aman, *higienis* dan sangat praktis untuk dibawa kemanapun.

Dari penjelasan hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Yusril Ananta Bahrudin (2023) yang berjudul Pengaruh *Word of Mouth*, Kualitas Produk, dan Kepercayaan Diri

Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Merek *Iphone* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang, menunjukkan hasil bahwa *Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Merek *Iphone*, Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Merek *Iphone*, dan Kepercayaan Diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Merek *Iphone*.

Pengaruh variabel X1 (*Word of Mouth*) dan X2 (Kualitas Produk) secara simultan terhadap variabel Y (keputusan pembelian). Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui hasil analisis menunjukkan bahwa $F_{hitung} = 72,364$ lebih besar dari $F_{tabel} = 3,14$, dengan tingkat signifikansi (0,00), yang berarti bahwa probabilitas yang ditetapkan lebih rendah dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa variabel X1 (*Word of Mouth*) dan X2 (kualitas produk) berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Y (keputusan pembelian) pada konsumen produk kopi pada usaha *Gisting Coffee Roastery* di Kecamatan Gisting, Lampung ini. Dari hasil analisis tersebut dapat diartikan bahwa *Word of Mouth* dan kualitas produk yang positif dapat meningkatkan kecenderungan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian terhadap produk kopi pada usaha *Gisting Coffee Roastery* di Kecamatan Gisting, Lampung.

Dari hasil analisis penelitian yang telah dilaksanakan, *Word of Mouth* dan kualitas produk berperan dalam membentuk persepsi nilai produk di mata konsumen. Jika konsumen melihat bahwa produk tersebut memiliki kualitas yang baik berdasarkan informasi dari *Word of Mouth* dan pengalaman langsung, mereka akan cenderung melihat nilai produk tersebut sebanding dengan harga yang mereka bayarkan. Kualitas produk yang baik akan menciptakan pengalaman positif bagi konsumen. Jika *Word of Mouth* positif tentang produk tersebut terbukti dengan kualitas yang memenuhi ekspektasi konsumen, maka keputusan pembelian akan semakin dikuatkan. Dengan adanya kombinasi yang baik antara *Word of Mouth* yang positif dan kualitas produk yang memadai, konsumen akan merasa lebih yakin dan terdorong untuk melakukan keputusan pembelian. Dengan demikian pada usaha *Gisting Coffee Roastery* fokus pada strategi pemasaran yang memperkuat *Word of Mouth* positif dan meningkatkan kualitas produk dapat menjadi kunci dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Hal ini dapat berdampak positif pada peningkatan penjualan dan loyalitas konsumen terhadap produk kopi pada usaha *Gisting Coffee Roastery* di Kecamatan Gisting, Lampung. Dari penjelasan hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Afifah dan Sitorus (2023) yang berjudul Pengaruh Citra merek, Kualitas Produk dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina di Batam menunjukkan hasil bahwa variabel Citra merek, Kualitas

Produk dan *Word of Mouth* memiliki pengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian produk Emina di Batam.

SIMPULAN

Setelah melakukan analisis data penelitian disimpulkan bahwa 1) Hasil dari penelitian ini diperoleh bahwa, *Word of Mouth* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kopi pada usaha *Gisting Coffee Roastery* di Kecamatan Gisting, Lampung ini. Kesimpulan ini diperoleh berdasarkan hasil Uji-t yang telah dilakukan pada variabel X1 (*Word of Mouth*) terhadap variabel Y (keputusan pembelian) diperoleh nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dengan nilai $2,430 > 1,998$ dengan nilai signifikansi (0,018) yang berarti lebih kecil dari probabilitas yang ditetapkan yaitu (0,05). 2) Hasil dari penelitian ini diperoleh bahwa, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kopi pada usaha *Gisting Coffee Roastery* di Kecamatan Gisting, Lampung ini. Kesimpulan ini diperoleh berdasarkan hasil Uji-t yang telah dilakukan pada variabel X2 (Kualitas Produk) terhadap variabel Y (keputusan pembelian) diperoleh nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dengan nilai $7,647 > 1,998$ dengan nilai signifikansi (0,00) yang berarti lebih kecil dari probabilitas yang ditetapkan yaitu (0,05). 3) Hasil dari penelitian ini diperoleh bahwa, variabel X1 (*Word of Mouth*) dan variabel X2 (Kualitas Produk) berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Y (keputusan pembelian) pada konsumen produk kopi pada usaha *Gisting Coffee Roastery* di Kecamatan Gisting, Lampung ini. Kesimpulan ini diperoleh berdasarkan hasil analisis uji simultan (Uji F) yang telah dilakukan pada variabel X1 (*Word of Mouth*) dan variabel X2 (Kualitas Produk) terhadap variabel Y (keputusan pembelian) diperoleh nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} dengan nilai $72,364 > 3,14$. Dengan nilai signifikansi (0,00) yang berarti lebih kecil dari probabilitas yang ditetapkan (0,05).

DAFTAR RUJUKAN

- Afifah, M. N., & Sitorus, D. H. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina di Batam. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 328-340. <https://doi.org/10.37531/mirai.v8i1.3804>
- Manullang, W. C., & Gultom, D. K. (2024). Pengaruh Word of Mouth dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian MS Glow Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Intervening. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 7(1), 750-765. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1362>

- Pramuntoko, B., & Mahaputra, A. P. (2023). Pengaruh Word of Mouth, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Abadi Digital Printing Kota Kediri. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, 2(4), 348-354. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v2i4.1424>
- Bahrudin, Y. A., Nurhidayah, N., & Novianto, Y. S. (2023). Pengaruh Word of Mouth, Kualitas Produk, dan Kepercayaan Diri Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Iphone pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang. *E-JRM : Elektronik Jurnal Riset Manajemen*. <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/21134>
- Fakhrudin, A., Yudianto, K., & AD, Y. S. M. (2021). Word of Mouth marketing berpengaruh terhadap keputusan kuliah. In *FORUM EKONOMI: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* (Vol. 23, No. 4, pp. 648-657). <http://dx.doi.org/10.30872/jfor.v23i4.10111>
- Khotimah, H., & Doddi Prastuti, S. M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pelanggan shopee di PT. Biro klasifikasi Indonesia Jakarta Utara). Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. <http://repository.stei.ac.id/2528/>
- Alwi, A., Ferils, M., & Junaeda, J. (2020, July). Pengaruh kualitas produk dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian. In *FORUM EKONOMI: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* (Vol. 22, No. 2, pp. 334-342). <http://dx.doi.org/10.30872/jfor.v22i2.14274>
- Arianto, N., Aroha, S., & Aroha, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran Daphubu Kampung Aceh di Pamulang Kota Tangerang. *Jurnal Ilmiah Swara Manajemen*, 3(2), 270-284. <https://dx.doi.org/10.32493/jism.v3i2.29941>
- Satdiah, A., Siska, E., & Indra, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Cat De'lucent Paint. *CiDEA Journal*, 2(1), 24-37. <https://doi.org/10.56444/cideajournal.v2i2.775>
- Wibowo, I. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Artikel*, 8(2), 10-20. <http://dx.doi.org/10.35137/jmbk.v8i2.419>
- Karyadi, A. (2022). Pengaruh Brand Image dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow di Jakarta. <http://eprints.kwikkiangie.ac.id/4692/>

Nurulita, F., Kamaruddin, K., & Asmini, A. (2023). Analisis Determinan Tingkat Kemiskinan Di Kabupaten Sumbawa. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 11(2), 261-272.
<https://doi.org/10.58406/jeb.v11i2.1314>

Yuliara, I. M. (2016). Regresi linier berganda. Denpasar: Universitas Udayana.

Ajjiah, J. H., & Selvi, E. (2021). Pengaruh kompetensi dan komunikasi terhadap kinerja perangkat desa. *Jurnal Manajemen*, 13(2), 232-236.
<https://doi.org/10.24036/jess.v5i1.314>



Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Indomaret Buana Raya Padang Sambian Denpasar Bali

Dina Mariana Saingo^{1*}, Is Fadhilla²

dinasaingo@gmail.com^{1*}, isfadhilla@gmail.com²

^{1,2}Program Studi Manajemen

^{1,2}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IBMT

Received: 30 06 2024. Revised: 10 07 2024. Accepted: 18 07 2024.

Abstract : This research aims to find out how much influence service quality and promotion have on consumer purchasing decisions at Indomaret Buana Raya Padang Sambian Denpasar Bali. This research used 44 respondents as research samples using SPSS 2024. The method used in this research was multiple linear regression analysis with a quantitative approach. The instrument used in this research was a questionnaire with a total of 26 statements consisting of 2 statements from each indicator variable. Based on the results of data analysis, a simple linear regression equation was obtained from the results of hypothesis testing, it was found that the research results showed that the service quality (x_1) and promotion (x_2) variables had a calculated f of >281.195 and a sig value of 0.001 and an f table value of <2.60 . With the results of F count $> f$ table and sig count < 0.005 , it can be concluded that simultaneously service quality (x_1) and promotion (x_2) have a positive effect on consumer purchasing decisions (y) at Indomaret Buana Raya Padang Sambian Denpasar Bali.

Keywords : Service quality, Promotions, Consumer Purchasing Decisions.

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa pengaruhnya kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen di indomaret buana raya padang sambian Denpasar bali. Penelitian ini menggunakan 44 responden sebagai sampel penelitian dengan menggunakan SPSS 2024. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan pendekatan kuantitatif. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dengan jumlah 26 pernyataan yang terdiri dari 2 pernyataan dari setiap indikator variabelnya. Berdasarkan hasil analisis data didapatkan persamaan regresi linear sederhana dari hasil pengujian hipotesis di peroleh bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (x_1) dan promosi (x_2) memiliki f hitung sebesar $>281,195$ dan nilai sig $0,001$ dan nilai f tabel sebesar $< 2,60$. Dengan hasil F hitung $> f$ tabel dan sig hitung $<0,005$ maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan kuliatas pelayanan (x_1) dan promosi (x_2) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen (y) di Indomaret Buana Raya Padang Sambian Denpasar Bali.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Promosi, Keputusan Pembelian Konsumen.

PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis ritel di Indonesia semakin pesat, hal ini ditandai dengan semakin ketatnya ketatnya persaingan khususnya dalam industri bisnis ritel. Kegiatan bisnis misalnya minimarket kini sudah menjadi luar biasa dan menonjol. Saat ini kita banyak menjumpai minimarket disekitar kita, misalnya *Indomaret*, *Alfamart*, *Hypermart*, *Alfamidi*, dan lain-lain. Hal ini akan menimbulkan persaingan antar asosiasi ritel. Agar organisasi dapat memenangkan perlawanan ini, mereka memanfaatkan peluang bisnis yang ada dan cobalah untuk menerapkan sistem periklanan yang tepat untuk menguasai pasar. Pengendalian pasar adalah salah satu latihan utama yang dilakukan oleh para pelaku usaha dalam upayanya menjaga kelayakan usahanya sehingga menciptakan dan memperoleh umur yang paling panjang. Salah satu contohnya adalah *Indomaret*. *Indomaret* merupakan minimarket yang bergerak di bidang perdagangan saham ritel yang dapat dijangkau oleh hampir semua orang di seluruh masyarakat perkotaan di Indonesia. Tujuan dari minimarket ini adalah untuk menonjol di mata pembeli dengan memanfaatkan metodologi lokasi, khususnya mendekatkan diri ke lokasi lokal. Dengan prosedur ini, pembeli yang awalnya membeli di supermarket yang jauh dari lokasi setempat kemudian beralih ke minimarket khususnya *Indomaret*, karena efektifitas dan lokasi utama sehingga menghemat waktu dan biaya.



Gambar 1. Diagram Jumlah Gerai Ritel di Indonesia

Namun seiring berjalannya waktu, seiring dengan berkembangnya minimarket-minimarket baru, keadaan *Indomaret* pun mulai berubah. Banyaknya minimarket dengan berbagai teknik pasar yang digunakan membuat *Indomaret* harus bekerja lebih keras agar tetap siap bersaing di bidang perdagangan. Berdasarkan informasi di atas, *Indomaret* berada pada posisi terdepan. *Indomaret* merupakan lokasi retail terdepan dan dikenal sebagai toko yang menjual makanan, minuman dan kebutuhan sehari-hari yang memiliki gerai terbanyak yaitu 119.996. Pada tahun 2022, kemudian pada tahun 2023, *Indomaret* turun drastis hingga mencapai 18.271 gerai. Hal ini menunjukkan adanya penurunan keputusan pembelian yang

mengakibatkan berkurangnya pelanggan di *Indomaret*. Keputusan pembelian konsumen sangat mempengaruhi perusahaan. Ketika perusahaan semakin mengembangkan kualitas layanan dan promosi, maka hal tersebut akan mempengaruhi minat beli konsumen, sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembeli dalam melakukan pembelian. perolehan barang atau jasa.

Menurut Schanaars (Tjiptono 2008) tujuan sebuah bisnis adalah untuk memuaskan pelanggannya. Menciptakan loyalitas konsumen dapat memberikan beberapa manfaat, antara lain hubungan baik antara perusahaan dengan pelanggannya, dengan memberikan alasan yang tepat untuk mengulangi pembelian dan membuat ketabahan pelanggan, dan menyusun cara pertukaran verbal yang bermanfaat bagi organisasi. Kondisi lain yang menunjukkan berkurangnya jumlah barang dagangan yang terjual dan jumlah tamu yang datang adalah karyawan yang masih kurang. Jumlah pekerja hanya dua orang yang bekerja untuk setiap shift. Ini memanggil kembali interaksi bantuan ketika pembeli membutuhkan bantuan dari rekanan toko. Oleh karena itu, untuk mencapai tujuan resmi, perusahaan harus lebih mampu bertahan dibandingkan pesaingnya dalam menghasilkan, menyampaikan, dan mengonsumsi nilai konsumen ke pasar sasaran yang dipilih. Pada dasarnya, ide periklanan adalah untuk menempatkan pembeli pada titik fokus dalam menampilkan kegiatan. Ini menyiratkan bahwa kebutuhan dan keinginan pembeli harus diingat untuk barang-barang yang disajikan oleh perusahaan.

Bagi perusahaan, promosi bukan hanya tentang menawarkan dan mengatur iklan untuk mencari keuntungan, namun lebih tentang memuaskan kebutuhan dan kepuasan pembeli dalam jangka panjang. Mengingat berbagai macam keinginan pembeli, maka perusahaan harus menyadari Selain itu, memahami perilaku pembelian sehingga perusahaan dapat mengembangkan tenaga kerja dan barang sesuai kebutuhan pelanggan. Sehubungan dengan permasalahan diatas, maka peneliti tertarik untuk mengambil penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Indomaret Buana Raya Denpasar Bali.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Dimana jenis ini merupakan metode penelitian yang berupaya mengukur informasi dan sebagian besar menerapkan struktur statistik tertentu. Penelitian kuantitatif mencakup upaya memperbaikinya menjadi struktur yang lebih sederhana untuk dibaca dan diuraikan. Siklus dalam penelitian kuantitatif dimulai dari hipotesis yang ditetapkan menjadi suatu spekulasi, kemudian pada saat

itu dilakukan generalisasi dengan melihat hasil yang diperoleh sehingga poin-poin tersebut dapat diambil kembali sebagai pengungkapan penemuan penelitian. Penelitian kuantitatif semacam ini mempunyai dua unsur yaitu: variabel independen yang meliputi kualitas pelayanan (X1) dan promosi (X2) dan variabel terikat (dependen) yang meliputi keputusan pembelian sebagai variabel (Y). Populasi dalam penelitian ini, penduduk yang akan digunakan adalah seluruh orang yang membeli barang di Indomaret Buana Raya Padang Sambian, Denpasar Bali. Menurut Sugiyono (2017), populasi adalah suatu kedudukan spekulasi yang terdiri atas benda-benda dan subyek-subyek yang mempunyai ciri-ciri tertentu yang tidak seluruhnya ditentukan oleh ilmuwan untuk dipusatkan dan kemudian dibuat penentuannya.

Sampel menurut Sugiyono (2017), contoh-contoh penting bagi populasi yang merupakan sumber data dalam penelitian, dimana populasi penting bagi kuantitas kualitas yang didorong oleh populasi. Sebagian orang yang membeli barang di Indomaret Buana Raya Padang Sambian Denpasar Bali. Dalam menentukan jumlah sampel yang akan diambil adalah peneliti tersebut menggunakan rumus Slovin dengan margin eror 5% dari total populasi individu. Rumus Slovin adalah persamaan yang digunakan untuk menghitung ukuran contoh dasar untuk tinjauan populasi terbatas, dimana poin mendasar dari studi ini adalah untuk mengukur luasan populasi. Rumus Slovin adalah sebagai berikut.
$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Di mana :

n : ukuran populasi

N : ukuran sampel

e : Margin eror

Dengan menggunakan tingkat presepsi sebesar 0,05 (5%) dan diketahui N (rata-rata) sebesar 50. Jadi jumlah dasar sampel yang harus diambil adalah 44 responden. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan probability sampling. Menurut sugiyono (2017) *probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk di pilih menjadi sampel. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *simple random sampling* (Teknik sampel acak sederhana). Menurut sugiyoni (2017) *simple random sampling* adalah pengambilan anggota sampel dari populasi yang di lakukan tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut. Instrumen penelitian adalah alat atau sarana yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam suatu penelitian. Jarang ditemukannya hasil atau tujuan dari penelitian tanpa melalui kaidah pembuatan instrumen yang layak. Instrumen penelitian diukur menggunakan angket,

angket tentang kualitas pelayanan, promosi, dan berupa pertanyaan tertulis. dijawab oleh responden. Penelitian ini diukur menggunakan skala likert.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data subjek dimana penelitian memperoleh informasi dari hasil penelitian terhadap konsumen Indomaret Buana Raya dan selanjutnya memperoleh informasi yang dirinci sendiri oleh masing-masing responden. Responden memberikan reaksi terhadap pertanyaan kuesioner pendapat yang diajukan oleh peneliti di dalam google form dengan instrumen kuesioner skala Likert 1-4 (dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer jenis data yang dikumpulkan adalah data primer menurut Sugiyono (2002), sumber yang secara lugas memberikan informasi kepada peneliti, seperti dengan hasil pertemuan dengan kuesioner. Dalam penelusuran Untuk situasi ini, sumber informasi yang digunakan adalah data primer, berupa kumpulan hasil dari jawaban yang dilakukan oleh pembeli (kuesioner) yang pernah membeli barang di Indomaret Buana Raya Denpasar Bali.

Cara pengumpulan data Menurut Sugiyono (2019), kuesioner adalah suatu metode pengumpulan data yang mencakup serangkaian pertanyaan atau penjelasan tertulis kepada responden. Dengan demikian, analisis menyebarkan kuesioner secara langsung dan kemudian menyelesaikannya oleh pelanggan setia Indomaret Buana Raya Denpasar Bali untuk mengukur pengaruh peningkatan kualitas layanan dan promosi terhadap keputusan pembelian. Kegiatan dalam analisis data kuantitatif adalah pengumpulan data menggunakan kuesioner dan jenis responden. Mengklasifikasi data berdasarkan kuesioner dari seluruh responden, memasukkan data untuk setiap variabel yang dipertimbangkan, melengkapi perkiraan menguji spekulasi yang telah diajukan (Sugiyono, 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identitas responden merupakan data yang diperoleh dari responden sebagai data kuesioner yang disebarkan oleh penulis yang berisikan mengenai jenis kelamin dan jumlah responden. Untuk wawasan tambahan tentang hal ini bahwa jenis kelamin responden pada masyarakat yang merupakan konsumen pada perusahaan harus terlihat di tabel.

Tabel 1. jenis kelamin responden

No	Jenis kelamin	Jumlah	Presentase
1	laki-laki	14 orang	14%
2	perempuan	30 orang	30%
3	jumlah	44 orang	44%

Dari tabel 1. Di atas diketahui bahwa jika di lihat dari jenis kelamin responden yaitu untuk laki-laki adalah sebanyak 14 orang dengan presentase 14% dan untuk jenis kelamin perempuan 30 orang dengan presentase 30% dari keseluruhan responden pelanggan di perusahaan indomaret di kota Denpasar bali.

Tabel 2. Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		44
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.94262317
Most Extreme Differences	Absolute	.129
	Positive	.096
	Negative	-.129
Test Statistic		.129
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.063
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan bahwa nilainya signifikan $0,063 > 0,05$. Maka Hasil ini membuktikan bahwa residual berindustrian dikatakan normal. Klomogrof smirnov test digunakan untuk menguji normalitas model regresi. Yaitu apabila didapatkan nilai $\text{sig} > \alpha = 0,05$, maka model tersebut normal (Ghozali, 2028).

Table 3. Uji Multikolinearilitas

Model	Coefficients ^a				Collinearity Statistics		
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	25.310	7.672		3.299	.002		
kualitas pelayanan	-.027	.152	-.027	-.180	.858	.967	1.034
promosi	.586	.266	.331	2.206	.033	.967	1.034
A. Dependent Variable: keputusan pembelian							

Berdasarkan tabel 3. dapat dilihat hasil perhitungan nilai VIF dan tolerance. Nilai VIF untuk kedua variabel memenuhi syarat signifikan dimana nilainya < 10 sebesar $1,034 < 10$ sedangkan nilai *tolerance* juga memenuhi syarat signifikan dimana nilai $> 0,10$ sebesar $0,967 > 0,10$ sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearilitas antar variabel indepennden untuk permasalahan regresi.

Table 4. Uji t

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.569	1.611		.353	.726
kualitas pelayanan	.588	.046	.649	12.658	<,001
promosi	.679	.083	.422	8.220	<,001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel hasil uji t sebagai berikut bahwa Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Diketahui t hitung variabel kualitas pelayanan (x1) sebesar = 12,658 > t tabel sebesar 2,420 dengan tingkat signifikan (0,001) yang berarti lebih kecil dari probabilitas yang ditetapkan (0,05). Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan. Dari hasil tersebut di simpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di Indomaret Buana Raya Padang Sambian Denpasar Bali. Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian. Diketahui t hitung ditentukan untuk variabel promosi (x2) sebesar = 8,220 > t tabel sebesar 2,420 dengan nilai kritis (0,001) yang berarti lebih kecil dibandingkan probabilitas yang ditetapkan (0,005). Artinya kualitas promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan Pembelian di Indomaret Buana Raya Padang Sambian Denpasar Bali.

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil output SPSS koefisien diketahui Besarnya nilai signifikan variabel kualitas pelayanan (x1) adalah sebesar 0,01 lebih kecil dibandingkan dari taraf kesalahan 0,05 dengan nilai t hitung sebesar 12,658, sehingga bisa dikatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kualitas layanan adalah menjadi kualitas yang terbaik dengan tujuan agar dapat bertahan dan tetap menjaga kepercayaan pelanggan. Menurut (Ariani, 2020), kualitas masih diutamakan oleh pelanggan dan ketika pelanggan membutuhkan produk atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan yang ada tingkatan dari sebuah nilai produk. Dalam menilai ukuran kualitas pelayanan, hal ini dilakukan oleh pengguna jasa pelayanan tersebut. Oleh karena itu, pengguna jasa akan mengevaluasi dan memikirkan bantuan yang akan diperolehnya dan apabila melebihi asumsi pelanggan, maka bantuan tersebut dapat dibedakan menjadi pelayanan prima atau pelayanan sangat memuaskan.

Namun jika diasumsikan tingkat pelayanan yang diperoleh pelanggan jauh di bawah atau tidak mencapai asumsi bantuan yang diharapkan pelanggan, maka dalam hal ini pelayanan tersebut dikategorikan sebagai layanan yang kualitasnya rendah. Sebab, Jika suatu perusahaan

mendapat nilai positif dari konsumen, maka pembeli akan memberikan reaksi yang baik dan bisa menjadi pelanggan tetap bahkan membeli berulang kali. Oleh karena itu, pelayanan harus lebih fokus pada bagian loyalitas konsumen, terkait dengan sifat pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Ada berbagai pelayanan penting yang diberikan kepada pelanggan, misalnya: keramahan, kenyamanan, kapasitas dan kecepatan, yang harus terlihat melalui watak dan aktivitas langsung kepada pelanggan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dipimpin oleh Hongdiyanto (2018) tentang pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian meal in cup. Dalam penelitian ini kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dan juga sesuai dengan penelitian yang dipimpin oleh Ismantoh dan Evi Susanti (2019) pengaruh citra merek dan kualitas pelayanan terhadap minat beli pada toko Prima Fres Mart. Dengan hasil penelitian bahwa kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. Berdasarkan hasil koefisien output SPSS, diketahui bahwa nilai variabel promosi mempunyai nilai signifikan sebesar 0,001, lebih kecil dari taraf kesalahan sebesar 0,005 dengan nilai t hitung sebesar 8,220, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel promosi berpengaruh pada variabel keputusan pembelian. Hasil di atas dapat diartikan dan apa bila promosi yang dilakukan semakin meningkat maka keputusan pembelian akan semakin tinggi.

Dilihat dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Kotler dan Armstrong (2019) promosi merupakan suatu tindakan dengan tujuan akhir untuk menyampaikan keunggulan suatu produk dan meyakinkan kepada pelanggan untuk membeli produk yang di tawarkan. Variabel promosi dapat menjadi salah satu dari banyak elemen yang dilakukan suatu organisasi dalam menyelesaikan kegiatan perjualannya. Promosi sendiri dipandang sebagai cara yang menarik untuk meyakinkan seseorang agar melakukan Tindakan pertukaran (jual beli) dalam pemasaran. Jadi promosi harus disikapi dengan teliti dan di cermati karena promosi bukan saja bagaimana cara berkomunikasi dengan konsumen lain juga mencakup banyak sekali biaya yang akan dikeluarkan untuk menyelesaikan promosi dan bagaimanapun juga harus sesuai dengan kemampuan perusahaan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sudarsih (2020) karena pengaruh dan kualitas promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat beli dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian di Indomaret Damarsi (studi kasus di Desa Damarsi Buduran, Sidoarjo). Hasil eksplorasi menunjukkan bahwa faktor-faktor khusus pada hakekatnya mempengaruhi keputusan pembelian. membeli dari pelanggan di Indomaret Damarsi.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di *Indomaret* Buana Raya Padang Sambian Denpasar Bali dapat ditarik kesimpulannya bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan, terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini ditunjukkan dengan nilai hasil uji t_{hitung} sebesar $12,658 > t_{tabel}$ sebesar $2,420$ dengan tingkat signifikan $0,001 < 0,005$ ($\alpha=5\%$) dan variabel promosi terdapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di *Indomaret* Buana Raya Padang Sambian, Denpasar, Bali. Hal ini ditunjukkan dengan nilai pada hasil uji t yang menunjukkan bahwa t_{hitung} ditentukan sebesar $8,220 > t_{tabel}$ $2,420$ dengan besar bernilai $0,001 < 0,05$ ($\alpha=5\%$).

DAFTAR RUJUKAN

- Adyanto B.C., dan Santosa S.B. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan, brand image, harga kepercayaan produk terhadap sepeda motor Mio GT (studi empiris pada produk yamaha Yamaha E-commerce Berrybenka.com) di Ponogoro. *Jurnal of Manajemen* 7 (1)- 20. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/20893>
- Ardianshya, A. (2019). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Minimarket Amarta Mlilir Jl. Ponorogo-Madiun*. Program studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan, Bisnis Islam. Institute Agama Islam Negeri Ponorogo. <https://etheses.iainponorogo.ac.id/8284/>
- Arianty, N. (2016). Pengaruh Promosi Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Prossiding Dies Natalis, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Sumatera Utara*, 4(2), 76-87. <https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/kumpulandosen/article/view/1191>
- Fandi T dan Greforius. C, (2016). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan dan Penelitian)*. Publisher: Penerbit ANDI Yogyakarta
- Faridah, N. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Shopy di kalangan mahasiswa Kota Batam, Fakultas ilmu sosial dan Humaniora, Universitas Putra batam, Batam. <http://repository.upbatam.ac.id/1712/>
- Ghosali, i. (2018). *Aplikasi analisis multivariat dengan program IBM SPSS*. Publisher: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Guntara, S. P. (2021) *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembeli Seragam Futsal Pada Toko Focus Konveksi Di Pekanbaru*. Other thesis, Universitas Islam Riau. <https://repository.uir.ac.id/9572/>

- Handayani, V., & Rahayu, Y. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian mobil Daihatsu luxio. *Jurnal Sains Manajemen* 3(2);64-75. <https://doi.org/10.51977/jsm.v3i2.560>
- Hurriyanti, R. (2018). Bauran pemasaran dan loyalitas konsumen. Bandung: Alfabeta
- Kotler, P., & Ketler, K. L. (2016). *Marketing manajemen earsen Earson pretice hall*. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=967747>
- Nyoto, W. F., & Hondiyanto, C. (2019). Dampak Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Meal In Cup. *Jurnal Performa : Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 3(5), 566–575. <https://doi.org/10.37715/jp.v3i5.814>.
- Ramadan A.G., & Santoso, S.B (2017). Analisis Pengaruh kualitas produk kualitas pelayanan dan citra merek terhadap minat beli ulang sepatu Nike Running di Semarang melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. *Diponegoro Jurnal of manajemen* 6(1), 1-2. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/17525>
- Sudarsih, I. (2020). *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Di Indomaret Damarsi*. Diploma thesis, STIE Mahardhika Surabaya. <http://repository.stiemahardhika.ac.id/3198/>
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif R&D*. Bandung: alfabeta.
- SYAMSIAH, N. (2009) *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Yang Dirasakan Pelanggan Untuk Menciptakan Kepuasan Pelanggan Di Rsup Dokter Kariadi Semarang (Studi Kasus pada Paviliun Garuda RSUP Dr.Kariadi)*. Masters thesis, program Pascasarjana Universitas Diponegoro. <http://eprints.undip.ac.id/18365/>
- Wahyuningsih., & Indarto. (2020). Pengaruh Promosi,Minat Beli Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Shopee. Fakultas ekonomi. Universitas Semarang. <https://eskripsi.usm.ac.id/detail-B11A-1363.html>



The Influence of Population and Government Expenditure on Surakarta City Original Revenue 2006-2023

Fahnur Ari Wijaya^{1*}, Kukuh Arisetyawan², Ladi Wajuba Perdini Fisabilillah³,
Risqi Noor Hidayati Putri⁴

fahnur.20029@mhs.unesa.ac.id^{1*}, kukuharisetyawan@unesa.ac.id²,

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

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

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

Received: 21 06 2024. Revised: 19 07 2024. Accepted: 22 07 2024.

Abstract : One of the problems that still occurs in the region until now is the problem of regional finance. This study aims to determine whether population and government expenditure have an influence on local revenue in Surakarta City in 2006-2023. This study uses an associative quantitative approach and the method used is multiple linear regression processed with the help of STATA 13. The results showed that population and government expenditure have a positive and significant effect on local revenue. Simultaneously, both variables have a significant effect on local revenue in Surakarta City.

Keywords : Population, Government Expenditures, Regional Original Income.

INTRODUCTION

Indonesia is a country that has a very large area and consists of many islands. Each region certainly has different natural and cultural potential, so it is necessary to have maximum management and utilization in order to increase development in each region. The existence of a development process in the state system is expected to realize the welfare of society (Pratiwi et al., 2022). Various development efforts are made so that there is equitable development in each region. One of the efforts in realizing national development is by implementing regional autonomy and fiscal decentralization policies (Saldi et al., 2021).

Regional autonomy is a government policy that aims to mobilize resources independently in improving development in a region. The current regional autonomy policy is to provide flexibility to local governments to manage their own regions. In addition, regional autonomy can increase the role and level of regional independence in an effort to improve the welfare and prosperity of the community. To realize a regional independence, the contribution of local revenue to the APBD structure must be increased. This is because the acquisition of local revenue is one of the benchmarks for the ability and independence of a region (Octavyanthi & Basuki, 2022). In principle, if the contribution of PAD to regional revenue is

getting bigger, it shows that the level of dependence of the local government on the central government is getting smaller (Rizaldi & Guspul, 2021).

According to Carunia in (Ratag et al., 2023) to fulfill regional development financing, the contribution of PAD can be said to be good if the percentage achievement level exceeds 70% of total PAD revenue. Based on the publication of BPS Surakarta City, the realization data of Surakarta City Local Revenue from 2006-2023 has fluctuated every year. The highest percentage of realization of Surakarta City Local Revenue in the last 18 years was in 2012 with a realization of Rp 231,672,100,429 which increased by 120.10% from the budget target of Rp 192,902,940,603. However, in 2018 - 2019 the percentage of PAD realization decreased, namely 103.92% and 96.17%.

The success of a region's economy can be seen from its population, where this population is the driving force of existing economic sectors. The existence of residents in each region is a very important factor as taxpayers (Muhammad, 2021). This is because tax is a social phenomenon, which means that taxes only exist in society (Putri & Najicha, 2021). If there is no society, then there is no tax, because taxes are collected by the government for the benefit of the community in supporting development. Therefore, the relationship between taxes and society is very close. In principle, if the local tax obtained is high, then the local revenue is also high (Rizqy Ramadhan, 2019).

The economic condition of a region can be influenced by a government policy. This government policy is reflected in government spending. If the government decides to make a policy that requires the purchase of goods and services, the government must pay for its implementation. The government certainly does not only make expenditures, but also revenues (Hikmahyanti & Soelistyo, 2021). Government revenue and expenditure are included in the concept of guided state revenue and expenditure. This role can be carried out in the form of direct and indirect interventions. In this case, the government issues a lot of budgets to finance its activities, but these expenditures are not only to carry out daily government activities, but also to finance economic activities (Mangkoesebroto, 1998).

According to Sukirno in Ramadhan and Syahidin (2020) the implementation of regional development programs requires the participation of all elements in society. To ensure the implementation of sustainable development, the government, which acts as a catalyst and facilitator, certainly needs various kinds of supporting facilities and facilities, including the budget to run the project. Research from Doni (2018) states that population has no correlation with PAD, while government spending has a positive correlation with PAD. Ariyani's research

(2018) found that the population variable, and hotel tax have a positive correlation with PAD. Further research by Zein (2018) shows that there is no correlation between the population variable and PAD. In contrast, government expenditure has a positive correlation with PAD. Based on the above background and the inconsistencies found in the research results, the author raises the title of the influence of population and government expenditure on local revenue of Surakarta City in 2006 - 2023 with the aim of knowing the factors that influence local revenue.

RESEARCH METHODS

The type of research used by the author uses associative quantitative methods. Where the purpose of this research is to determine the effect of the independent variable on the dependent variable which has a causal relationship, especially on factors that affect Regional Original Income (PAD) in the Surakarta City area. The type of data used is secondary data obtained in the form of numbers, time series data for the period 2006-2023. The data source used in this research comes from the Surakarta City Statistics Agency. The variables of this study are Population and Government Expenditure which are independent variables and Local Revenue as the dependent variable. The data taken is then analyzed using multiple linear regression with a significance value of 5% and using the STATA 13.1 tool. The following is the equation of the multiple linear regression model used in this study:

$$PAD = \alpha + \beta_1 JP + \beta_2 PP + e$$

Description:

<i>PAD</i>	: Regional Original Revenue,	<i>PP</i>	: Government Spending,
α	: Constant,	$\beta_1, \beta_2,$: Regression Coefficient,
<i>JP</i>	: Total Population,	<i>e</i>	: Error.

Research Hypothesis: H1: It is suspected that Total Population has an effect on Local Revenue, H2: It is suspected that economic growth affects local revenue, H3: It is suspected that government spending has an effect on local revenue, H4: It is suspected that population, economic growth, and government spending affect local revenue.

RESULTS AND DISCUSSION

Before analyzing the data, a classical assumption test is carried out as a prerequisite for conducting an analysis using multiple linear regression. The classical assumption test aims

to ensure that the resulting regression equation is free from bias, provides precise estimates, and shows consistency.

Table 1. Shapiro-Wilk Test

Variable	Obs	W	V	z	Prob>z
JP	18	0.928	1.569	0.902	0.183
PP	18	0.909	1.995	1.383	0.083
PAD	18	0.913	1.894	1.278	0.100

In table 1, it can be seen that the three variables used have a Prob>z value of more than the significance value used, which is 0.05. So it can be said that the data used is normally distributed.

Table 2. Multicollinearity Test

Variable	VIF	1/VIF
JP	2.86	0.349
PP	2.86	0.349
Mean VIF	2.86	

In table 2, the tolerance value of the three variables is obtained with a value > 0.10. For the VIF value of the four variables shows a value < 10.00. So it can be said that in this model there is no multicollinearity problem.

Table 3. Breusch-Pagan Test

Chi2 (1)	Prob > chi2
0.36	0.5501

Table 3, shows the results of the heteroscedasticity test with a probability value of 0.5501 So it can be said that the data model does not occur symptoms of heteroscedasticity.

Table 4. Durbin-Watson Test

Durbin-Watson d-statistic (3, 18) = 1.676569

In table 4, the autocorrelation test results are presented with a value of 1.676 If the Durbin Watson test value lies between -2 and 2 ($-2 < 1.676 < 2$), then there is no indication of an autocorrelation problem in this research model.

Table 5. Multiple Linear Regression Test

Source	SS	df	MS			
Model	6.9606e+23	2	3.4803e+23	Number of obs =	18	
Residual	3.5197e+22	15	2.3465e+21	F(2, 15) =	148.32	
Total	7.3126e+23	17	4.3015e+22	Prob > F =	0.0000	
				R-squared =	0.9519	
				Adj R-squared =	0.9455	
				Root MSE =	4.8e+10	

PAD	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
JP	1.12e+07	2126445	5.25	0.000	6624568	1.57e+07
PP	195.7601	35.81843	5.47	0.000	119.4149	272.1053
_cons	-5.64e+12	1.05e+12	-5.38	0.000	-7.87e+12	-3.41e+12

Based on the test results that have been carried out, a multiple linear regression model can be arranged as follows: $PAD = -5.64e+12 + 1.12e+07 JP + 195.7601 PP + e$. From the multiple linear regression equation, it is known that the constant value has a negative coefficient value of -5,640,000,000,000. This condition shows that if the population, economic growth, and government expenditure are considered fixed or unchanged, the amount of PAD in Surakarta City will decrease by -5,640,000,000,000 rupiah. The test results show that the regression coefficient of population is 11,200,000, which means that when the population increases by 1 person, the amount of PAD in Surakarta City will increase by 11,200,000 rupiah. The value of the regression coefficient of government expenditure is 195,760, which means that when government expenditure increases by 1 rupiah, the amount of PAD in Surakarta City will increase by 195,760 rupiah.

After testing the classical assumptions, hypothesis testing is then carried out. Hypothesis testing is used to answer problems in research using simultaneous and partial statistical significance tests to determine whether the independent variable has a significant effect on the dependent variable. 1) Effect of Total Population on Local Revenue. Based on the test above, the results show that the $P>|t|$ value of the total population variable is 0.000 meaning $0.000 < 0.05$. From these results it can be concluded that the population variable partially has a positive and significant effect on PAD. The results of this study are also in line with research from Ariyani (2018) and Purba (2023) whose research results show that when there is an increase in population, it also has an impact on the amount of PAD revenue. 2) The Effect of Government Expenditure on Local Revenue. Based on the test above, the result shows that the $P>|t|$ value of the Government Expenditure variable is 0.000, which means $0.000 < 0.05$. From these results it can be concluded that government spending has a positive and significant effect on PAD. These results are also supported by research from Zein (2018)

and Doni (2018) where the results of their research show that there is a positive correlation from government spending to PAD. 3) The Effect of Population and Government Expenditure on Regional Original Revenue. Based on the tests conducted, the results show that population and government expenditure have a positive and significant effect on PAD in Surakarta City in 2006-2023.

CONCLUSIONS

Total population has a positive and significant influence with PAD in Surakarta City, which means that if there is an increase in population, it will be able to increase local revenue. Government spending has a positive and significant effect on PAD in Surakarta City, which means that if there is an increase in government spending, it will be able to increase local revenue as well. Simultaneously, the variables of population and government expenditure have a significant effect on PAD in Surakarta City, which means that if there is an increase in population and government expenditure, it will be able to increase local revenue as well.

REFERENCE

- Ariyani, A., Yetti, F., & Lastiningsih, N. (2018). Pengaruh Produk Domestik Regional Bruto (PDRB), Jumlah Penduduk dan Pajak Hotel terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD). *JURNAL ILMIAH WAHANA AKUNTANSI*, 13(1), 58–69. <https://doi.org/10.21009/wahana.013.1.5>
- Doni, F. U. (2018). Analysis of Influencing Factors Regional Original Revenue (Pad) in The Provincial Government of Dki Jakarta. *Indonesian Journal of Business, Accounting and Management*, 1(1), 25–30. <https://doi.org/10.36406/ijbam.v1i1.220>
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Badan Penerbit UNDIP. https://library.fip.uny.ac.id/opac/index.php?p=show_detail&id=3483
- Hikmahyanti, N., & Soelistyo, A. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Asli Daerah (PAD) Per Kabupaten Di Provinsi Nusa Tenggara Barat Tahun 2014-2018. *Jurnal Ilmu Ekonomi (JIE)*, 5(4), 665–677. <https://doi.org/10.22219/jie.v5i04.17823>
- Mangkoesebroto, G. (1998). *Ekonomi Publik*. BPFE. <http://inlis.kedirikota.go.id:8123/inlislite3/opac/detail-opac?id=6695>
- Muhammad, N. F. (2021). Pengaruh Dana Perimbangan, PDRB Per Kapita, Tax Effort, dan Jumlah Penduduk Terhadap Pendapatan Asli Daerah (Studi Kasus Kabupaten/Kota

- Provinsi Jawa Tengah Tahun 2011-2017). *DIPONEGORO JOURNAL OF ECONOMICS*, 10(2). <https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/dje>
- Octavyanthi, G. A., & Basuki, A. T. (2022). Analysis of Factors Affecting Local Own-Source Revenue in Regency/City of Bali Province in 2010-2019. *Journal of Economics Research and Social Sciences*, 6(1), 1–14. <https://doi.org/10.18196/jerss.v6i1.13347>
- Pratiwi, L. T., Laut, L. T., & Jalunggono, G. (2022). Analysis of The Factors That Affect The Local Revenue Of Wonosobo district in 2002-2019. *DINAMIC: DIRECTORY JOURNAL OF ECONOMIC*. <https://jom.untidar.ac.id/index.php/dinamic/article/view/2690>
- Putri, D. A., & Najicha, F. U. (2021). Reformasi Perpajakan di Indonesia. *Jurnak Hukum POSITUM*, 6(2), 168–178. <https://journal.unsika.ac.id/index.php/positum/article/view/5825>
- Ramadhan, M., & Syahidin. (2020). Pengaruh Pengeluaran Pemerintah Dan Dana Perimbangan Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Aceh Tengah. *Gajah Putih Journal of Economics Review (GPJER)*, 2. <https://doi.org/10.55542/gpjer.v2i2.225>
- Ratag, M. C., Kumenaung, A. G., & Rotinsulu, T. O. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Efisiensi, Jumlah Kredit dan Penyertaan Modal Bank Sulutgo Terhadap Pendapatan Asli Daerah Provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal Pembangunan Ekonomi Dan Keuangan Daerah*, 24(1), 48–63. <https://doi.org/10.35794/jpekd.44260.24.1.2023>
- Rizaldi, B., & Guspul, A. (2021). Pengaruh Pajak Daerah, Hasil Pengelolaan Kekayaan yang Dipisahkan, PDRB, dan Investasi Terhadap Pendapatan Asli Daerah Eks-Karesidenan Kedu 2014-2018. *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 1. <https://doi.org/10.32500/jebe.v3i1.1991>
- Rizqy Ramadhan, P. (2019). Pengaruh Pajak Daerah dan Retribusi Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten/Kota di Sumatera Utara. *JURNAL AKUNTANSI DAN BISNIS: Jurnal Program Studi Akuntansi*, 5(1), 81. <https://doi.org/10.31289/jab.v5i1.2455>
- Saldi, A. H., Zulgani, & Nurhayani. (2021). Analisis pengaruh PDRB dan jumlah penduduk terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Kerinci. *E-Jurnal Perspektif Ekonomi Dan Pembangunan Daerah*, 10(3). <https://doi.org/10.22437/pdpe.v10i3.16260>
- Zein, A. S. (2018). Pengaruh Jumlah Penduduk dan Pengeluaran Pemerintah Terhadap Pendapatan Asli Daerah Provinsi Sumatera Utara. *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman*, 6(1), 1–14. <https://doi.org/10.24952/masharif.v6i1.1122>



Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Awareness* terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minuman Dalam Kemasan (AMDK) AQUA (Studi Kasus pada Masyarakat Kecamatan Sukajadi Kota Bandung)

Rini Handayani^{1*}, Rila Amalia², Annisa Puspasari³
rinihandayani2009@gmail.com^{1*}, rilaamalia4@gmail.com²,
annisapuspasari1002@gmail.com³
^{1,2,3}Program Studi Manajemen
^{1,2,3}Universitas Nasional Pasim

Received: 28 06 2024. Revised: 03 07 2024. Accepted: 22 07 2024.

Abstract : This research was conducted on Aqua consumers in Sukajadi District, Bandung City. The aim of this research is to determine the extent to which brand image and brand awareness influence purchasing decisions, either partially or simultaneously. This research uses descriptive and associative methods. The unit of analysis in this research is individuals, namely Aqua consumers in Sukajadi District, Bandung City, with a sample of 97 respondents. The sampling technique is based on certain criteria. The analytical method used is multiple linear regression, as well as testing the validity and reliability of research instruments. The research results show that brand image and brand awareness influence purchasing decisions, both partially and simultaneously. Brand image has an influence of 14.8% on purchasing decisions, while brand awareness has an influence of 22.3%. Overall, brand image and brand awareness have an influence of 37.1% on purchasing decisions.

Keywords : Brand Image, Brand Awareness, Purchase Decision.

Abstrak : Penelitian ini dilakukan pada konsumen Aqua di Kecamatan Sukajadi, Kota Bandung. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana *brand image* dan *brand awareness* mempengaruhi keputusan pembelian, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan asosiatif. Unit analisis dalam penelitian ini adalah individu, yaitu konsumen Aqua di Kecamatan Sukajadi, Kota Bandung, dengan sampel sebanyak 97 responden. Teknik pengambilan sampel didasarkan pada kriteria tertentu. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, serta pengujian validitas dan reliabilitas instrumen penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand image* dan *brand awareness* berpengaruh terhadap keputusan pembelian, baik secara parsial maupun simultan. *Brand image* memiliki pengaruh sebesar 14,8% terhadap keputusan pembelian, sementara *brand awareness* memiliki pengaruh sebesar 22,3%. Secara keseluruhan, *brand image* dan *brand awareness* berpengaruh sebesar 37,1% terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : *Brand Image*, *Brand Awareness*, Keputusan Pembelian.

PENDAHULUAN

Air mineral dikenal sebagai minuman murni dan menyegarkan dengan manfaat kesehatan, mengandung mineral penting seperti magnesium, kalsium, natrium, dan selenium. Menurut Tinjauan Populasi Dunia, Finlandia, bersama Islandia, Belanda, Norwegia, Swiss, dan Amerika Serikat, memimpin dunia dalam kualitas air minum dengan skor sempurna 100 DALY (Tahun Hidup yang Disesuaikan dengan Disabilitas). Permintaan terhadap air minum dalam kemasan meningkat secara signifikan, terutama di wilayah padat penduduk seperti Kecamatan Sukajadi di Bandung, sehingga mendorong peralihan dari pengelolaan berbasis rumah tangga ke produksi skala komersial dan industri. Meningkatnya kebutuhan akan air bersih di masyarakat Sukajadi menyebabkan masyarakat lebih memilih air minum dalam kemasan dibandingkan metode penjernihan air tradisional.

Berbagai distributor menawarkan air dalam kemasan botol 330ml, 600ml, 750ml, dan 1500ml, serta gelas plastik 240ml dan wadah galon 19 liter. Tren ini memicu minat penelitian untuk mengkaji persepsi terhadap air minum kemasan merek Aqua di masyarakat Sukajadi dan memahami bagaimana persepsi tersebut mempengaruhi keputusan pembelian. Sebagai pemimpin pasar, Aqua harus menjunjung tinggi citra merek yang positif untuk memenuhi harapan konsumen, sebagaimana ditegaskan dalam Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999. Undang-undang ini menggarisbawahi hak konsumen atas informasi yang jelas dan jujur tentang produk yang ingin mereka beli. menggunakan dan menempatkan tanggung jawab pada bisnis untuk menyediakan informasi tersebut. Pada akhirnya, mempertahankan citra merek yang baik dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen secara signifikan.

Brand image menurut (Keller & Swaminathan, 2020) persepsi konsumen terhadap suatu merek yang terbentuk berdasarkan pengalaman baik maupun buruk yang diingat oleh konsumen. *Brand Image* memiliki dimensi: 1) Kekuatan (*Strenght*). Kekuatan suatu produk dapat ditentukan oleh seberapa baik pelanggan mengingat informasi yang disampaikan perusahaan dan seberapa baik pesan tersebut diterima sehingga menjadi bagian dari *brand image*. Ada dua faktor yang dapat memperkuat suatu merek, yaitu atribut merek dan manfaat merek. Atribut merek mengacu pada gambaran deskriptif karakteristik produk atau jasa, sedangkan manfaat merek adalah penilaian pelanggan terhadap produk atau jasa. 2) Kesukaan (*Favorability*). Pelanggan mempunyai pandangan positif terhadap suatu merek karena mereka yakin bahwa produk atau jasa tersebut mempunyai atribut yang sesuai dengan kebutuhannya. 3) Keunikan (*Uniqueness*). Menarik *customer* memerlukan keunikan atau daya tarik tersendiri

pada produk atau jasa, yang kompetitif dan berkelanjutan. Keunikan inilah yang menjadi salah satu alasan utama mengapa pelanggan memilih membeli produk tersebut. Produk atau jasa harus memiliki ciri khas yang membedakannya dari pesaing. Keunikan suatu produk dapat dilihat melalui pelayanan yang diberikan dan tampilan fisik produk tersebut.

Brand awareness menurut (Keller, Prameswaran, & Jacob, 2015) sangat penting untuk memastikan bahwa konsumen tidak hanya mengenali tetapi juga mengingat suatu merek dalam kategori produk tertentu. Ini adalah dimensi penting dari ekuitas merek, yang membentuk persepsi konsumen dan mempengaruhi keputusan pembelian. *Brand awareness* memiliki dimensi: 1) *Brand Recognition*. Pengenalan merek adalah kunci untuk memastikan bahwa konsumen dapat dengan mudah mengidentifikasi suatu merek ketika diberikan isyarat merek. Hal ini melibatkan pemanfaatan elemen visual seperti logo dan nama merek untuk memperkuat hubungan merek dan membangun kesadaran merek secara luas. 2) *Brand Recall*. Di sisi lain, *brand recall* menggali lebih dalam kemampuan konsumen untuk mengingat dan kemudian mengambil kembali suatu merek. Menurut (Keller, Prameswaran, & Jacob, 2015), ingatan merek didefinisikan sebagai kapasitas konsumen untuk mengingat suatu merek dari ingatan berdasarkan kategori produk, kebutuhan yang dipenuhi, atau pengalaman pembelian dan penggunaan, yang biasa disebut merek. mengingat.

Keputusan pembelian menurut (Kotler & Keller, 2016) proses keputusan pembelian melibatkan lima tahap penting: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Proses ini dimulai jauh sebelum pembelian sebenarnya dan terus memberikan dampak yang berkelanjutan. Dimensi keputusan pembelian adalah 1) Pilihan produk. Konsumen merasa ragu dan tidak yakin untuk membeli produk, maka dari itu sebuah bisnis/usaha perlu memperhatikan siapa saja orang – orang yang tertarik untuk membeli. 2) Pilihan merek. Konsumen memiliki ingatan yang jelas tentang nama dan *brand* yang dimiliki oleh setiap bisnis/usaha beserta karakteristiknya. 3) Pilihan penyalur. Konsumen mengetahui jenis *brand* apa yang akan digunakannya, hal tersebut berkaitan dengan beberapa faktor seperti kedekatan jarak dengan produk, harganya yang terjangkau dan yang lainnya. 4) Waktu pembelian. Konsumen memiliki prioritas yang berbeda dalam frekuensi pembelian yang mana dapat dilakukan setiap hari, seminggu sekali, dan seterusnya. 5) Jumlah pembelian. Konsumen dapat memilih berapa jumlah barang akan dibelinya dari barang yang dijual, sebuah bisnis/usaha perlu menyediakan beragam barang yang sekiranya sesuai dengan kebutuhan pelanggan. 6) Metode pembayaran. Pelanggan dapat

menyampaikan keresahan mengenai metode pembayaran yang digunakan, bisnis/usaha perlu memastikan keamanan dan kenyamanan konsumen dalam bertransaksi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif dengan fokus analisis pada masyarakat dan konsumen AQUA di Kecamatan Sukajadi, Kota Bandung. Teknik pengambilan sampel yang dilakukan adalah Non Probability Sampling, setiap unit atau populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Pengumpulan data dilakukan melalui data primer dan sekunder. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner online yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Uji hipotesis dilakukan dengan uji parsial (Uji-t) dan uji simultan (Uji-F). Analisis data menggunakan analisis deskriptif dan asosiatif, dengan metode regresi linier berganda dan uji koefisien determinasi.

Table 1. Kelompok Variabel

Kelompok	Perlakuan
<i>Brand Image</i>	X_1
<i>Brand Awareness</i>	X_2
Keputusan Pembelian	Y

Mengacu pada informasi di atas, terlihat tiga kelompok variabel dalam penelitian ini yaitu *Brand image* (X_1), *Brand Awareness* (X_2), dan Keputusan Pembelian (Y).

Table 2. Nilai Bobot Standar

Interval	Kategori	Variabel			Total
		<i>Brand Image</i>	<i>Brand Awareness</i>	Keputusan Pembelian	
409 – 486	Sangat Baik	7	2	1	10
331 – 408	Baik	5	10	11	26
253 – 330	Cukup	0	0	0	0
175 – 252	Tidak Baik	0	0	0	0
97 – 174	Sangat Tidak Baik	0	0	0	0

Merujuk pada nilai bobot di atas akan menjadi patokan kategori dalam memberikan penilaian pada kuisisioner. Nilai 97 – 174 memiliki kategori sangat tidak baik dengan frekuensi 0, nilai 175 – 252 memiliki kategori tidak baik dengan frekuensi 0, nilai 253 – 330 memiliki kategori cukup dengan frekuensi 0, nilai 331 – 408 memiliki kategori baik dengan frekuensi 26, 409 – 486 memiliki kategori sangat baik dengan frekuensi 10.

Table 3. Jurnal Terdahulu

Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
(Putra &	Pengaruh <i>Brand Image</i> ,	Disimpulkan bahwa <i>Brand Image</i> , Kualitas

Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
Abiyoga, (2023)	Kualitas Produk, Harga dan <i>Life Style</i> Terhadap Keputusan Pembelian	Produk, Harga, dan <i>Life Style</i> berkategori baik, khususnya pada variabel citra merek.
(Handayani & Kamila, 2023)	Pengaruh <i>Brand Image</i> Dan <i>Brand Awareness</i> Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Pembelian Produk Tehbotol Sosro Di Kota Cimahi	Disimpulkan bahwa <i>Brand Image</i> dan <i>Brand Awareness</i> dinilai baik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masing-masing variabel berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Tehbotol Sosro.
(Ramadani & Setiawan, 2023)	Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Cat Tembok Propan Di Depo Bangunan Bandung	Kesimpulan yang diambil adalah citra merek dinilai baik. Hasil analisis menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian Cat Tembok Propan di Depo Bangunan Bandung.
(Desfitriady & Novita, 2023)	Pengaruh Kualitas Produk dan <i>Brand Image</i> Sepeda Motor Yamaha NMAX Terhadap Keputusan Pembelian di JG Motor Asia Afrika Bandung	Disimpulkan bahwa kualitas produk dan <i>Brand Image</i> dinilai baik. Hasil analisis menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.
(Sari & Wahjoedi, 2022)	<i>The influence of brand image and brand awareness on purchasing decisions is moderated by brand ambassadors</i>	Kesimpulannya adalah <i>brand image</i> dan <i>brand awareness</i> dinilai baik. Hasil analisis menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian Jam Tangan Olahraga Seiko 5.

Berdasarkan tabel di atas terdapat jurnal – jurnal yang digunakan oleh peneliti sebagai rujukan dan referensi dalam menyusun penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Table 4. Hasil Uji Validitas *Brand Image* (X₁)

Item Pertanyaan	r hitung	r kritis	Keterangan
X _{1.1}	0,649	0,3	Valid
X _{1.2}	0,697	0,3	Valid
X _{1.3}	0,710	0,3	Valid
X _{1.4}	0,760	0,3	Valid
X _{1.5}	0,799	0,3	Valid
X _{1.6}	0,820	0,3	Valid
X _{1.7}	0,700	0,3	Valid
X _{1.8}	0,753	0,3	Valid
X _{1.9}	0,740	0,3	Valid
X _{1.10}	0,820	0,3	Valid
X _{1.11}	0,830	0,3	Valid
X _{1.12}	0,779	0,3	Valid

Merujuk pada tabel, disimpulkan bahwa semua nilai r hitung melebihi nilai $r_{critical} > 0,3$. Hal ini mengindikasikan bahwa semua item pernyataan pada *brand image* berada dalam kategori yang valid karena melebihi nilai signifikan $r_{critical}$.

Table 5. Hasil Uji Validitas *Brand Awareness* (X_2)

Item Pertanyaan	r hitung	r kritis	Keterangan
$X_{2,1}$	0,801	0,3	Valid
$X_{2,2}$	0,746	0,3	Valid
$X_{2,3}$	0,809	0,3	Valid
$X_{2,4}$	0,697	0,3	Valid
$X_{2,5}$	0,653	0,3	Valid
$X_{2,6}$	0,690	0,3	Valid
$X_{2,7}$	0,699	0,3	Valid
$X_{2,8}$	0,713	0,3	Valid
$X_{2,9}$	0,809	0,3	Valid
$X_{2,10}$	0,697	0,3	Valid
$X_{2,11}$	0,801	0,3	Valid
$X_{2,12}$	0,653	0,3	Valid

Merujuk pada tabel, disimpulkan bahwa semua nilai r hitung melebihi nilai $r_{critical} > 0,3$. Hal ini mengindikasikan bahwa semua item pernyataan pada *brand awareness* berada dalam kategori yang valid karena melebihi nilai signifikan $r_{critical}$.

Table 6. Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Item Pertanyaan	r hitung	r kritis	Keterangan
Y_1	0,498	0,3	Valid
Y_2	0,570	0,3	Valid
Y_3	0,607	0,3	Valid
Y_4	0,648	0,3	Valid
Y_5	0,703	0,3	Valid
Y_6	0,658	0,3	Valid
Y_7	0,687	0,3	Valid
Y_8	0,656	0,3	Valid
Y_9	0,616	0,3	Valid
Y_{10}	0,635	0,3	Valid
Y_{11}	0,511	0,3	Valid
Y_{12}	0,552	0,3	Valid

Merujuk pada tabel, disimpulkan bahwa semua nilai r hitung melebihi nilai $r_{critical} > 0,3$. Hal ini mengindikasikan bahwa semua item pernyataan pada keputusan pembelian berada dalam kategori yang valid karena melebihi nilai signifikan $r_{critical}$.

Table 7. Hasil Uji Reliabilitas *Brand Image* (X_1)

Statistika Reliabilitas	
Cronbach's Alpha	N of Items
932	12

Merujuk nilai pada tabel di atas, *Cronbach's Alpha* pada *Brand Image* (X_1) senilai 0,932, yang menunjukkan bahwa nilai uji tersebut dapat dianggap reliabel.

Table 8. Hasil Uji Reliabilitas Brand Awareness (X₂)

Statistika Reliabilitas	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,920	12

Merujuk nilai pada tabel di atas, *Cronbach's Alpha* pada *Brand Awareness* (X₂) senilai 0,920, yang menunjukkan bahwa nilai uji tersebut dapat dianggap reliabel.

Table 9. Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)

Statistika Reliabilitas	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,848	12

Merujuk nilai pada tabel di atas, *Cronbach's Alpha* pada keputusan pembelian (Y) senilai 0,848, yang berarti bahwa nilai uji tersebut dapat dianggap reliabel.

Table 10. Rekapitulasi Bobot Variabel

Variabel	Bobot Nilai	Keterangan
<i>Brand Image</i> (X ₁)	409	Sangat Baik
<i>Brand Awareness</i> (X ₂)	386,5	Baik
Keputusan Pembelian (Y)	393,4	Baik

Merujuk pada table, bahwa setiap variabel berada dalam kondisi baik hingga sangat baik. Hal ini terlihat dari nilai rata-rata bobot yang berada dalam interval 331 – 408 dan 409 – 486.

Table 11. Uji Hipotesis (Uji-t) *Brand Image* (X₁)

Coefficients ^a							
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations Zero-order
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	22.174	3.681		6.025	.000	
	X1	.233	.096	.274	2.423	.017	.542
	X2	.308	.090	.386	3.410	.001	.576

Pada uji-t level signifikansi $\alpha = 5\%$, $n = 97$ dan derajat kebebasan $df = n-2 = df = 95 = 1,661$. Pengaruh *Brand image* terhadap keputusan pembelian menghasilkan nilai thitung = 2,423 > ttabel = 1,661 dengan signifikansi *Brand image* (X₁) pada level 0,017. Dengan demikian, karena level signifikansi < 0,05, maka H₀ ditolak dan H₁ diterima. Ini berarti *Brand image* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk AMDK Aqua di masyarakat Kecamatan Sukajadi Kota Bandung. Jika *brand image* yang diterapkan untuk suatu keputusan pembelian produk AMDK Aqua sudah optimal, maka peningkatan harga dapat menjadi faktor penting yang memengaruhi keputusan pembelian.

Table 12. Uji Hipotesis (Uji-t) *Brand Awareness* (X2)

Coefficients ^a							
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations Zero-order
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	22.174	3.681		6.025	.000	
	X1	.233	.096	.274	2.423	.017	.542
	X2	.308	.090	.386	3.410	.001	.576

Pada uji-t level signifikansi $\alpha = 5\%$, $n = 97$, derajat kebebasan $df = n-2 = df = 95 = 1,661$. Pengaruh *brand awareness* terhadap keputusan pembelian menghasilkan nilai *thitung* = 3,410 > *ttabel* = 1,661 dengan signifikansi *brand awareness* (X2) pada level 0,001. Dengan demikian, karena level signifikansi < 0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Ini berarti *brand awareness* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk AMDK Aqua di masyarakat Kecamatan Sukajadi Kota Bandung. Artinya, jika *brand awareness* pada merek Aqua memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial, hubungan di antara keduanya adalah *positive*. Jika *brand awareness* semakin kuat, maka keputusan pembelian produk Aqua akan semakin kuat pula.

Table 13. Uji Hipotesis Simultan (Uji-F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1644.810	2	822.405	27.742	.000 ^b
	Residual	2786.633	94	29.645		
	Total	4431.443	96			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Hasil uji F (uji simultan) dapat disimpulkan dari hasil hitungan, *Fhitung* 22,742 > *Ftabel* 3,093. Signifikansi 0,000 < 0,05, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Maka terindikasi bahwa, *Brand Image* dan *Brand Awareness* secara bersamaan ada pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk AMDK Aqua pada Masyarakat Kecamatan Sukajadi Kota Bandung.

Table 14. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a							
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations Zero-order
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	22.174	3.681		6.025	.000	
	X1	.233	.096	.274	2.423	.017	.542
	X2	.308	.090	.386	3.410	.001	.576

Merujuk pada tabel, B sama dengan 22,174. Angka ini mewakili suatu konstanta, atau kemungkinan suatu pembelian tidak terkena dampak negatif dari variabel lain yaitu *Brand Image* (X_1) dan *Brand Awareness* (X_2). Jika tidak ada variabel independen maka variabel pembelian tidak akan berubah. Nilai B_1X_1 0,233 mengindikasikan *Brand Image* memiliki pengaruh yang *positive* terhadap keputusan pembelian, artinya jika salah satu variabel diubah maka *Brand Image* akan mengalami penurunan/kenaikan sebesar 0,233 dengan asumsi tidak ada variabel lain yang diteliti. Nilai B_2X_2 0,306 mengindikasikan *Brand Awareness* memiliki pengaruh *positive* terhadap keputusan pembelian, artinya jika suatu variabel digunakan maka akan mempengaruhi *Brand Awareness*, yaitu sebesar 0,306 dalam penelitian ini asumsinya tidak ada variabel lain yang diteliti.

Table 15. Hasil Uji Koefisien Determinasi Simultan

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.609 ^a	.371	.358	5.445	2.090

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Diperoleh *R-square* senilai 0,371 atau 37,1%. Nilai ini mengindikasikan *brand image* dan *brand awareness* secara bersamaan berkontribusi terhadap keputusan pembelian sebesar 37,1%, dan 62,9% sisanya merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti. Dengan rumus yang digunakan adalah sebagai berikut.

$$X_1 + X_2 = R\text{-square} \times 100\%$$

$$14.8 + 22.3 = 0.371 \times 100\%$$

$$0.371 = 0.371$$

Table 16. Koefisien Determinasi Parsial (r^2)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations Zero-order
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	22.174	3.681		6.025	.000	
	X1	.233	.096	.274	2.423	.017	.542
	X2	.308	.090	.386	3.410	.001	.576

Merujuk pada table, dapat dihitung pengaruh parsial masing-masing variabel sebagai berikut.

Brand Image (X_1) : $0,274 \times 0,542 \times 100\% = 0,148$ atau 14,8%

Brand Awareness (X_2) : $0,386 \times 0,576 \times 100\% = 0,223$ atau 22,3%

Hasil perhitungan di atas, nilai pengaruh paling besar berasal dari variabel *Brand Awareness* (X_2) sebesar 22,3%, sedangkan variabel *Brand Image* (X_1) sebesar 14,8%.

SIMPULAN

Berdasarkan temuan yang diperoleh maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Brand Image*, *Brand Awareness*, dan Keputusan Pembelian dinilai sangat baik dan baik secara deskriptif. Diketahui pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian sebesar 14,8%, sedangkan pengaruh Kesadaran Merek sebesar 22,3%. Gabungan *Brand Image* dan *Brand Awareness* Merek terhadap Keputusan Pembelian yang diperoleh koefisien determinasi (*R-square*) adalah sebesar 0,371. Artinya sebesar 37,1% keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh variabel independen (Citra Merek dan Kesadaran Merek), sedangkan sisanya sebesar 62,9% dipengaruhi oleh faktor eksternal yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Namun masih terdapat kekurangan yang perlu diperbaiki guna meningkatkan kualitas penelitian ini. Berdasarkan hasil tersebut, beberapa rekomendasi dapat dibuat. Untuk meningkatkan Keputusan Pembelian, AQUA harus fokus pada peningkatan *Brand Image* dan *Brand Awareness* dengan membangun kembali *Brand Image* yang unik untuk menarik konsumen dan memastikan konsumen mengingat merek AQUA dengan meningkatkan kesadaran konsumen. Hal ini dapat dicapai melalui promosi *door to door*, penyelenggaraan acara sosial, dan partisipasi aktif dalam berbagai acara. Upaya tersebut diharapkan dapat meningkatkan keputusan pembelian produk AQUA sehingga berdampak pada peningkatan penjualan perusahaan dan tercapainya tujuan perusahaan.

DAFTAR RUJUKAN

- Angelia, D. (2022). <https://goodstats.id/article/7-merek-air-mineral-favorit-masyarakat-indonesia-2022-kqaPc>.
- Desfitriady, & Novita, N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan *Brand Image* Sepeda Motor Yamaha NMAX Terhadap Keputusan Pembelian di JG Motor. *ETNIK: Jurnal Ekonomi dan Teknik*. <https://doi.org/10.54543/etnik.v2i1.147>
- Handayani, R., & Kamila, T. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan. *Journal Economic Excellence Ibnu Sina*, 97. <https://doi.org/10.59841/excellence.v1i3.296>
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity (5TH ed.)*. Amerika Serikat: Pearson Education.
- Keller, K. L., Prameswaran, A. M., & Jacob, I. (2015). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Pearson Education.

- Kotler, P., & Keller, L. (2016). *A Frame Work For Marketing Management (Sixth Edition)*. England: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, L. (2016). *Marketing Management*. England: Pearson.
- Putra, I. G. B. S, & Wulandari, N. L. A. A. (2023). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Harga dan Life Style Terhadap Keputusan Pembelian. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 3(2), 343-351. <https://doi.org/10.32795/vol4wamrtno1th24>
- Sari, K. A., & Wahjoedi, T. (2022). The influence of brand image and brand awareness on purchasing decisions is moderated by brand ambassadors. *World Journal of Advanced Reasearch and Review*, 966. <https://doi.org/10.30574/wjarr.2022.16.3.1462>
- Setiawan, R., & Lestari, W. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Rds Phone Store Di Surakarta. *VALUE*, 4(1), 167-184. <https://doi.org/10.36490/value.v4i1.742>
- Zonatan, A. Z. (2023). <https://data.goodstats.id/statistic/agneszezefanyayonatan/10-negara-dengan-kualitas-air-minum-terbaik-di-dunia-fYNGt>.



Analisis Tingkat Kesehatan Keuangan PT. X Periode 2017-2022 Berdasarkan Keputusan Menteri BUMN Nomor: KEP-100/MBU/2002

Zahroh Firdausi^{1*}, Indro Kirono²

zahroh.firdausi31@gmail.com^{1*}, indrokirono@umg.ac.id²

^{1,2}Program Studi Manajemen

^{1,2}Universitas Muhammadiyah Gresik

Received: 16 06 2024. Revised: 20 07 2024. Accepted: 23 07 2024.

Abstract : This research is to determine the level of financial health of BUMN based on BUMN ministerial decree Number: KEP-100/MBU/2002 at PT. X period 2017-2022. This research uses a quantitative descriptive method with eight indicators, namely: ROE, ROE, Current Ratio, Cash Ratio, Collection Periods, Inventory Turnover, Total Assets Turnover, and Total Own Capital to Total Assets. From the results of research that has been carried out, in 2017 and 2018 they received scores of 53 and 50 so they were included in the "Unhealthy" category with the predicate "BBB". In 2019 it decreased to 44, falling into the "Unhealthy" category with the predicate "BB". In 2020 and 2021 the score rose to 49 and 51, falling into the same category, namely "Unhealthy" but with the predicate "BB" for 2020 and "BBB" for 2021. In 2022, the score dropped drastically to 44, so it fell into the category "Unhealthy" with the predicate "BB". It can be concluded that during the 2017 – 2022 period, based on an assessment of the financial aspects of PT. X is in a "Unhealthy" condition.

Keywords : Financial Health, BUMN health, Financial Ratio.

Abstrak : Penelitian ini untuk mengetahui tingkat kesehatan keuangan BUMN berdasarkan keputusan menteri BUMN Nomor: KEP-100/MBU/2002 pada PT. X periode 2017-2022. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan delapan indikator yaitu : ROE, ROE, Rasio Lancar, Rasio Kas, *Collection Periods*, Perputaran Persediaan, *Total Assets Turnover*, dan Total Modal Sendiri terhadap *Total Assets*. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, tahun 2017 dan 2018 mendapat skor 53 dan 50 sehingga masuk dalam kategori "Kurang Sehat" dengan predikat "BBB". Tahun 2019 menurun menjadi 44, masuk dalam kategori "Kurang Sehat" dengan predikat "BB". Pada tahun 2020 dan 2021 skor naik menjadi 49 dan 51, masuk dalam kategori yang sama yaitu "Kurang Sehat" namun predikat "BB" untuk 2020 dan "BBB" untuk 2021. Pada tahun 2022, skor menurun drastis menjadi 44, sehingga masuk kategori "Kurang Sehat" dengan predikat "BB". Dapat disimpulkan bahwa selama periode 2017 – 2022, berdasarkan penilaian dengan aspek keuangan PT. X berada dalam kondisi "Kurang Sehat".

Kata Kunci : Kesehatan Keuangan, Kesehatan BUMN, Rasio keuangan.

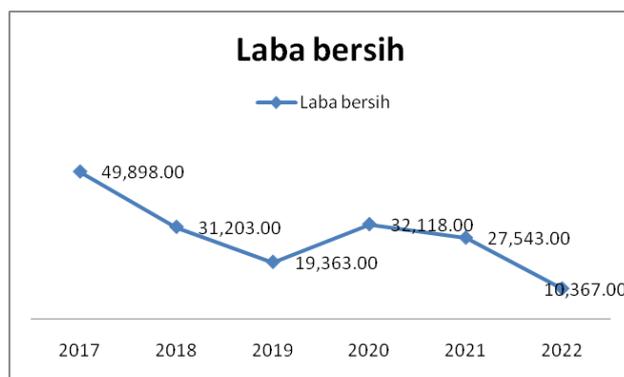
PENDAHULUAN

Sektor transportasi dan logistik merupakan komponen vital bagi kegiatan ekonomi suatu negara. Sektor ini tidak hanya memfasilitasi mobilitas manusia tetapi juga mendukung pengangkutan dan pendistribusian barang dan jasa ke berbagai daerah, baik di dalam negeri maupun luar negeri. Peran sektor transportasi dan logistik sangat krusial dalam memastikan kelancaran rantai pasok, yang pada gilirannya mempengaruhi efisiensi operasional berbagai industri. Dengan adanya permintaan yang terus meningkat, sektor ini berperan penting dalam kehidupan sehari-hari, mulai dari pengiriman barang-barang kebutuhan pokok hingga produk-produk teknologi tinggi. Selain itu, sektor ini juga menjadi tulang punggung pembangunan infrastruktur nasional. Namun, pandemi COVID-19 yang mulai masuk ke Indonesia pada awal tahun 2020 memberikan dampak signifikan terhadap berbagai sektor ekonomi, termasuk sektor logistik. Berdasarkan data analisis hasil survei dampak COVID-19 terhadap pelaku usaha (Badan Pusat Statistika, 2020) terdapat 3 sektor tertinggi yang mengalami penurunan pendapatan yaitu 92,47% pada sektor akomodasi dan makan minum, 90,34% pada sektor transportasi dan pergudangan, serta 90,90% jasa lainnya.

Munculnya fenomena penyebaran virus corona di Indonesia mendorong pemerintah untuk membuat beberapa kebijakan dalam upaya menangani penyebaran virus corona. Kebijakan tersebut secara langsung memberi dampak positif dalam penanganan penyebaran Covid-19 namun juga memberi dampak negatif bagi pertumbuhan ekonomi dan bisnis di Indonesia (Yamali & Putri, 2020). Akibatnya, banyak perusahaan logistik mengalami kesulitan operasional dan keuangan yang serius. Dalam konteks ini, kesehatan keuangan perusahaan logistik menjadi sangat penting untuk dipantau dan dievaluasi. Perusahaan yang mampu menjaga stabilitas keuangan dan efisiensi operasional selama krisis memiliki peluang lebih besar untuk bertahan dan pulih lebih cepat setelah pandemi. Menilai baik atau tidaknya kinerja keuangan dalam perusahaan, maka dalam pelaksanaannya harus menggunakan pengukuran yang dapat dijadikan perbandingan. Ukuran perbandingan yang bisa dipakai adalah kinerja keuangan sebelumnya (Purba et al., 2021).

Penilaian kinerja keuangan pada umumnya didasarkan pada berbagai rasio seperti profitabilitas, likuiditas, aktivitas, dan solvabilitas. Badan Usaha Milik Negara (BUMN) menilai kesehatan menggunakan peraturan yang sudah ditetapkan oleh Menteri BUMN melalui Peraturan Menteri BUMN No: KEP-100/MBU/2002 (Risdayanti Idris et al., 2023). Peraturan ini menetapkan delapan indikator utama untuk menilai kesehatan kinerja keuangan perusahaan, diantaranya ROE, ROI, Rasio Kas, Rasio Lancar, *Collection Periods*, *Inventory Turnover*, *Total*

Assets Turnover, dan Total Modal Sendiri terhadap Total Aset. PT. X merupakan salah satu perusahaan BUMN yang berkembang pesat dengan mengembangkan usaha jasa transportasi & distribusi. Saat ini perusahaan telah berkembang dan maju dengan menjalankan beberapa usaha yaitu : Logistik & Transportasi, Perdagangan bahan bangunan, Manufaktur & Perdagangan barang industri serta bahan tambang.



Gambar 1. Grafik Laba Bersih PT. X periode 2017-2022

Dari data tersebut, tahun 2017 merupakan tahun dengan laba bersih tertinggi dalam masa periode yang dianalisis. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan dalam kondisi pasar yang sangat mendukung. Pada tahun 2018 laba bersih turun drastis sekitar 37,5%. Penurunan ini disebabkan oleh beberapa faktor, seperti peningkatan biaya operasional, penurunan pendapatan dan kondisi pasar yang kurang menguntungkan. Tahun 2019 laba bersih kembali mengalami penurunan sekitar 37,9 dari tahun sebelumnya. Ini menandakan adanya tantangan berkelanjutan dalam bisnis yang ada Sedangkan pada tahun 2020 laba bersih mengalami peningkatan sekitar 65,9% dari tahun 2019. Peningkatan ini menunjukkan bahwa upaya pemulihan yang berhasil. Namun, ini juga merupakan tahun yang terkena dampak COVID-19, sehingga kenaikan laba menunjukkan resilien perusahaan dalam menghadapi krisis. Tahun 2021 laba bersih sedikit menurun sekitar 14,2 % dari tahun sebelumnya. Penurunan ini menunjukkan adanya fluktuasi yang masih berlanjut akibat dampak pandemi dan Laba bersih pada 2022 mengalami penurunan tajam. Penurunan laba yang drastis serta naik turun yang terjadi dalam periode tersebut menunjukkan adanya ketidakstabilan keuangan yang perlu diteliti lebih lanjut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif, yaitu dengan mengadopsi pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Metode kuantitatif digunakan untuk menguji data berupa angka angka guna mendapatkan kesimpulan yang tepat. Teknik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan data sebagaimana yang telah

dikumpulkan untuk menganalisisnya (Azhari & Nasution, 2023). Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh langsung dari perusahaan berupa data laporan keuangan periode 2017-2022. Laporan keuangan tersebut dianalisis menggunakan rasio rasio keuangan Yang telah ditetapkan oleh keputusan menteri BUMN Nomor : Kep-100/MBU/2002. Rasio tersebut diantaranya *Return On Equity* (ROE), *Return On Investment* (ROI), *Current ratio*, *Cash ratio*, *Collection Periods* (CP), Perputaran Persediaan (PP), Total Modal Sendiri (TMS) Terhadap Total Assets (TA). Kedelapan rasio tersebut nantinya akan dihitung untuk mendapatkan masing – masing skor dan kemudian diekuivalenkan dengan total bobot Non infra. Total bobot untuk BUMN non Infrastruktur adalah : 70. Sehingga diperoleh rumus berikut :

$$\text{Total Skor (TS)} = [\text{Jumlah skor} : \text{Total Bobot}] \times 100$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perhitungan Rasio Keuangan *Return On Equity* (ROE) menurut Hery (2016) merupakan rasio yang menunjukkan hasil atas penggunaan modal perusahaan dalam menciptakan laba bersih. Untuk memperoleh nilai ROE, dapat menggunakan rumus berikut.

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Modal Sendiri}} \times 100\%$$

Tabel 1. Perhitungan Nilai ROE PT. X Periode 2017-2022

Tahun	Laba Setelah Pajak	Modal Sendiri	Hasil (%)	Skor
2017	49,898	599,578	8.32%	12
2018	31,203	512,197	6.09%	10
2019	9,487	610,488	1.55%	4
2020	20,178	563,023	3.58%	5.5
2021	27,543	574,622	4.79%	7
2022	10,367	574,029	1.81%	4

Pada tahun 2017 ROE sebesar 8,32% menunjukkan bahwa perusahaan menghasilkan laba bersih sebesar 8,32% dari Total modal sendiri yang diinvestasikan oleh pemegang saham. Angka tersebut cukup efisien dalam menghasilkan laba dari ekuitas yang tersedia meskipun angka tersebut tidak terlalu tinggi. Namun setelah itu perusahaan mengalami fluktuasi yang cukup signifikan, hal tersebut dikarenakan naiknya angka ekuitas atau modal sendiri namun tidak diimbangi dengan laba yang diperoleh. Penurunan tajam di beberapa tahun dan ketidakstabilan dalam ROE menunjukkan bahwa PT. X terhambat kemampuannya dalam menghasilkan laba dari ekuitasnya.

Return On Investment (ROI) menurut Hery (2016) adalah rasio yang digunakan untuk menilai kompensasi finansial atas penggunaan aset atau ekuitas terhadap laba bersih. Untuk memperoleh nilai ROI, dapat menggunakan rumus berikut.

$$ROI = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

Tabel 2. Perhitungan Nilai ROI PT. X Periode 2017-2022

Tahun	Laba Setelah Pajak	Total Aktiva	Hasil (%)	Skor
2017	49,898	2,326,876	2.14%	9
2018	31,203	2,434,028	1.28%	6
2019	9,487	2,253,280	0.42%	3
2020	20,178	2,166,190	0.93%	4
2021	27,543	1,976,500	1.39%	5
2022	10,367	1,957,380	0.53%	3

Pada tahun 2017 ROI PT. X adalah 2,14%. Ini menunjukkan bahwa perusahaan menghasilkan laba bersih sebesar 2,14% dari total asset yang digunakan. Meskipun tidak terlalu tinggi, ini masih menunjukkan PT. X menghasilkan keuntungan dari investasinya. Setelah itu terdapat penurunan ROI dari tahun 2017 hingga 2019, diikuti oleh sedikit perbaikan ditahun 2020 dan tahun 2021, kemudian turun lagi ditahun 2022. Fluktuasi ROI dari tahun ke tahun menunjukkan ketidakstabilan dalam kinerja keuangan.

Rasio Lancar (Current Ratio) menurut Hery (2016) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya yang segera jatuh tempo dengan menggunakan total aset lancar yang tersedia. Untuk memperoleh nilai *Current Ratio*, dapat menggunakan rumus berikut.

$$\text{Rasio Lancar} = \frac{\text{Current Assets}}{\text{Current Liabilities}} \times 100\%$$

Tabel 3. Perhitungan Nilai Current Ratio PT. X Periode 2017-2022

Tahun	Total aktiva lancar	Total hutang lancar	Hasil (%)	Skor
2017	1,053,708	1,371,023	76.86%	0
2018	1,203,557	1,512,782	79.56%	0
2019	1,127,631	1,179,319	95.62%	2
2020	1,138,835	1,264,015	90.10%	1
2021	1,065,196	1,185,720	89.84%	1
2022	1,135,105	1,250,345	90.78%	1

Current Ratio sebesar 76,86% menunjukkan bahwa perusahaan memiliki aset lancar yang mencakup sekitar 78,86% dari kewajiban lancarnya. Angka tersebut dinilai kecil, bahkan perusahaan tidak dapat menutupi kewajiban lancarnya dari aktiva lancer yang ada, Selama periode yang dianalisis, *current ratio* pada PT. X menunjukkan tren peningkatan awal yang positif tetapi kemudian stabil di sekitar 90%. Meskipun ada perbaikan kecil, PT. X masih menghadapi risiko likuiditas karena asset lancarnya belum cukup untuk menutupi kewajiban lancarnya secara penuh.

Rasio Kas (Cash Ratio) menurut Hery (2016) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar modal perusahaan yang berbentuk kas atau setara kas yang tersedia untuk membayar hutang jangka pendek. Untuk memperoleh nilai rasio kas (*cash ratio*) dapat menggunakan rumus berikut.

$$\text{Rasio Kas} = \frac{\text{Kas} + \text{Bank} + \text{Surat berharga jangka pendek}}{\text{Current Liabilities}} \times 100\%$$

Tabel 4. Perhitungan Nilai Cash Ratio PT. X Periode 2017-2022

Tahun	Kas dan setara kas	Hutang lancar	Hasil (%)	Skor
2017	61,769	1,371,023	4.51%	0
2018	89,140	1,512,782	5.89%	1
2019	114,921	1,179,319	9.74%	1
2020	199,582	1,264,015	16%	3
2021	177,491	1,185,720	15%	3
2022	174,458	1,250,345	13.95%	2

Selama periode yang dianalisis, nilai *cash ratio* pada PT. X menunjukkan angka yang sangat rendah sehingga mendapatkan skor 0, karena menunjukkan bahwa perusahaan sangat kurang memiliki kas lancar yang tidak diimbangi dengan besarnya *current liabilities*. Meskipun terdapat peningkatan dan perbaikan dari tahun ke tahun, nilai *cash ratio* tetap dinilai level rendah. Pada tahun 2022 kembali menurun dikarenakan bertambahnya jumlah hutang lancar namun kas pada perusahaan semakin berkurang.

Collection Periods (CP) menurut kasmir (2016) perputaran piutang merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur berapa lama penagihan piutang selama satu periode atau berapa kali dana yang ditanam dalam piutang ini berputar dalam satu periode.

Tabel 5. Perhitungan Nilai Collection periods PT. X Periode 2017-2022

Tahun	Total Piutang	Total pendapatan	Hasil	Skor
2017	524,713	4,682,111	40.90	5
2018	655,734	4,922,079	48.63	5
2019	821,818	4,841,176	61.96	4.5
2020	780,078	4,289,673	66.38	4.5
2021	719,729	4,194,267	62.63	4.5
2022	772,719	4,106,680	68.68	4.5

Collection periods PT. X menunjukkan tren peningkatan dan lalu penurunan secara terus menerus. Pada awalnya perusahaan memiliki periode penagihan yang relatif baik, pada tahun 2020-2022 efisiensi penagihan telah menurun secara bertahap. Periode penagihan yang semakin panjang menunjukkan bahwa perusahaan mengalami kesulitan dalam mengumpulkan piutang dan nantinya akan berisiko timbulnya piutang tak tertagih.

Inventory Turnover menurut Kasmir (2018) merupakan rasio yang berguna untuk mengukur berapa kali dana yang ditanam pada persediaan (*Inventory*) berputar dalam satu tahun. Untuk memperoleh nilai *Inventory Turnover*, dapat menggunakan rumus berikut.

$$PP = \frac{\text{Total Persediaan}}{\text{Total Pendapatan Usaha}} \times 365 \text{ Hari}$$

Tabel 6. Perhitungan Nilai *Inventory Turnover* PT. X Periode 2017-2022

Tahun	Total persediaan	Total pendapatan	Hasil	Skor
2017	149,061	4,682,111	11.62	5
2018	148,030	4,922,079	10.98	5
2019	131,568	4,841,176	9.92	5
2020	124,687	4,289,673	10.61	5
2021	136,017	4,194,267	11.84	5
2022	131,211	4,106,680	11.66	5

Selama periode analisis, nilai *Inventory Turnover* dari tahun ke tahun menunjukkan bahwa PT. X memiliki manajemen persediaan yang efisien. Meskipun terdapat beberapa fluktuasi, nilai *inventory turnover* tetap dalam kisaran tinggi. Semakin rendah nilainya, menunjukkan bahwa persediaan terjual dengan cepat.

Total Assets Turnover (TATO) menurut Kasmir (2018) merupakan rasio yang digunakan untuk menghitung perputaran keseluruhan aktiva yang ada pada perusahaan dan mengukur besarnya penjualan yang diperoleh dari setiap rupiah aktiva. Untuk memperoleh nilai TATO, dapat menggunakan rumus berikut.

$$TATO = \frac{\text{Total Pendapatan}}{\text{Capital Employed}} \times 100\%$$

Tabel 7. Perhitungan Nilai *Inventory Turnover* PT. X Periode 2017-2022

Tahun	Total pendapatan	Capital Employed	Hasil	Skor
2017	4,682,111	955,853	490%	5
2018	4,922,079	921,246	534%	5
2019	4,841,176	1,073,961	451%	5
2020	4,289,673	902,175	475%	5
2021	4,194,267	790,780	530%	5
2022	4,106,680	707,035	581%	5

Nilai TATO pada PT. X dikatakan sangat efisien dari tahun ke tahun dan secara konsisten tetap diatas 400% yang menunjukkan bahwa PT. X sangat efisien dalam menggunakan assetnya untuk menghasilkan pendapatan. Jika nilai TATO mencapai 490% ini berarti bahwa perusahaan menghasilkan pendapatan yang 4,9 kali lebih besar daripada total assetnya. Hal ini adalah indikator bahwa perusahaan sangat efisien dalam menggunakan assetnya untuk menghasilkan pendapatan. Pada tahun 2018 nilai TATO naik menjadi 534%

yang disebabkan assets perusahaan bertambah tanpa diikuti peningkatan pendapatan, dan terjadi penurunan pada pendapatan.

Rasio Total Modal Sendiri terhadap Total Asset. Secara umum, semakin tinggi rasio ini, semakin baik kondisi keuangan perusahaan karena menunjukkan bahwa perusahaan perusahaan lebih banyak menggunakan modal sendiri daripada berutang untuk membiayai operasinya. Untuk memperoleh nilai TMS terhadap TA, dapat menggunakan rumus berikut :

$$\text{TMS terhadap TA} = \frac{\text{Total Modal Sendiri}}{\text{Total Assets}} \times 100\%$$

Tabel 8. Perhitungan Nilai *Inventory Turnover* PT. X Periode 2017-2022

Tahun	Total Modal	Total Aktiva	Hasil	Skor
2017	599,578	2,326,876	25.77%	7.25
2018	512,197	2,434,028	21.04%	7.25
2019	610,488	2,253,280	27.09%	7.25
2020	563,023	2,166,190	26%	7.25
2021	574,622	1,976,500	29%	7.25
2022	574,029	1,957,380	29.33%	7.25

Nilai TMS terhadap TA sebesar 25,7% menunjukkan bahwa perusahaan memiliki proporsi yang relatif seimbang antara modal sendiri dan sumber pendanaan lainnya untuk mendukung aktivitas operasional dan pertumbuhannya. Nilai 21.04 pada tahun 2018 menunjukkan bahwa modal sendiri digunakan untuk mendanai sekitar 21,04% dari total asset Perusahaan. Ini mengindikasikan bahwa perusahaan lebih mengandalkan sumber pendanaan lainnya atau memiliki struktur modal yang lebih beragam. Perolehan Total Skor (TS) dan Penilaian kesehatan aspek keuangan PT. X

Tabel 9. Perhitungan Skor penilaian kinerja keuangan PT. X periode 2017-2022

Indikator	2017		2018		2019	
	Kinerja keuangan	Skor	Kinerja keuangan	Skor	Kinerja keuangan	Skor
ROE	8.32%	12	6.09%	8.5	1.55%	4
ROI	2.14%	3	1.28%	3	0.42%	2
Rasio Lancar / <i>Current Ratio</i>	76.86%	0	79.56%	0	95.62%	2
Rasio Kas / <i>Cash Ratio</i>	4.51%	0	5.89%	1	9.74%	1
<i>Collection period</i>	40.90	5	48.63	5	61.96	4.5
<i>Inventory Turnover</i>	11.62	5	10.98	5	9.92	5
<i>Total Assets Turnover</i>	49%	5	53%	5	45%	5
TMS terhadap TA	25.77%	7.25	21.04%	7.25	27.09%	7.25
TOTAL		37.25		34.75		30.75
Total skor (TS) = [Jumlah skor : Total Bobot] x 100		53		50		44

Indikator	2020		2021		2022	
	Kinerja keuangan	Skor	Kinerja keuangan	Skor	Kinerja keuangan	Skor
ROE	3.58%	5.5	4.79%	7	1.81%	4
ROI	1%	3	1%	3	0.53%	2
Rasio Lancar / <i>Current Ratio</i>	90%	1	90%	1	90.78%	1
Rasio Kas / <i>Cash Ratio</i>	16%	3	15%	3	13.95%	2
<i>Collection period</i>	66.38	4.5	62.63	4.5	68.68	4.5
<i>Inventory Turnover</i>	10.61	5	11.84	5	11.66	5
<i>Total Assets Turnover</i>	48%	5	53%	5	58%	5
TMS terhadap TA	26%	7.25	29%	7.25	29.33%	7.25
TOTAL		34.25		35.75		30.75
Total skor (TS) = [Jumlah skor : Total Bobot] x 100		49		51		44

Tabel 10. Perhitungan Skor penilaian kinerja keuangan PT. X periode 2017-2022

Tahun	Total Skor	Skor Penilaian	Kategori	Predikat
2017	37.25	53	BBB	Kurang Sehat
2018	34.75	50	BBB	Kurang Sehat
2019	30.75	44	BB	Kurang Sehat
2020	34.25	49	BB	Kurang Sehat
2021	35.75	51	BBB	Kurang Sehat
2022	30.75	44	BB	Kurang Sehat

Pada periode 2017-2019, PT. X mengalami fluktuasi secara terus menerus. Tahun 2017 total skor yang didapatkan adalah 53, dimana angka tersebut masuk dalam kategori “kurang sehat” dengan predikat “BBB”. PT. X memiliki kemampuan yang baik dalam menghasilkan laba dari ekuitas, efisien dalam manajemen piutang dan persediaan, dan efektif dalam penggunaan asset untuk mendukung posisi pasar. Namun skor rendah tersebut diakibatkan dari likuiditas perusahaan. Rasio kas yang sangat rendah (4,51%) dan rasio lancar dibawah 100 dengan skor 0 menunjukkan bahwa PT. X hampir tidak memiliki kas yang cukup untuk memenuhi kewajiban lancar. Pada tahun 2018 total skor yang didapatkan adalah 50, terjadi penurunan dari tahun sebelumnya namun masih dalam kategori “kurang sehat” dengan predikat “BBB”. Pada tahun 2019 total skor yang didapatkan adalah 44, terjadi lagi penurunan dari tahun sebelumnya dengan kategori yang sama yaitu “kurang sehat” namun predikat menjadi “BB”. ROE dan ROI yang menurun cukup signifikan menunjukkan Perusahaan semakin kurang efektif dalam menghasilkan laba dari ekuitas nya dan menunjukkan bahwa investasi/aktiva hampir tidak menghasilkan laba. Masih rendahnya current ratio dan menurunnya cash ratio menunjukkan masalah likuiditas, juga peningkatan nilai *collection*

period dapat mempengaruhi *cash ratio* dan *current ratio*. Karena *collection period* yang lebih lama, perusahaan tidak dapat mengumpulkan piutang dengan cepat sehingga mengurangi arus kas masuk.

Pada tahun 2020, skor yang didapatkan adalah 49. Terjadi peningkatan dari tahun sebelumnya dengan kategori sama yaitu “Kurang sehat” dan predikat “BB”. Terdapat perbaikan dari ROE dan ROI meskipun tidak lebih besar dari tahun 2017 dan 2018. Terdapat juga peningkatan dalam *cash ratio* namun *current ratio* menurun, hal itu terjadi karena perusahaan memiliki lebih banyak kas untuk memenuhi kewajiban jangka pendek, tetapi keseluruhan asset lancar yang mencakup piutang dan persediaan telah berkurang, Dimana ditunjukkan oleh indikator *collection period* yang semakin lama dan *inventory turnover* yang meningkat. Pada tahun 2021, skor yang didapatkan adalah 51. Terjadi peningkatan dari tahun sebelumnya dengan kategori sama yaitu “Kurang sehat” dan predikat “BBB”. Terjadi peningkatan dalam ROE yang menunjukkan bahwa Perusahaan semakin efektif dalam menghasilkan laba dari ekuitas dan mencerminkan peningkatan dalam profitabilitas ekuitas. Pada tahun ini hanya ROE saja yang cukup meningkat dan hampir semua indikator mendapat skor yang sama, artinya tidak ada perubahan yang cukup signifikan dari tahun sebelumnya. Tahun 2022, skor yang didapatkan adalah 44. Terjadi penurunan yang cukup signifikan dari tahun sebelumnya dengan kategori “Kurang sehat” dan predikat “BB”. Penurunan ROE menunjukkan perusahaan menjadi kurang efektif dalam menghasilkan laba dari ekuitas dan mencerminkan penurunan dalam profitabilitas ekuitas. ROI yang rendah menunjukkan bahwa laba yang dihasilkan oleh total asset tidak cukup tinggi, yang berdampak negatif pada laba bersih dan akhirnya menurunkan ROE. Tahun ini juga, laba bersih perusahaan menurun drastis. Meningkatnya *collection period* menunjukkan masalah pengelolaan piutang yang dapat mengurangi arus kas masuk dan menyebabkan penurunan rasio kas serta likuiditas.

SIMPULAN

Selama periode 2017-2022, Perusahaan konsisten mendapat skor yang masuk dalam kategori “Kurang sehat”. Meskipun dikatakan konsisten, pada tahun 2019 terjadi penurunan skor yang signifikan sehingga mendapatkan predikat “BB” dimana sebelumnya predikat yang didapat adalah “BBB”. Pada tahun 2020 menunjukkan peningkatan skor meskipun berada ditengah pandemi COVID – 19, menunjukkan perusahaan mampu beradaptasi dengan kondisi sulit. Peningkatan skor berlanjut pada tahun 2021, tetapi terjadi lagi penurunan yang signifikan di tahun 2022. Selama periode ini, Perusahaan menunjukkan efisiensi penggunaan assets,

likuiditas kas, dan kemampuan yang baik dalam manajemen persediaan. Namun, perusahaan masih menghadapi tantangan signifikan dalam hal profitabilitas, likuiditas jangka pendek dan efisiensi pengelolaan piutang.

DAFTAR RUJUKAN

- Azhari, D. M., & Nasution, Y. S. J. (2023). Analisis Laporan Keuangan PT Kereta Api Indonesia (Persero) Periode 2020-2021 Untuk Mengukur Kinerja Keuangan Berdasarkan Rasio Likuiditas. *Jurnal Ekonomi STIEP*, 8(2), 18–25.
<https://doi.org/10.54526/jes.v8i2.171>
- Badan Pusat Statistika. (2024). Analisis Hasil Survey Dampak Covid-19 terhadap Pelaku Usaha. (<https://covid-19.bps.go.id/>, diakses pada 15 Juni 2024)
- Direktorat Pembinaan Pengelolaan Keuangan BLU Direktorat Jendral Perbendaharaan. (<https://blu-djpb.kemenkeu.go.id/index.php?r=publication/regulation/view&id=91>, diakses pada 6 Juni 2024)
- Harahap, S. (2015). *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1136065>
- Hery. (2018). Mengenal dan memahami dasar-dasar laporan keuangan. Jakarta : PT Grasindo. <https://library.bpk.go.id/koleksi/detil/jkpkbpkpp-p20170904120236>
- Kasmir. (2018). Analisis laporan keuangan. Depok : Rajawali Pers. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1137406>
- Kasmir. (2019). Pengantar manajemen keuangan. Jakarta : Prenadamedia Group. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1058632>
- Purba, R., Hasibuan, R., & Syam, P. A. (2021). Analisis Rasio Keuangan Untuk Mengukur Kinerja Keuangan Pada PT.Pelabuhan Indonesia I (Persero) Periode 2013-2017. *Owner*, 5(2), 545–555. <https://doi.org/10.33395/owner.v5i2.452>
- Risdayanti Idris, Romansyah Sahabuddin, Nurman, Hety Budiyanti, & Siti Hasbiah. (2023). Analisis Rasio Keuangan Untuk Mengukur Kinerja Keuangan Berdasarkan Standar BUMN Pada PT. Semen Tonasa (Persero) Periode 2016-2021. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(6), 1445–1454.
<https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i6.705>
- Yamali, F. R., & Putri, R. N. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap Ekonomi Indonesia. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 4(2), 384.
<https://doi.org/10.33087/ekonomis.v4i2.179>



Pengaruh Pemasaran *Digital* dan *Customer Review* terhadap Minat Beli Konsumen pada Pengguna Aplikasi *Shopee* di Kota Surabaya

Alfidha Nur Fadhilla^{1*}, Iswati², Anis Fitriyasari³

fadhillaalfidah@gmail.com^{1*}, iswatiibmt@gmail.com², anisfitriyasari@gmail.com³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen

^{1,2,3}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IBMT

Received: 16 06 2024. Revised: 20 07 2024. Accepted: 23 07 2024.

Abstract : This study aims to analyze the influence of digital marketing and customer review on consumer buying interest in shopee application users in the Surabaya City. This study uses a quantitative method with a survey approach, where data is collected through an online questionnaire with a total of 140 respondents. Data analysis was carried out using multiple linear regression to determine the influence of independent variables (digital marketing and customer review) on dependent variables (consumer buying interest). The results of the study show that digital marketing has a positive and significant influence on consumer buying interest. Effective digital marketing strategies, such as the use of social media, online advertising, and promotion through influencers, have proven to be able to increase consumer buying interest. In addition, customer reviews also have a positive and significant influence on consumer buying interest. Positive reviews from other customers give consumers confidence and confidence to make a purchase. Overall, this study emphasizes the importance of digital marketing and customer reviews in increasing consumer buying interest. This finding provides practical implications for e-commerce businessman, especially shopee, to focus more on innovative digital marketing strategies and good customer review management to increase consumer buying interest in Surabaya.

Keywords : Digital Marketing, Customer Review, Buying Interest, Shopee

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pemasaran digital dan *customer review* terhadap minat beli konsumen pada pengguna aplikasi shopee di Kota Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei, dimana data yang dikumpulkan melalui kuisioner secara *online* dengan jumlah responden sebanyak 140. Analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh variabel independen (pemasaran digital dan *customer review*) terhadap variabel dependen (minat beli konsumen). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran digital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Strategi pemasaran digital yang efektif, seperti penggunaan media sosial, iklan *online*, dan promosi melalui *influencer*, terbukti mampu meningkatkan minat beli konsumen. Selain itu, *customer review* juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Ulasan yang positif dari pelanggan lain memberikan kepercayaan dan keyakinan kepada konsumen untuk melakukan pembelian.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan pentingnya pemasaran digital dan *customer review* dalam meningkatkan minat beli konsumen. Temuan ini memberikan implikasi praktis bagi para pelaku bisnis *e-commerce*, khususnya *shopee*, untuk lebih fokus pada strategi pemasaran digital yang inovatif dan pengelolaan ulasan pelanggan yang baik guna meningkatkan minat beli konsumen di Surabaya.

Kata kunci : Pemasaran *Digital*, *Customer Review*, Minat Beli, *Shopee*

PENDAHULUAN

Kemajuan dan pertumbuhan teknologi yang kian berkembang pesat mengharuskan setiap sumber daya manusia untuk mulai membiasakan diri dengan kecanggihan teknologi yang ada. Pada akhir tahun 2019, Indonesia dan seluruh negara dilanda pandemi Covid-19, di mana seluruh kegiatan aktivitas yang sedang berjalan harus diberhentikan secara sementara (Asriansyah, 2022). Dalam fenomena yang terjadi, beberapa negara termasuk Indonesia mengalami penurunan ekonomi yang cukup drastis karena kebijakan pemerintah dalam menetapkan pembatasan sosial berskala besar untuk mengurangi dan mencegah penyebaran Covid-19. Kebijakan tersebut rupanya juga memberikan dampak positif bagi Indonesia sendiri. Dengan adanya pembatasan sosial yang ditetapkan pemerintah, beberapa negara maju dan berkembang termasuk Indonesia mulai meningkatkan dan memanfaatkan penggunaan teknologi secara masif di segala berbagai aspek kehidupan.

Dampak yang dihasilkan oleh pandemi Covid-19 mendorong setiap manusia yang ada di dunia untuk mulai menjalankan segala bentuk kegiatan yang dilakukan ke arah digitalisasi. Dinamika perubahan ini memberikan sudut pandang yang berbeda terhadap manusia dalam menjalankan kehidupan sehari-harinya, dan dalam melakukan kegiatan yang dilakukan. Dalam hal tersebut, pertumbuhan teknologi informasi dan komunikasi berkontribusi atas berbagai pengaruh dalam lini kehidupan juga dalam hal perniagaan. Pertumbuhan *e-commerce* yang berkembang pesat hampir satu dekade terakhir, menjadi salah satu fenomena menarik yang mencuri perhatian konsumen karena memungkinkan transaksi jual beli dilakukan secara daring. Salah satunya adalah *Shopee*, sebuah *platform* jual beli daring yang unggul di Indonesia yang mampu menarik jutaan penggunanya melalui beragam fitur dan kemudahan yang disediakan.

Sebagai penyandang kota metropolitan terbesar kedua setelah Jakarta, Surabaya juga termasuk kota yang begitu potensial dalam pasar bisnis *e-commerce*. (Jiwandono, 2017) Masyarakat Kota Surabaya dikenal memiliki daya beli yang tinggi serta memiliki akses yang luas terhadap teknologi *digital*. Oleh sebab itu, sangat penting bagi para pelaku bisnis yang

ingin mengoptimalkan strategi pemasaran mereka untuk memahami ragam aspek yang memengaruhi daya beli konsumen di Surabaya melalui aplikasi *Shopee*. Mengacu pada fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan mengkaji Pengaruh Pemasaran *Digital* dan *Customer Review* terhadap Daya beli Konsumen pada Pengguna Aplikasi *Shopee* di Kota Surabaya. Dengan memahami pengaruh kedua faktor tersebut, penelitian ini diharapkan memberi wawasan mendalam terhadap pelaku bisnis dan pemasar dalam menyusun strategi yang lebih berpengaruh untuk meningkatkan daya beli konsumen pada *platform e-commerce*. Selain itu, hadirnya penelitian ini diharapkan juga dapat berkontribusi secara akademis dalam bidang pemasaran *digital* dan perilaku konsumen, terutama dalam konteks *e-commerce* di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan strategi penelitian asosiatif menurut (Sugiyono, 2017) adalah rumusan masalah penelitian yang menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode pengumpulan data berupa survei dan kuesioner. Dalam penelitian ini, populasi mencakup semua konsumen yang menggunakan aplikasi *Shopee* di Kota Surabaya, meskipun jumlah pastinya tidak dapat diketahui secara pasti. (Moleong, 2018) mengatakan sampel adalah bagian dari keseluruhan total dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang telah dipaparkan. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dalam menentukan sampel. (Sugiyono, 2021) menegaskan bahwa *Purposive sampling* merupakan penentuan sampel yang ditentukan dengan banyak pertimbangan.

Pertimbangan yang diterapkan dalam penelitian ini meliputi: 1) Objek yang diteliti hanya aplikasi *shopee*. 2) Responden berusia minimal 17 tahun hingga 30 tahun. 3) Responden pernah melakukan transaksi pembelian di aplikasi *Shopee*. 4) Penelitian ini hanya dilakukan pada pengguna aplikasi *Shopee* di wilayah Kota Surabaya. 5) Responden memiliki pendapatan atau uang saku bulanan kurang dari Rp. 1.000.000 hingga lebih dari Rp. 3.000.000. Menurut (Ferdinand, 2016) Pengukuran sampel yang dapat dilakukan adalah dengan jumlah sampel minimum 5 dan maksimum 10. Jumlah sampel yang ideal dan representatif diperoleh dari jumlah indikator penelitian yang dikali 5 sampai 10. Berdasarkan variabel yang diteliti, pemasaran digital memiliki lima indikator, *customer review* memiliki empat indikator, dan daya beli memiliki lima indikator.

Total indikator yang dianalisis dalam penelitian ini mencapai 14, dengan menggunakan teknik atau rumus yang sesuai sebagai berikut: 1) Sampel minimum: 5 x 14 indikator = 70 sampel, 2) Sampel maksimum: 10 x 14 indikator = 140 sampel. Berdasarkan perhitungan dengan rumus di atas, jumlah sampel minimum yang diperlukan adalah 70, sedangkan jumlah sampel maksimum yang dibutuhkan adalah 140. Untuk pengukuran data pada penelitian yang digunakan adalah menggunakan kuesioner dengan teknik pengambilan keputusan menggunakan skala *likert*. (Sugiyono, 2013) menyimpulkan bahwa, Skala *likert* digunakan sebagai acuan untuk mengevaluasi tanggapan-tanggapan terhadap responden mengenai survei yang diangkat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian reliabilitas bertujuan untuk menentukan sejauh mana hasil pengukuran data tetap konsisten dan stabil jika dilakukan lebih dari satu kali. Uji reliabilitas ini dilakukan dengan menghitung nilai *Cronbach's Alpha*.

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
PD	0,896	10	Reliabel
CR	0,860	8	Reliabel
MB	0,854	10	Reliabel

Hasil pengolahan data SPSS yang tertera pada Tabel 1 menunjukkan bahwa semua pernyataan variabel Pemasaran *Digital*, *Customer Review*, dan Daya beli memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6, sehingga dinyatakan reliabel.

Melalui uji normalitas dengan menggunakan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test* (K-S). Menurut (Ghozali, 2019), apabila nilai probabilitas signifikansi dari uji K-S lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut terdistribusi secara normal.

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		140
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.548895
		.34
Most Extreme Differences	Absolute	.047
	Positive	.032
	Negative	-.047
Kolmogorov-Smirnov Z		.552
Asymp. Sig. (2-tailed)		.921

Dari Tabel 2 terlihat bahwa nilai uji *Kolmogorov-Smirnov* adalah 0,552 dengan signifikansi (2-tailed) sebesar 0,921. Oleh karena itu, hasil uji Kolmogorov-Smirnov ini menunjukkan bahwa nilai $0,921 > 0,05$, menegaskan bahwa residual dari data terdistribusi secara normal dalam penelitian ini.

Uji statistik F digunakan untuk menentukan signifikansi hasil analisis regresi. Uji ini mengindikasikan apakah semua variabel independen dalam model regresi memiliki pengaruh bersama-sama terhadap variabel dependen.

Tabel 3. Hasil Uji Simultan

ANOVA ^b					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1859.193	2	929.596	72.747	.000 ^a
Residual	1750.657	137	12.779		
Total	3609.850	139			

Dari pengujian ANNOVA pada Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai probabilitas signifikan sebesar 0,000. Diketahui bahwa aturan dalam uji regresi secara simultan, nilai probabilitas signifikan $< 0,05$, maka penelitian dapat diterima sehingga dapat menjelaskan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependennya.

Tabel 4. Hasil Uji Parsial

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.704	2.251		2.978	.003
TOTALPD	.538	.071	.576	7.592	.000
TOTALCR	.264	.100	.201	2.646	.009

Berdasarkan Tabel 4 yang merupakan hasil dari uji parsial, dapat disimpulkan untuk pengujian hipotesis.

Pengaruh Pemasaran *Digital* terhadap Daya beli Konsumen pada Pengguna Aplikasi Shopee di Kota Surabaya. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa hipotesis dari variabel Pemasaran Digital diterima atau berpengaruh terhadap Daya beli Konsumen pada Pengguna Aplikasi *Shopee* di Kota Surabaya. Diketahui pada hasil penelitian yang dilakukan pada uji parsial (uji t), pada variabel X_1 (Pemasaran Digital) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel Y (Daya beli). Dalam pengujian tersebut didapatkan hasil pada Variabel X_1 memiliki nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel, yaitu sebesar $7,592 > 1,656$ dan Tingkat signifikansi 0,000 kurang dari 0,05.

Hasil penelitian ini searah dengan hasil dari deskripsi karakteristik responden berdasarkan umur, jenis kelamin, pekerjaan dan pendapatan, yang mana dalam deskripsi karakteristik responden tersebut menunjukkan responden yang berusia 17 tahun – 24 tahun merupakan usia pengguna aktif *shopee* di Surabaya. Usia antara 17 tahun – 24 tahun pada umumnya merupakan kelompok yang adaptif terhadap teknologi dan sangat familiar dengan penggunaan aplikasi, sehingga pemasaran digital ini bisa efektif dan memengaruhi keputusan pembelian. Dengan mayoritas responden yang berjenis kelamin perempuan juga menyimpulkan bahwa strategi pemasaran digital yang dilakukan oleh *shopee* sangat relevan dengan kebutuhan dan preferensi dari kebutuhan perempuan. Dalam kampanye pemasaran digital, perempuan juga merupakan target utama dalam promosi.

Sebagai mayoritas dari responden yang tersebar, mahasiswa menunjukkan bahwa mereka memiliki akses yang cukup terhadap perkembangan dunia teknologi dan memiliki kebiasaan dalam berbelanja *online*. Mahasiswa cenderung memilih sesuatu yang lebih sederhana untuk menghemat waktu dan tenaga, sehingga penawaran dan promosi menarik yang diberikan oleh *shopee* dapat memengaruhi daya beli. Pendapatan kurang dari 1.000.000 ini menunjukkan bahwa, banyak dari responden merupakan mahasiswa yang belum bekerja sehingga belum memiliki penghasilan tetap, dan dalam hal ini lebih cenderung sensitif terhadap harga dan promosi yang diberikan.

Kemudian pada hasil hipotesis ini juga selaras dengan indikator-indikator yang terdapat dalam variabel penelitian ini. Sebelumnya, pada gambaran tanggapan responden, menjelaskan bahwa indikator memiliki peran penting dalam pemahaman pernyataan yang diajukan kepada responden. Pada indikator *Credibility* atau kepercayaan yang terdapat pada variabel X_1 memiliki skor dengan pilihan “Setuju” terbanyak sebesar 77 skor di item pernyataan “Pemasaran digital pada aplikasi *shopee* membantu saya lebih percaya terhadap informasi yang disampaikan dan kualitas produk yang dipromosikan” dan indikator *Informativeness* atau informasi yang terdapat pada variabel X_1 memiliki skor dengan pilihan “Sangat Setuju” terbanyak sebesar 86 skor pada item pernyataan “Saya cenderung mencari informasi tambahan mengenai produk yang dipromosikan melalui *review* sebelumnya untuk menentukan keputusan membeli”.

Berdasarkan tanggapan yang diberikan responden pada pilihan terbanyak di indikator tersebut menjelaskan bahwa penerimaan hipotesis pada pemasaran digital berpengaruh terhadap daya beli konsumen pada pengguna aplikasi *shopee* di Kota Surabaya dapat dijelaskan melalui karakteristik responden yang terhubung melalui indikator pada variabel X_1

(*Credibility* dan *Informativeness*). Pemasaran digital yang tepat sasaran dan relevan dengan karakteristik demografis ini mampu meningkatkan daya beli konsumen di Kota Surabaya, sehingga menunjukkan pentingnya segmentasi pasar dan penyesuaian strategi pemasaran dengan karakteristik konsumen. Dengan demikian, dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat tiga strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan strategi pemasaran *digital Shopee*, yaitu menetapkan strategi pemasaran STP pada bisnis digital, mempertahankan keunggulan yang tidak dimiliki pesaing, dan menjaga skema bisnis sebagai *e-commerce*.

Pengaruh *Customer Review* terhadap Daya beli Konsumen pada Pengguna Aplikasi *Shopee* di Kota Surabaya. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, diketahui bahwa hipotesis dari variabel *Customer Review* diterima atau berpengaruh terhadap Daya beli Konsumen pada Pengguna Aplikasi *Shopee* di Kota Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya ulasan atau *review* yang diberikan oleh konsumen lain dalam membeli suatu produk, akan memberikan pengaruh terhadap konsumen lainnya juga yang ingin melakukan pembelian pada produk sejenis sehingga hal ini bisa menjadi acuan atau menjamin dalam meningkatkan rasa ingin tahu dan minat membeli dalam diri seseorang. Ulasan yang dilakukan pada salah satu toko *online* memberikan sebuah gambaran mengenai suatu produk yang ingin dibeli dan yang ingin dimiliki, sehingga hal ini memberikan informasi tambahan kepada konsumen lain bagaimana tampilan nyata yang diberikan toko *online* tersebut, apakah toko *online* tersebut bisa memiliki kepercayaan konsumen yang lebih atau tidak.

Diketahui pada hasil penelitian yang dilakukan pada uji parsial (uji t), pada variabel X₂ (*Customer Review*) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel Y (Daya beli). Dalam pengujian tersebut didapatkan hasil pada Variabel X₂ memiliki nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel, yaitu sebesar $2,646 > 1,656$ dan Tingkat signifikansi 0,000 kurang dari 0,05. Hasil penelitian ini searah juga dengan hasil dari deskripsi karakteristik responden berdasarkan umur, jenis kelamin, pekerjaan dan pendapatan, yang mana dalam deskripsi karakteristik responden tersebut menunjukkan responden yang berusia 17 tahun – 24 tahun adalah generasi yang tumbuh dengan teknologi digital dan internet. Usia tersebut cenderung mencari informasi produk secara *online* sebelum melakukan pembelian. Ulasan yang terperinci memberikan kepercayaan yang tinggi karena memberikan gambaran yang lebih jelas dan konkret mengenai produk yang akan dibeli dan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin di dominasi oleh perempuan yang cenderung lebih berhati-hati dalam melakukan pembelian *online* yang sama halnya bahwa ulasan yang terperinci menggunakan

foto atau video memberikan banyak informasi tambahan untuk membuat keputusan yang tepat. Kepercayaan terhadap ulasan yang lengkap dan visual ini menunjukkan bahwa pengalaman yang nyata dari pengguna lain adalah salah satu kunci untuk memastikan kualitas dan keaslian produk.

Kemudian mahasiswa pada dasarnya memiliki anggaran yang terbatas dan lebih berhati-hati dalam mengeluarkan uang. Kredibilitas ulasan yang mendetail sangat penting untuk mengurangi resiko pembelian yang tidak memuaskan. Pada hasil hipotesis ini juga selaras dengan indikator – indikator yang terdapat dalam variabel penelitian ini. Sebelumnya, pada pembahasan gambaran tanggapan responden, menjelaskan bahwa indikator memiliki peran penting dalam pemahaman pernyataan – pernyataan yang diajukan kepada responden. Pada indikator Kredibilitas atau kepercayaan yang terdapat pada variabel X_2 dengan pilihan “Sangat Setuju” sebesar 93 skor pada item pernyataan “Saya lebih mempercayai komentar yang terperinci serta memiliki foto atau video dibandingkan dengan hanya ulasan teks”, dapat disimpulkan bahwa *customer review* berpengaruh terhadap daya beli konsumen pada pengguna aplikasi shopee di Kota Surabaya yang dapat dijelaskan melalui karakteristik responden dan indikator pada variabel X_2 (Kredibilitas).

Kredibilitas ulasan yang terperinci dan disertai dengan foto atau video sangat memengaruhi daya beli konsumen di Kota Surabaya. Dengan 93 responden yang paling banyak memilih Sangat Setuju menerangkan bahwa mereka lebih mempercayai ulasan sejenis. Hal ini menunjukkan bahwa detail dan visualisasi dalam ulasan memainkan peran penting dalam membangun kepercayaan dan memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Pemasaran yang mendorong dan menampilkan ulasan yang mendetail serta visual dapat meningkatkan daya beli dan kepercayaan yang tinggi terhadap *shopee*. Penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa ulasan pelanggan *online* memainkan peran penting dalam menilai tingkat loyalitas konsumen terhadap produk yang dipresentasikan. Ini mengindikasikan bahwa ulasan pelanggan online secara tidak langsung memberikan kesempatan kepada pelaku usaha untuk terus berkembang, membangun dan memperkuat kepercayaan konsumen, serta mempertahankan loyalitas terhadap produk tersebut.

Pengaruh Pemasaran *Digital* dan *Customer Review* terhadap Daya beli Konsumen pada Pengguna Aplikasi *Shopee* di Kota Surabaya. Berdasarkan hasil pengujian Secara Simultan terbukti bahwa hipotesis mengenai variabel Pemasaran Digital dan Customer Review diterima dan berdampak secara bersamaan terhadap Daya beli Konsumen pengguna aplikasi *Shopee* di Kota Surabaya. Hasil penelitian ini searah juga dengan hasil dari deskripsi

karakteristik responden berdasarkan umur, jenis kelamin, pekerjaan dan pendapatan, Yang mana, hal tersebut juga mengacu pada indikator yang terdapat pada variabel X_1 (*Credibility* atau kepercayaan) pada item pernyataan “Pemasaran digital pada aplikasi shopee membantu saya lebih percaya terhadap informasi yang disampaikan” mendapatkan skor terbanyak sebesar 77 dengan pilihan “Setuju”. Kemudian pada indikator kedua pada variabel X_1 (*Informativeness* atau informasi) dengan item pernyataan “Saya cenderung mencari informasi tambahan mengenai produk yang dipromosikan melalui review sebelumnya untuk menentukan keputusan membeli” mendapatkan skor terbanyak sebesar 86 dengan pilihan “Sangat Setuju”. Kelompok usia 17 tahun – 24 tahun adalah pengguna aktif teknologi dan internet yang cenderung mencari informasi *online* sebelum melakukan pembelian.

Pada indikator yang telah dijelaskan di atas, responden berusia muda merasa bahwa pemasaran digital pada aplikasi shopee membantu untuk lebih percaya terhadap informasi yang disampaikan terbukti dengan banyaknya jumlah skor yang di dapatkan pada pilihan Setuju sebanyak 77 skor pada indikator *Credibility* dan Sangat Setuju sebanyak 86 skor pada indikator *Informativeness*. Ini menunjukkan bahwa pemasaran digital yang dilakukan oleh shopee efektif dalam membangun kredibilitas dan kepercayaan di kalangan pengguna muda. Pada indikator yang terdapat di variabel X_2 (Kredibilitas) dengan item pernyataan “Saya lebih mempercayai komentar yang terperinci serta memiliki foto atau video dibandingkan dengan hanya ulasan teks” mendapatkan skor terbanyak sebesar 93 dengan pilihan “Sangat Setuju”. Pada penjelasan indikator tersebut, dapat dikatakan bahwa ulasan yang terperinci dengan disertai foto dan video lebih dipercaya oleh oleh kelompok usia muda yang terbukti dengan pilihan Sangat Setuju mendapatkan skor terbanyak sebesar 93.

Sehingga, berdasarkan penjabaran dari deksripsi responden dengan indikator pada variabel X_1 (*Credibility* dan *Informativeness*) dan X_2 (Kredibilitas) dapat dikatakan bahwa pemasaran digital dan *customer review* berpengaruh terhadap daya beli konsumen pada pengguna aplikasi shopee di Kota Surabaya. Responden percaya bahwa pemasaran digital membantu mereka lebih percaya terhadap informasi yang disampaikan hal ini didukung oleh jawaban responden pada pernyataan indikator sebanyak 77 skor Setuju dan mereka cenderung mencari informasi tambahan mengenai produk yang dipromosikan melalui *review* sebelumnya dan hal ini didukung oleh jawaban responden pada pernyataan indikator sebanyak 86 skor Sangat Setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa pemasaran digital yang informatif dan kredibel meningkatkan kepercayaan dan mdaya beli konsumen.

Selanjutnya pada ulasan yang terperinci disertai foto atau video sangat dipercaya oleh responden yang hal ini didukung oleh jawaban responden pada pernyataan indikator sebanyak 93 skor Setuju, sehingga dalam hal ini menunjukkan bahwa ulasan yang kredibel dan visual meningkatkan kepercayaan dan daya beli konsumen. Sehingga pada pengujian yang dilakukan secara bersama-sama terhadap variabel Y (Daya beli), memberikan respon positif dan terbukti benar adanya terdapat pengaruh secara simultan dari pengguna aplikasi shopee di Kota Surabaya. Temuan ini menegaskan bahwa kedua variabel independen memiliki faktor penting dalam strategi pemasaran *e-commerce* shopee dan memberikan panduan bagi shopee untuk mengoptimalkan pendekatan demi meningkatkan daya beli konsumen.

SIMPULAN

Dari hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini baik itu secara simultan dan parsial, terbukti adanya pengaruh positif dan signifikan variabel Pemasaran Digital, *Customer Review*, terhadap Daya beli konsumen yang menggunakan aplikasi Shopee di Kota Surabaya. Dengan adanya pemasaran dan ulasan pelanggan yang dilakukan berbasis digital atau online yang meliputi iklan media sosial, promosi, penggunaan *influencer*, dan kampanye seperti diskon atau *flash sale* memberikan respon yang positif terhadap promosi yang relevan dan menarik yang berarti membuktikan pemasaran digital ini efektif untuk diterapkan. Selain itu ulasan pelanggan yang diberikan secara *online* baik itu *rating* produk, komentar positif mengenai kualitas dan layanan, atau rekomendasi dari konsumen lain, membuktikan bahwa *customer review* ini memberikan kontribusi pada peningkatan daya beli konsumen. Melalui penelitian ini dipaparkan bahwa, *shopee* dapat mengoptimalkan strategi pemasarannya dengan memperkuat elemen – elemen pemasaran digital dan mengelola ulasan pelanggan atau *customer review* secara lebih efektif sehingga dapat menarik lebih daya beli konsumen.

DAFTAR RUJUKAN

- Aryani, M. (2021). “Analisis *Digital Marketing* Pada Hotel Kila di Kabupaten Lombok Barat Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Visionary (VIS) Vol. 6 No. 1 April 2021*.
<https://doi.org/10.33394/vis.v6i1.4085>.
- Asriansyah, M. F. (2022). *Pandemi Covid 19 dan Upaya Pencegahan*. Kemenkeu.
<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/15799/Pandemi-Covid-19-dan-Upaya-Pencegahan.html>

- Az-Zahra, Penny dan Sukmalengkawati, A. (2022). "Pengaruh *Digital Marketing* Terhadap Minat Beli Konsumen." *JIMEA : Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi) Vol. 6 No. 3 2022*. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2573>
- Faradita, P. A., & Widjajanti, K. (2023). "Pengaruh *Online Customer Review*, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia." *SOLUSI : Jurnal Ilmiah Bidang Ekonomi Vol. 12 No. 2 April 2023*. <http://dx.doi.org/10.26623/slsi.v21i2.6333>
- Ferdinand, A. (2016). Metode penelitian manajemen: pedoman penelitian untuk skripsi. In *Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen. Semarang: Universitas Diponegoro*. https://fia.ub.ac.id/katalog/index.php?p=show_detail&id=7986
- Ghozali, I. (2019). Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. In *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Jiwandono, B. (2017). Pertumbuhan Kota Studi Kasus Interaksi Kepentingan Antara Pengusaha Dengan Pemerintah Dalam Pembangunan Hotel Di Surabaya. In *Jurnal Politik Muda (Vol. 6, Nomor 1)*. <https://repository.unair.ac.id/68127/>
- Kurniawan, B. (2021). "Pengaruh *Online Customer Reviews* dan *Rating* Terhadap Minat Pembelian di Lazada." *JIBAKU : Jurnal Ilmiahh Bisnis Manajemen dan Akuntansi Vol. 2 No. 1 2021*. <https://doi.org/10.35473/v1i2.1076>
- Masyithoh, I. N., dan Novitaningtyas, I. (2021). "Pengaruh *Digital Marketing* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada *Marketplace* Tokopedia." *Jurnal Manajemen dan Bisnis Kreatif Vol. 7 No. 1 2021*. <https://doi.org/10.36805/manajemen.v7i1.1951>
- Moleong, L. J. (2018). Metodologi penelitian kualitatif. *PT Remaja Rosdakarya*. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1133305>
- Nurrokhim, A., & Widyastuti, E. (2021). Pengaruh *Social Media Marketing*, *Online Customer Review*, dan Religiusitas Terhadap Keputusan pembelian Konsumen Shopee di Masa Pandemi Covid-19 dengan Minat Beli Sebagai Variabel *Intervening*. *Journal of Management and Digital Business Vol. 1 No. 2 2021*. <https://doi.org/10.53088/jmdb.v1i2.134>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. <https://elibrary.bsi.ac.id/readbook/206060>
- Sugiyono. (2021). *Statistik Untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. https://elibrary.stikesghsby.ac.id/index.php?p=show_detail&id=1879



Pemanfaatan Dana Desa dalam Menjalankan Program Prioritas Nasional Ketahanan Pangan Nabati dan Hewani di Desa Sukamukti

Fahmi Sahlan^{1*}, Nanda Agustina², Sriayu Pracita³
fahmisahlan1994@gmail.com^{1*}, ayu.prachita@gmail.com³
^{1,2,3}Program Studi Akutansi
^{1,2}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Enam Enam Kendari
³Universitas Sembilanbelas November Kolaka

Received: 08 07 2024. Revised: 20 07 2024. Accepted: 26 07 2024.

Abstract : This research was motivated by inconsistencies regarding the utilization of village funds in Sukamukti, especially in one of the national priority programs related to animal sources and plant-based food security. This research aims to photograph the phenomenon of using Sukamukti village funds to carry out national priority programs, especially animal sources and plant-based food security programs. In solving the problems that occurred, the researcher used qualitative methods with a phenomenological approach. The results of this study indicate that the implementation of the use of village funds in realizing the priority program of plant and animal food security in Sukamukti Village has not gone well, this is due to the inappropriate allocation of village funds and less than optimal program determination. The plant and animal food security program in Sukamukti Village is also not in accordance with the needs of the community. Most of the people in Sukamukti Village work as farmers, especially rice farmers, but in 2022 in the plant and animal food security program there are no agricultural programs being implemented, especially in rice fields. This shows a mismatch between the practice of utilizing village funds and the needs and provisions that have been stipulated in PDTT Number 7 of 2021.

Keywords : Utilization, Village Funds, Transparency, Accountability.

Abstrak : Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya inkonsistensi terkait pemanfaatan dana desa di Sukamukti khususnya pada salah satu program prioritas nasional terkait ketahanan pangan dan hewani. Penelitian ini bertujuan untuk memotret fenomena dalam pemanfaatan dana desa Sukamukti untuk menjalankan program prioritas nasional khususnya pada program ketahanan pangan nabati dan hewani. Dalam memecahkan permasalahan yang terjadi maka peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengimplementasian pemanfaatan dana desa dalam merealisasikan program prioritas ketahanan pangan nabati dan hewani di Desa Sukamukti belum berjalan dengan baik, hal ini karena pengalokasian dana desa yang kurang tepat dan penentuan program yang kurang optimal. Program ketahanan pangan nabati dan hewani di Desa Sukamukti juga tidak sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Sebagian besar masyarakat di Desa Sukamukti berprofesi sebagai petani khususnya petani sawah, namun pada tahun 2022

dalam program ketahanan pangan nabati dan hewani tidak terdapat program pertanian yang dijalankan terutama di persawahan. Hal ini menunjukkan ketidaksesuaian antara praktik pemanfaatan dana desa dengan kebutuhan dan ketentuan yang telah ditetapkan dalam PDTT Nomor 7 Tahun 2021.

Kata Kunci : Pemanfaatan, Dana Desa, Transparansi, Akuntabilitas.

PENDAHULUAN

Keberadaan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa meningkatkan status desa sebagai pemerintahan masyarakat, serta perannya dalam penciptaan infrastruktur desa dan pemberdayaan masyarakat. Dengan adanya undang-undang ini, dana pemerintah akan lebih banyak disalurkan ke tingkat desa. (Gibran dkk., 2021). Dana desa yang dimaksud adalah dana yang berasal dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) yang difokuskan untuk kemajuan dan penguatan daerah (Hulu dkk., 2018). Menurut Faoziyah & Salim (2020) alasan pemerintah menyalurkan dana ke desa adalah upaya untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat di daerah. Beberapa tujuan utama pemberian dana desa yaitu: peningkatan kesejahteraan, redistribusi pendapatan, pemberdayaan masyarakat, pengentasan kemiskinan dan penguatan otonomi daerah (Purwadinata dkk., 2024). Besaran dana desa yang akan didapatkan oleh desa memberikan harapan bagi kemajuan pembangunan di desa dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa (Karyada dkk., 2020)

Program Prioritas Nasional adalah inisiatif atau proyek yang dipilih oleh pemerintah di Indonesia sebagai fokus utama dalam upaya mencapai tujuan pembangunan secara nasional (Pamungkas dkk., 2020). Program-program ini biasanya mencakup sektor-sektor penting yang dianggap memiliki dampak signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, kesejahteraan sosial, dan pembangunan berkelanjutan pada masyarakat (Faoziyah & Salim, 2020). Sehingga untuk mencapai hal-hal tersebut, maka diperlukan pemanfaatan serta pengelolaan dana desa dengan baik (Bukhari, 2021). Penggunaan dana desa yang benar dapat memajukan dan memperbaiki kondisi desa, serta meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat (Sawitri & Gayatri, 2021). Hal ini tertuang dalam Permendes PDTT Nomor 7 Tahun 2021, yang membahas tentang program prioritas nasional berdasarkan kewenangan desa, mitigasi dan penanggulangan bencana alam dan bencana akibat ulah manusia, serta pemulihan ekonomi nasional berdasarkan kewenangan desa.

Desa Sukamukti merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Lalembuu Kabupaten Konawe Selatan Provinsi Sulawesi Tenggara. Masyarakat di Desa Sukamukti mayoritas melakukan aktivitas bertani seperti mengelolah sawah ataupun perkebunan serta beternak hewan sapi, kambing dan ayam. Tentu saja letak geografis yang menawarkan potensi

sumber daya alam melimpah mendukung hal tersebut. Dalam mendukung kemajuan pembangunan serta meningkatkan kesejahteraan dan pendapatan desa, maka Desa Sukamukti harus memanfaatkan dana desa dengan tepat dan menyesuaikan kondisi serta kebutuhan masyarakat desa. Desa Sukamukti telah melakukan pelaporan anggaran dana desa sejak tahun 2018 yang dikelola oleh Kepala Desa yang dibantu oleh Bendahara Desa. Hal ini mempermudah pengelolaan anggaran dana desa dengan tepat. Musyawarah Perencanaan Pembangunan Desa (Musrenbang) menyepakati tiga program dana desa untuk Desa Sukamukti yaitu: pemulihan ekonomi; mencegah dan menangani bencana alam dan bencana akibat ulah manusia; dan program prioritas nasional yang sesuai kewenangan desa.

Dari ketiga program dana desa terdapat program prioritas nasional yang belum sepenuhnya terealisasi dikarenakan terjadi perubahan anggaran belanja yang terjadi ditingkat Kabupaten yaitu ketahanan pangan nabati dan hewani untuk tahun anggaran 2022. Padahal program tersebut merupakan program yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat Desa Sukamukti. Musrenbang Desa Sukamukti telah memutuskan bahwa pembangunan lumbung pangan desa, pengelolaan pasca panen, dan penguatan program ketahanan pangan lainnya merupakan program prioritas terkait ketahanan pangan nabati dan hewani. Berikut data dana desa Sukamukti.

Tabel 1. Data Belanja Desa Sukamukti Anggaran 2022

Uraian	Rencana Anggaran Belanja Desa		Realisasi
	Disetujui oleh Desa	Disetujui oleh Kabupaten	
Pengadaan benih unggul perikanan dan kelautan	Rp 0	Rp110.234.200	Rp110.234.200
Pembangunan pengadaan dan pengembangan sarana penunjang ketahanan pangan nabati dan hewani	Rp140.234.200	Rp 30.000.000	Rp 30.000.000

Data tabel di atas menunjukkan bahwa terdapat perubahan anggaran dana belanja desa tahun 2022 untuk keperluan program ketahanan pangan nabati dan hewani dari tingkat Musrenbang ke tingkat Kabupaten. Di mana terjadi perubahan anggaran di tingkat kabupaten yaitu pengadaan benih unggul perikanan dan kelautan sebesar Rp 110.234.200 atau 79% dari total anggaran yang telah direncanakan oleh Desa Sukamukti. Sementara, anggaran untuk pembangunan pengadaan dan pengembangan sarana penunjang ketahanan pangan nabati dan hewani dipangkas menjadi Rp 30.000.000 atau sebesar 21% dari total anggaran yang telah direncanakan. Pengalihan atau perubahan anggaran belanja desa tersebut tentunya tidak

relevan dengan kebutuhan masyarakat yang telah ditetapkan melalui Musrenbang Desa Sukamukti. Inkonsistensi dalam pemanfaatan dana desa menyebabkan penghambatan dalam menjalankan program prioritas yang sesuai dengan kewenangan Desa Sukamukti.

Beberapa penelitian sebelumnya, termasuk yang dilakukan oleh Zamhasari, dkk (2022) yang menemukan bahwa penggunaan dana desa dalam pembangunan Desa Lipat Kain Utara sudah baik dan efektif. Hal ini ditunjukkan dengan sejumlah program pembangunan yang dilaksanakan sesuai dengan rencana pembangunan pemerintah desa melalui Musrenbang Desa. Selain itu, penelitian yang dipimpin oleh Setiawan, dkk (2022) menunjukkan bahwa pelaksanaan pemanfaatan dana desa berdasarkan Permendes PDTT Nomor 16 Tahun 2018 belum sepenuhnya terlaksana atau belum menjadi acuan dalam pembangunan desa. Buruknya pemanfaatan dana desa, dapat berdampak tidak hanya pada kemajuan dan perkembangan kondisi desa namun juga pada kesejahteraan masyarakat desa. Wajar jika peneliti tertarik untuk menggambarkan fenomena yang terjadi pada Desa Sukamukti terkait implementasi kebijakan Permendes PDTT Nomor 7 Tahun 2021. Oleh karena itu, berdasarkan uraian di atas maka penelitian ini bertujuan melakukan analisa secara mendalam untuk menggambarkan fenomena dalam implementasi kebijakan Permendes PDTT Nomor 7 Tahun 2021 tentang Prioritas Penggunaan Dana Desa yang terjadi di Desa Sukamukti tahun anggaran 2022.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Tentu saja tujuannya adalah untuk menggambarkan hal-hal yang terjadi, baik yang alami maupun yang disebabkan oleh masyarakat. Penelitian ini akan mengkaji pemanfaatan dana desa yang merujuk pada Permendes PDTT Nomor 7 Tahun 2021. Pemanfaatan dana desa dalam penelitian ini merupakan penggunaan hingga pengelolaan dana yang disediakan oleh pemerintah dalam membangun dan memajukan desa. Dalam Permendes PDTT Nomor 7 Tahun 2021 mengungkapkan bahwa pemanfaatan dana desa dapat ditinjau dari transparansi, partisipatif, dapat dinikmati masyarakat, akuntabilitas dan berkelanjutan. Penelitian ini dilakukan di Desa Sukamukti Kecamatan Lalembuu Kabupaten Konawe Selatan Provinsi Sulawesi Tenggara. Informan penelitian 6 orang yang terdiri dari 4 aparat Desa Sukamukti dan 2 orang warga Desa Sukamukti. Informan tersebut adalah Kepala Desa, Sekretaris Desa, Kaur Keuangan Desa, Badan Permusyawaratan Desa dan warga Desa Sukamukti.

Penelitian ini dimaksudkan untuk melakukan pengamatan pada Tahun Anggaran 2022. Data primer dan sekunder dijadikan sebagai sumber data penelitian ini. *Indepth interviews*

terhadap informan merupakan sumber data primer, sedangkan data pelaksanaan program prioritas nasional pemerintah Desa Sukamukti dan data anggaran dana desa merupakan contoh data sekunder. Dalam menjaga kredibilitas dan validitas data yang telah dikumpulkan, penelitian ini melakukan triangulasi sumber, yaitu dengan cara membandingkan dan memeriksa data dari berbagai perspektif yang telah dikumpulkan, yang selanjutnya mengidentifikasi konsistensi atau perbedaan sehingga memungkinkan pemahaman yang lebih mendalam dan komprehensif. Dalam penelitian ini, teknik analisis data melibatkan beberapa langkah, antara lain pengumpulan data, validasi data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dana desa yang diterima Desa Sukamukti pada tahun 2022 berjumlah Rp 701.171.000,- ditambah pendapatan transfer, alokasi Dana Desa, dan bantuan keuangan kabupaten/kota. Sehingga total keseluruhan dana yang diterima pada tahun 2022 adalah sebesar Rp 952.250.000, informasi ini berdasarkan informasi yang diperoleh dari wawancara mendalam dan penelaahan dokumen keuangan desa. Dana tersebut digunakan untuk membiayai kebutuhan desa dan program prioritas nasional Desa Sukamukti pada tahun 2022. Dalam penggunaan dana desa Pemerintah Desa Sukamukti mengikuti peraturan yang ditetapkan pemerintah pusat yaitu Permendes PDTT Nomor 7 Tahun 2021.

Pada tahun 2022 pemerintah pusat memberikan arahan kepada pemerintah desa untuk menjalankan program baru yaitu program ketahanan pangan nabati dan hewani. Program ketahanan pangan nabati dan hewani yang telah disalurkan kepada masyarakat adalah pembagian bibit ikan lele, perlengkapan alat pengolah pakan, dan juga alat untuk pengolahan pupuk organik. Program tersebut merupakan salah satu bentuk pemanfaatan Dana Desa. Terdapat perbedaan antara anggaran yang direncanakan dan realisasi anggaran yang terjadi di lapangan. Pada awalnya, penentuan program-program pembangunan desa mengikuti Permendes PDTT Nomor 7 Tahun 2021. Namun, ketika diadakan rapat di Kabupaten Konawe Selatan, disampaikan bahwa pelaksanaan program dana desa harus mengikuti peraturan Bupati Konawe Selatan, yang tetap berpedoman pada Permendes PDTT Nomor 7 Tahun 2021.

Pada tahun 2022, bidang ketahanan pangan nabati dan hewani bagian sub bidang kelautan dan perikanan mengadakan benih unggul perikanan dan kelautan bersertifikasi. Benih unggul perikanan yang dimaksud adalah pembagian bibit ikan lele per kepala keluarga,

terdapat 146 kantung bibit ikan yang dibagikan kepada masyarakat per kepala keluarga, dengan jumlah bibit ikan satu kepala keluarga mendapatkan 500 ekor bibit ikan, dengan harga beli Rp1.500 perekor. Sehingga untuk pengadaan benih unggul perikanan dan kelautan bersertifikasi menghabiskan dana sebesar Rp 110.234.000 terhitung dengan uang transportasi. Bidang ketahanan pangan nabati dan hewani bagian sub bidang ketahanan pangan dan hewani mengadakan pembangunan, pengadaan dan pengembangan sarana penunjang ketahanan yaitu berupa perlengkapan alat penolah pakan yang diberikan kepada 4 kelompok peternak kambing, alat pengolah limbah kambing untuk pupuk organik yang menghabiskan dana sebesar Rp 30.000.000.

Transparansi dalam Pemanfaatan Dana Desa Sukamukti. Hasil wawancara oleh Kepala Desa, Sekretaris Desa dan Kaur Keuangan serta pengkajian dokumen Desa Sukamukti menunjukkan bahwa Dana Desa sepenuhnya dikelola oleh kaur keuangan, hal tersebut memastikan bahwa aspek finansial berada di tangan yang spesifik dan berkompeten dibidangnya. Masyarakat, serta perangkat desa seperti kepala desa, sekretaris desa (sekdes), dan perangkat dusun, secara aktif memantau penggunaan dana. Masyarakat juga terlibat dalam pengawasan dan merasakan langsung dampak dari pembangunan dan bantuan yang didanai oleh Dana Desa. Terdapat pendamping di tingkat kecamatan yang bertugas mengawasi penggunaan Dana Desa. Selain itu terdapat Lembaga inspektorat yang memiliki kewenangan untuk melakukan pemeriksaan administratif dan memberikan masukan jika terdapat kekeliruan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan pengelolaan dana desa melibatkan berbagai lapisan pengawasan dan pemantauan, baik dari internal desa, kecamatan, lembaga inspektorat, LSM, hingga masyarakat. Hal ini menunjukkan adanya sistem pengawasan yang komprehensif untuk memastikan bahwa dana desa digunakan secara efektif, transparan, dan tepat sasaran. Hal tersebut telah dilaksanakan dan berjalan dengan baik, berdasarkan temuan penelitian yang mengamati transparansi penggunaan dana Desa Sukamukti. Dapat dikatakan baik karena kemudahan dalam akses informasi yang terbuka, masyarakat menjadi lebih sadar akan hak dan tanggung jawab mereka dalam pembangunan desa. Selain itu, Desa Sukamukti berpegang pada Permendes PDTT Nomor 7 Tahun 2021 tentang pemanfaatan Dana Desa tahun 2022 dari segi transparansi. Hal ini didasarkan pada fakta bahwa Desa Sukamukti menyediakan dan mengakses dokumen, informasi jelas dan lengkap, proses terbuka, dan kerangka peraturan menjamin transparansi.

Partisipatif Masyarakat dalam Pemanfaatan Dana Desa Sukamukti. Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh Sekretaris Desa dan masyarakat Desa Sukamukti serta pengkajian dokumen Desa Sukamukti menunjukkan bahwa proses partisipatif dalam penyusunan program dan pengambilan keputusan pembangunan di tingkat desa dimulai dengan musyawarah dusun, di mana masyarakat berdiskusi untuk mengidentifikasi kebutuhan dan menyusun program-program prioritas yang akan dijadikan sebagai bagian dari dokumen RPJMDes. Dalam musyawarah dusun inilah berbagai usulan dari masyarakat disampaikan. Selanjutnya, ada musyawarah desa yang dilaksanakan oleh BPD, di mana prioritas dari usulan-usulan tersebut ditentukan untuk dijadikan sebagai agenda kerja dalam tahun berjalan. Proses ini memungkinkan penyaringan usulan-usulan yang telah disampaikan dalam musyawarah dusun. Melalui musrenbang desa, dokumen rencana kerja pemerintah desa didasarkan pada hasil musyawarah desa. Forum yang menentukan prioritas program pembangunan desa berdasarkan kebutuhan yang telah diidentifikasi adalah Musrenbang Desa.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dalam proses pengambilan keputusan terkait program desa, masyarakat juga dilibatkan melalui musyawarah di balai desa. Ini menunjukkan bahwa kebijakan pembangunan desa didasarkan pada partisipasi aktif masyarakat serta mengikuti prinsip musyawarah untuk mencapai kebijakan-kebijakan nasional yang berkelanjutan. Pemanfaatan dana Desa Sukamukti telah dilaksanakan secara utuh dan berhasil, terbukti dari temuan penelitian yang dikaji dalam perspektif partisipatif. Hal ini terbukti dari pengambilan keputusan di tingkat desa melalui musrenbang terkait program prioritas nasional melibatkan masyarakat hal ini dilakukan agar mengetahui kebutuhan masyarakat. Keikutsertaan dalam musrenbang tingkat Desa Sukamukti sesuai dengan Permendes PDPTT Nomor 7 Tahun 2021 tentang Pemanfaatan Dana Desa tahun 2022 yaitu kontribusi, pengorganisasian, peran dan tindakan masyarakat, motivasi masyarakat, dan tanggung jawab masyarakat. Namun, beda halnya pada tingkat kabupaten bahwa hasil dari musrenbang yang telah dilakukan di Desa Sukamukti seolah tidak berarti. Hal ini terlihat dari banyaknya anggaran yang dirubah pada saat pengambilan keputusan terkait penentuan program prioritas nasional. Sehingga, sebagian program yang dijalankan berdasarkan musrenbang tidak sesuai dengan kebutuhan masyarakat di Desa Sukamukti.

Pemanfaatan Dana Desa yang dapat Dinikmati Masyarakat. Dari wawancara Sekretaris Desa dengan masyarakat Desa Sukamukti serta peninjauan dokumen Desa Sukamukti terlihat jelas bahwa pemerintah desa mencoba mengukur tingkat kepuasan masyarakat terhadap kinerja mereka dalam musyawarah. Hal ini dilakukan untuk mengetahui

apakah masyarakat betul merasakan dari program yang dijalankan. Penyampaian dari masyarakat tentang sejauh mana keberhasilan pemerintah desa dalam menjalankan roda pemerintahannya menunjukkan adanya pendapat dan upaya untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan publik. Ini juga mencerminkan semangat untuk belajar dari pengalaman dan mengimplementasikan perbaikan yang diperlukan.

Namun, mengingat hasil eksplorasi yang telah dilakukan dengan meninjau pemanfaatan dana desa yang dapat dinikmati oleh warga desa belum sepenuhnya sesuai dengan PDTT Nomor 7 Tahun 2021 tentang Program Prioritas Tahun 2022. Hal ini didasari bahwa sebagian program yang ditetapkan pemerintah pusat dan usulan dari masyarakat telah dijalankan, masyarakat Desa Sukamukti belum sepenuhnya merasakan manfaatnya. Terkait program ketahanan pangan nabati dan hewani masyarakat hanya merasakan di bidang perikanan seperti pemberian bibit ikan lele, pembangunan, pengadaan, dan pengembangan sarana penunjang ketahanan. Perlu diketahui bahwa di tahun 2022 Desa Sukamukti menjalankan program ketahanan pangan nabati dan hewani berupa pembagian bibit ikan lele, yang mana masyarakat Desa Sukamukti tidak berprofesi sebagai peternak ikan sehingga masyarakat kesulitan untuk merawat bibit ikan yang diberikan pemerintah melalui dana desa. Lebih dari itu, para petani yang merupakan aktivitas utama di Desa Sukamukti belum sepenuhnya menikmati manfaat dari dana desa tersebut. Terlebih lagi sawah yang ada di Desa Sukamukti sering mengalami kekeringan dikarenakan bendungan yang digunakan untuk menampung air mengalami kebocoran. Selain itu keadaan alam yang kurang mendukung, dibagian bendungan tempat penampung air tidak ada sumber mata air dan terjadi pendangkalan. Tidak ada program yang direalisasikan untuk persawahan di tahun 2022.

Akuntabilitas dalam Pemanfaatan Dana Desa Sukamukti. Dari telaah dokumen Desa Sukamukti dan hasil wawancara dengan Kepala Desa, Sekretaris Desa, Kepala Keuangan, dan anggota masyarakat Desa Sukamukti terlihat bahwa pemanfaatan Dana Desa sudah memiliki mekanisme pemanfaatan yang jelas. Pemerintah atasan kecamatan secara rutin melakukan monitoring dan evaluasi terhadap program-program yang telah dilaksanakan maupun yang belum. Selain itu, terdapat pendampingan dari berbagai pihak seperti pendamping desa, Babinkamtibmas, dan Babinsa yang selalu mengawal kegiatan pembangunan di Desa. Mereka memastikan bahwa Dana Desa digunakan sesuai dengan tujuan dan program yang telah direncanakan. Pendampingan ini mencakup berbagai aspek, mulai dari perencanaan hingga pelaksanaan program, untuk memastikan transparansi dan akuntabilitas. Pendamping desa berperan dalam memberikan bimbingan teknis dan administratif kepada pemerintah desa.

Sementara itu, Babinkamtibmas dan Babinsa membantu dalam menjaga keamanan dan ketertiban selama proses pembangunan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa proses kerjasama antara pemerintah desa, pendamping desa, serta aparat keamanan yang sangat penting untuk mencapai tujuan pembangunan yang berkelanjutan dan merata di Desa Sukamukti. Dengan adanya pengawasan dan pendampingan yang ketat, diharapkan penggunaan Dana Desa dapat lebih efektif dan efisien, serta dapat mencegah terjadinya penyalahgunaan dana yang dapat merugikan masyarakat. Evaluasi yang dilakukan oleh pihak kecamatan melibatkan peninjauan detail dari setiap program yang dijalankan, mencakup pencapaian, kendala, dan kebutuhan yang belum terpenuhi. Hal ini dilakukan untuk memastikan setiap program yang didanai benar-benar membantu masyarakat di Desa Sukamukti.

Namun dalam pembagian atau pengelompokan sub bidang ketahanan pangan nabati dan hewani belum sesuai. Hal ini ditunjukkan dengan masuknya subsektor pengembangan sumber daya manusia dan subsektor peningkatan kapasitas perangkat desa dalam program ketahanan pangan tanaman dan hewan dalam laporan APBDes tahun 2022. Hal ini terjadi dengan alasan dalam melakukan penyaluran serta pendampingan bibit ikan lele, perlengkapan alat pengolah pakan ternak kambing dan alat pengolah limbah kambing membutuhkan pemahaman lebih dari aparat desa dan masyarakat sehingga menyebabkan sub bidang peningkatan kapasitas aparatur desa dan sub bidang pengembangan sumber daya manusia masuk dalam ketahanan pangan nabati dan hewani. Menurut Permendes PDPTT Nomor 7 Tahun 2021 kedua sub bidang tersebut masuk dalam bidang pembinaan kemasyarakatan bukan bidang ketahanan pangan nabati dan hewani. Oleh karena itu, berdasarkan temuan penelitian yang melihat akuntabilitas, penggunaan dana Desa Sukamukti belum sepenuhnya sesuai dengan PDPTT Nomor 7 Tahun 2021 tentang Program Prioritas Tahun 2022.

Pemanfaatan Dana Desa yang Berkelanjutan. Temuan dari wawancara dengan Kepala Desa, Sekretaris, Kepala Keuangan dan masyarakat, serta kajian dokumen Desa Sukamukti menunjukkan bahwa faktor utama dalam perencanaan program adalah kemitraan dengan masyarakat. Prosesnya dimulai dengan mengadakan musyawarah bersama seluruh lapisan masyarakat. Pada forum ini, berbagai usulan dan ide dari masyarakat dikumpulkan dan didiskusikan secara mendalam. Melalui musyawarah ini, setiap suara didengar dan dipertimbangkan, sehingga Pemerintah Desa dapat memahami kebutuhan dan aspirasi masyarakat. Setelah semua usulan diterima, Pemerintah Desa melakukan seleksi untuk menentukan prioritas utama. Proses seleksi ini bertujuan untuk memilih program-program

yang paling mendesak dan memiliki dampak terbesar bagi kesejahteraan masyarakat. Dengan cara ini, kami memastikan bahwa setiap program yang dipilih benar-benar relevan dan bermanfaat bagi masyarakat Desa Sukamukti.

Selain merencanakan program baru, Pemerintah Desa Sukamukti juga fokus pada kelanjutan program yang belum rampung di tahun 2021. Menyelesaikan program-program di tahun sebelumnya merupakan prioritas, karena penting untuk memberikan keberlanjutan dan menyelesaikan apa yang telah dimulai agar manfaatnya dapat dirasakan oleh masyarakat Desa Sukamukti. Namun, Pemerintah Desa Sukamukti juga mengidentifikasi dan memperhatikan program-program prioritas yang muncul di tahun 2022. Ini dilakukan untuk memastikan bahwa perencanaan Pemerintah tetap tepat sasaran terhadap perubahan dan kebutuhan baru yang mungkin muncul. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa strategi indikator keberlanjutan mencakup dua aspek utama yaitu untuk menyelesaikan program-program yang tertunda dari tahun sebelumnya dan memprioritaskan program baru serta usulan dari masyarakat berdasarkan evaluasi kebutuhan. Diketahui, berdasarkan temuan penelitian yang melihat pemanfaatan dana Desa Sukamukti secara berkelanjutan sesuai dengan PDTT Nomor 7 Tahun 2021 tentang Program Prioritas Tahun 2022. Hal ini didasari terkait program tahun 2022 yang belum selesai dibawa ke tahun 2023, program tersebut adalah pembagian bibit ikan lele yang merupakan salah satu program ketahanan pangan nabati dan hewani.

Uraian hasil penelitian ini di atas telah sesuai dengan temuan Fanisa & Ma'ruf (2021) bahwa pemilihan tenaga PKTD oleh Pemerintah Desa Bohar tidak berdasarkan data keluarga miskin atau pengangguran. Oleh karena itu, sasarannya tidak tepat sehingga menjelaskan alasan penggunaan dana desa untuk PKTD belum dilaksanakan dengan baik. Demikian pula Setiawan, dkk (2022) menemukan bahwa pelaksanaan Permendesa PDTT Nomor 16 Tahun 2018 tentang penggunaan dana desa belum sepenuhnya terlaksana atau belum menjadi model pelaksanaan pembangunan. Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian terdapat beberapa solusi alternatif yang dapat diimplementasikan oleh Pemerintah Desa Sukamukti agar pemanfaatan dana desa dapat berjalan dengan baik. Pemerintah Desa Sukamukti perlu melakukan optimalisasi program pertanian seperti fokus pada penyediaan bibit padi berkualitas, pelatihan teknik pertanian modern, dan pengadaan alat pertanian serta mengembangkan program pertanian lainnya yang sesuai dengan kondisi lokal, seperti sayuran atau tanaman hortikultura.

Pemerintah Desa Sukamukti perlu meningkatkan kapasitas dan pelatihan seperti mengadakan pelatihan rutin untuk para petani tentang teknik pertanian yang efisien,

penggunaan pupuk organik, dan cara mengelola hasil panen serta menyediakan pendampingan oleh penyuluh pertanian yang dapat memberikan konsultasi dan bantuan teknis kepada para petani. Selain itu Pemerintah Desa Sukamukti perlu melakukan monitoring dan evaluasi program seperti mengembangkan sistem monitoring yang efektif untuk mengawasi pelaksanaan program ketahanan pangan. Hal ini bertujuan untuk memastikan setiap tahapan program telah tercatat dengan baik serta mendapatkan umpan balik dari masyarakat untuk mengetahui efektivitas program dan melakukan penyesuaian jika diperlukan. Pemerintah Desa Sukamukti juga perlu melakukan kolaborasi dengan pihak eksternal seperti bekerjasama dengan perguruan tinggi ataupun lembaga penelitian untuk mendapatkan bantuan teknis dan ilmiah dalam mengembangkan program ketahanan pangan. Diperlukan juga mengajak sektor swasta di daerah tersebut untuk berpartisipasi dalam program melalui Corporate Social Responsibility (CSR) untuk mendukung keberlanjutan program.

SIMPULAN

Berdasarkan temuan penelitian dapat diambil kesimpulan bahwa pemanfaatan dana desa Desa Sukamukti untuk melaksanakan program prioritas ketahanan pangan nabati dan hewani belum terlaksana dengan baik. Hal ini terlihat dari beberapa faktor, antara lain kesalahan pengalokasian dana desa dan pengajuan program yang kurang optimal. Kebutuhan masyarakat belum sepenuhnya terpenuhi melalui program ketahanan pangan nabati dan hewan di Desa Sukamukti, karena mayoritas penduduknya berprofesi sebagai petani. Tahun 2022 Desa Sukamukti menjalankan program ketahanan pangan nabati dan hewani berupa pembagian bibit ikan lele, yang mana masyarakat Desa Sukamukti tidak berprofesi sebagai peternak ikan lele sehingga terjadi kesulitan untuk merawat bibit ikan yang diberikan pemerintah. Hal ini menunjukkan ketidaksesuaian antara praktik pemanfaatan dana desa dengan kebutuhan dan ketentuan yang telah ditetapkan dalam PDTT Nomor 7 Tahun 2021.

DAFTAR RUJUKAN

- Bukhari, E. (2021). Pengaruh Dana Desa dalam Mengentaskan Kemiskinan Penduduk Desa. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 21(2), 219–228. <https://doi.org/10.31599/jki.v21i2.540>
- Fanisa, B., & Ma'ruf, M. F. (2021). Pemanfaatan Dana Desa Bagi Warga Terdampak Pandemi Covid-19 (Studi Desa Bohar, Kecamatan Taman, Kabupaten Sidoarjo). *Jurnal Enersia Publika*, 9(2), 271–282. DOI: <https://doi.org/10.26740/publika.v9n2.p271-282>

- Faoziyah, U., & Salim, W. (2020). Seeking Prosperity Through Village Proliferation: An Evidence of the Implementation of Village Funds (Dana Desa) in Indonesia. *Journal of Regional and City Planning*, 31(2), 97–121. <https://doi.org/10.5614/jpwk.2020.31.2.1>
- Gibran, K., Jaddang, S., & Ardiansyah, Muh. (2021). Akuntabilitas pengelolaan dana desa dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa di kecamatan Jangka. *Jurnal Studi Pemerintahan dan Akuntabilitas*, 1(1), 69–82. DOI: <https://doi.org/10.35912/jastaka.v1i1.291>
- Hulu, Y., Harahap, R. H., & Nasutian, M. A. (2018). Pengelolaan Dana Desa dalam Pemberdayaan Masyarakat Desa. *JUPIIS: Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial*, 10(1), 146–154. <https://doi.org/10.24114/jupiis.v10i1.9974>.
- Karyada, I. P. F., Ayu, P. C., & Mahayasa, I. G. A. (2020). Pola Dan Peta Kemampuan Keuangan Desa Setelah Penerbitan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(3), 760–772. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v12i2.29853>
- Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia. (2014). Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 113 Tahun 2014 Tentang Pengelolaan Keuangan Desa. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/111736/permendagri-no-113-tahun-2014>
- Kementerian Desa PDTT Republik Indonesia. (2021). Permendesa Peraturan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi Nomor 7 Tahun 2021 Tentang Prioritas Penggunaan Dana Desa Tahun 2022. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/199693/permendesa-pdtt-no-7-tahun-2021>
- Pamungkas, B. D., Sucihati, R. N., & Fitriyani, V. (2020). Penggunaan Dana Desa Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kabupaten Sumbawa. *Indonesian Journal of Social Sciences and Humanities*, 1(2), 96–108. <https://journal.publication-center.com/index.php/ijssh/article/view/109>
- Pemerintah Kabupaten Konawe Selatan. (2022). Peraturan Pemerintah Kabupaten Konawe Selatan Nomor 5 Tahun 2022 Tentang Pedoman Pengelolaan Dana Desa Di Kabupaten Konawe Selatan Tahun Anggaran 2022. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/225917/perbup-kab-konawe-selatan-no-5-tahun-2022>
- Pemerintah Republik Indonesia. (2015). Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2015 Tentang Perubahan atas Peraturan Pemerintah Nomor 43 Tahun 2014 Tentang

- Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014.
<https://peraturan.bpk.go.id/Details/5617/pp-no-47-tahun-2015>
- Pemerintah Republik Indonesia. (2014). Peraturan Pemerintah Nomor 60 Tahun 2014 Tentang Dana Desa yang Bersumber Dari Anggaran Pendapatan Dan Belanja Negara.
<https://peraturan.bpk.go.id/Details/5501>
- Purwadinata, S., Wafik, A. Z., & Harsono, I. (2024). Pemanfaatan Dana Desa Sebagai Upaya Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Desa dari Perspektif Keuangan Daerah. *EKOMA*, 3(3), 1191–1196. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v3i3.3253>
- Republik Indonesia. (2004). Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 Tentang Pemerintahan Daerah. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004.
<https://peraturan.bpk.go.id/Download/30504/UU%20Nomor%2032%20Tahun%202004.pdf>
- Republik Indonesia. (2014). Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/38582/uu-no-6-tahun-2014>
- Republik Indonesia. (2015). Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2015 Tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2014 Tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah Menjadi Undang-Undang. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2015.
<https://peraturan.bpk.go.id/Details/37678/uu-no-2-tahun-2015>
- Sawitri, P. I., & Gayatri, G. (2021). Kejelasan Sasaran Anggaran, Sistem Pelaporan dan Kompetensi Perangkat Desa pada Akuntabilitas Pengelolaan Dana Desa. *E-Jurnal Akuntansi*, 31(2), 476–489. <https://doi.org/10.24843/EJA.2021.v31.i02.p17>
- Setiawan, P., Badaruddin, B., & Amin, M. (2022). Analisis Penggunaan Dana Desa Berdasarkan Permendesa PDTT Nomor 16 Tahun 2018 Tentang Prioritas Penggunaan Dana Desa Tahun 2019. *PERSPEKTIF*, 11(2), 718–734.
<https://doi.org/10.31289/perspektif.v11i2.6175>
- Zamhasari, Masril, A., Suryaningsih, & Fahrul, G. T. (2022). Pemanfaatan Dana Desa dalam Pembangunan Desa di Desa Lipat Kain Utara Kecamatan Kampar Kiri Kabupaten Kampar Provinsi Riau Tahun 2019. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 1(8), 755-762. <https://doi.org/10.53625/jirk.v1i8.1188>



Pengaruh Kredibilitas dan Kualitas Pelayanan *Host Live* terhadap Minat Beli Konsumen di Aplikasi *TikTok* pada Masyarakat Kecamatan Wringinanom Gresik

Dimas Warsito Putro^{1*}, Is Fadhillah², Anis Fitriyasari³

dimaswarsito41@gmail.com^{1*}, isfadhillah@gmail.com², anisfitriyasari@gmail.com³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen

^{1,2,3}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IBMT

Received: 07 07 2024. Revised: 20 07 2024. Accepted: 28 07 2024.

Abstract : Discovery of differences public perceptions in Wringinanom Gresik sub-district regarding the credibility and quality of live host services regarding their purchasing interest as consumers on TikTok application. Aim of this research is to find out: whether the credibility of the live host has an effect on consumer buying interest, whether the quality of the live host's service has an effect on consumer buying interest, and whether the credibility and quality of the live host's service have a simultaneous effect on consumer buying interest. Method used is quantitative method, with data collection technique is distributing questionnaires to 96 respondents. Data analysis using quantitative analysis, classical assumption test, multiple linear analysis, and hypothesis testing (coefficient determination, t test, F test). Results of analysis using t test show that two variables produce t_{table} value $>$ t_{count} (1.98580), where credibility is 5.572 and service quality is 4.315. These findings show that both credibility and service quality have a positive effect on consumer buying interest. Apart from that, the F test results show calculated F_{count} value (99.298) $>$ F_{table} (3.09) which shows that credibility and service quality simultaneously influence consumer buying interest.

Keyword : Credibility, Service Quality, Consumer Buying Interest.

Abtrak : Ditemukannya perbedaan persepsi masyarakat di kecamatan Wringinanom Gresik mengenai kredibilitas serta kualitas pelayanan *host live* terhadap minat beli mereka sebagai konsumen di aplikasi TikTok. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui: apakah kredibilitas host live berpengaruh terhadap minat beli konsumen, apakah kualitas pelayanan host live berpengaruh terhadap minat beli konsumen, serta apakah kredibilitas dan kualitas pelayanan host live berpengaruh secara simultan terhadap minat beli konsumen. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data berupa kuesioner yang disebarkan kepada 96 responden. Analisis data menggunakan analisis kuantitatif, uji asumsi klasik, analisis linear berganda, serta uji hipotesa (koefisien determinasi, uji t, uji F). Hasil analisis menggunakan uji t menunjukkan kedua variabel menghasilkan nilai t tabel $>$ t hitung (1,98580), dimana kredibilitas sebesar 5,572 dan kualitas pelayanan sebesar 4,315. Temuan ini menunjukkan baik kredibilitas maupun kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen. Selain itu, hasil uji F menunjukkan nilai F hitung (99,298) $>$ F tabel (3,09) yang menunjukkan

bahwa kredibilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap minat beli konsumen.

Kata kunci : Kredibilitas, Kualitas Pelayanan, Minat Beli Konsumen.

PENDAHULUAN

Transformasi pemasaran serta periklanan, yang mulanya tradisional ke modern merupakan hasil dari perkembangan teknologi. Kehadiran teknologi seperti internet tentunya membawa pengaruh yang signifikan, dan seharusnya para pemilik bisnis lebih peka dengan perubahan masa dan perkembangan teknologi dan informasi, serta sanggup mengambil kesempatan yang terjadi dari tiap fluktuasi pasar (Rohmadhoni & Santoso, 2019). Kehadiran media sosial sebagai produk dari internet, membuat para pelaku usaha dengan leluasa untuk memasarkan dan mempromosikan produknya. Media sosial merupakan *platform* yang menyajikan informasi, yang diciptakan dengan mengandalkan teknologi media cetak, sangat praktis untuk diakses, serta diperuntukkan untuk mempermudah komunikasi, pengaruh, serta berinteraksi satu sama lainnya (Fajar, 2022). Berbagai macam media sosial hadir di tengah-tengah masyarakat seperti *Facebook*, *Instagram*, *TikTok*, *Twitter*, *Threads*, dan lain sebagainya (Permana, 2022). Di negara Indonesia, *platform* media sosial *TikTok*, dengan keunikan konten video pendeknya telah mendapatkan popularitas yang signifikan. Mengikuti data dari (Kemp, 2024) pengguna *TikTok* di Indonesia adalah sebanyak 126,8 juta pengguna.



Gambar 1. Demografi Pengguna *TikTok* di Indonesia

Berdasarkan gambar data di atas, di negara Indonesia sendiri pengguna *TikTok* yang tertinggi berada di wilayah ibukota Jakarta dengan 22% pengguna, disusul oleh Jawa Timur yaitu sebanyak 18% dan Jawa Barat sebesar 13%. Pada data tersebut menunjukkan bahwa Provinsi Jawa Timur menempati posisi kedua sebagai pengguna *TikTok* terbesar di Indonesia. Pada penelitian ini, peneliti melakukan tahap pra survei, dimana pada tahap ini peneliti melakukan uji terhadap variabel survei dengan skala kecil, dan dilakukan di salah satu kecamatan yang ada di kabupaten Gresik, yaitu kecamatan Wringinanom. Variabel yang diuji

merupakan seberapa pengaruh kredibilitas dan kualitas pelayanan *host live* terhadap minat beli mereka sebagai konsumen *TikTok*. Proses pra survei yang dilakukan oleh peneliti ini mengambil sampel sebanyak 15 orang pengguna *TikTok*.

Hasil yang peneliti peroleh dari pra survei ini adalah sebanyak 4 orang menyebut bahwa kredibilitas dan kualitas pelayanan *host live TikTok* lumayan berpengaruh terhadap minat beli mereka. Kemudian ditemukan sebanyak 5 orang yang mengatakan bahwa mereka tertarik dan berminat membeli produk karena layanan yang diberikan oleh *host live*, dan kredibilitas dinilai tidak ada pengaruhnya. Beberapa dari mereka menambahkan bahwa munculnya minat beli mereka disebabkan karena *host live* di *TikTok* membantu masalah mereka melalui jawaban-jawaban pada saat *live*. Kemudian sebanyak 2 orang menyebutkan bahwa justru kredibilitaslah yang mempengaruhi minat beli mereka. Mereka berpendapat jikalau *host live TikTok* tersebut merupakan seorang yang terkenal, dan piawai dalam menawarkan produk yang yang mereka tampilkan, mereka lebih tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan. Sedangkan untuk 4 orang lainnya menyebutkan bahwa sebaik-baiknya kualitas pelayanan dan kredibilitas *host live* di *TikTok*, mereka cenderung lebih tertarik untuk melakukan pembelian dikarenakan harga yang lebih murah serta karena *brandnya*. Dari hasil pra survei ini, peneliti menemukan adanya perbedaan persepsi atau penilaian dari masing-masing individu. Karena penemuan masalah tersebut, peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian di kecamatan Wringinanom, kabupaten Gresik.

TikTok menawarkan sejumlah fitur yang memungkinkan penggunaanya untuk menciptakan video sekreatif mungkin. *Platform* ini juga menghadirkan fitur-fitur baru, dan satu diantaranya adalah *TikTok Shop*, yang memiliki tujuan mempermudah masyarakat untuk membeli barang secara daring (Priyono & Sari, 2023). *TikTok Shop* pada dasarnya hampir sama seperti *e-commerce* sebelumnya, bedanya adalah *TikTok Shop* memungkinkan pembeli untuk membeli produk yang diinginkan secara langsung dalam aplikasi *platformnya*, dan tidak perlu membuka *website* yang toko sediakan maupun men-*download* aplikasi tambahan (Ningrum, 2022). Tingginya jam tonton masyarakat Indonesia di *TikTok* serta kehadiran *TikTok Shop*, menjadikan *TikTok* sebagai media sosial yang paling efektif bagi para pelaku usaha untuk menumbuhkan minat beli konsumen, memasarkan, mempromosikan, serta mengiklankan produknya.

Schiffman & Kanuk (Oktaviani & Hasanah, 2020), minat beli diartikan sebagai tahap awal konsumen dalam menentukan keputusan pembelian. Minat beli bisa dikatakan sebagai perilaku seseorang yang memiliki ketertarikan atau keinginan terhadap suatu produk atau

layanan. Kebutuhan utama seperti pakaian, makanan dan minuman, serta tempat tinggal kerap menjadi penggerak utama minat beli. Namun, faktor-faktor lain seperti *lifestyle*, keinginan mempercantik diri, dan keinginan akan kenyamanan juga dapat memainkan peran penting dalam membentuk minat beli seseorang. Indikator-indikator untuk mengukur minat beli konsumen menurut Schiffman & Kanuk (Oktaviani & Hasanah, 2020) adalah 1) *Awareness*, tahap dimana konsumen terbuka terhadap produk atau jasa baru; 2) *Interest*, tahap konsumen tertarik pada produk dan mencari informasi tambahan; 3) *Evaluation*, yaitu proses mempertimbangkan pembelian berdasarkan kebutuhan; 4) *Trial*, yaitu timbulnya keinginan untuk membeli produk, serta; 5) *Adoption*, merupakan keputusan konsumen untuk membeli atau tidak produk tersebut. Beberapa hal yang mempengaruhi minat beli seorang konsumen adalah kualitas produk, kebutuhan dan keinginan, harga, reputasi merek, rekomendasi dan ulasan, serta promosi.

Kegiatan promosi yang dilakukan para pelaku bisnis di *TikTok* bervariasi, salah satunya menggunakan fitur *live*. *Live* atau *live shopping* merupakan satu diantara berbagai strategi pemasaran yang jangkauannya luas dan memiliki pengaruh yang besar (Priyono & Sari, 2023). Kehadiran *live shopping* sebagai salah satu media pemasaran, tentunya tidak terlepas dari peran seorang *host* dalam membawakan *live* tersebut. Peran seorang *host* dalam *live* tentunya penting, karena mereka berinteraksi secara langsung dengan para konsumen, dan juga melakukan pemasaran. Seorang *host* pastinya memiliki kelebihan dalam hal komunikasi guna membujuk para konsumen untuk membeli produk mereka. Komunikasi persuasif dipakai oleh *host live* dengan tujuan untuk membujuk, mengajak, dan merayu para pembeli untuk melakukan pembelian produk yang mereka tawarkan (Muhammad et al., 2024).

Seorang *host live* tentunya harus memiliki kredibilitas yang baik. Tidak jarang perusahaan menjalin kerjasama dengan para *influencer* maupun selebriti ternama untuk memasarkan serta mempromosikan produk yang dimiliki melalui *live* karena dirasa mereka memiliki kepopuleran dan kredibilitas yang baik. Kepercayaan (*trustworthiness*), keahlian (*expertise*), dan daya tarik (*attractiveness*), merupakan tiga sub-dimensi untuk mengukur persepsi seorang pengiklan, dan dalam hal ini adalah *host live* (Riskhi et al., 2018). Maka dari itu, kredibilitas merupakan salah satu poin yang bisa dijadikan pertimbangan bagi para pelaku bisnis untuk memilih siapa yang mumpuni dalam membawakan sesi *live shopping* agar dapat menarik lebih banyak konsumen serta dapat meyakinkan konsumen untuk melakukan pembelian. Selain kredibilitas yang dipunyai oleh *host live*, penting juga untuk memahami bagaimana kualitas pelayanan yang baik dalam membawakan *live*. Namun, pada

kenyataannya tidak semua *host* yang membawakan acara *live shopping* memiliki kualitas yang sama.

Jika kualitas *host* tersebut buruk, maka akan mempengaruhi citra merk, serta minat beli konsumen. Menurut (Wati et al., 2020), "kualitas layanan adalah upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dan akurasi pengiriman dalam menyeimbangkan harapan konsumen". *Host live* dengan kualitas yang bagus adalah seorang *host* yang bisa aktif berinteraksi langsung bersama penonton *live*, memberikan jawaban atas pertanyaan, memberikan masukan, serta memiliki etika yang baik pula. Menurut Fitzsimmon (Apriliana & Sukaris, 2022) telah mengembangkan lima metode untuk mengukur kualitas pelayanan yaitu: 1) *Tangible* (bukti fisik), 2) *Reliability* (keandalan), 3) *Responsiveness* (responsivitas), 4) *Assurance* (keyakinan), 5) *Emphaty* (empati). Dengan semakin berkembangnya *platform* media sosial seperti *TikTok*, pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi minat beli menjadi penting bagi pemasar dan praktisi digital. Kredibilitas, serta kualitas pelayanan *host live platform TikTok* menjadi sebuah faktor atau poin penting guna menumbuhkan rasa minat untuk berbelanja produk dari usaha tersebut, menjangkau konsumen yang lebih luas, serta menghasilkan profit yang menguntungkan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini berjenis kuantitatif yaitu penelitian yang terfokus pada analisis sampel atau populasi dengan menetapkan hipotesis penelitian sebelum mengakji lebih lanjut menggunakan analisis statistika terhadap data yang diperoleh dari instrumen penelitian (Sugiono, 2016). Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui, karena populasinya merupakan masyarakat kecamatan Wringinanom Gresik yang menggunakan aplikasi *TikTok*. Metode *sampling purposive* diimplementasikan dalam mengambil sampel penelitian, dimana menurut (Sugiyono, 2017), diartikan sebagai metode penentuan sampel melalui tinjauan-tinjauan tertentu, dengan kriteria 1) Responden merupakan masyarakat kecamatan Wringinanom Gresik yang menggunakan aplikasi *TikTok*; 2) Jenis kelamin; 3) Kategori usia 17-50 tahun; 4) Pendapatan per bulan atau uang saku; 5) Minimal pernah menonton *live shopping* dan melakukan pembelian di aplikasi *TikTok* sebanyak 1 kali.

Persamaan yang diimplementasikan untuk mengetahui total sampel yaitu persamaan *Lemeshow* dan didapatkan hasil sampel yang dibutuhkan sejumlah 96 sampel/responden. Instrumen yang dipergunakan untuk memperoleh dan mengumpulkan data pada penelitian ini adalah kuesioner berbentuk *google form* dengan pernyataan tertulis yang harus diisi oleh

responden. Metode yang diimplementasikan dalam penilaian instrumen berupa *skala likert* 4. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah uji deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, heterokedasitas), analisis linear berganda, serta uji hipotesa (koefisien determinasi, uji-t, uji-F) (Moleong, 2010).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 96 responden di kecamatan Wringinanom Gresik, diperoleh responden laki-laki sebanyak 50 orang dan responden perempunnya sebanyak 46 orang. Mayoritas responden pernah menonton *live shopping* dan membeli produk di TikTok sebanyak > 4 kali yaitu sebanyak 43 responden, sebanyak 18 responden melakukan hal tersebut sebanyak 2-3 kali, sedangkan 18 responden sisanya hanya sebanyak 1 kali saja. Dari 16 desa di kecamatan tersebut, mayoritas responden berasal dari desa Kedunganyar dan Sumberrame. Hasil uji validitas berdasarkan output SPSS yaitu angka *corrected item-total correlation* (r_{hitung}) setiap butir pernyataan dari indikator-indikator variabel Kredibilitas, Kualitas Pelayanan, serta Minat Beli Konsumen, menunjukkan nilai yang lebih besar dari r_{tabel} 0,2017, dengan nilai signifikansi < 0,001. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan pada ketiga variabel dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai pengukuran variabel penelitian.

Pengujian konsisten internal dengan menggunakan uji reliabilitas melalui uji *Alpha Cronbach* dengan batas minimum 0,60. Nilai yang dihasilkan dari pengujian ini, untuk variabel Kredibilitas adalah 0,862; variabel Kualitas Pelayanan 0,913; serta variabel Minat Beli Konsumen 0,894. Dapat disimpulkan, instrumen penelitian untuk ketiga variabel dinyatakan reliabel.

Tabel 1. Uji *Kolmogorov-Smirnov*

		Unstandardized Residual
N		96
Normal	Mean	.0000000
Parameters ^{a,b}	Std.Deviation	3.34204652
Most Extreme Differences	Absolute	.083
	Positive	.083
	Negative	-.072
Test Statistic		.083
Asymp.Sig.(2-tailed) ^c		.099
Monte Carlo Sig.(2-tailed) ^d	Sig.	.099
	99%	Lower Bound
	Confidence Interval	Upper Bound
		.091
		.106

Uji normalitas digunakan menganalisis ada atau tidaknya variabel residu yang terdistribusi normal dalam model regresi (Ghozali, 2018). Uji ini dilakukan dengan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Berdasarkan tabel 1, nilai signifikansi (2-tailed) adalah 0,99. Hal tersebut menunjukkan bahwa residual berdistribusi normal karena $0,99 \geq 0,05$.

Tabel 2. Uji *Multikolinearitas*

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	7.698	2.768		2.781	.007		
X1	.785	.141	.496	5.572	<.001	.432	2.312
X2	.356	.083	.384	4.315	<.001	.432	2.312

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel 2, nilai VIF dari kedua variabel bebas memenuhi syarat signifikansi dan hasilnya adalah 2.312, dimana nilainya kurang dari 10. Sedangkan nilai *tolerance* keduanya adalah 0,432, dimana $0,432 > 0,1$. Sehingga bisa disimpulkan tidak terdapat gejala multikolinearitas antar variabel bebas.

Tabel 3. Uji *Park Gleyser*

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.167	.140		-1.193	.236
	X1	.074	.053	.209	1.414	.161
	X2	-.008	.051	-.022	-.149	.882

a. Dependent Variable: RES_Y_2

Berdasarkan tabel 3, nilai signifikansi variabel X1 adalah 0,161, sedangkan variabel X2 adalah 0,882. Kedua nilai tersebut kurang dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan kedua variabel tersebut tidak terjadi gejala heteroskedasitas.

Tabel 4. Hasil Uji Analisis Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	7.698	2.768		2.781	.007		
X1	.785	.141	.496	5.572	<.001	.432	2.312
X2	.356	.083	.384	4.315	<.001	.432	2.312

a. Dependent Variable: Y

Metode analisis regresi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Model regresi yang dihasilkan adalah $Y = 7,698 + 0,785X1 + 0,356X2$. Nilai konstanta Y sebesar 7,698. Koefisien regresi X1 sebesar 0,785,

sedangkan X2 sebesar 0,356, serta signifikan pada $< 0,001$. Hal tersebut menunjukkan apabila X1 ataupun X2 meningkat, maka Y akan meningkat.

Tabel 5. Hasil Pengukuran R²

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.825 ^a	.681	.674	3.378

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui presentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Pengukuran menggunakan nilai *Adjusted R Square*, dan nilai tersebut sebesar 0,674. Hal tersebut berarti variabel X1 dan X2 mampu menjelaskan variabel Y sebesar 67,4%, sedangkan sisanya 32,6% adalah variabel lain yang tidak diteliti.

Tabel 6. Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	7.698	2.768		2.781	.007		
X1	.785	.141	.496	5.572	<.001	.432	2.312
X2	.356	.083	.384	4.315	<.001	.432	2.312

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel 6, dapat diketahui nilai t_{hitung} variabel X1 sebesar 5,572 dan nilai t_{hitung} variabel X2 sebesar 4,315. Nilai t_{hitung} kedua variabel $< t_{tabel}$ -nya 1,98580. Dapat disimpulkan, variabel Kredibilitas maupun variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Minat Beli Konsumen.

Tabel 7. Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2265.877	2	1132.939	99.298	<.001 ^b
Residual	1061.081	93	11.409		
Total	3326.958	95			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Berdasarkan tabel 7, nilai F_{hitung} yang dihasilkan sebesar 99,298, dimana nilai tersebut $<$ nilai F_{tabel} 3,09. Maka kesimpulannya, variabel Kredibilitas dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap variabel Minat Beli Konsumen.

Kredibilitas seorang *hot live* dapat menarik perhatian lebih banyak penonton, yang akhirnya dapat meningkatkan peluang penjualan. Kredibilitas *host live TikTok* dibangun melalui berbagai aspek seperti kejujuran, pelatihan pemasaran, dan pengetahuan produk. *Host*

yang transparan dalam menyampaikan informasi dan berpromosi tidak berlebihan cenderung lebih dipercaya oleh para penonton. Selain itu, pengetahuan mendalam tentang produk memungkinkan *host* memberikan informasi yang akurat dan relevan, yang sangat membantu konsumen dalam membuat keputusan pembelian. Suasana yang hangat, interaktif, dan menarik perhatian juga berperan dalam membangun kredibilitas, karena *host live* yang dapat menciptakan suasana yang menyenangkan selama sesi live juga meningkatkan loyalitas penonton. *Host* yang kredibel dapat membantu menarik minat beli pelanggan dan membuat para konsumen merasa lebih aman dan yakin untuk melakukan transaksi pembelian. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Oktaviani & Hasanah, 2020) dengan judul Pengaruh Kredibilitas Endorser Rachel Venny Terhadap Minat Beli Scarlett Whitening, yang menunjukkan hasil penelitian bahwa variabel kredibilitas endorser secara signifikan mempengaruhi variabel minat beli.

Kualitas pelayanan *host live TikTok* memainkan peran krusial dalam menarik dan mempertahankan minat penonton selama *live*. Indikator kualitas pelayanan yang baik adalah memberikan informasi yang dapat diandalkan, serta handal dalam memberikan *service* yang berkualitas. *Host* juga harus bisa menjawab pertanyaan penonton dengan cepat dan tepat, serta dapat memberikan penjelasan yang membantu konsumen membuat keputusan pembelian. Penampilan fisik seperti *outfit host* mencerminkan profesionalisme dan dapat meningkatkan kepercayaan penonton. *Host* yang ramah dalam berinteraksi, berkomunikasi secara dua arah, dapat menciptakan hubungan yang lebih personal dengan penonton. Selain itu, *host* yang menunjukkan kepedulian dan pemahaman terhadap kebutuhan dan keinginan penonton dapat meningkatkan kepuasan penonton tersebut selaku konsumen. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Caniago & Rustanto, 2022) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada UMKM di Jakarta (Studi Kasus Pembelian Melalui Shopee), yang menunjukkan hasil penelitian bahwa variabel minat beli konsumen dapat dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan.

SIMPULAN

Pada penelitian ini didapatkan kesimpulan bahwa 1) Kredibilitas *host live* berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Beli Konsumen di aplikasi *TikTok* pada masyarakat kecamatan Wringinanom Gresik, diperoleh dari hasil uji t dimana hasilnya nilai $t_{hitung} 5,572 > t_{tabel} 1,98580$, serta nilai signifikansi $< 0,001$. 2) Kualitas Pelayanan *host live* berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Beli Konsumen di aplikasi *TikTok* pada masyarakat

kecamatan Wringinanom Gresik, diperoleh dari hasil uji t dimana hasilnya nilai $t_{hitung} 4,315 > t_{tabel} 1,98580$, serta nilai signifikansi $< 0,001$. 3) Kredibilitas dan Kualitas Pelayanan *host live* berpengaruh secara simultan terhadap Minat Beli Konsumen di aplikasi *TikTok* pada masyarakat kecamatan Wringinanom Gresik, diperoleh dari hasil uji F dimana hasilnya nilai $F_{hitung} 99,298 > F_{tabel} 1,98580$, serta nilai signifikansi $< 0,001$. Pihak perusahaan dapat meningkatkan kredibilitas dan kualitas pelayanan yang dimiliki oleh *host live*-nya. Penting untuk meningkatkan kredibilitas *host* dengan menyediakan pelatihan dan sertifikasi, yang memastikan *host* memiliki keahlian dan pengetahuan produk yang mendalam, serta terampil berkomunikasi. Selain itu, kualitas pelayanan juga harus ditingkatkan dengan memastikan *host live* dapat merespon pertanyaan dan keluh kesah konsumen dengan cepat dan tepat, serta konsisten dalam membawakan *live* yang berkualitas.

DAFTAR RUJUKAN

- Apriliansa, A., & Sukaris, S. (2022). Analisa kualitas layanan pada CV. Singoyudho Nusantara. *JURNAL MANEKSI*, 11(2). <https://doi.org/10.31959/jm.v11i2.1246>
- Caniago, A., & Rustanto, A. E. (2022). Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada UMKM di Jakarta (Studi Kasus Pembelian Melalui Shopee). *Responsive*, 5(1), 19. <https://doi.org/10.24198/responsive.v5i1.39338>
- Fajar, M. (2022). *Analisis Kepuasan Penggunaan Media Tiktok dikalangan Remaja di Kecamatan Mattirobulu Kabupaten Pinrang*. IAIN PAREPARE. <https://repository.iainpare.ac.id/id/eprint/4908/>
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9. Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro. *Variabel Pemoderasi*. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 23 (2)(1470).
- Kemp, S. (2024). *DIGITAL 2024: 5 BILLION SOCIAL MEDIA USERS*. <https://wearesocial.com/>. <https://wearesocial.com/uk/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>
- Moleong, L. J. (2010). Metode Penelitian Kualitatif. In *PT Remaja Rosdakarya* (Vol. 53, Nomor 9).
- Muhammad, A., Dharta, F. Y., & Kusumaningrum, R. (2024). Pengaruh Komunikasi Persuasif Host Live Shopping Tiktok Shop Aerostreet Terhadap Keputusan Pembelian Followers. *Linimasa : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 1–13. <https://journal.unpas.ac.id/index.php/linimasa/article/view/8991>

- Ningrum, A. W. (2022). *Pengaruh Kualitas Layanan, Kemudahan Penggunaan Dan Keragaman Produk Terhadap Minat Beli Ulang Pengguna Tiktok Shop Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening* [Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya]. <http://digilib.uinsa.ac.id/55770/>
- Oktaviani, E. F., & Hasanah, R. (2020). Pengaruh Kredibilitas Endorser Rachel Vennya Terhadap Minat Beli Scarlett Whitening the Influence of Rachel Vennya Celebrity Credibility on Scarlett Whitening Buying Interest. *E-Proceeding of Management*, 7(2). <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/13585>
- Permana, E. P. (2022). Korelasi Media Sosial Tiktok dalam Pembentukan Karakter Pada Mahasiswa PGSD. *EDUSAINTEK: Jurnal Pendidikan, Sains dan Teknologi*, 10(1). <https://doi.org/10.47668/edusaintek.v10i1.625>
- Priyono, M. B., & Sari, D. P. (2023). Dampak Aplikasi Tiktok dan Tiktok Shop Terhadap UMKM Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(September). <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.8315865>
- Riskhi, A. N. M., Munandar, J. M., & Najib, M. (2018). Pengaruh Kredibilitas Endorser Terhadap Minat Beli dengan Tiga Tipe Konsumen Pada Industri Busana Muslimah. *Mix: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(3). <https://doi.org/10.22441/mix.2018.v8i3.008>
- Rohmadhoni, J. N., & Santoso, B. H. (2019). Pengaruh solvabilitas, nilai pasar, inflasi dan kurs terhadap return saham perusahaan farmasi yang terdaftar di bei. *Jurnal Ilmu dan Riset manajemen*, 8(7), 1–17. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2325>
- Sugiono. (2016). Metode Pendekatan Kuantitatif, kualitatif dan R&D. In *Bandung: Alfabeta*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Wati, N. M. D. W. K., Imbayani, I. G. A., & Ribek, P. K. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Brand Image, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt Prodia Widyahusada. *International journal of business and management*, 1(April). <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/value/article/view/819>



Pengaruh Ketidakjelasan Peran dan Konflik Peran terhadap Kinerja Auditor dengan Kecerdasan Emosional sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Kantor Inspektorat Kota Pontianak)

Itin Sumarni^{1*}, Muhammad Fahmi², Rusliyawati³

itinsumarny@gmail.com^{1*}, muhammad.fammi@ekonomi.untan.ac.id²,

rusliyawati@ekonomi.untan.ac³

^{1,2,3}Program Studi Akuntansi

^{1,2,3}Universitas Tanjungpura

Received: 02 07 2024. Revised: 22 07 2024. Accepted: 29 07 2024.

Abstract : This research was conducted to prove the influence of role ambiguity and role conflict variables on auditor performance with emotional intelligence as a moderating variable. The samples taken were 35 Pontianak City Inspectorate auditors. Sampling using a questionnaire is distributed directly with a hard file. The data analysis used is multiple linear regression analysis with SPSS version 26 software. This research proves that the role ambiguity variable has no effect on auditor performance. The role conflict variable has a negative and significant effect on auditor performance. The emotional intelligence variable does not moderate the role ambiguity and role conflict variables on auditor performance.

Keywords : Role Ambiguity, Role Conflict, Auditor Performance, Emotional Intelligence.

Abstrak : Studi empiris dilakukan untuk membuktikan pengaruh variabel ketidakjelasan peran dan konflik peran terhadap kinerja auditor dengan kecerdasan emosional sebagai variabel moderasi. Sampel yang diambil adalah 35 auditor Inspektorat Kota Pontianak. Pengambilan sampel menggunakan kuesioner disebarikan secara langsung dengan hard file. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan perangkat lunak SPSS versi 26. Penelitian ini membuktikan variabel ketidakjelasan peran tidak berpengaruh terhadap kinerja auditor. Variabel konflik peran berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja auditor. Variabel kecerdasan emosional tidak moderasi variabel ketidakjelasan peran dan konflik peran terhadap kinerja auditor.

Kata Kunci : Ketidakjelasan Peran, Konflik peran, Kinerja Auditor, Kecerdasan Emosional.

PENDAHULUAN

Sistem pengendalian internal pemerintah memiliki peran penting dalam pelaksanaan pengawasan internal pada pemerintahan pusat maupun daerah dengan tujuan efektifitas dan efisien sehingga dapat melaporkan keuangan negara secara handal, akurat dan transparan. Menurut Peraturan pemerintah No 60 Tahun 2008 mengenai Pengendalian Internal pemerintah

terdiri dari BPKP, Inspektorat jenderal, Inspektorat Provinsi dan Inspektorat kabupaten (Pratiwi et al., 2022). Auditor internal adalah pekerjaan yang memerlukan kemampuan kerja secara profesional dan kecerdasan kognitif yang tinggi. Selama bekerja, auditor bertanggung jawab untuk menjaga rahasia dan keakuratan informasi serta kualitas hasil. Sehingga kualitas menentukan hasil yang diharapkan. Dalam menilai hasil audit yang telah dilaksanakan, pemerintah atau masyarakat mengutamakan kinerja auditor yang profesional (Pratiwi et al., 2022). Kinerja auditor mencerminkan kualitas hasil berdasarkan pada tingkat pengetahuan dan keterampilan sesuai dengan tanggungjawab yang diembannya (Usrah et al., 2022). Kinerja auditor adalah mengaudit serta memeriksa laporan keuangan sesuai dengan wewenang (Fachruddin, Wan, 2019).

Auditor sering menghadapi ketidakjelasan peran dalam melaksanakan tanggungjawabnya yang disebabkan kurang memahami perintah atau informasi dengan baik (Pratiwi et al., 2022). Perilaku yang tidak jelas terjadi ketika seseorang tidak menerima informasi yang jelas yang menyebabkan perintah yang diberikan tidak dilaksanakan dengan efektif serta kurangnya rasa tanggung jawab dalam menyelesaikan tugas tersebut. Menurut (Nimran, 2004) Seseorang dianggap memiliki ketidakjelasan peran jika memiliki ciri-ciri berikut: tidak jelas tentang peran yang dimainkan, tidak jelas tentang tanggung jawab dan tidak melakukan tugasnya dengan baik, tidak memahami harapan yang diharapkan, dan tidak paham mengenai peran apa yang dimainkannya sebagai auditor. (Arfah, 2019). Mengutip pendapat Rhamadan dalam (Rosally & Jogi, 2015) Jika seseorang tidak memiliki pemahaman tentang visi dan misi pekerjaan, dikatakan mengalami ketidakjelasan peran. Hal ini terjadi karena individu tidak memahami informasi yang diberikan yang menyebabkan kesulitan dalam menyelesaikan tugas dan tanggung jawab.

Auditor yang mengalami ketidakjelasan peran tidak mengerti mengenai tugas, tanggungjawab, wewenang atau peran yang seharusnya, munculah pendapat yang saling bertentangan memicu terjadi konflik (Sim & Koo, 2009). Hal Ini dapat mengganggu pada kinerja serta fokus seseorang terhadap pekerjaannya. Selain itu, dapat menyebabkan stres, kecanggungan, dan ketidaknyamanan di tempat kerja. Dalam menjalankan fungsinya di lingkungan pemerintahan, auditor inspektorat seringkali berhadapan dengan pendapat individu yang berbeda-beda yang menimbulkan konflik peran. Sebab itu, sebagai seorang auditor inspektorat yang saling berkolaborasi antar rekan kerjanya diuntut mampu mengendalikan emosional sehingga mampu menangani konflik antar individu dengan baik.

Kecerdasan emosional dapat mempengaruhi kinerja auditor dalam melakukan perannya. Jika emosional di tangani dengan baik dapat meminimalisir konflik, Tingkat konflik dalam organisasi berkorelasi negative dengan kinerjanya. Semakin rendah tingkat konflik, semakin baik kinerjanya. Menurut teori Khan et al. (Ahmad & Taylor, 2009) mengatakan bahwa ketika seseorang mengalami dua tekanan atau lebih antar individu secara bersamaan, individu tersebut mengalami konflik dalam dirinya. Kecerdasan emosional berkaitan bagaimana individu mengendalikan dirinya. Menurut Robbins dan Judge dalam (Ardiansyah & Sulistiyowati, 2018) Kemampuan seseorang untuk memahami dan mengelola emosinya saat terjadi keributan di lingkungan pekerjaannya maupun di masyarakat disebut seseorang cerdas secara emosional. Kecerdasan emosi yang baik memungkinkan seseorang untuk mengendalikan dirinya, sedangkan kecerdasan emosi yang kurang baik tidak memungkinkan seseorang untuk mengendalikan dirinya dengan baik.

Kecerdasan emosional berkaitan dengan kemampuan seseorang untuk mengelola emosinya, mengenali dirinya sendiri, mengenal emosi orang lain, dan bekerja sama dengan orang lain. Kemampuan untuk mengidentifikasi emosi tertentu, seperti sedih, senang, atau marah, dikenal sebagai mengenali emosi diri. Kemampuan ini dikenal sebagai kecerdasan emosional. Mengendalikan emosi adalah kemampuan individu untuk mengendalikan dan menyampaikan perasaan mereka secara efektif. mampu memahami dan mengendalikan emosi saat menghadapi situasi yang sulit.

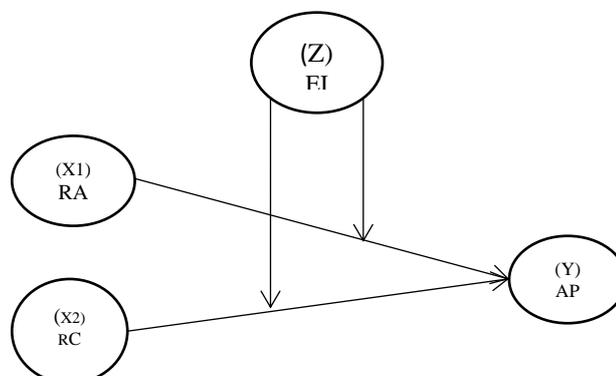
METODE PENELITIAN

Studi empiris ini dilakukan di Inspektorat Kota Pontianak, Provinsi Kalimantan Barat, dengan sampel yang diambil di lapangan. Pengaruh Ketidakjelasan Peran dan Konflik Peran Terhadap Kinerja Auditor dengan Kecerdasan Emosional Sebagai Variabel Moderasinya adalah subjek penelitian. Data di olah dengan metode kuantitatif terdiri dari total skor angka yang dikumpulkan dari penelitian. Metode pengumpulan datanya secara langsung atau metode penelitian secara langsung. Olah data menggunakan SPSS versi 26. Tiga variabel penelitian digunakan dalam penelitian. Yang pertama adalah variabel terikat, kinerja auditor; yang kedua adalah variabel bebas, yaitu ketidakjelasan peran (ambiguitas peran) dan konflik peran; dan yang ketiga adalah variabel moderasi yaitu kecerdasan emosional.

Menurut Sekaran (2003) Populasi adalah cakupan keseluruhan dari sampel. Populasi penelitian ini adalah auditor Inspektorat dengan jumlah sampel 35 orang. Individu yang dapat dijadikan sampel memiliki kriteria masa kerja >1 (lebih dari satu) tahun dan Auditor

Inspektorat yang melakukan pemeriksaan langsung di wilayah pemerintahan kota Pontianak, digunakan sebagai responden atau sampel penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar 1. Model Riset

Keterangan :

- Ketidakjelasan peran (X1) : RA
- Konflik peran (X2) : RC
- Kinerja Auditor (Y) : AP
- Kecerdasan Emosional (Z) : EI

Tabel 1. Persentase Jumlah Data

Kriteria Auditor	Jumlah	Persentase
Auditor Muda	27	77%
Auditor Madya	5	14%
Auditor Pertama	3	9%

Menurut (Dharma, 2021) Uji reliabilitas membandingkan *Cronbach alpha* dengan tingkat taraf 0,5% nilai *chronbach alpha* > tingkat signifikan maka dikatakan reliabilitas. Ditunjukkan bahwa semua variabel dalam uji validitas dan reliabilitas data adalah valid dan dapat diandalkan jika koefisien korelasi total > 0,30 dan nilai *cronbach alpha* > 0,60.

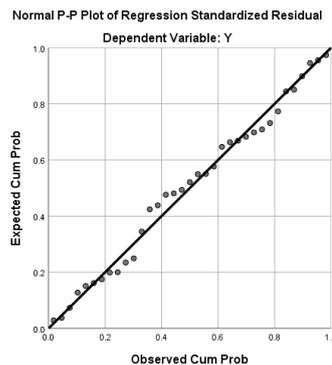
Menurut bagan koefisien Agus Widarjono dalam (Yaldi et al., 2022) menjelaskan bahwa jika angka faktor variasi *inflasi Factorv* (VIF) > 10, variabel bebas mengalami multikolinearitas. Sebaliknya, jika nilai toleransi berkisar di bawah 1, maka asumsi bahwa tidak ada masalah multikolinearitas antar variabel. Ini menunjukkan bahwa penelitian ini dapat dilanjutkan untuk di analisis. Variabel ketidakjelasan peran memiliki nilai toleransi, VIF sebesar 0.974 dan 1.001, konflik peran memiliki nilai toleransi, VIF sebesar 0,978 dan 1.004 dan variabel moderasi 0,975 dan 1.004. Nilai toleransi dan VIF dari variabel independen dan

variabel moderasi > 0.1 , nilai VIF < 10 . Data ini menunjukkan bahwa tidak ada multikoloneritas.

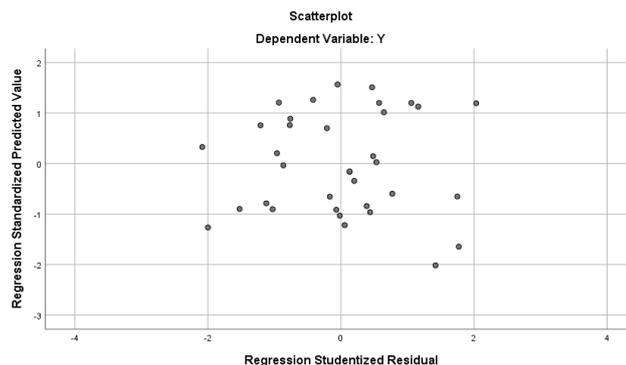
Tabel 2. Uji Multikoloneritas

		Std.Error	Beta	t	Sig.	Toleransi	VIF
r	11.827	3.803		3.110	.004	11.827	
RA	-.196	.145	-.229	-1.349	.187	.974	1.001
RC	.296	.164	.305	1.802	.081	.978	1.004
EI (mod)	.049	.172	.048	.287	.776	.995	1.004

Menurut Ghozali dalam penelitian (Septiandaru, 2020). Jika data responden tersebar di area dan arahnya mengikuti garisnya, grafik histogram memperlihatkan penyebaran pola secara normal, maka regresi olah data tersebut adalah normalitas. Sebaliknya, jika data responden tersebar jauh dari area dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka regresi dikatakan tidak normalitas. Jadi, pada data di bawah menunjukkan tersebar mengikuti garis diagonal maka data menunjukkan normalitas.



Gambar 2. Tabel Hasil Uji Normalitas (Grafik Histogram)



Gambar 3. Tabel Hasil Uji heteroskedastisitas

Hasil data tidak adanya heterokedastisitas yang terjadi pada model regresi, titik-titik tersebar di sekitar nol dan tidak berkumpul atau membentuk pola bergelombang, seperti yang ditunjukkan pada grafik scatterplot di atas (Indri & Putra, 2022). Grafik menunjukkan tersebar

di atas sumbu Y dan di bawah angka 0, yang membuktikan bahwa data ini tersebar rata dan tidak ada heteroskedastisitas pada model persamaan regresi.

Tabel 3. Uji Determinasi (R2)

	R Square	Adjusted R	Std. Error Estimate
.138a	.019	.076	1.28075

Menurut Sugiyono dalam (Indri & Putra, 2022) menyampaikan koefisien determinasi (R2) sebagai tolak ukur untuk melihat kemampuan variabel bebas dalam memaparkan variabel terikat. Nilai koefisien determinasi berada di antara nol (0) & (1). Nilai < (0) menggambarkan kemampuan variabel bebas dalam mamaparkan variabel terikat cenderung terbatas, sedangkan nilai yang lebih tinggi daripada > (1) menunjukkan bahwa kemampuan variabel bebas untuk memaparkan hubungan variabel terikat semakin kuat. Uji koefisien di atas, nilai R2 (Adjusted R Square) = 0,76 yang mendekati angka 1 maka dapa disimpulkan variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikat sangat kuat.

Tabel 4. Hasil Uji Statistik F

Model	Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
Regression	.982	3	.327	.200
Residu	50.850	31	1.640	
Total	51.832	34		

Uji simultan, menurut (Ghozali, 2018), berfungsi menentukan bagaimana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat bersama-sama dan mengukur ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual melalui *goodness of fit*. Hipotesis diuji nilai signifikansi 0,05. Jika nilai signifikansi < 0,05, hipotesis akan diterima, mengukur tingkat signifikan antara variabel terikat dan variabel bebas. Tabel tersebut menunjukkan hasil uji regresi berganda, yang menunjukkan nilai F = 0,200 dan signifikansi 0,089 di mana nilai > 0,05 adalah lebih besar. Di simpulkan H1 ditolak. ketidakjelasan peran tidak mempengaruhi kinerja auditor.

Tabel 5. Analisis Linier berganda

	B	Std. Error	Beta
	-17.450	14.868	-1.174
RA	-1.914	1.039	2.239
RC	2.513	2.513	1.091
IE	-.155	.076	-3.617
(Moderasi)			-2.051

Menurut Sugiyono dalam (Bhirawa, 2020) analisis regresi yang dikenal sebagai regresi linier berganda membahas hubungan antara variabel terikat dan faktor yang

mempengaruhi > satprediktor (variabel terikat). Maka hasil output tersebut dibuat persamaan:
 $Y = -17.45 + 1.9X_1 - 2.513X_2 + 84e_i$.

Keterangan :

- Y = Kinerja auditor
- X1 = Ketidakjelasan Peran
- X2 = Konflik Peran
- Ie = Komponen Pengganggu

Uji Hipotesis H1: Ketidakjelasan Peran Berpengaruh Negatif Terhadap Kinerja Auditor. Penelitian (Hanna & Firnanti, 2013) dan (Rosally & Jogi, 2015) menyimpulkan ketidakjelasan peran mempengaruhi kinerja auditor. Tingkat ketidakjelasan peran yang semakin tinggi, auditor harus berusaha memahami mengenai peranya dengan baik. Hasil olah data nilai t hit 1.834 dan nilai signifikan 0,249 untuk data yang terkumpulkan. Dengan nilai tabel taraf sig 0,05 (2-tailed), dengan rumus $(n - k - 1: \alpha/2 = 35 - 2 - 1: 0,05/2 = 32: 0,025 = 1.280)$, n = banyak sampel, k = variabel bebas dan konstan. Oleh karena itu, $t_{hit} > t_{tab}$ (2.0693) dan Sig 0,075 > 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 ditolak. Ini menunjukkan ketidakjelasan peran tidak mempengaruhi kinerja auditor.

Uji Hipotesis H2: Konflik Peran Berpengaruh Negatif Terhadap Kinerja Auditor. Menurut penelitian (Mulyani, 2013) dan (Gunawan & Ramdan, 2012) menyimpulkan bahwa konflik peran memiliki dampak bagi tingkat kinerja seorang auditor. Auditor yang cenderung mengalami konflik peran menurunkan minatnya untuk bekerja. Hasil analisis menunjukkan bahwa $t_{hit} = 2.304$ dengan signifikan 0,028, dan nilai t_{tab} pada taraf sig 0.05. Menggunakan rumus $(n - k - 1: \alpha/2) = 35 - 2 - 1: 0,05/2 = 32 : 0.05 = 640$, diketahui bahwa t_{hit} (2.304) > t_{tab} (2.0639) dan signifikan 0,028 lebih rendah daripada 0,05 sehingga H2 dapat diterima. Koefisien 2.593 menunjukkan konflik peran berdampak buruk pada kinerja auditor dan signifikan. Kesimpulan H2 diterima.

Uji Hipotesis H3: Ketidakjelasan Peran Mampu Memoderasi Kecerdasan Emosional Terhadap Kinerja Auditor. Pada penelitian (Fenny et al., 2016) dan (Pratiwi et al., 2022) disimpulkan bahwa kecerdasan emosional mampu moderasi ketidakjelasan peran terhadap kinerja auditor. Sering kali auditor dihadapkan berbagai keputusan sehingga membuatnya mengalami ketidakjelasan peran yang memicu tingkat emosional pada proses pengambilan keputusan, maka diperlunya kecerdasan secara emosional agar ketidakjelasan peran tersebut dapat dikelolanya dengan baik. Data dengan standar acuan yaitu nilai t hitung variabel moderasi - 1.349 dan nilai t tabel 2.0639, dengan signifikans 0,187 3 lebih besar dari 0,05.

Hasil uji data menunjukkan kecerdasan emosional variabel Z tidak mempengaruhi ketidakjelasan peran terhadap kinerja auditor. Kesimpulan adalah H3 di tolak.

Hasil Uji Hipotesis H4: Konflik Peran Mampu Memoderasi Kecerdasan Emosional Terhadap Kinerja Auditor. Menurut penelitian (Arfah, 2019) dan penelitian (Dan & Peran, 2022) menyimpulkan bahwa kecerdasan emosional mampu moderasi konflik peran. Hasil olah data regresi linier, H4 ditolak, dengan nilai t hitung variabel moderasi 1.802 dan angka t tabel 2.0639, dengan signifikans 0,081 lebih besar dari 0,05. Sebagai kesimpulan, variabel kecerdasan emosional sebagai variabel moderasi tidak dapat mempengaruhi konflik peran. Kecerdasan emosional memperlemah hubungan kinerja auditor. Jadi H4 di tolak.

SIMPULAN

Disimpulkan bahwa: 1) Ketidakjelasan peran tidak mempengaruhi kinerja auditor. Dengan demikian, disimpulkan bahwa ketidakjelasan peran yang terjadi di lingkungan Inspektorat tidak mempengaruhi kinerja auditor dalam menjalankan tugasnya. 2) Konflik peran berpengaruh negatif terhadap kinerja auditor. Dengan kata lain, tingkat konflik peran yang dialami auditor Inspektorat mempengaruhi dengan tingkat kinerjanya. Semakin tinggi konflik peran terjadi akan menurunkan kinerjanya. 3) Kesimpulannya adalah bahwa kecerdasan emosional memperlemah hubungan antara ketidakjelasan peran dan konflik peran terhadap kinerja auditor karena kecerdasan emosional tidak mampu moderasi keduanya. Jika auditor mampu mengelola emosinya dengan baik di tempat kerja mereka, kinerja mereka akan seimbang dan tidak terjadi konflik. Dengan demikian, auditor dapat mengontrol emosi yang menyebabkan konflik dan menguasai diri saat konflik terjadi di antara orang lain, tanpa membatasi situasi tersebut pada lingkungan kerja mereka. 4) Interaksi antara kecerdasan emosional tidak mampu memoderasi konflik peran terhadap kinerja auditor. Ini menunjukkan bahwa manusia memiliki tiga kecerdasan: emosional, intelektual, dan spiritual. Oleh karena itu, dalam uji data ini, kecerdasan emosional tidak dominan karena adanya faktor kecerdasan lainnya.

DAFTAR RUJUKAN

- Ardiansyah, Y., & Sulistiyowati, L. H. (2018). Pengaruh Kompetensi dan Kecerdasan Emosional Terhadap Kinerja Pegawai. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, 2(1), 91. <https://doi.org/10.33603/jibm.v2i1.1064>
- Arfah, E. A. (2019). Moderasi Kecerdasan Emosional : Pengaruh Role Stress Terhadap

- Kinerja Auditor. *ATESTASI : Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 2(2), 135–147.
<https://doi.org/10.33096/atestasi.v2i2.327>
- Bhirawa, W. T. (2020). Proses Pengolahan Data Dari Model Persamaan Regresi Dengan Menggunakan Statistical Product and Service Solution (SPSS). *Statistika*, 71–83.
<https://doi.org/10.35968/jmm.v7i1.528>
- Dan, P. S., & Peran, K. (2022). *SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi Empiris Pada Kantor Akuntan Publik di Surakarta dan Yogyakarta)*.
- Dharma, B. (2021). *Statistik peneliian Menggunakan SPSS (Uji Validitas dan reliabilitas)*.
- Fachruddin, W, and Rangkuti, E. R. (2019). Pengaruh Independensi, Profesionalisme, Dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Auditor Pada Kantor Akuntan Publik Di Kota Medan. *Jurnal Akuntansi Bisnis & publik*, 72–86.
<https://jurnal.pancabudi.ac.id/index.php/akuntansibisnisdanpublik/article/view/574>
- Fenny, Y., Hasan, A., & Hardi. (2016). Pengaruh Konflik Peran, Ketidakjelasan Peran, dan Kelebihan Peran terhadap Kinerja Auditor dengan Kecerdasan Emosional sebagai Pemoderasi (Studi Empiris Pada KAP di Pekanbaru, Padang dan Medan). *Jurnal Akuntansi*, 5(1), 12–28.
<https://festiva.ejournal.unri.ac.id/index.php/JA/article/view/3611>
- Goldwasser, D. L. (1993, October). The plaintiffs' bar discusses auditor performance. *The CPA Journal*, 63(10), 48+. <https://link.gale.com/apps/doc/A14522922/EAIM?u=anon~4d924fe9&sid=sitemap&xid=e7c40541>
- Ghozali. (2018). *BAB III METODE PENELITIAN 3.1. Gambaran Umum Objek Penelitian*. 82–96.
- Gunawan, H., & Ramdan, Z. (2012). Pengaruh Konflik Peran, Ketidakjelasan Peran, Kelebihan Peran, dan Gaya Kepemimpinan terhadap Kinerja Auditor Di Kantor Akuntan Publik Wilayah DKI Jakarta. *Binus Business Review*, 3(2), 825.
<https://doi.org/10.21512/bbr.v3i2.1365>
- Hanna, E., & Firnanti, F. (2013). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kinerja Auditor. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 15(1), 13–28. <https://doi.org/10.34208/jba.v15i1.205>
- Indri, F. Z & Putra, G. H. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Konsentrasi Pasar Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2016-2020. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan*, 2(2), 236–252.

<https://doi.org/10.55606/jimek.v2i2.242>

- Mulyani, W. (2013). Pengaruh Struktur Audit, Konflik Peran, Dan Ketidakjelasan Peran Terhadap Kinerja Auditor. *Ekonomi*, 66(1997), 37–39.
- Nimran, U. (2004). *Perilaku Organisasi*. CV. Citra Media.
- Pratiwi, A., Kartini, K., & Inrijawati, A. (2022). Pengaruh Role Conflict dan Role Ambiguity terhadap Kinerja Auditor dengan Kecerdasan Intelektual sebagai Variabel Moderasi. *Owner*, 7(1), 141–155. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i1.1355>
- Rosally, C., & Jogi, Y. (2015). Pengaruh Konflik Peran, Ketidakjelasan Peran, Dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Auditor. *Business Accounting Review*, 3(2), 31–40. <https://publication.petra.ac.id/index.php/akuntansi-bisnis/article/view/6655>
- Septiandaru, F. (2020). Pengaruh komunikasi, disiplin kerja, dan motivasi kerja terhadap kinerja karyawan pt hikmah sejahtera divisi hikmah food surabaya. *Journal Fakultas Ekonomi Universitas Dr. Soetomo*, 26, 1–17. <https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/fe/article/view/3014>
- Sim & Koo. (2009). *An Analysis of Job Stress Outcomes among Bank Auditor internals*. (hal. 39–43).
- Usrah, O. S. J., Haliah, H., & Amiruddin, A. (2022). Pengaruh Locus of Control, Role Stress dan Keahlian Audit terhadap Kinerja Auditor dengan *Psychological Well Being* sebagai Variabel Moderasi. *Owner*, 7(1), 13–24. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i1.1232>



Pengaruh Kompetensi dan Prestasi SDM terhadap Promosi Jabatan Aparatur Sipil Negara pada Kantor Kementerian Agama Kabupaten Gresik

Mohammad Lutfi Kurniawan^{1*}, Is Fadhillah²
corn.street@gmail.com^{1*}, isfadhillah@gmail.com²
Program Studi Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IBMT

Received: 21 06 2024. Revised: 23 07 2024. Accepted: 06 08 2024.

Abstract : This study aims to determine how much influence there is between the competency variable and the Achievement Variable on the Civil Service (ASN) Job Promotion variable at the Ministry of Religion Office, Gresik Regency. Data collection carried out in this study used total sampling where all populations were used as samples totaling 45 people. From the results of the study, it can be obtained from the t-test value that has been carried out on the competency variable (X1), the calculated t value is (0.948) < t table (1.679) and a significant value of 0.349 with a probability value of 0.05. Then 0.349 > 0.05 so that H1 in the hypothesis proposed by the researcher can be rejected and H0 is accepted, meaning that competency has no significant influence on job promotion. Achievement has an effect on ASN job promotion at the Ministry of Religion Office, Gresik Regency. The results were obtained from the t-test value that had been carried out on From the table above, the achievement variable (X2) obtained a calculated t value of (2.674) > t table (1.679) and a significant value of 0.011 with a probability value of 0.05. So 0.011 < 0.05 so that H2 in the hypothesis proposed by the researcher is accepted and H0 is rejected, meaning that achievement has a significant positive effect on job promotion.

Keywords : Competence, Achievement, Job Promotion.

Abstrak : Penelitian ini bertujuan mengetahui seberapa pengaruh antara variabel kompetensi dan Variabel Prestasi terhadap variabel Promosi Jabatan Aparatur Sipil Negara (ASN) Kantor Kementerian Agama Kabupaten Gresik. Penarikan data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan total sampling dimana semua populasi digunakan sebagai sampel yang berjumlah 45 orang. Dari hasil penelitian dapat diperoleh dari nilai uji t yang telah di lakukan pada Variabel kompetensi (X1) diperoleh nilai t hitung sebesar (0,948) < t tabel (1,679) dan nilai signifikan 0,349 dengan nilai probabilitas 0,05. Maka 0,349 > 0,05 sehingga H1 pada hipotesis yang diajukan peneliti dapat ditolak dan H0 diterima, artinya kompetensi tidak ada pengaruh secara signifikan terhadap promosi jabatan. Prestasi berpengaruh terhadap promosi jabatan ASN Kantor Kementerian Agama Kabupaten Gresik. Hasilnya diperoleh dari nilai uji t yang telah di lakukan pada Dari tabel di atas Variabel prestasi (X2) diperoleh nilai t hitung sebesar (2,674) > t tabel (1,679) dan nilai signifikan 0,011 dengan nilai probabilitas 0,05. Maka 0,011 < 0,05 sehingga H2 pada hipotesis yang

diajukan peneliti diterima dan H0 ditolak, artinya bahwa prestasi berpengaruh positif yang signifikan terhadap promosi jabatan.

Kata kunci : Kompetensi, Prestasi, Promosi Jabatan

PENDAHULUAN

Kantor Kementerian Agama Kabupaten Gresik merupakan instansi yang mempunyai tugas pokok memberikan pembinaan serta pelayanan dalam bidang keagamaan, dan juga berfungsi menjabarkan kebijakan Menteri Agama RI di Provinsi dan Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Timur. Menurut (Novita et al., 2019), Kantor Kementerian Kabupaten/Kota bertugas dalam menyelenggarakan roda pemerintahan dalam bidang bimbingan dan pengelolaan fungsi administratif serta bidang keagamaan di Indonesia. Kantor Kementerian Kabupaten/Kota dalam melaksanakan tugas dibantu 7 bidang seksi diantaranya, Sub Bagian Tata Usaha, Seksi Pendidikan Madrasah, Seksi Pendidikan Diniyah Dan Pondok Pesantren, Seksi Pendidikan Agama Islam, Penyelenggara Haji dan Umrah, Seksi Bimas Islam, serta Penyelenggara Zakat dan Wakaf. Untuk memperlancar tugas pokok yang telah terprogram, maka perlu mempertimbangkan pengembangan karir bagi Aparatur Sipil Negara (ASN) yang mempunyai kompetensi dan prestasi, oleh karena itu dibutuhkan promosi jabatan struktural di Kantor Kementerian Agama Kabupaten Gresik.

Tugas - tugas yang di bebankan kepada Jabatan Struktural atau biasa disebut Kepala Seksi sangat banyak dan merupakan program pelayanan masyarakat oleh pemerintah yang diberikan kepada Menteri Agama dalam Kementerian Agama untuk menjalankan roda pemerintahan, sehingga tugas dan fungsi dapat berjalan dan di laksanakan dengan baik jika yang menduduki jabatan tersebut para Aparatur Sipil Negara (ASN) yang memiliki kompetensi dan prestasi (Rencana Strategis Kementerian Agama, 2020). Promosi jabatan struktural pada Kantor Kementerian Agama Kabupaten Gresik dilakukan berdasarkan kebutuhan organisasi yang tidak boleh terjadi kekosongan jabatan, karena dapat menghambat tugas dan program-program kerja yang telah di rencanakan. Promosi jabatan struktural di Kantor Kementerian Agama Kabupaten Gresik tidak bisa ditentukan dalam tiap tahunnya karena harus melalui prosedur dan peraturan – peraturan yang berlaku, serta berdasarkan kebutuhan instansi dimana jika dalam jabatan struktural tidak ada yang menduduki maka seorang Aparatur Sipil Negara (ASN) diberikan kesempatan untuk promosi dengan kualifikasi yang sesuai persyaratan dan peraturan yang berlaku.

Pengelolaan sumber daya manusia yang di maksud ialah Aparatur Sipil Negara (ASN) menjadi persoalan bagi pemerintah, sehingga setiap pegawai harus mempunyai kompetensi

yaitu, kompetensi manajerial, kompetensi teknis, dan kompetensi sosial kultural. Menurut Novita (2019), dimensi kompetensi terdiri dari kompetensi manajerial, kompetensi teknis, dan kompetensi sosial kultural. Selain itu, hasil penilaian dapat dilakukan oleh atasan langsung terkait kompetensi dan prestasi supaya mendapatkan informasi penting dalam proses pengembangan karir untuk dipertimbangkan promosi jabatan Aparatur Sipil Negara ASN. Tidak cukup kompetensi, prestasi dapat mempengaruhi sebuah promosi jabatan. Menurut (Hasibuan, 2019), prestasi adalah *achievement* yang berasal dari kata *to archive* yang artinya mencapai. Dengan adanya prestasi yang telah dicapai, mengindikasikan pegawai mampu melaksanakan tugas yang diberikan kepada seorang Aparatur Sipil Negara dan organisasi akan memberikan apresiasi sebuah penghargaan dengan melihat dari hasil pencapaian sasaran kerja pegawai (SKP). Prestasi tersebut dapat dijadikan bahan pertimbangan promosi jabatan kepada pegawai berprestasi.

Promosi jabatan adalah harapan seluruh pegawai Aparatur Sipil Negara (ASN) sebagai penghargaan dalam melaksanakan tugas-tugas yang selama ini diselesaikannya dan menjadi harapan dalam pengembangan karir ASN. Menurut (Setiawan, 2018), Promosi jabatan adalah salah satu cara untuk meningkatkan semangat kerja pegawai. Namun dalam penerapan promosi jabatan yang ada pada Kantor Kementerian Agama Kabupaten Gresik belum maksimal. Promosi jabatan ASN merupakan pengembangan karir seorang Aparatur Sipil Negara yang telah bekerja dan mengabdikan kepada instansi dan lembaga pemerintahan. (Turmudi, 2021) UU No 5 tahun 2014 menjelaskan bagaimana pengembangan karir sangat penting bagi Aparatur Sipil Negara sebagaimana sudah dijelaskan pada Pasal 69 UU Nomor 5 Tahun 2014 tentang Pengembangan karir PNS dilakukan berdasarkan kualifikasi, kompetensi, penilaian kinerja, dan kebutuhan Instansi Pemerintah. Dengan adanya promosi berarti ada kepercayaan dan pengakuan terhadap pegawai. Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Kompetensi Dan Prestasi Sumber Daya Manusia Terhadap Promosi Jabatan Aparatur Sipil Negara (ASN) Pada Kantor Kementerian Agama Kabupaten Gresik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini yang menggunakan sebuah metode penelitian kuantitatif. Menurut (Moleong, 2018), Penelitian kuantitatif diartikan sebagai investigasi sistematis terhadap fenomena dengan cara pengumpulan data yang bisa diukur dengan cara teknik statistik, matematika atau komputasi. Menurut (Sugiyono, 2008), penelitian kuantitatif yaitu sebuah

metode penelitian yang meliputi data yang benar dalam bentuk angka yang diukur dengan cara statistik sebagai instrumen atau perangkat dalam sebuah penelitian atas uji perhitungan untuk menghasilkan suatu kesimpulan atas gejala yang diteliti. Populasi dapat diartikan sebagai kelompok subjek yang dapat di jadikan objek untuk sebuah penelitian. Menurut (Arikunto, 2009). Populasi pada penelitian ini berjumlah 45 orang. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode total sampling. Sehingga dalam penelitian ini yang dijadikan sampel adalah seluruh Aparatur Sipil Negara (ASN) berjumlah 45 orang dari 7 seksi pada Kantor Kementerian Agama Kabupaten Gresik

Instrument penelitian ini menggunakan kuesioner. Instrument kuesioner digunakan sebagai alat ukur baku dalam metode kuantitatif yang disebarakan ke koresponden dalam hal ini sampel yang telah ditentukan yaitu Pegawai Aparatur Sipil Negara (ASN) dan di isi sesuai dengan jawaban yang telah disediakan. Jawaban instrument ini menggunakan skala *Likert* 1-4 sebagai alat ukur dalam menentukan jawaban dari koresponden. Teknik analisis menggunakan teknik analisis data kuantitatif dengan statistik (Permana & Sumantri, 2017), dimana metode ini adalah cara untuk mengolah data yang sudah terkumpul dari responden atau referensi dari seluruh pegawai mengenai pengaruh kompetensi dan prestasi pegawai terhadap promosi jabatan ASN pada Kantor Kementerian Agama Kabupaten Gresik. Analisis data ini merupakan pengelompokkan data menurut variabel dan jenis responden, tabulasi data menurut variabel dari seluruh responden, memberikan data dari tiap variabel yang diteliti, menjawab rumusan masalah dengan cara perhitungan, dan menguji hipotesis yang telah diajukan. Analisis data kuantitatif menggunakan statistik, yaitu Statistik deskriptif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Promosi jabatan merupakan cara untuk meningkatkan mental dan tanggung jawab Aparatur Sipil Negara (ASN) dalam melaksanakan tugas-tugas yang diberikan oleh pemerintah dengan tujuan memotivasi semangat dalam bekerja. Promosi Jabatan merupakan bentuk apresiasi pimpinan atas kerja keras abdi negara dalam melaksanakan tugas – tugasnya secara baik penuh tanggung jawab. Pemberian penghargaan dalam bentuk promosi jabatan kepada pegawai yang bekerja di pemeritahan dapat memberikan dampak yang signifikan bagi seorang Aparatur Sipil Negara (ASN) yaitu tanggung jawab dan wewenang yang akan menjadi lebih besar. Kemudian tidak kalah pentingnya adalah peningkatan penghasilan yang lebih besar dari sebelumnya serta perubahan status sosial bagi pegawai yang telah mendapatkan sebuah promosi jabatan. Promosi jabatan yang dimaksud adalah promosi

jabatan struktural yang peranannya sangat penting untuk menjalankan program – program serta tugas yang diberikan oleh instansi maupun pimpinan.

Pada pelaksanaan proses promosi jabatan struktural, Pegawai Aparatur Sipil Negara (ASN) harus mempunyai kompetensi dan prestasi yang lebih tinggi untuk memangku jabatan tersebut. Ini di karenakan promosi jabatan struktural merupakan bagian peningkatan karir yang di inginkan oleh setiap pegawai dan bisa diartikan sebagai bentuk pengembangan karir individual atau seorang pegawai yang mempunyai kapabilitas yang baik di dalam instansi, sehingga memberikan nilai kompetensi yang tinggi bagi abdi negara dalam melaksanakan tugas pokok dan fungsinya dengan harapan memberikan sebuah prestasi saat bekerja dan memberikan dampak positif bagi pegawai itu sendiri. Dengan demikian Promosi jabatan sangat penting dalam suatu organisasi pemerintahan khususnya bagi individual seorang Aparatur Sipil Negara (ASN) sebagai pencapaian sebuah prestasi selama bekerja yang melayani masyarakat dan mengabdikan ke negara. Sudah di tertuang Undang - Undang Nomor 5 Tahun 2014 yang menjelaskan bagaimana pengembangan karir sangat penting bagi seorang Aparatur Sipil Negara (ASN) sebagaimana sudah dijelaskan pada Pasal 69 UU Nomor 5 Tahun 2014 tentang Pengembangan karir PNS dilakukan berdasarkan kualifikasi, kompetensi, penilaian kinerja, dan kebutuhan Instansi Pemerintah.

Hasil pengumpulan data responden berdasarkan jenis jabatan dapat diketahui jumlah responden dengan jabatan Kepala Subbag Tata Usaha berjumlah 1 orang (2%), responden dengan jabatan Kepala Seksi berjumlah 5 orang (11%), responden dengan jabatan Fungsional berjumlah 13 orang (29%) dan responden dengan jabatan Pelaksana berjumlah 26 orang (58%). Data di atas menunjukkan bahwa ASN yang menduduki jabatan pelaksana lebih banyak dibandingkan dengan jabatan yang lainnya yang berpeluang promosi jabatan di Kantor Kementerian Agama Kabupaten Gresik. Hasil dari penelitian pengumpulan data responden berdasarkan dapat diketahui jumlah responden berdasarkan dengan jenis status sebagai PNS berjumlah sebanyak 39 orang (87%), dan responden berdasarkan dengan jenis status sebagai PPPK berjumlah 6 orang (13%). Dari data di atas bahwa mayoritas Aparatur Sipil Negara Kantor Kementerian Agama Kabupaten Gresik adalah status sebagai PNS yakni 87%. Hasil pengumpulan data responden berdasarkan jenis usia dapat diketahui jumlah responden yang berusia 18-30 tahun sebanyak 2 orang (4%), responden berusia 31-40 tahun sebanyak 6 orang (13%), responden yang berusia 41-51 tahun sebanyak 24 orang (53%) dan sebanyak 13 orang (29%). Dari data di atas dapat dikatakan bahwa usia Aparatur Sipil Negara (ASN) yang terdiri dari PNS dan PPPK di Kantor Kementerian Agama Kabupaten Gresik

yang berpeluang promosi Jabatan adalah usia 41-50 Tahun sebanyak 24 orang (53%).

Uji validitas kuesioner terhadap variabel Kompetensi (X1) dalam penelitian ini dilakukan kepada 45 orang responden dengan df sebanyak 45 responden dan rtabel sebesar 0,288. diketahui bahwa variabel Kompetensi (X1) memiliki nilai rhitung > rtabel, yaitu 0,288. Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa dari 8 indikator variabel kompetensi (X1) tersebut dinyatakan valid dan sudah layak dijadikan pengukuran variabel penelitian. Diketahui bahwa variabel prestasi (X2) memiliki nilai rhitung > rtabel, yaitu 0,288. Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa dari 8 indikator variabel prestasi (X2) tersebut dinyatakan valid dan sudah layak dijadikan pengukuran variabel penelitian. Variabel Promosi Jabatan (Y) memiliki nilai rhitung > rtabel, yaitu 0,288. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa 8 indikator variabel promosi jabatan tersebut dinyatakan valid dan sudah layak dijadikan pengukuran variabel penelitian. Uji Reliabilitas dalam penelitian ini dapat diketahui dari nilai *Cronbach's Alpha* yang dihasilkan dari perhitungan menggunakan alat bantu statistic SPSS 22.0 Jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60, maka pernyataan dalam variabel dinyatakan reliabel. Hasil uji realibitas dalam penelitian ini disajikan dalam tabel sebagai berikut.

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas Kompentesi (X1)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.886	.886	8

Dapat dilihat di tabel 1 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel Kompetensi 0,886 > dari 0,60 artinya pernyataan yang terdapat dalam variabel Kompetensi dinyatakan reliabel.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Prestasi (X2)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.893	.894	8

Dapat dilihat di tabel 2 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel Prestasi (X2) 0,893 > dari 0,60, artinya pernyataan yang terdapat dalam variabel Prestasi dinyatakan reliabel.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi Jabatan

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.888	.889	8

Dapat dilihat di tabel 3 diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel promosi jabatan (Y) 0,888 > dari 0,60, artinya pernyataan yang terdapat dalam variabel promosi jabatan dinyatakan reliabel.

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		45
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.97841247
Most Extreme Differences	Absolute	.089
	Positive	.078
	Negative	-.089
Test Statistic		.089
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Dapat dilihat di tabel 4 diketahui nilai signifikansi 0,200 > 0,05. Hal ini membuktikan bahwa residual berdistribusi normal. *Kolmogorov Smirnov* test digunakan untuk menguji normalitas model regresi, maka apabila didapatkan nilai sig. > $\alpha = 0,05$, maka model tersebut normal (Ghozali, 2019).

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.638	2.930		2.607	.013		
	X1	.193	.203	.197	.948	.349	.256	3.909
	X2	.532	.199	.556	2.674	.011	.256	3.909

a. Dependent Variable: Y

Untuk menunjukkan ada atau tidaknya multikolinieritas, dapat di lihat dari nilai

toleransi dan nilai *variance inflation factor* (VIF). Nilai yang sering dipakai pada nilai *cut off* yaitu nilai *tolerance* > 0,10 atau VIF < 10. Jika VIF kurang dari 10 maka tidak terjadi multikolinieritas, (Ghozali, 2018). Pada tabel 5 di atas dapat di ketahui hasil perhitungan nilai VIF dan *Tollerance*. Nilai VIF untuk kedua variabel memenuhi syarat signifikansi dimana nilainya < 10 sebesar 3,909 < 10. Sedangkan nilai *Tollerance* juga memenuhi syarat signifikansi dimana nilainya > 0,10 sebesar 0,256 > 0,10. Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas, sehingga tidak ada korelasi antar variabel independen (bebas) untuk persamaan regresi.

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.638	2.930		2.607	.013
	X1	.193	.203	.197	.948	.349
	X2	.532	.199	.556	2.674	.011

Dilihat pada tabel 6, maka hasil perhitungan persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini sebagai berikut: $Y = 7,638 + 0,193X_1 + 0,532X_2 + 2,930$

Keterangan:

- Y = Promosi Jabatan
- a = Konstanta
- b1 = Pengaruh X₁ terhadap Y jika X₂ konstan
- X1 = Kompetensi
- b2 = Pengaruh X₂ terhadap Y jika X₁ konstan
- X2 = Prestasi
- ε = Residual (error)

Kesimpulan yang dapat dijelaskan dari hasil persamaan regresi diatas adalah sebagai berikut. 1) Berdasarkan tabel di atas diketahui nilai signifikansi (Sig) variabel kompetensi (X1) adalah sebesar 0,349. Karena nilai Sig 0,349 > 0,05 maka dapat di jelaskan H1 atau hipotesa pertama di tolak, sehingga di artikan bahwa tidak ada pengaruh kompetensi (X1) terhadap promosi jabatan (Y). 2) Berdasarkan tabel di atas diketahui nilai signifikansi (Sig) variabel prestasi (X2) adalah sebesar 0,011. Karena nilai Sig 0,011 < 0,05 maka dapat di jelaskan H1 atau hipotesa yang ke dua di terima, sehingga di artikan bahwa ada pengaruh prestasi (X2) terhadap promosi jabatan (Y).

Tabel 7. Hasil Pengukuran (R2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.732 ^a	.536	.514	2.025

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Pada R Square sebesar 0,536 berarti variabel promosi jabatan (Y) mampu diprediksikan oleh variabel kompetensi (X1) dan prestasi (X2) sebesar 53,6%, maka sisanya 47,4% oleh variabel lain di luar variabel penelitian ini. Nilai Adjusted R Square atau koefisien determinasi adalah 0,514 berarti kompetensi (X1) dan prestasi (X2) mampu menjelaskan variabel promosi jabatan (Y) sebesar 51,4% maka sisanya 49,6% oleh variabel lain di luar variabel penelitian ini. Terdapat 2 Pilihan, menggunakan R Square atau Adjusted R Square, apabila jumlah variabel lebih dari dua, maka yang digunakan Adjusted R Square. Sehingga nilai yang digunakan dalam koefisien determinasi adalah 51,4%. e. Standar error of the estimate adalah sebesar 2, yang berarti bahwa tingkat kesalahan penaksiran dari model regresi linear berganda pada penelitian ini adalah sebesar 2.

Uji t dalam penelitian ini digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh secara individual antara variabel kompetensi (X1) dan prestasi (X2) terhadap promosi jabatan (Y) dengan ketentuan tarag signifikansi 5%. Berikut uji hipotesis pada penelitian ini:

Tabel 8. Hasil Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.638	2.930		2.607	.013
	X1	.193	.203	.197	.948	.349
	X2	.532	.199	.556	2.674	.011

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel di atas hasil uji t di artikan sebagai berikut. 1) Hasil uji: Kompetensi tidak ada berpengaruh terhadap Promosi Jabatan. Dari tabel di atas Variabel kompetensi (X1) diperoleh nilai t hitung sebesar (0,948) < t tabel (1,679) dan nilai signifikan 0,349 dengan nilai probablitas 0,05. Maka 0,349 > 0,05 sehingga H1 pada hipotesis yang diajukan peneliti dapat ditolak dan H0 diterima, artinya kompetensi tidak ada pengaruh terhadap promosi jabatan. 2) Hasil uji: Prestasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Promosi Jabatan. Dari tabel di atas Variabel prestasi (X2) diperoleh nilai t hitung sebesar (2,674) > t tabel (1,679) dan nilai signifikan 0,011 dengan nilai probabilitas 0,05. Maka 0,011 < 0,05 sehingga

H2 pada hipotesis yang diajukan peneliti diterima dan H0 ditolak, artinya bahwa prestasi berpengaruh positif yang signifikan terhadap promosi jabatan.

Uji F-Statistik adalah cara untuk mengetahui apakah semua variabel independen bersama - sama berpengaruh signifikan kepada variabel dependen. Berikut perhitungan uji F hitung > F tabel penelitian ini.

Tabel 9. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	199.023	2	99.512	24.268	.000 ^b
	Residual	172.221	42	4.101		
	Total	371.244	44			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Taraf signifikansi 5% dan degree off freedom (df) dengan rumus $df_1 = k-1$, $df_2 = n-k$ dimana k adalah jumlah variabel bebas + terikat (X1 dan X2 = 2, Y = 1) bertotal nilai k=3 dan nilai n adalah jumlah sampel yaitu 45 orang. Jadi $df_1 = 3-1 = 2$, $df_2 = 45-3 = 42$. Dengan ini bisa didapatkan bahwa nilai f tabel sebesar 3,20. Berdasarkan tabel di atas nilai sig 0,000 < 0,05, maka didapat disimpulkan bahwasanya hipotesis di terima dan diartikan variabel X1 dan X2 simultan berpengaruh terhadap variabel Y. Sedangkan berdasarkan nilai F hitung yaitu nilai F hitung 24,268 > 3,20, maka dapat disimpulkan bahwa variabel X1 dan X2 berpengaruh secara simultan terhadap variabel Y. Dengan demikian berdasarkan penelitian di atas dapat di katakan bahwa kompetensi dan prestasi pengaruh secara simultan terhadap promosi jabatan sehingga dapat disimpulkan pengujian Hipotesis diterima.

Tujuan pembahasan penelitian ini adalah mengetahui seberapa besar pengaruh kompetensi dan prestasi terhadap promosi jabatan Aparatur Sipil Negara (ASN) Kantor Kementerian Agama Kabupaten Gresik. Hasil penelitian yang dilakukan kepada 45 orang responden, maka dapat diketahui bagaimana jawaban dan tanggapan responden terhadap variabel-variabel yang telah disajikan dalam kuesioner dapat dijelaskan dalam pembahasan dibawah ini.

Pengaruh Kompetensi terhadap Promosi Jabatan. Berdasarkan hasil analisis di tabel 8, diketahui bahwa variabel kompetensi memiliki nilai signifikansi sebesar 0,349 lebih besar dari nilai probabilitas yang di tetapkan sebesar 0,05 dengan nilai t hitung sebesar 0,948, sehingga dapat di simpulkan bahwa kompetensi tidak ada pengaruh terhadap variabel promosi jabatan. Dari uji penelitan di atas dapat menjelaskan bahwa variabel kompetensi tidak ada pengaruh terhadap promosi jabatan, hal ini sebabkan dengan adanya faktor dari responden

yaitu, karena adanya perpindahan tempat tugas responden ke tempat baru sehingga menyebabkan belum memahami dan menguasai job disk (pekerjaan) baru yang diberikan saat ini. Dengan demikian bisa di artikan bahwa dalam penelitian yang di lakukan terhadap variabel kompetensi (X1) tidak ada pengaruh terhadap variabel promosi jabatan (Y).

Pengaruh Prestasi terhadap Promosi Jabatan. Berdasarkan hasil analisis di tabel 8, diketahui bahwa nilai t hitung dan t tabel atau $2,674 > 1,679$ kemudian di ketahui nilai signifikansi dari X2 terhadap Y adalah $0,011 < 0,05$ ($\alpha=5\%$), sehingga dapat disimpulkan ada pengaruh positif dari variabel prestasi terhadap promosi jabatan. Hal ini di kuatkan oleh penelitian sebelumnya yaitu penelitian yang di lakukan oleh Titi Hasanah dkk (2023), dengan judul penelitian Pengaruh Tingkat Pendidikan Dan Prestasi Kerja Terhadap Promosi Jabatan Pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sereho Lahat, dimana hal ini menunjukkan variabel prestasi ada berpengaruh positif yang signifikan terhadap promosi jabatan. Dengan hasil ini dapat dikatakan bahwa prestasi berpengaruh positif yang signifikan terhadap promosi jabatan dan dapat diartikan dengan adanya sebuah prestasi, kesempatan Aparatur Sipil Negara (ASN) untuk promosi jabatan berpeluang lebih besar dan akan menjadi pencapaian kinerja dari seorang individual pegawai sebagai apresiasi instansi dan pimpinan terhadap kinerja pegawai yang mampu melaksanakan pekerjaan dengan tanggung jawab, disiplin, penilaian kerja dan kerja secara optimal.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan maka dapat di simpulkan bahwa kompetensi tidak ada berpengaruh terhadap promosi jabatan ASN Kantor Kementerian Agama Kabupaten Gresik. Hasilnya diperoleh dari nilai uji t yang telah di lakukan pada Variabel kompetensi (X1) diperoleh nilai t hitung sebesar $(0,948) < t$ tabel $(1,679)$ dan nilai signifikan $0,349$ dengan nilai probabilitas $0,05$. Maka $0,349 > 0,05$ sehingga H1 pada hipotesis yang diajukan peneliti dapat ditolak dan H0 diterima, artinya kompetensi tidak ada pengaruh secara signifikan terhadap promosi jabatan. Prestasi berpengaruh terhadap promosi jabatan ASN Kantor Kementerian Agama Kabupaten Gresik. Hasilnya diperoleh dari nilai uji t yang telah di lakukan pada Dari tabel di atas Variabel prestasi (X2) diperoleh nilai t hitung sebesar $(2,674) > t$ tabel $(1,679)$ dan nilai signifikan $0,011$ dengan nilai probabilitas $0,05$. Maka $0,011 < 0,05$ sehingga H2 pada hipotesis yang diajukan peneliti diterima dan H0 ditolak, artinya bahwa prestasi berpengaruh positif yang signifikan terhadap promosi jabatan.

DAFTAR RUJUKAN

- Arikunto, S. (2009). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ghozali, I. (2019). Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. In *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Hasibuan, D. (2019). Pengaruh Pendidikan Dan Pelatihan (Diklat) Terhadap Prestasi Kerja Pegawai Di Rumah Sakit Umum Daerah Aek Kanopan Kabupaten Labuhanbatu Utara. *JURNAL INFORMATIKA*, 7(2). <https://doi.org/10.36987/informatika.v7i2.1337>
- Moleong, L. J. (2018). Metodologi Penelitian Kualitatif. *PT Remaja Rosdakarya*.
- Novita, W., Lie, D., Efendi, E., & Chandra, E. (2019). Pengaruh Kompetensi Dan Prestasi Kerja Pegawai Terhadap Promosi Jabatan Pada Kantor Kementerian Agama Kota Pematangsiantar. *Maker: Jurnal Manajemen*, 5(1).
<https://doi.org/10.37403/maker.v5i1.110>
- Permana, E. P., & Sumantri, B. A. (2017). Optimalisasi Human Capacity Empowering Untuk Meningkatkan Eksistensi Sentra Ukm Tenun Ikat Khas Kediri Berbasis Data Kepuasan Kerja Dan Komitmen Organisasional Terhadap Turnover Intention. *International Journal of Social Science and Business (IJSSB)*, 1(3).
<https://doi.org/10.23887/ijssb.v1i3.11306>
- Rencana Strategis Kementerian Agama, Menteri Agama Republik Indonesia (2020).
- Setiawan, A. (2018). Pengaruh Promosi Jabatan Dan Lingkungan Kerja Terhadap Semangat Kerja Pegawai Di Lingkungan Universitas Pembangunan Panca Budi Medan. *Jurnal Akuntansi Bisnis dan Publik*, 8(2).
<https://jurnal.pancabudi.ac.id/index.php/akuntansibisnisdanpublik/article/view/246>
- Sugiyono. (2008). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Turmudi, H. (2021). Status Kepegawaian Perangkat Desa Dalam Perspektif Uu No 5 Tahun 2014 Tentang Aparatur Sipil Negara. *Res Judicata*, 4(1).
<https://doi.org/10.29406/rj.v4i1.2744>



Pengaruh Motivasi Kerja dan Kinerja Karyawan terhadap Produktivitas Perusahaan PT. BSA Gresik

Kusnul Yatimah^{1*}, Is Fadhillah²

kusnulym@gmail.com^{1*}, isfadhillah@gmail.com²

^{1,2}Program Studi Manajemen

^{1,2}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IBMT

Received: 03 07 2024. Revised: 30 07 2024. Accepted: 06 08 2024.

Abstract : Human resources have an important role in a company so that the company can increase its productivity. Human resource management is influenced by many factors that will affect employee performance. One of the factors that affects employee performance is work motivation. The purpose of this study is to examine the effect of work motivation and employee performance on company productivity at PT. BSA Gresik. This research method uses a quantitative method. Data collection was carried out by distributing questionnaires to 67 respondents obtained based on the number of samples using the slovin formula. Data analysis was carried out using a partial hypothesis test (t-test). The results of this study indicate that work motivation has a significant effect on company productivity at PT. BSA Gresik. Where the work motivation variable (X1) obtained a calculated t value $(7.102) > t$ table (1.667) and a significant value of 0.00 < probability value of 0.05. Employee performance has a significant effect on company productivity at PT. BSA Gresik. Where the performance variable (X2) obtained a calculated t value of $(3.391) > t$ table (1.667) and a significant value of 0.01 < probability value of 0.05.

Keywords : Work Motivation, Employee Performance, Company Productivity.

Abstrak : Sumber daya manusia memiliki peranan penting dalam sebuah perusahaan agar perusahaan dapat meningkatkan produktivitas perusahaannya. Manajemen sumber daya manusia dipengaruhi oleh banyak faktor yang akan berpengaruh terhadap kinerja karyawan. Salah satu yang berpengaruh terhadap kinerja karyawan adalah motivasi kerja. Tujuan dari adanya penelitian ini adalah untuk meneliti mengenai pengaruh motivasi kerja dan kinerja karyawan terhadap produktivitas perusahaan di PT. BSA Gresik. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 67 responden yang didapat berdasarkan jumlah sampel menggunakan rumus slovin. Analisis data dilakukan menggunakan uji hipotesis parsial (Uji t). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi kerja berpengaruh secara signifikan terhadap produktivitas perusahaan di PT. BSA Gresik. Dimana variabel motivasi kerja (X1) diperoleh nilai t hitung $(7,102) > t$ tabel (1,667) dan nilai signifikan 0,00 < nilai probabilitas 0,05. Kinerja karyawan berpengaruh secara signifikan terhadap produktivitas perusahaan di PT. BSA Gresik. Dimana variabel kinerja (X2) diperoleh nilai t hitung sebesar $(3,391) > t$ tabel (1,667) dan nilai signifikan 0,01 < nilai probabilitas 0,05.

Kata Kunci : Motivasi Kerja, Kinerja Karyawan, Produktivitas Perusahaan.

PENDAHULUAN

Sumber daya manusia merupakan bagian cukup penting dalam mencapai tujuan perusahaan besar maupun kecil. Sumber daya manusia atau tenaga kerja merupakan faktor mutlak yang diperlukan dalam perusahaan, karena merekalah yang menjadi penggerak seluruh aktivitas organisasi (Sudianto & Mulyadi, 2019). Diperlukan suatu sumber daya manusia yang berkompeten dan kompetitif bagi suatu perusahaan untuk mempertahankan eksistensinya di dunia kerja. Oleh karena itu, sumber daya manusia penting untuk dikelola. Upaya yang dapat dilakukan untuk mengatur sumber daya manusia di dalam perusahaan adalah manajemen sumber daya manusia. Tujuan utama manajemen sumber daya manusia adalah untuk meningkatkan kontribusi karyawan terhadap perusahaan agar mencapai produktivitas perusahaan (Dessler, 2015). Manajemen sumber daya manusia yang baik dapat menata kemampuan dan kebutuhan penempatan suatu kompetensi yang dimiliki.

Kinerja karyawan merupakan hasil yang dicapai seseorang dalam melaksanakan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya. Tujuan perusahaan dapat tercapai apabila karyawan memiliki kinerja yang tinggi. Kinerja karyawan dalam suatu perusahaan merupakan jawaban dari berhasil atau tidaknya tujuan perusahaan yang telah ditetapkan (Darmawan & Mardikaningsih, 2021). Menurut (Mangkunegara, 2015) kinerja karyawan adalah hasil kerja seseorang secara kualitas maupun secara kuantitas yang telah dicapai oleh karyawan dalam menjalankan tugas sesuai tanggung jawab yang diberikan. Kunci utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam meningkatkan kinerja karyawan adalah dengan memprioritaskan motivasi kerja mereka. Motivasi kerja akan menimbulkan kepuasan kerja karyawan yang sering diwujudkan dalam sikap positif karyawan terhadap pekerjaan atau tugas yang diberikan kepadanya di lingkungan kerja (Adrian, 2022). Kepuasan kerja karyawan adalah keadaan emosional karyawan dimana terjadi titik temu atas balas jasa karyawan dari perusahaan dengan nilai tingkat balas jasa yang memang diinginkan oleh karyawan tersebut (Pudjiati, 2014). Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan kerja karyawan salah satunya adalah jaminan finansial.

Jaminan finansial bisa berupa pemberian gaji yang sesuai bagi karyawan. Gaji adalah salah satu jenis imbalan yang diterima oleh karyawan (Moenir & Yuliyanto, 2017). Gaji juga merupakan salah satu faktor yang penting untuk diperhatikan perusahaan, sebab seorang karyawan dalam bekerja pasti akan mengharapkan suatu imbalan atas jasa, kinerja, biaya, dan jerih payah yang telah dikorbankannya. Gaji dapat mempengaruhi tingkat kehidupan karyawan

yang bersangkutan bersama keluarganya. Oleh karena itu, pemberian gaji yang diterima oleh karyawan dapat memberikan dorongan atau motivasi untuk bekerja keras, dan motivasi untuk hidup. Menurut undang-undang Nomor 13 Tahun 2003 yang dikutip oleh (Kasmir, 2022) menyatakan bahwa setiap pekerja/buruh berhak memperoleh penghasilan yang layak bagi kemanusiaan. Bisa diartikan bahwa perusahaan wajib untuk membayar gaji sebagai penghasilan atas balas jasanya, serta gaji yang dibayar haruslah memenuhi kelayakan hidup minimal yang harus dipenuhi.

Pemerintah menetapkan upah minimum berdasarkan kebutuhan hidup yang layak dan dengan memperhatikan produktivitas dan pertumbuhan ekonomi. Upah minimum ditetapkan oleh gubernur dengan memperhatikan rekomendasi dari Dewan Pengupahan Provinsi dan Bupati (Pamungkas, 2016). Dengan adanya motivasi kerja yang tepat, diharapkan karyawan dapat meningkatkan kinerjanya sehingga terjadi peningkatan produksi dan tercapainya target produksi. PT. BSA Gresik mengalami penurunan produksi dalam tiga tahun terakhir. Hal tersebut berlangsung setelah dihilangkannya beberapa motivasi kerja dan tidak adanya kenaikan gaji selama tiga tahun tersebut. Dari uraian di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berhubungan dengan faktor sumber daya manusia di PT. BSAS dengan judul Pengaruh Motivasi Kerja dan Kinerja Karyawan Terhadap Produktivitas Perusahaan PT. BSA Gresik.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu data yang diperoleh dalam bentuk angka-angka yang dapat dihitung, yang berkaitan dengan masalah yang diteliti (Sumantri & Permana, 2017). Penelitian ini termasuk ke dalam penelitian asosiatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan dua variabel atau lebih (Adrian, 2022). Terdapat dua jenis variabel pada penelitian kuantitatif ini yaitu variabel bebas (independen) yang meliputi motivasi kerja (X1) dan kinerja karyawan (X2) dan variabel terikat (dependen) yaitu produktivitas perusahaan. Populasi dalam penelitian ini adalah semua karyawan PT. BSA Gresik yang berjumlah 200. Sampel data dalam penelitian ini diambil dengan metode pengambilan *Proportionate Stratified Random Sampling* (Sugiyono, 2017). Sedangkan sampel dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan pendapat Slovin sehingga mendapat sampel sebanyak 67 responden.

Pada penelitian kuantitatif pengumpulan data dapat dilakukan dengan cara wawancara, dokumentasi, angket (kuesioner), dan observasi (Arikunto, 2019). Menurut (Sugiyono, 2015), statistik deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara

menggambarkan atau mendeskripsikan data yang terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Dalam penelitian ini uji deskriptif digunakan untuk memberikan informasi tentang karakter atau ciri variabel-variabel penelitian yang utama. Teknik Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model analisis regresi linier berganda. Analisis data yang digunakan dengan bantuan program aplikasi *Statistical Package for Social Science* (SPSS). Menurut Sugiyono (2017) dalam menguji hipotesa dalam penelitian ini digunakan analisis regresi melalui uji R² dan uji t. Koefisien determinasi (R²) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisa regresi dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R²) antara 0 (nol) dan 1 (satu).

Koefisien determinasi (R²) nol variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Selain itu koefisien determinasi (R²) dipergunakan untuk mengetahui prosentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X). Uji statistik t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2021). Ketentuan penerimaan atau penolakan hipotesis adalah sebagai berikut: 1) Secara parsial variabel independen mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen, jika t hitung > t tabel atau probabilitas lebih kecil dari tingkat signifikan (Sig < 0,05). 2) Secara parsial variabel independen tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen, jika t hitung < t tabel atau probabilitas lebih besar dari tingkat signifikan (Sig > 0,05).

HASIL DAN PEMBAHASAN

PT. BSA Gresik merupakan salah satu perusahaan kayu berkelanjutan. Perusahaan ini memproduksi kayu lapis komersial, *blockboard*, kayu lapis dekoratif (kayu lapis Oak, dan kayu lapis Jati) dan melamin dengan penekanan pada kualitas dan keberlanjutan yang tinggi. PT. BSA Gresik menggunakan log perkebunan yang berasal dari hutan kemasyarakatan dan hutan tanaman sebagai komponen produk utamanya. Perusahaan ini berusaha menjadi pemimpin dalam produksi kayu lestari. PT. BSA Gresik berkomitmen untuk terus membangun nilai jangka panjang bagi pelanggannya, meningkatkan kesejahteraan karyawan perusahaan, dan selalu memberikan kembali kepada masyarakat setempat. Didirikan pada tahun 1989, PT. BSA Gresik memulai sebagai produsen furnitur *high-end custom* untuk pasar Jepang dan Amerika. Pada

tahun 2004 PT. BSA Gresik memulai produksi kayu lapis dan panel kayu dekoratif hingga saat ini. PT. BSA Gresik berlokasi di JL. Raya Bringkang KM. 01 No.8, Desa Bringkang, Kecamatan Menganti, Kabupaten Gresik 61174. Lokasi PT. BSA Gresik cukup strategis karena berada di jalan kabupaten sehingga memudahkan mobilitas perusahaan. Pasokan bahan baku atau kayu log albasia, jabon dan meranti sebagian besar berasal dari Kalimantan.

Penjualan terbesar perusahaan berasal dari ekspor barang hasil produksi perusahaan, sehingga lokasi perusahaan termasuk faktor yang cukup penting dalam mempengaruhi jalannya keberlangsungan perusahaan. Dalam perkembangannya PT. BSA Gresik banyak mengalami berbagai tantangan dalam menembus persaingan perdagangan internasional. Salah satunya adalah dikarenakan adanya pandemi covid-19. Selain hal itu juga dikarenakan adanya persaingan yang ketat antar negara yang meliputi harga, bahan baku dan juga menyangkut masalah kualitas. PT. BSA Gresik berupaya agar dapat mengolah produksi dengan baik sehingga dapat menghasilkan produk yang berkualitas seperti yang diharapkan. Oleh sebab itu, perusahaan ini berusaha untuk terus mewujudkan kesuksesannya dan terus membangun nilai jangka panjang bagi semua pemangku kepentingan perusahaan.

Saat ini PT. BSA Gresik mempekerjakan sekitar 200 staf dan karyawan produksi. Jumlah tersebut mengalami penurunan yang cukup signifikan dibanding tahun-tahun sebelumnya. Pasar ekspor PT. BSA Gresik saat ini meliputi Timur Tengah, Korea Selatan, Singapura, dan Malaysia, Australia hingga Amerika. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa kuesioner yang terdiri dari 22 butir pertanyaan, Adapun pengisian kuesioner penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara *online* melalui *Google Form*. Jumlah responden penelitian sebanyak 67 orang Karyawan PT. BSA Gresik. Kuesioner penelitian berisi deskripsi responden dan jawaban atas pertanyaan yang diberikan. Karakteristik responden dalam penelitian ini adalah berdasarkan jenis kelamin, usia, bagian/divisi. PT. BSA Gresik memiliki karyawan pria dan wanita, sehingga dalam pengambilan sampel ini dipilih sampel dengan jenis kelamin pria dan wanita supaya dapat mengukur responden yang sesuai dan dapat mewakili populasi.

Berdasar data dapat memberikan gambaran bahwa responden dalam penelitian ini yang berusia 18 – 30 tahun sebanyak 23 orang (34%), responden berusia 31 – 40 tahun sebanyak 33 orang (49%), dan yang berusia 41 – 50 sebanyak 9 orang (13%), sedangkan responden yang berusia 51 – 60 sebanyak 2 orang (3%). Dari uraian di atas dapat dikatakan mayoritas karyawan PT. BSA Gresik berusia 18 sampai 40 tahun. Dalam sebuah perusahaan, divisi adalah suatu kelompok atau satuan di dalam suatu organisasi. Dalam penelitian ini peneliti membagi menjadi

dua bagian yaitu divisi administrasi dan produksi. Berikut ini merupakan hasil dari pengumpulan data dari penyebaran kuesioner berdasarkan bagian/divisi. Berdasarkan data dapat diketahui bahwa responden dari divisi staf administrasi sebanyak 19 orang (28%) dan responden dari divisi produksi sebanyak 48 orang (72%). Dari paparan di atas diketahui bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh karyawan produksi.

Uji validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur benar-benar cocok atau sesuai dengan alat ukur yang diinginkan. Penelitian ini menggunakan alat kuesioner dengan pengujian validitas menggunakan program SPSS. Untuk mengetahui validitas setiap item pernyataan dalam penelitian ini dapat dilihat apabila r hitung $>$ r tabel. Uji validitas kuesioner untuk variabel motivasi kerja (X1) dalam penelitian ini dilakukan kepada 67 orang responden dengan df sebanyak 67 responden dan r tabel sebesar 0,237. nilai r hitung menunjukkan bahwa dari 8 butir pertanyaan variabel motivasi kerja (X1) dinyatakan valid, karena memenuhi syarat r hitung $>$ r tabel yaitu 0,237, sehingga dapat dinyatakan bahwa setiap item pertanyaan layak digunakan dalam penelitian. Semua butir pertanyaan variabel kinerja karyawan (X2) memiliki nilai r hitung $>$ r tabel, yaitu 0,237. Berdasarkan hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa 8 butir pertanyaan variabel kinerja karyawan (X2) tersebut dinyatakan valid dan sudah layak dijadikan pengukuran variabel penelitian. Berdasarkan data, nilai r hitung menunjukkan bahwa dari 6 butir pertanyaan variabel produktivitas perusahaan (Y) dinyatakan valid, karena memenuhi syarat r hitung $>$ r tabel yaitu 0,237, sehingga dapat dinyatakan bahwa setiap item pertanyaan layak digunakan dalam pengukuran variabel penelitian.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus *Cronbach's Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* $>$ 0,6. Hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini disajikan dalam tabel berikut sebagai berikut.

Tabel 1. Uji Reabilitas Motivasi Kerja (X1)

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.793	.778	8

Berdasarkan pada tabel 1, maka dapat dinyatakan bahwa 8 butir item untuk variabel motivasi kerja (X1) tersebut adalah reliabel karena *Alpha Cronbach's* $>$ r tabel, dimana $0,793 >$ 0,6.

Tabel 2. Uji Reabilitas Kinerja Karyawan (X2)

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.852	.855	8

Tabel 2. menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel Kinerja Karyawan (X2) $0,852 > 0,6$ yang artinya pertanyaan yang terdapat dalam variabel kinerja karyawan dinyatakan reliabel.

Tabel 3. Uji Reabilitas Produktivitas perusahaan (Y)

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.868	.870	6

Berdasarkan pada tabel 3, maka dapat dinyatakan bahwa 6 butir item untuk variabel produktivitas perusahaan (Y) tersebut adalah reliabel karena *Alpha Cronbach's* $>$ rtabel, dimana $0,868 > 0,6$.

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		67
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.80769056
Most Extreme Differences	Absolute	.100
	Positive	.078
	Negative	-.100
Test Statistic		.100
Asymp. Sig. (2-tailed)		.096 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Pada tabel 4 menunjukkan bahwa nilai signifikansi $0,096 > 0,05$. Hal tersebut membuktikan bahwa residual berdistribusi normal karena nilai sig $>$ $0,05$, maka model tersebut normal.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolenitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-4.150	2.169		1.913	.060		
X1	.543	.077	.614	7.102	.000	.737	1.356
X2	.341	.100	.293	3.391	.001	.737	1.356

a. Dependent Variable: Y

Multikolinieritas dapat dilihat dari nilai toleransi dan nilai *variance infaltion factor*

(VIF). Jika nilai VIF > 10 atau nilai Tolerance < 0,01 maka terjadi multikolinieritas dan jika nilai VIF < 10 atau nilai Tolerance > 0,01 maka tidak terjadi multikolinieritas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen (Ghozali, 2019). Pada tabel 5 hasil perhitungan nilai VIF untuk kedua variabel nilainya masing-masing sebesar $1,356 < 10$. Sedangkan nilai Tolerance masing-masing sebesar $0,737 > 0,01$ yang artinya tidak ada korelasi antar variabel independen. Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independen untuk persamaan regresi.

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	-4.150	2.169		-1.913	.060
Motivasi	.543	.077	.614	7.102	.000
Kinerja	.341	.100	.293	3.391	.001

a. Dependent Variable: Produktivitas

Berdasarkan tabel 6, maka hasil perhitungan persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini sebagai berikut: $Y = -4,150 + 0,543X_1 + 0,341X_2$

Keterangan:

X_1 = Motivasi Kerja X_2 = kinerja Karyawan

Y = Produktivitas Perusahaan

Dari hasil persamaan regresi tersebut, maka kesimpulan yang dapat dijelaskan sebagai berikut : 1) Pada nilai konstanta (α) sebesar -4,150, nilai tersebut menyatakan bahwa apabila variabel independent yang terdiri dari motivasi kerja dan kinerja karyawan dianggap konstan atau memiliki nilai = 0 maka besarnya nilai variabel Produktivitas Perusahaan adalah -4,150. 2) Pada nilai koefisien regresi pada variabel motivasi kerja (X_1) sebesar 0,543 dan memiliki koefisien regresi positif, nilai ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif terhadap variable produktivitas perusahaan. Sehingga, apabila variable motivasi kerja (X_1) mengalami peningkatan atau penurunan satu satuan dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan, maka variable produktivitas perusahaan akan bergerak searah sebesar 0,543. 3) Pada Nilai koefisien regresi pada variabel kinerja karyawan (X_2) sebesar 0,341 dan memiliki koefisien regresi positif, nilai ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif terhadap variable produktivitas perusahaan. Sehingga apabila variable kinerja karyawan (X_2) mengalami peningkatan atau penurunan satu satuan dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan, maka variable produktivitas perusahaan akan bergerak searah sebesar 0,341.

Tabel 7. Hasil Pengukuran (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.805 ^a	.647		.6361.83572

Predictors: (Constant), Kinerja, Motivasi

Pada *R Square* sebesar 0,647 berarti variabel Produktivitas Perusahaan (Y) mampu diprediksikan oleh variabel motivasi kerja (X1) dan kinerja karyawan (X2) sebesar 64,7%, sedangkan sisanya 35,3% oleh variabel lain di luar variabel penelitian ini. Nilai *Adjusted R Square* atau koefisien determinasi adalah 0,636 berarti motivasi kerja (X1) dan kinerja karyawan (X2) mampu menjelaskan variabel produktivitas perusahaan (Y) sebesar 63,6% sedangkan sisanya 36,4% oleh variabel lain di luar variabel penelitian ini. Ada dua pilihan, memakai *R Square* atau memakai *Adjusted R Square*, apabila jumlah variabel lebih dari dua, maka digunakan *Adjusted R Square*. Sehingga nilai yang digunakan dalam koefisien determinasi adalah 63,6%. Standar error of the estimate adalah sebesar 1,83 yang berarti bahwa tingkat kesalah penaksiran dari model regresi linear berganda pada penelitian ini adalah sebesar 1,83.

Tabel 8. Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	-4.150	2.169		-1.913	.060
Motivasi	.543	.077	.614	7.102	.000
Kinerja	.341	.100	.293	3.391	.001

Dependent Variable: Produktivitas

Dari tabel di atas, maka kesimpulan dari uji- t sebagai berikut : 1) Hasil uji: Motivasi kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap produktivitas perusahaan. Dari tabel di atas, variabel motivasi kerja (X1) diperoleh nilai t hitung sebesar (7,102) > t tabel (1,667) dan nilai signifikan 0,00 dengan nilai probabilitas 0,05 maka 0,00 < 0,05. Hal ini berarti bahwa variabel motivasi kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap produktivitas perusahaan di PT. BSA Gresik. 2) Hasil uji: kinerja karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap produktivitas perusahaan. Pada tabel 4.17 diketahui variabel kinerja (X2) diperoleh nilai t hitung sebesar (3,391) > t tabel (1,667) dan nilai signifikan 0,01 dengan nilai probabilitas 0,05. Maka 0,01 < 0,05 sehingga kinerja berpengaruh dan signifikan. Hal ini berarti bahwa variabel kinerja karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap produktivitas perusahaan di PT. BSA Gresik.

Pengaruh Motivasi Kerja terhadap Produktivitas Perusahaan. Berdasarkan hasil analisis pada tabel 4.17, diketahui bahwa variabel motivasi memiliki nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$ dengan nilai t hitung sebesar 7,102 maka variabel motivasi kerja berpengaruh terhadap variabel produktivitas perusahaan. Hal ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Humaerah et al., 2023) dengan judul Pengaruh Human Capital dan Motivasi Kerja terhadap Produktivitas Karyawan, dimana variabel motivasi kerja paling dominan berpengaruh terhadap Produktivitas karyawan. Hasil analisis di atas dapat disimpulkan bahwa apabila motivasi kerja yang diperoleh oleh seluruh karyawan semakin tinggi maka produktivitas perusahaan akan semakin meningkat dan tujuan perusahaan akan semakin mudah terwujud.

Pengaruh Kinerja Karyawan terhadap Produktivitas Perusahaan. Berdasarkan hasil analisis di tabel 4.17, diketahui bahwa nilai t hitung dan t tabel atau $3,391 > 1,667$ kemudian diketahui nilai signifikansi dari X_2 terhadap Y adalah $0,01 < 0,05$ sehingga kinerja berpengaruh dan signifikan. Dengan hasil penelitian ini bisa dikatakan bahwa kinerja karyawan berpengaruh positif yang signifikan terhadap produktivitas perusahaan. Hal ini didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Martini, 2016) dengan judul Pengaruh Kinerja Karyawan terhadap Produktivitas Perusahaan (Studi di PT. Al Ijarah Indonesia Finance Cabang Mataram), dengan hasil variabel kinerja karyawan berpengaruh signifikan terhadap produktivitas kerja karyawan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa apabila kinerja karyawan meningkat maka produktivitas perusahaan juga akan meningkat dan perusahaan dapat mencapai visi – visinya.

SIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel-variabel independent (bebas) terhadap variabel dependent (terikat). Berdasarkan analisa data dan pembahasan mengenai variabel motivasi kerja (X_1) dan kinerja karyawan (X_2) terhadap produktivitas perusahaan (Y) dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut: 1) Pada penelitian ini diperoleh hasil bahwa, motivasi kerja berpengaruh secara signifikan terhadap produktivitas perusahaan di PT. BSA Gresik. Kesimpulannya diperoleh dari nilai uji t dimana variabel motivasi kerja (X_1) diperoleh nilai t hitung ($7,102$) $>$ t tabel ($1,667$) dan nilai signifikan $0,00 <$ nilai probabilitas $0,05$. Dengan demikian motivasi kerja berpengaruh positif terhadap produktivitas perusahaan. 2) Hasil dari penelitian ini adalah, kinerja karyawan berpengaruh secara signifikan terhadap produktivitas perusahaan di PT. BSA Gresik. Kesimpulannya diperoleh dari nilai uji t dimana variabel kinerja (X_2) diperoleh nilai t hitung sebesar ($3,391$) $>$ t tabel ($1,667$) dan nilai

signifikan $0,01 < \text{nilai probabilitas } 0,05$. Dengan demikian kinerja karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap produktivitas perusahaan.

DAFTAR RUJUKAN

- Adrian, S. R. (2022). Pengaruh Motivasi Kerja Dan Budaya Organisasi Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada PT Cipta Selera Semesta. *Strategic: Journal of Management Sciences*, 2(1). <https://doi.org/10.37403/strategic.v2i1.36>
- Arikunto, S. (2019). Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik. In *Jakarta: Rineka Cipta*.
- Darmawan, D., & Mardikaningsih, R. (2021). Studi Tentang Peran Kualitas Kehidupan Kerja, Kepemimpinan dan Persepsi Dukungan Organisasi Terhadap Komitmen Organisasi. *Jurnal Simki Economic*, 4(1), 89–98. <https://doi.org/10.29407/jse.v4i1.97>
- Dessler, G. (2015). Manajemen Sumber Daya Manusia. *Jakarta: salemba empat*.
- Ghozali, I. (2019). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. In *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Humaerah, S., Fajariani, N., & Amalyah, R. (2023). Pengaruh Human Capital Dan Motivasi Kerja Terhadap Produktivitas Karyawan. *FORUM EKONOMI: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 25(4).
<https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUM EKONOMI/article/view/13673/2736>
- Kasmir. (2022). Pengantar Metodologi Penelitian Untuk Ilmu Manajemen, Akuntansi, Dan Bisnis. *Hlm*.
- Mangkunegara. (2015). Indikator-Indikator Prestasi Kerja. In *Manajemen Bisnis* (Vol. 1, Nomor).
- Martini, E. (2016). Pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Studi Di PT. Al-Ijara Indonesia Finance Cabang Mataram (Vol. 19, Nomor 5).
https://library.uinmataram.ac.id/index.php?p=show_detail&id=26743
- Moenir, A., & Yuliyanto, F. (2017). Perancangan Sistem Informasi Penggajian Berbasis Web dengan Metode Waterfall pada PT. Sinar Metrindo Perkasa (Simetri). *Jurnal Informatika Universitas Pamulang*, 2(3).
<https://doi.org/10.32493/informatika.v2i3.1237>
- Pamungkas, S. (2016). Diskresi dalam Penetapan Upah Minimum oleh Gubernur. *Refleksi Hukum: Jurnal Ilmu Hukum*, 1(1). <https://doi.org/10.24246/jrh.2016.v1.i1.p61-79>
- Pudjiati, D. (2014). Pengaruh Motivasi, Gaya Kepemimpinan Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT. Prasmanindo Boga Utama Balikpapan. *jurnal akuntansi*

- manajemen madani*, 3, 2. http://ejamm.stiemadani.ac.id/archieve_3.php?id=113
- Sudianto, & Mulyadi. (2019). Manajemen Sumber Daya Manusia. In A. A. Ramadhany, A. H. Fadhilah, Y. Elvira, Syaiful, L. Marlina, S. Widodo, & M. Satrianaldo (Ed.), *Trussmedia Grafika* (Cetakan Pe). Trussmedia Grafika.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D. In *Metode Penelitian dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sumantri, B. A., & Permana, E. P. (2017). Manajemen Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Perkembangan, Teori dan Praktek. *NBER Working Papers*.
https://repository.unpkediri.ac.id/154/2/A.Buku_Manajemen_Koperasi_dan_Usaha_Micro_Kecil.pdf



Analisis Pengembalian Portofolio Investasi Perusahaan Asuransi Wajib di Indonesia Studi pada PT. Jasa Raharja (Persero) Tbk Periode 2013-2022

Nurdiana Agustina^{1*}, Dini Nurhayati², Santi Sartika³

nur.diana.nd363@gmail.com^{1*}, nurhayatidiniwidhi@gmail.com²,

santisartika04111989@gmail.com³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen

^{1,2,3}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yasa Anggana

Received: 15 07 2024. Revised: 30 07 2024. Accepted: 12 08 2024.

Abstract : This study aims to determine the level of return on investment in the investment portfolio of PT. Jasa Raharja for the period 2013 to 2022. This research method uses a quantitative method involving the process of collecting secondary data for ten years, then conducting a financial ratio analysis followed by multiple regression analysis, then describing the interpretation of the research results. The results of the financial ratio analysis using the net investment income ratio showed that in each period the level of return on the investment portfolio tended to continue to decline from 10% in 2013 to 6.89% in 2022. The results of the normality test to test the sample obtained a normally distributed sample, then the results of the multiple regression test showed that the results of the investment portfolio and the value of the investment portfolio together affected the net investment income ratio. In this study, the company was less than optimal in managing its investment funds. Therefore, the company is less able to rely on the investment returns obtained to add new investment funds in the next period. If this happens continuously, the company in meeting funds for payment of claim expenses and other company operational expenses can only rely on premium income from customers so that the company's profits are low.

Keywords : Investment Portfolio Return, Net Investment Income Ratio, Mandatory Insurance Company.

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat pengembalian investasi pada portofolio investasi PT. Jasa Raharja periode 2013 sampai dengan 2022. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif melibatkan proses pengumpulan data sekunder selama sepuluh tahun, kemudian melakukan analisis rasio keuangan dilanjutkan dengan analisis regresi berganda, selanjutnya menguraikan interpretasi hasil penelitian. Hasil analisis rasio keuangan menggunakan rasio pendapatan investasi bersih diperoleh bahwa pada setiap periodenya tingkat pengembalian portofolio investasi cenderung terus-menerus mengalami penurunan dari 10% pada tahun 2013 menjadi 6,89% pada tahun 2022. Hasil dari uji normalitas untuk menguji sampel diperoleh sampel terdistribusi normal, maka hasil uji regresi berganda diperoleh bahwa hasil portofolio investasi dan nilai portofolio investasi bersama-sama berpengaruh terhadap rasio pendapatan investasi bersih. Dalam penelitian ini perusahaan kurang optimal dalam pengelolaan dana investasinya. Maka dari itu, perusahaan kurang mampu mengandalkan

pengembalian investasi yang diperoleh untuk menambah dana investasi baru di periode selanjutnya. Apabila hal ini terjadi secara terus-menerus maka perusahaan dalam mencukupi dana untuk pembayaran beban klaim dan beban operasional perusahaan lainnya hanya dapat mengandalkan pendapatan premi dari nasabah sehingga keuntungan perusahaan rendah.

Kata Kunci : Pengembalian Portofolio Investasi, Rasio Pendapatan Investasi Bersih, Perusahaan Asuransi Wajib.

PENDAHULUAN

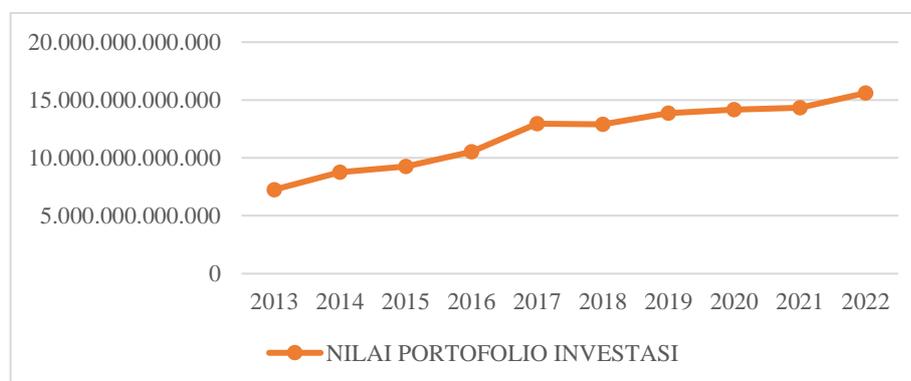
Investasi merupakan suatu komitmen untuk menyimpan dana ke dalam satu atau lebih aset investasi yang ditahan pada beberapa periode waktu yang akan datang. Menurut Hartono (2017) investasi adalah penundaan konsumsi sekarang untuk dimasukkan ke aset produktif selama periode waktu tertentu. Kegiatan investasi merupakan kegiatan yang sangat penting untuk diperhatikan secara terus-menerus salah satunya oleh suatu perusahaan yang bergerak di jasa keuangan. Perusahaan jasa keuangan menjalankan fungsi intermedieris yaitu menghimpun, mengelola, dan mendistribusikan kembali dana pihak ketiga/nasabah/masyarakat. Dengan menjalankan fungsi intermedieris tersebut maka perusahaan jasa keuangan juga akan memperoleh keuntungan untuk perusahaannya sendiri. Maka dari itu, pengelolaan dana dalam kegiatan investasi harus dijalankan dengan penuh kehati-hatian namun optimal.

Salah satu perusahaan jasa keuangan di Indonesia yang tercatat di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) adalah perusahaan asuransi. Perusahaan asuransi adalah perusahaan jasa keuangan yang melakukan kesepakatan janji dengan pemegang polis, kesepakatan janji tersebut akan menjadi dasar penerimaan premi untuk perusahaan asuransi. Kemudian perusahaan asuransi akan memberikan penggantian kepada pemegang polis berupa penggantian kerugian yang timbul akibat terjadinya sesuatu hal peristiwa yang tidak pasti dimasa depan, dan memberikan penggantian akibat meninggalnya atau hidupnya pemegang polis sesuai dengan penetapan besaran manfaat yang akan diterima dari hasil pengelolaan dana. Maka dari itu, perusahaan asuransi termasuk ke dalam kategori investor institusi yang harus memenuhi kewajiban yang ditentukan dalam kontrak perjanjian. Kewajiban menurut Fabozzi & Markowitz (2011) adalah pengeluaran tunai yang harus dilakukan pada waktu tertentu untuk memenuhi persyaratan kontrak dari suatu kewajiban yang diterbitkan.

Perusahaan asuransi sangat memperhatikan dengan jumlah dan waktu kewajiban karena asetnya harus menghasilkan arus kas untuk memenuhi pembayaran yang telah dijanjikan untuk dilakukan tepat waktu. OJK mengategorikan perusahaan asuransi ke dalam lima jenis perusahaan asuransi. Salah satunya adalah jenis perusahaan asuransi wajib dan sosial. PT Jasa

Raharja merupakan perusahaan asuransi wajib dan sosial yang menjalankan bidang usaha utamanya menurut UU No 33 Tahun 1964 yaitu melakukan perjanjian dengan pemegang polis mengenai asuransi kecelakaan penumpang pada alat angkutan umum, mengadakan dan menutup perjanjian asuransi kendaraan bermotor dan asuransi tanggung jawab menurut hukum terhadap pihak ketiga dalam hal kecelakaan alat angkutan, menerima pertanggungan tidak langsung untuk ditahan sendiri oleh Perseroan, dan melakukan kegiatan-kegiatan investasi dengan memperhatikan ketentuan peraturan perundang-undangan. PT Jasa Raharja didalam mengelola penerimaan dana luran Wajib (IW) dan Sumbangan Wajib Dana Kecelakaan Lalu Lintas Jalan (SWDKLLJ), telah melakukan kegiatan investasi dengan memperhatikan ketentuan peraturan perundang-undangan dari periode 2012 hingga 2022.

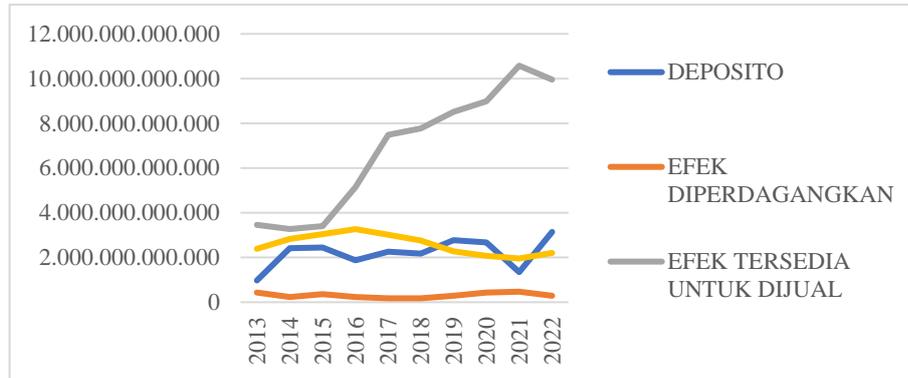
Investasi yang dilakukan perusahaan meliputi instrumen investasi berupa deposito dan efek-efek, baik efek saham yang tercatat dalam nilai wajar melalui laporan laba rugi, dan efek berupa aset keuangan yang tersedia untuk dijual meliputi reksadana, obligasi, saham, *medium term notes* (MTN), dana investasi infrastruktur, efek beragun aset (EBA), maupun efek yang dimiliki hingga jatuh tempo berupa obligasi dan MTN seperti pada Grafik 1. Semua instrumen investasi ini membentuk portofolio investasi. Menurut Hartono (2017) bahwa portofolio investasi adalah kombinasi dari aset bebas risiko dan aset berisiko yang jumlahnya tidak terbatas yang tersedia dipasar. Grafik 1 menunjukkan bahwa PT Jasa Raharja pada periode 2013 sampai dengan 2022, posisi setiap tahunnya mempunyai nilai portofolio investasi rata-rata sebesar Rp 11.959.086.760.851. Nilai portofolio investasi PT Jasa Raharja selama sepuluh tahun terakhir cenderung mengalami kenaikan nilai setiap tahunnya sebesar rata-rata Rp 834.152.038.153, meskipun selama satu tahun dari tahun 2017 ke tahun 2018 sempat mengalami penurunan sebesar Rp 64.415.000.000.



Gambar 1. Nilai Portofolio Investasi PT Jasa Raharja Periode 2013-2022

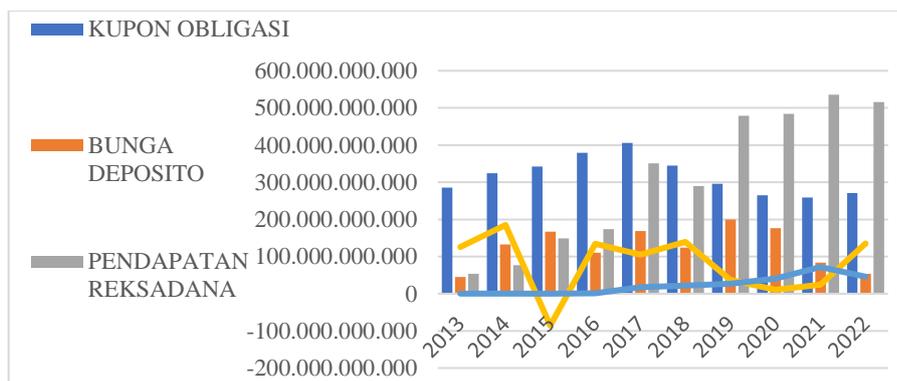
Instrumen-instrumen investasi yang membentuk portofolio investasi PT Jasa Raharja pada periode 2013 sampai dengan 2022, pada Grafik 2 menunjukkan bahwa instrumen-

instrumen tersebut terdiri dari deposito, efek-efek yang diperdagangkan, efek-efek yang tersedia untuk dijual, serta efek-efek yang akan dimiliki hingga jatuh tempo. Pada posisi tahun 2022, dana investasi ditempatkan pada efek yang diperdagangkan dan tersedia untuk dijual mencapai sebesar 65,74%. Efek yang diperdagangkan dan tersedia untuk dijual ini dilakukan dipasar modal.



Gambar 2. Instrumen Investasi pada Portofolio Investasi PT Jasa Raharja Periode 2013-2022

Nilai portofolio investasi PT Jasa Raharja pada periode 2013 sampai dengan 2022 memberikan hasil investasi rata-rata pada setiap tahunnya sebesar Rp 882.515.744.735 atau sebesar 7,38% terhadap nilai portofolio investasinya. Hasil investasi tersebut rata-rata setiap tahunnya adalah mayoritas diperoleh dari kupon obligasi dan pendapatan reksadana yang masing-masing sebesar 35,93% dan 35,21%. Selain itu juga diperoleh dari bunga deposito sebesar 14,28%. Hal ini tercermin seperti pada Grafik 3.



Gambar 3. Hasil Investasi PT Jasa Raharja Periode 2013-2022

Tujuan investasi yang telah dicapai oleh perusahaan asuransi, maka salah satu langkah selanjutnya menurut Fabozzi & Markowitz (2011) adalah dapat menetapkan “*benchmark*” yang dapat digunakan untuk mengevaluasi kinerja manajer investasi. Dalam hal menetapkan “*benchmark*” yang dapat digunakan untuk mengevaluasi kinerja manajer investasi adalah dengan menghitung *return* yang direalisasikan oleh manajer portofolio selama interval waktu tertentu, yang kita sebut sebagai periode evaluasi. Return realisasian portofolio menurut

Hartono (2017) adalah rata-rata tertimbang dari return-return realisasian masing-masing sekuritas tunggal di dalam portofolio tersebut. Return portofolio investasi pada sebuah perusahaan asuransi sangat untuk diperhatikan, mengingat di Indonesia sudah beberapa kali terjadi kegagalan investasi pada perusahaan asuransi besar sehingga mengakibatkan kinerja keuangan perusahaannya menurun secara terus-menerus.

Return portofolio investasi merupakan salah satu sumber pendapatan terbesar perusahaan setelah pendapatan premi untuk membantu melaksanakan operasional perusahaan dan tambahan nilai investasi untuk periode selanjutnya. Selain itu juga, digunakan untuk membayar beban klaim nasabah yang merupakan beban yang cukup tinggi bagi perusahaan pada setiap periodenya. Penelitian yang dilakukan oleh Agustina & Rachman (2023) bahwa return realisasian pada portofolio investasi sangat penting karena dapat mencerminkan kinerja portofolio investasi. Pengukuran kinerja dalam pengelolaan investasi sangat diperlukan bagi investor individu, manajemen perusahaan, dan pemegang saham. Hal ini dikarenakan terkait dengan kinerja, pengakuan atas kemampuan seseorang dan/atau perusahaan yang pada gilirannya akan menentukan besarnya kompensasi dan karir seseorang. Pembahasan mengenai pengukuran tingkat pengembalian investasi portofolio ini dapat memberikan kontribusi bagi akademisi, konsultan, manajer investasi, pemilik modal, dan kinerja manajemen sehingga ketika melakukan pengukuran akan lebih terbuka, realistis dan dapat diterima oleh semua pihak.

Penelitian berkenaan dengan return portofolio investasi atau pengembalian investasi telah dilakukan oleh Fatimatuzzahra & Sukmaningrum (2018), salah satu hasil penelitiannya adalah bahwa pengembalian investasi membandingkan antara kualitas dari setiap instrumen investasi yang dipilih serta perolehan hasil dari investasi yang telah dipilih tersebut. Disisi lain menurut Fitriyani & Munandar (2020) bahwa salah satu hasil penelitiannya mengenai tingkat pengembalian investasi menunjukkan kemampuan dari perusahaan asuransi dalam memperoleh keuntungan dari aset yang dikelola dalam operasional perusahaan tersebut. Dalam penelitiannya menggunakan rasio *return on investment* (ROI) yaitu membandingkan antara seluruh total pendapatan dikurangi nilai investasi dan nilai investasinya itu sendiri.

Pada penelitian Oktaviani & Rahadian (2014) perusahaan asuransi diharapkan untuk lebih mampu mengoptimalkan kinerja pengelolaan investasi agar perusahaan asuransi dapat memenuhi kewajiban pembayaran kepada peserta serta mampu dalam meningkatkan *value* bagi perusahaan asuransi tersebut. Perhitungan ukuran kinerja investasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan metode *Economic Value Added* (EVA). Pengukuran kinerja investasi menggunakan EVA adalah mengurangi laba operasional setelah pajak dengan biaya

modal. Hasil penelitiannya adalah bahwa perhitungan ukuran EVA dapat membantu perusahaan asuransi menemukan portofolio instrumen investasi yang prioritas dalam memberikan nilai tambah atas dana portofolio instrumen investasinya sendiri sehingga pengelolaan portofolio investasi menjadi lebih efektif dan efisien.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian adalah dengan metode penelitian kuantitatif. Menurut Creswell & Creswell (2018) bahwa metode kuantitatif melibatkan proses pengumpulan, analisis, interpretasi, dan penulisan hasil penelitian. Penelitian ini mengumpulkan data-data sekunder berupa laporan-laporan keuangan perusahaan PT Jasa Raharja periode 2013 sampai dengan 2022 yang sudah diaudit dan terpublikasi. Laporan keuangan suatu perusahaan merupakan sarana lain untuk mengkomunikasikan informasi yang berhubungan, secara langsung atau tidak langsung, dengan informasi yang disediakan oleh sistem akuntansi yaitu informasi tentang sumber daya, kewajiban, pendapatan suatu perusahaan, dan lain-lain. Karena informasi potensial mengenai suatu perusahaan hampir tidak terbatas, maka perlu dilakukan penyeleksian. Hal tersebut untuk memenuhi kebutuhan akan informasi yang menjadi dasar salah satunya keputusan investasi dari kegiatan evaluasi manajemen suatu perusahaan. Informasi yang diberikan harus relevan dengan tujuan tersebut, dapat diandalkan dan dapat diverifikasi.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh instrumen pada portofolio investasi yang ada pada laporan posisi keuangan PT Jasa Raharja. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan *purposive sampling* (Sugiyono, 2022). Pertimbangan yang digunakan dalam *purposive sampling* tersebut adalah instrumen-instrumen investasi PT Jasa Raharja berupa deposito dan efek-efek, baik efek saham yang tercatat dalam nilai wajar melalui laporan laba rugi, dan efek berupa aset keuangan yang tersedia untuk dijual meliputi reksadana, obligasi, saham, *medium term notes* (MTN), dana investasi infrastruktur, efek beragun aset (EBA), maupun efek yang dimiliki hingga jatuh tempo berupa obligasi dan MTN. Analisis penelitian ini digunakan untuk mengetahui bagaimana tingkat pengembalian investasi dari kegiatan investasi yang telah dilakukan oleh PT Jasa Raharja selama periode 2013 sampai dengan 2022. Analisa rasio ini diadopsi dari seorang ahli aktuaria Saunders (1986) pada bukunya yang berjudul "*Life Insurance Company Financial Statements*" yang dipublikasi di The NAIC Life and Accident and Health Statement.

Menurut Saunders, rasio pendapatan investasi bersih adalah rasio pendapatan investasi bersih terhadap rata-rata aset investasinya dengan membandingkan antara pendapatan investasi bersih dan aset investasi (pada akhir tahun sebelumnya dan pada tahun berjalan) yang terdiri dari aset investasi dan kas (*cash on hand*). Menurut penelitian Agustina & Rachman (2023) rasio pendapatan investasi bersih ini lebih sederhana namun dapat mencerminkan tingkat pengembalian investasi portofolio yang lebih nyata. Selain itu dalam pengukurannya juga mempertimbangkan jangka waktu penempatan investasi dengan rata-rata tertimbang terhadap tingkat pengembalian investasi. Selain itu, rasio ini dapat diterapkan pada perusahaan asuransi dan juga pada perusahaan lain yang sama-sama menjalankan fungsi perantara keuangan.

$$\text{Ratio of net investment income} = \frac{2I}{A + B - I}$$

Keterangan:

I = pendapatan investasi bersih

A = nilai aset investasi pada akhir tahun sebelumnya

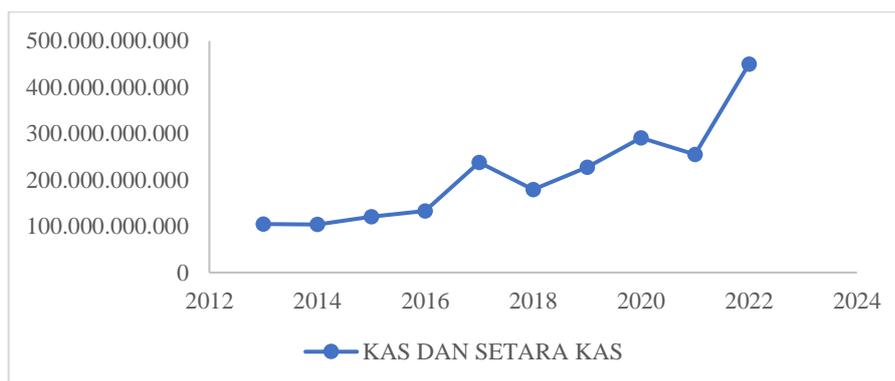
B = nilai aset investasi pada tahun berjalan

Analisis penelitian yang dilakukan selanjutnya adalah melakukan uji normalitas. Menurut Sugiyono & Susanto (2015) Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan analisis kolmogrov-smirnov (analisis K-S). Pengambilan keputusan normal atau tidaknya data yang digunakan adalah dengan melihat nilai “Asymp. Sig”, apabila nilainya lebih besar (>) daripada 0,05 maka disimpulkan bahwa data yang diuji memiliki distribusi normal. Begitupun sebaliknya apabila nilainya lebih kecil (<) daripada 0,05 maka data yang diuji memiliki distribusi yang tidak normal. Langkah selanjutnya uji normalitas dengan analisis K-S akan memenuhi analisis regresi berganda. Menurut Sugiyono & Susanto (2015) tujuan dari analisis regresi berganda adalah untuk mengkaji hubungan ketergantungan antara suatu variabel dependen terhadap satu atau lebih variabel independen. Dalam penelitian ini adalah mengkaji hubungan antara nilai portofolio investasi, hasil portofolio investasi, dan rasio pendapatan investasi bersih. Kemudian akan diperoleh interpretasi hasil penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan laporan posisi keuangan PT Jasa Raharja periode 2013 sampai dengan 2022 bahwa kas dan setara kas mengalami kenaikan (penurunan) rata-rata sebesar Rp 34.540.213.976 pada setiap tahunnya. Terlihat pada Grafik 4 bahwa kas dan setara kas pada tahun 2014, tahun 2018, dan tahun 2021 mengalami penurunan masing-masing sebesar Rp 1.138.459.305, Rp 58.993.000.000, dan Rp 35.384.000.000. Kas dan setara kas menurut Dunia

(2013) adalah “uang tunai dan surat-surat berharga yang mudah untuk diperjualbelikan atau sangat likuid, berjangka pendek dan yang dengan cepat dapat dijadikan kas dalam jumlah tertentu tanpa menghadapi risiko perubahan nilai yang sangat signifikan. Karenanya suatu investasi baru dapat memenuhi syarat sebagai setara kas hanya jika segera akan jatuh tempo dalam waktu tiga bulan atau kurang sejak dari tanggal perolehannya”. Selanjutnya menurut Saunders (1986) sejumlah dana yang ditempatkan pada kas dan setara kas akan dimasukkan ke dalam total nilai investasi pada perhitungan rasio pendapatan investasi bersih.

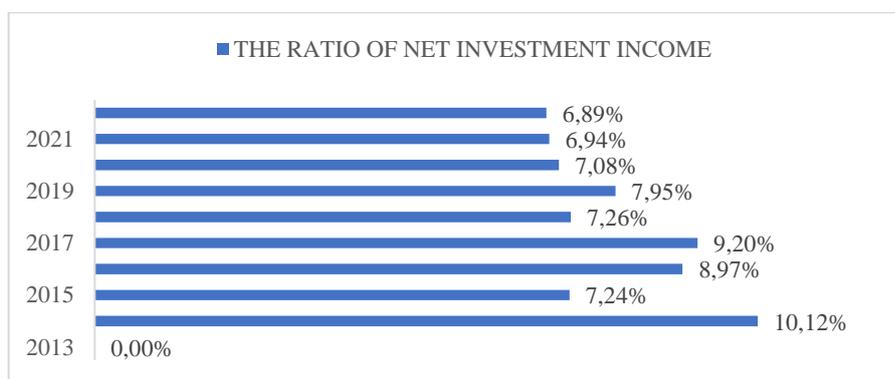


Gambar 4. Kas dan Setara Kas PT Jasa Raharja Periode 2013-2022

Rasio pendapatan investasi bersih yang diperoleh seperti pada Grafik 5, bahwa setiap tahunnya mengalami kecenderungan penurunan rasio dari pengembalian investasi yang dilakukan PT Jasa Raharja periode 2013 sampai dengan 2022. Pada posisi keuangan tahun 2022, PT Jasa Raharja memiliki nilai portofolio investasi paling terbesar dari kurun waktu sepuluh tahun sebelumnya namun pada saat dilakukan perhitungan pengembalian investasi ternyata memberikan rasio hanya sebesar 6,89% atau senilai Rp 1.075.286.056.228. Hal ini disebabkan oleh perolehan hasil investasi dari penempatan dana investasi pada efek-efek yang memiliki risiko tinggi lebih kecil dibandingkan dengan hasil investasi dari efek-efek risiko rendah. Menurut Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) bahwa salah satu permasalahan yang terjadi pada perusahaan asuransi adalah pada keputusan penempatan dana investasi di instrumen pasar modal. Hal ini dikarenakan penurunan harga-harga instrumen di pasar modal terjadi secara cepat dan tiba-tiba yang dapat mengakibatkan kerugian besar.

Analisa tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Warto & Khumaini (2022) berdasarkan pada hasil regresinya bahwa penurunan atau kenaikan investasi di pasar modal berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap hasil investasi. Hal ini mengartikan apabila nilai investasi ditempatkan pada instrumen investasi pasar modal mengalami penurunan, maka akan menyebabkan kenaikan pada hasil investasinya. Dan sebaliknya, apabila

nilai investasi ditempatkan pada instrumen investasi pasar modal mengalami kenaikan maka akan menyebabkan menurunkan hasil investasinya.



Gambar 5. Porsentase Rasio Pendapatan Investasi Bersih PT Jasa Raharja Periode 2013-2022

Berdasarkan pengujian analisis K-S pada hasil portofolio investasi, nilai portofolio investasi, dan rasio pendapatan investasi bersih, bahwa data sampel yang digunakan pada periode 2013 sampai dengan 2022 terdistribusi dengan normal. Hal ini dikarenakan masing-masing nilai pada “Asymp. Sig.” yang diperoleh memiliki nilai 0,200, 0,200, dan 0,056 lebih besar (>) daripada 0,050.

Tabel 1. *Descriptive Statistics*

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
Hasil Portofolio Investasi	10	66451589148,8	144488809774,70	-143747930098	222453319348
Nilai Portofolio Investasi	10	1018349396171,3	799363283185,50	-123408000000	2537747566998
Rasio Pendapatan Investasi Bersih	10	8,1650	1,28810	6,89	10,12

Tabel 2. *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*

	Hasil Portofolio Investasi	Nilai Portofolio Investasi	Rasio Pendapatan Investasi Bersih
N	10	10	10
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>			
Mean	66451589148,8	1018349396171,30	8,1650
Std. Deviation	144488809774,70	799363283185,50	1,28810
<i>Most Extreme Differences</i>			
Absolute	,201	,175	,259
Positive	,140	,175	,259
Negative	-,201	-,128	-,161
<i>Test Statistic</i>	,201	,175	,259
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	,200 ^{c,d}	,200 ^{c,d}	,056 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. *This is a lower bound of the true significance.*

Pengujian selanjutnya menggunakan uji analisis regresi berganda, pada tabel *model summary* diperoleh nilai R sebesar 0,918. Hal ini menginterpretasikan bahwa nilai koefisien $R=0,843$ terdapat adanya hubungan yang sempurna atau sangat kuat antara nilai dan hasil portofolio investasi terhadap rasio pendapatan investasi bersih. Kemudian nilai koefisien $R\text{ Square}=0,711$ menunjukkan bahwa nilai dan hasil portofolio investasi dapat menjelaskan rasio pendapatan investasi bersih sebesar 71,1%. Sisanya sebesar 28,9% dijelaskan oleh faktor lainnya. Selanjutnya nilai pada *Standard Error Estimate* (SEE) sebesar 0,78578 menunjukkan tingkat kesalahan regresi linier yang nilai semakin kecil maka semakin baik persamaan regresinya.

Tabel 3. *Model Summary*

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,843 ^a	,711	,628	,78578

a. *Predictors: (Constant), Nilai Portofolio Investasi, Hasil Portofolio Investasi*

Pada tabel ANOVA menunjukkan hasil dari uji F. Menurut Sugiyono & Susanto (2015) nilai dari uji F digunakan untuk mengetahui apakah variasi nilai variabel independen (hasil dan nilai portofolio investasi) dapat menjelaskan variasi nilai dependen (rasio pendapatan investasi bersih). Nilai F hitung lebih besar ($>$) daripada nilai F table atau signifikansi dibawah atau sama dengan 0,05 maka secara bersama-sama variabel-variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Dalam penelitian ini diperoleh nilai F hitung sebesar 8,592 dengan df_1 (derajat kebebasan pembilang) sebesar 2 dan df_2 (derajat kebebasan penyebut) sebesar 7. Nilai F hitung tersebut lebih besar ($>$) daripada F tabel sebesar 4,74. Selain itu, pada kolom signifikansi diperoleh nilai $0,013 < 0,05$. Maka hal ini menginterpretasikan bahwa hasil portofolio investasi dan nilai portofolio investasi bersama-sama berpengaruh terhadap rasio pendapatan investasi bersih.

Tabel 4. *ANOVA*^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 <i>Regression</i>	10,611	2	5,305	8,592	,013 ^b
<i>Residual</i>	4,322	7	,617		
<i>Total</i>	14,933	9			

a. *Dependent Variable: Rasio Pendapatan Investasi Bersih*

b. *Predictors: (Constant), Nilai Portofolio Investasi, Hasil Portofolio Investasi*

SIMPULAN

Perusahaan asuransi merupakan salah satu perusahaan yang bisnis intinya adalah menginvestasikan seluruh dana yang terhimpun dari nasabah/masyarakat ke dalam instrumen-instrumen investasi baik dipasar uang maupun dipasar modal. Maka dari itu, sangatlah penting perusahaan asuransi untuk mengetahui tingkat pengembalian investasinya pada setiap periodenya. Tingkat pengembalian investasi menunjukkan persentase rasio hasil dari investasi. Tingkat pengembalian investasi juga mencerminkan suatu kinerja dari investasi itu sendiri. Semakin tinggi nilai pada tingkat pengembalian investasi maka akan semakin tinggi juga nilai kinerja investasi tersebut. Dalam penelitian ini diperoleh bahwa tingkat pengembalian investasi pada portofolio investasi PT Jasa Raharja periode 2013 sampai dengan 2022 cenderung mengalami penurunan secara terus menerus setiap periodenya. Hal ini dapat mengindikasikan bahwa pengelolaan dana investasinya kurang optimal. Maka dari itu, perusahaan kurang mampu mengandalkan pengembalian investasi yang diperoleh untuk menambah dana investasi baru di periode selanjutnya. Apabila hal ini terjadi secara terus-menerus maka perusahaan didalam mencukupi dana untuk pembayaran beban klaim dan beban operasional perusahaan lainnya hanya dapat mengandalkan pendapatan premi dari nasabah/masyarakat yang terkumpul. Dan keuntungan untuk perusahaan sendiri rendah.

DAFTAR RUJUKAN

- Agustina, N., & Rachman, R. (2023). An Alternative Measurement of The Rate of Return on Investment Portfolio in Insurance Company. *Proceeding of The 6th International Seminar on Business, Economics, Social Science, and Technology (ISBEST)*, 3(1), 20–24. <https://doi.org/10.33830/isbest.v3i1.1221>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Dunia, F. A. (2013). *Pengantar Akuntansi*. Lembaga Penerbit FEUI.
- Fabozzi, F. J., & Markowitz, H. M. (2011). Overview of Investment Management. In F. J. M. H. M. Fabozzi (Ed.), *The Theory and Practice of Investment Management* (2nd ed., pp. 3–14). John Wiley & Sons.
- Fatimatuzzahra, F., & Sukmaningrum, P. S. (2018). Kinerja Keuangan pada Perusahaan Asuransi Umum Syariah dan Asuransi Jiwa Syariah di Indonesia Periode 2014-2016. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 5(7), 606–622. <https://doi.org/10.20473/vol5iss20187pp606-622>

- Fitriyani, I., & Munandar, A. (2020). Analisis Biaya Modal Terhadap Tingkat Pengembalian Investasi Pada PT. Mitra Adiprakasa, Tbk. *Moneter: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(2), 192–197. <https://doi.org/10.31294/moneter.v7i2.7966>
- Hartono, J. (2017). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi* (11th ed.). BPF.
- Oktaviani, K., & Rahadian, D. (2014). Analisis Pengukuran Kinerja Investasi PT. Taspen (Persero) dengan Menggunakan Metode Economic Value Added. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 13(2), 163–174. <https://doi.org/10.28932/jmm.v13i2.133>
- Saunders, R. A. (1986). *Life Insurance Company Financial Statements: Keys to Successful Reporting*. Teach'em.
- Sugiyono, & Susanto, A. (2015). *Cara Mudah Belajar SPSS & Lisrel, teori dan aplikasi untuk analisis data penelitian*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Warto, & Khumaini, S. (2022). Analisis Hasil Investasi Dana Asuransi Jiwa Syariah di Indonesia Periode 2014-2021. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 4(1), 68–88. <https://dx.doi.org/10.31000/almaal.v4i1.6651>



Pengaruh Kualitas Produk dan Harga pada Keputusan Pembelian dengan Kepercayaan Konsumen sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Konsumen *Rocket Chicken* di Kota Yogyakarta)

Vincka Ambarwati^{1*}, Muhammad Mathori²

vincka21@gmail.com^{1*}, muhammadmathori@gmail.com²

^{1,2}Program Studi Manajemen

^{1,2}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha

Received: 07 08 2024. Revised: 21 08 2024. Accepted: 31 08 2024.

Abstract : For Indonesians, fried chicken is a popular food that has been served in several foreign fast food restaurants that are now popular in Indonesia. Many entrepreneurs have partnered with Rocket Chicken including in the city of Yogyakarta and have opened several outlets to meet customer needs. This study intends to determine how product quality and price affect purchasing decisions, using customer trust as a mediating factor. By utilizing a quantitative approach, Rocket Chicken customers in Yogyakarta became the following study population, related to the number of samples totaling 119. Tested using Smart PLS. The study results prove: 1) a score statistic of 1.965 indicates that purchasing decisions have a positive effect on product quality. 2) a t-statistic value of 3.742 indicates that price is positively influenced by consumer purchasing decisions. 3) a t-statistic value of 5.54 proves that product quality is positively influenced by consumer trust. 4) a t-statistic value of 4.477 proves that price is positively influenced by consumer trust. 5) t-statistic score of 2.982 proves that consumer trust has a positive influence on purchasing decisions. 6) VAF score of 0.439 shows that consumer trust is not the only mediating variable that influences the relationship between product quality and purchasing decisions. 7) VAF value of 0.303 proves that consumer trust is not the only mediating variable that influences the relationship between price and purchasing decisions. Both variables are included in the partial category.

Keywords : Product Quality, Price, Purchase Decisions, Consumer Trust.

Abstrak : Bagi orang Indonesia, *fried chicken* merupakan makanan populer yang telah disajikan di beberapa restoran cepat saji asing yang sekarang ini sudah merakyat di Indonesia. Banyak pengusaha yang telah bermitra dengan *Rocket Chicken* termasuk di kota Yogyakarta dan telah dibuka beberapa gerai untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Studi ini bermaksud untuk Menentukan bagaimana kualitas produk dan harga mempengaruhi keputusan pembelian, dengan menggunakan kepercayaan pelanggan sebagai faktor mediasi. Dengan memanfaatkan pendekatan kuantitatif, pelanggan ayam *Rocket Chicken* di Yogyakarta menjadi populasi studi berikut, terkait jumlah sampel berjumlah 119. Diuji menggunakan Smart PLS. Perolehan studi membuktikan: 1) *skort-statistic* sebesar 1,965 menunjukkan adanya keputusan pembelian berpengaruh positif pada kualitas produk. 2) nilai t-statistic sebesar 3,742 menunjukkan adanya harga dipengaruhi dengan

positif pada keputusan pembelian konsumen. 3) nilai *t-statistic* sebesar 5,54 membuktikan adanya kualitas produk dipengaruhi dengan positif pada kepercayaan konsumen. 4) nilai *t-statistic* sebesar 4,477 membuktikan adanya harga dipengaruhi secara positif pada kepercayaan konsumen. 5) skor *t-statistic* 2,982 membuktikan adanya kepercayaan konsumen mempengaruhi secara positif pada keputusan pembelian. 6) skor VAF sejumlah 0,439 yang menunjukkan bahwa variabel kepercayaan konsumen bukan merupakan satu-satunya variabel mediasi yang mempengaruhi hubungan variabel kualitas produk dengan keputusan pembelian. 7) nilai VAF sejumlah 0,303 yang membuktikan adanya variabel kepercayaan konsumen bukan ialah satu-satunya variabel mediasi yang mempengaruhi hubungan variabel harga dengan keputusan pembelian. Kedua variabel termasuk dalam kategori parsial.

Kata Kunci : Kualitas produk, Harga, Keputusan pembelian, Kepercayaan konsumen.

PENDAHULUAN

Sejalan dengan berjalannya waktu, usaha bisnis baru akan bermunculan di berbagai industri, termasuk seni kuliner. Akibatnya, organisasi harus tetap tangguh dan mudah beradaptasi. Perusahaan yang berpikir secara konvensional serta tidak menerapkan penyesuaian pada pemasaran usahanya maka sangat sulit buat menetap di pasar karena *market competition* serta pengembangan produk yang tetap berlangsung (Afwan & Santosa, 2019). Hasil penelitian yang di teliti oleh Pramesti, & Chasanah, U. (2021). Dengan judul Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi mengungkapkan bahwa: 1) kepuasan pelanggan dipengaruhi secara positif oleh kualitas produk, dengan nilai signifikansi $0,019 < 0,05$; 2) kepuasan pelanggan tidak dipengaruhi secara positif oleh harga, dengan nilai signifikansi $0,127 > 0,05$; 3) kepuasan pelanggan tidak dipengaruhi secara positif oleh harga, dengan nilai signifikansi $0,068 > 0,05$; 4) kepuasan pelanggan tidak dipengaruhi secara positif oleh harga, dengan nilai signifikansi $0,162 > 0,05$; 5) kepuasan pelanggan dipengaruhi secara positif oleh loyalitas pelanggan, dengan nilai signifikansi $0,014 < 0,05$; 6) kepuasan pelanggan tidak memediasi pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan, dengan nilai signifikansi $0,014 < 0,05$; 7) kepuasan pelanggan tidak dipengaruhi oleh harga, dengan nilai signifikansi $0,119 > 0,05$.

Pada dasarnya, upaya pemasaran berkisar pada produk. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa produk adalah hasil akhir dari upaya organisasi, yang kemudian disediakan untuk pasar tertentu untuk memenuhi permintaannya. Tjiptono (2008) mendefinisikan produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan oleh produsen untuk diperhatikan, digunakan, dibeli,

dan atau dikonsumsi konsumen atau produsen lain sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan. Disisi lain Philip Kotler & Keller dalam (Rachmasanti, 2018) menyatakan produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan. Selain itu, harga juga menjadi pertimbangan penting dalam membangkitkan minat konsumen dalam membeli produk. Jumlah uang yang harus dibayarkan oleh pembeli guna memperoleh hak menggunakan suatu produk ataupun layanan dikenal sebagai harga ataupun memilikinya. Akan tetapi, produk dengan kualitas tinggi biasanya akan dihargai tinggi (Kristiana & Mandala, 2019), Kotler & Keller dalam (Rachmasanti, 2018) menegaskan bahwa suatu perusahaan berhasil menawarkan produk/jasa kepada pelanggan apabila mampu memberikan nilai dan kepuasan (value and satisfaction).

Saat menentukan tingkat kepuasan produk atau layanan suatu perusahaan, pelanggan memainkan peran penting. Dalam pengambilan keputusan untuk mengonsumsi makanan, konsumen mempunyai beberapa pertimbangan seperti harga dan kualitas barang yang diperoleh. Ini penting dilaksanakan pelanggan guna bisa memuaskan mereka dan mendapatkan kepercayaan mereka terhadap produk. Menurut Luthfi (2011) kepercayaan ialah sebagai kesediaan agar mengandalkan pada pihak-pihak lainnya yang sudah diyakini. Berlandaskan kriteria yang diberikan di sebelumnya, komponen teramat krusial dalam membentuk relasi yang berkelanjutan antara dua orang adalah kepercayaan. Untuk memastikan bahwa barang yang ditawarkan diwujudkan dalam keputusan pembelian, oleh sebab itu, perusahaan harus berinisiatif untuk mempengaruhi pelanggan dalam membuat keputusan pembelian melalui informasi yang ditargetkan kepada konsumen.

Di Indonesia, *Rocket Chicken* merupakan perusahaan makanan cepat saji yang berspesialisasi dalam ayam goreng pada menu utamanya dan merintis usahanya di Kota Semarang pada tahun 2010. Bagi orang Indonesia, *fried chicken* merupakan makanan populer yang telah disajikan di beberapa restoran cepat saji asing yang sekarang ini sudah merakyat di Indonesia. Banyak pengusaha yang telah bermitra dengan *Rocket Chicken* termasuk di kota Yogyakarta dan telah dibuka beberapa gerai untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Penulis tertarik untuk melakukan penelitian di *Rocket Chicken* Yogyakarta berlandaskan pada latar belakang informasi di sebelumnya.

METODE PENELITIAN

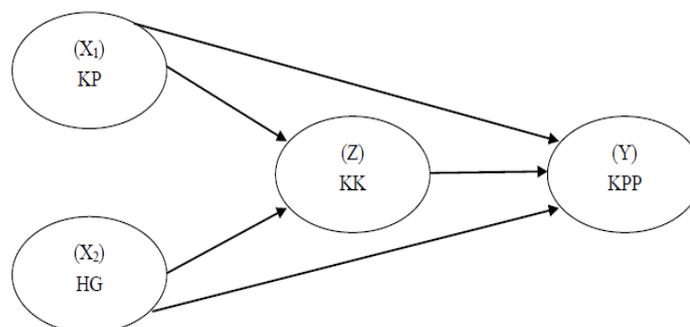
Tujuan peneliti memanfaatkan metode kuantitatif dalam penelitian ini adalah untuk menyatakan dengan jelas subjek penelitian dengan cara analisis serta kesimpulan. (Claudya &

Komariah, 2021). Terdapat beberapa objek penelitian pada studi ini terdiri: kualitas produk, harga, serta keputusan pembelian pada *Rocket Chicken*. Pelanggan yang pernah membeli produk *Rocket Chicken* di Yogyakarta menjadi objek penelitian dalam penelitian ini. Pada studi ini, objek penelitian yang dimanfaatkan ialah seluruh pelanggan yang telah melaksanakan perolehan produk *Rocket Chicken* di Yogyakarta. Studi berikut memanfaatkan data primer (kuesioner, wawancara, dan observasi) sebagai metode pengambilan sampel. Kuesioner yang dibagikan langsung pada responden yang telah melakukan pembelian produk *Rocket Chicken* di Yogyakarta menjadi sumber data utama dalam penelitian ini. Berdasarkan (Sugiyono, 2015), variabel penelitian mencakup setiap entitas yang dipilih oleh penulis untuk diselidiki dalam rangka untuk mengumpulkan data dan kemudian menarik kesimpulannya. Tiga variabel yang dimanfaatkan pada studi ini: variabel mediasi, variabel dependen, serta variabel independen.

Penulis memakai skala Likert dalam penelitian ini. Linkert (1932) menciptakan skala Likert sebagai alat guna sebagai pengukuran sikap orang. Meskipun berapa kali sebuah respon lebih baik ataukah lebih buruk dari yang lain tidak diketahui, skala ini menerapkan metrik ordinal untuk memungkinkan pemeringkatan (Mawardi, 2019). Pendapat Sugiyono dalam (Prawiyogi et al., 2021) Kuesioner adalah teknik untuk mengumpulkan informasi di mana partisipan diberikan daftar pertanyaan ataukah pernyataan tertulis untuk diisi. Setiap konsumen yang pernah membeli produk *Rocket Chicken* di Yogyakarta diberikan kuesioner sebagai bagian dari penelitian ini. Studi berikut menerapkan analisis data *partial least square* (PLS) memakai pemodelan persamaan struktural (SEM), yang terdiri dari dua komponen model: pengkajian model structural serta model pengukuran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kerangka teoritis pada studi ini :



Gambar 1. Kerangka Teoritis

Keterangan: X_1 (Product quality) : KP

X₂ (Price) : HG
 Y (Purchase Decision) : KPP
 Z (Kepercayaan Konsumen) : KK

Menemukan hubungan diskriminan di dalam konstruk penelitian adalah tujuan validitas diskriminan, yang diukur dengan skor *cross loading factor*. *Fornell-lacker criterion* adalah membandingkan korelasi diantara variabel dengan \sqrt{AVE} .

Tabel 1. Hasil Uji *Fornell-lacker*

Variabel	X2 (HG)	Z (KK)	X1 (KP)	Y (KPP)
X2 (HG)	0,812			
Z (KK)	0,731	0,849		
X1 (KP)	0,636	0,766	0,814	
Y (KPP)	0,703	0,736	0,677	0,773

Pada tabel 1 menunjukkan bahwa setiap item indikator di konstruk memiliki skor loading yang lebih tinggi ketimbang dengan nilai *cross loading*. Karena blok indikator konstruk semakin luas ketimbang dengan blok indikator yang lain, sehingga bisa disimpulkan adanya seluruh konstruk mempunyai validitas diskriminan yang optimal.

Tabel 2. Hasil Uji *Cross Loading*

Kode	HG	KK	KP	KPP
HG1	0,732	0,496	0,502	0,472
HG2	0,852	0,624	0,539	0,582
HG3	0,829	0,57	0,41	0,575
HG4	0,828	0,665	0,607	0,635
KK1	0,52	0,831	0,665	0,561
KK2	0,602	0,87	0,697	0,583
KK3	0,7	0,868	0,633	0,685
KK4	0,648	0,827	0,609	0,661
KP1	0,457	0,593	0,762	0,577
KP3	0,504	0,626	0,789	0,514
KP4	0,548	0,616	0,839	0,529
KP5	0,53	0,643	0,843	0,558
KP6	0,549	0,636	0,835	0,576
KPP1	0,548	0,569	0,577	0,834
KPP2	0,456	0,552	0,566	0,753
KPP3	0,63	0,567	0,531	0,76
KPP5	0,501	0,539	0,408	0,727
KPP6	0,566	0,612	0,525	0,786

Berdasarkan tabel 2, skor *cross loading* tiap indikator variabel semakin bertambah dari 0,70, menunjukkan adanya indikator yang diterapkan guna mengukur variabel pada studi ini

dianggap valid dan memenuhi kriteria *cross loading*. Uji reliabilitas suatu indikator ditentukan dengan menggunakan reliabilitas komposit. Jika data memiliki nilai konstruk minimal 0,7, maka data tersebut dianggap dapat diandalkan. Uji reliabilitas tambahan menggunakan *Cronbach's alpha*.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Keterangan
Harga	0,827	0,885	Reliable
Kepercayaan Konsumen	0,871	0,912	Reliable
Kualitas Produk	0,872	0,908	Reliable
Keputusan Pembelian	0,831	0,881	Reliable

Berdasarkan temuan tersebut, dapat disimpulkan adanya data dapat diandalkan karena setiap variabel laten yang diteliti dalam penelitian ini memiliki *Composite reliability* dengan nilai *cronbach's alpha* semakin bertambah dari 0,7. Evaluasi teknik pertama yang dilakukan adalah mengamati nilai *R-Square* pada konstruk laten endogen, yang mewakili persentase variasi yang dijelaskan.

Tabel 4. Hasil Uji Nilai R-Square

Variabel	R Square	R Square Adjusted
Y (KK)	0,686	0,680
Z (KPP)	0,618	0,609

Perolehan *R-Square* di tabel 4 membuktikan adanya skor *R-Square* kepercayaan pelanggan adalah 0,680. Skor *R-Square* kepercayaan konsumen membuktikan adanya selain dipengaruhi oleh variabel lain dari eksternal variabel riset ini, sejumlah 68,0% variabel harga serta kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian. Skor *R-Square* sejumlah 0,609 yang ditunjukkan oleh variabel keputusan pembelian. Dengan nilai *R-Square* keputusan pembelian, variabel harga serta kualitas produk memiliki dampak sebesar 60,9% pada variabel keputusan pembelian, sedangkan variabel lainnya di eksternal studi ini mempengaruhi sisanya. Dalam studi ini hipotesis akan diterima melalui penggunaan metode *boot strapping* apabila skor signifikansi *t-statistic* semakin bertambah 1,96 serta skor *p-values* lebih dari 0,05.

Tabel 5. *Path Coefficients*

Pengaruh Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Keterangan
X2(HG) -> Z(KK)	0,41	0,411	0,091	4,477	0	Di terima
X2(HG) -> Y(KPP)	0,318	0,317	0,085	3,742	0	Di terima
Z(KK) -> Y(KPP)	0,338	0,331	0,113	2,982	0,003	Di terima
X1(KP) -> Z(KK)	0,505	0,505	0,091	5,54	0	Di terima
X1(KP) -> Y(KPP)	0,216	0,229	0,11	1,965	0,05	Di terima
X2(HG) -> Z(KK) -> Y(KPP)	0,138	0,137	0,059	2,358	0,019	Di terima
X1(KP) -> Z(KK) -> Y(KPP)	0,17	0,166	0,062	2,736	0,006	Di terima

Hipotesis ke-1 menyelidiki kualitas produk secara positif berpengaruh pada keputusan pembelian. Hasilnya mengindikasikan t-statistik sejumlah 1,965 serta angka sampel asli sejumlah 0,216 untuk dampak kualitas produk pada keputusan pembelian. Hipotesis ke-1 diterima berdasarkan data ini, yang menunjukkan adanya t-statistik relevan sebab $> 1,96$ pada nilai p sebesar 0,05. Artinya ini membuktikan kualitas produk mempengaruhi secara positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian. Hipotesis ke-2 menyelidiki apakah harga secara positif berpengaruh pada keputusan pembelian. Perolehan pengkajian mengindikasikan t-statistik sejumlah 3,742 serta nilai original sample sejumlah 0,318 untuk harga pada keputusan pembelian. Hipotesis ke-2 diterima atas dasar temuan ini, yang menunjukkan bahwa t-statistik signifikan sebab $> 1,96$ pada nilai $p < 0,05$. Maka ini menafsirkan harga mempengaruhi secara positif juga signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hipotesis ke-3 menyelidiki apakah kualitas produk secara positif berpengaruh pada kepercayaan konsumen. Perolehan pengkajian mengindikasikan skor sampel asli kualitas produk pada kepercayaan konsumen sejumlah 0,505 serta t-statistics sejumlah 5,54. Temuan ini dipaparkan t-statistics relevance $> 1,96$ pada p value $< 0,05$ kemudian hipotesis ke-3 diterima atas dasar temuan ini. Maka ini membenarkan adanya kualitas produk berpengaruh positif serta signifikan pada kepercayaan konsumen. Hipotesis ke-4 menyelidiki apakah harga berpengaruh positif pada kepercayaan konsumen. Skort-statistics sebesar 4,477 dan nilai harga sampel asli terhadap kepercayaan konsumen sebesar 0,41 yang ditunjukkan dari hasil pengkajian. Hipotesis keempat diterima karena t-statistik relevan karena $> 1,96$ juga mempunyai skor p value $< 0,05$. Kemudian ini menunjukkan adanya harga mempunyai pengaruh positif yang signifikan pada kepercayaan konsumen.

Hipotesis ke-5 menyelidiki apakah kepercayaan konsumen secara positif berpengaruh pada keputusan pembelian. Niai t-statistik sebesar 2,982 dan hasil uji sampel menunjukkan

nilai kepercayaan konsumen pada keputusan pembelian sejumlah 0,338. Hipotesis kelima diterima karena t-statistik relevan sebab >1,96 juga mempunyai skor p value <0,05. Kemudian ini menunjukkan adanya keputusan pembelian dipengaruhi secara signifikan dengan kepercayaan konsumen. Hipotesis ke-6 menguji apakah kepercayaan konsumen sebagai variabel mediasi secara positif berpengaruh terhadap kualitas produk dan keputusan pembelian. Perolehan pengkajian membuktikan skor sampel asli kepercayaan konsumen selaku variabel mediasi terhadap kualitas produk serta keputusan pembelian sejumlah 0,17 serta t-statistics sejumlah 2,736. Dari perolehan ini ditunjukkan t-statistics signifikan sebab >1,96 maka p value <0,05 kemudian hipotesis ke-6 diterima atas dasar temuan ini. Maka mengindikasikan adanya kepercayaan konsumen mempengaruhi secara positif serta signifikan sebagai variabel mediasi dalam pengaruh kualitas produk pada keputusan pembelian.

Tabel 6. *Indirect Effect*

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ((O/STDEV))	P Values
HG -> KPP	0,138	0,134	0,055	2,521	0,012
KP -> KPP	0,17	0,167	0,06	2,825	0,005

Hipotesis ke-7 menguji apakah kepercayaan konsumen sebagai variabel mediasi secara positif berpengaruh pada harga dan keputusan pembelian. Perolehan pengkajian membuktikan skor sampel asli kepercayaan konsumen selaku variabel mediasi pada harga dan keputusan pembelian sejumlah 0,138 serta t-statistics sejumlah 2,358. Dari temuan ini ditunjukkan t-statistics signifikan sebab >1,96 maka p value <0,05 kemudian hipotesis ke-7 diterima atas dasar temuan ini. Maka mengindikasikan adanya kepercayaan konsumen mempengaruhi secara positif serta signifikan sebagai variabel mediasi dalam pengaruh harga pada keputusan pembelian. Dengan menggunakan perhitungan efek tidak langsung/efek total, kita dapat menghitung VAF dan melihat uji efek mediasi. Tiga kategori dibuat dari hasil perhitungan VAF: Sempurna (mediasi lengkap, VAF lebih dari 80%); Mediasi parsial, 20% <= VAF <= 80%); serta Tidak ada mediasi (VAF lebih kecil 20%).

Tabel 7. *Total Effect*

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ((O/STDEV))	P Values
HG -> KK	0,41	0,406	0,092	4,444	0
HG -> KPP	0,456	0,449	0,086	5,283	0
KK -> KPP	0,338	0,329	0,103	3,266	0,001
KP -> KK	0,505	0,51	0,092	5,465	0
KP -> KPP	0,387	0,396	0,089	4,332	0

Tabel 8. VAF

Variabel	$VAF = \frac{\text{indirect effect}}{\text{total effect}}$
HG ->KK ->KPP	$\frac{0,138}{0,456} = 0,303$
KP -> KK ->KPP	$\frac{0,17}{0,387} = 0,439$

Berdasarkan tabel 8 terlihat bahwa hasil perhitungan VAF untuk uji kepercayaan konsumen selaku variabel mediasi pada pengaruh kualitas produk pada keputusan pembelian sejumlah 0,439 ataupun 43,9%. Pada tabel tersebut juga menunjukkan nilai VAF untuk uji kepercayaan konsumen sebagai variabel mediasi pada pengaruh harga pada keputusan pembelian sejumlah 0,303% maupun 30,3%. Berdasarkan nilai VAF tersebut maka dapat disimpulkan bahwa kepercayaan konsumen termasuk dalam kategori mediasi parsial.

SIMPULAN

Berikut simpulan yang bisa ditarik dari temuan studi yang peneliti lakukan: 1) Pada kualitas produk sebagai variabel mempengaruhi pada keputusan pembelian dengan signifikan. Kedua variabel berpengaruh positif artinya meningkat kualitas produk pada *Rocket Chicken* di Yogyakarta sehingga meningkat juga tingginya keputusan pembelian konsumen. 2) Pada variabel harga berpengaruh pada keputusan pembelian secara signifikan. Kedua variabel berpengaruh positif yang artinya bersaingnya harga mengakibatkan tinggi pula jumlah keputusan pembelian. 3) Variabel kualitas produk berpengaruh pada kepercayaan konsumen dengan signifikan. Kedua variabel berpengaruh positif yang artinya tingginya kualitas produk yang disediakan *Rocket Chicken* di Yogyakarta, maka semakin besar pula kepercayaan konsumen Yogyakarta terhadap produk. 4) Pada variabel harga berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen dengan signifikan. Kedua variabel berpengaruh positif yang berarti lebih kompetitif, dengan demikian, semakin meningkatlah tingkat kepercayaan mengenai produk yang ditawarkan. 5) Pada variabel kepercayaan konsumen berpengaruh pada keputusan pembelian dengan signifikan. Kedua variabel berpengaruh positif yang maknanya lebih tinggi tingkat kepercayaan, sehingga makin tinggi juga keputusan pembelian konsumen. 6) Pada hipotesis kepercayaan konsumen sebagai variabel mediasi pada pengaruh kualitas produk pada keputusan pembelian telah dibuktikan adanya variabel kepercayaan konsumen bukanlah hanya faktor mediasi yang berdampak pada korelasi di antara variabel kualitas produk pada keputusan pembelian. 7) Pada hipotesis kepercayaan konsumen sebagai variabel mediasi pada pengaruh harga pada keputusan pembelian telah dibuktikan bahwa variabel

kepercayaan konsumen bukanlah hanya faktor mediasi yang berdampak pada korelasi di antara variabel harga pada keputusan pembelian.

DAFTAR RUJUKAN

- Afwan, M. T., & Santosa, S. B. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Mebel Madina di Kota Banjarnegara). *Diponegoro Journal Of Management*, 8. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/30308/25161>
- Claudia, S., & Komariah, N. S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Air Ro Di Ker-Ro Bekasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen (JIAM)*. <http://repository.ubharajaya.ac.id/25067/>
- Kristiana, M., & Mandala, K. (2019). Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kewajaran Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen*. <https://dx.doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v08.i02.p02>
- Mawardi. (2019). Rambu-rambu Penyusunan Skala Sikap Model Likert untuk Mengukur Sikap Siswa. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*. <https://doi.org/10.24246/j.js.2019.v9.i3.p292-304>
- Pramesti, M. A., & Chasanah, U. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*. <https://doi.org/10.46306/jbbe.v14i2.76>
- Prawiyogi, A. G., Sadih, T. L., Purwanugraha, A., & Elisa, P. N. (2021). Penggunaan Media Big Book untuk Menumbuhkan Minat Baca Siswa di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i1.787>
- Rachmasanti, W. M. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan, Persepsi Kebermanfaatan, Keberagaman Produk, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Pembelian Ulang Pada Toko Online Lazada.co.id. *Jurnal Manajemen Update, Vol 7, No 2 (2018): Jurnal Mahasiswa Manajemen*. <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/ejmfe/article/view/27060>
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D. In *Metode Penelitian dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*.
- Tjiptono, F. (2023). *Riset Pemasaran*. Penerbit Andi. <https://books.google.co.id/books?id=k0zfEAAAQBAJ>



Analisis Manajemen Risiko Operasional berbasis ISO 31000:2018 terhadap Perusahaan Logistik (Studi Kasus JNE Station Center Gedebage Kota Bandung)

Desi Ratna Haryanti^{1*}, Mohamad Hutomo²

desiratna3546@gmail.com^{1*}, mohamadhutomo@digitechuniversity.ac.id²

^{1,2}Program Studi Manajemen

^{1,2}Universitas Teknologi Digital

Received: 20 06 2024. Revised: 07 07 2024. Accepted: 31 08 2024.

Abstract : The logistics industry in Indonesia, including JNE Station Center Gedebage, Bandung City, is experiencing rapid development. This has consequences in the form of increased operational risk which results in a decrease in service quality and obstacles to achieving company goals. Operational risk is a natural thing in a company, but it would be better if the risk could be mitigated from the start so as not to have an undesirable impact. Therefore, the implementation of optimal risk management is important. In measuring operational risk, adequate and easy-to-implement guidelines are needed. The International Organization for Standardization (ISO) 31000:2018 is considered to be an adequate guideline. This study aims to analyze the company's operational risk management based on ISO 31000:2018 which consists of risk management principles and processes. A qualitative method with a case study approach was used to collect data, through interviews and document analysis. The results of the study indicate that JNE Station Center Gedebage, Bandung City implements operational risk management in accordance with the company's SOP based on ISO 9001:2015. The main operational risks identified are late delivery, damaged goods, and lost goods. In conclusion, JNE Station Center Gedebage has met the requirements of ISO 31000:2018 and is considered capable of implementing operational risk management principles and processes based on the ISO 31000:2018 standard.

Keyword : Operational Risk Management, ISO (International Organization for Standardization) 31000:2018, Logistics.

Abstrak : Industri logistik di Indonesia, termasuk JNE Station Center Gedebage Kota Bandung, mengalami perkembangan pesat. Hal ini membawa konsekuensi berupa peningkatan risiko operasional yang berakibat pada penurunan kualitas layanan dan hambatan pencapaian tujuan perusahaan. Risiko operasional merupakan hal yang wajar dalam perusahaan, namun alangkah baiknya jika risiko tersebut dapat di mitigasi sejak awal agar tidak membawa dampak yang tidak diinginkan. Oleh karena itu, penerapan manajemen risiko yang optimal menjadi penting. Dalam pengukur risiko operasional diperlukan pedoman yang memadai serta mudah dalam penerapannya. *International Organization for Standardization (ISO) 31000:2018* dianggap menjadi pedoman yang memadai. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis manajemen risiko operasional perusahaan

berdasarkan ISO 31000:2018 yang terdiri dari prinsip dan proses manajemen risiko. Metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus dilakukan untuk mengumpulkan data, melalui wawancara serta analisis dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa JNE Station Center Gedebage Kota Bandung menerapkan manajemen risiko operasional sesuai dengan SOP perusahaan yang didasarkan pada ISO 9001:2015. Risiko operasional utama yang diidentifikasi adalah keterlambatan pengiriman, kerusakan barang, dan kehilangan barang. Kesimpulannya, JNE Station Center Gedebage sudah memenuhi syarat ISO 31000:2018 dan dinilai mampu mengimplementasi prinsip serta proses manajemen risiko operasional berdasarkan standar ISO 31000:2018.

Kata Kunci : Manajemen Risiko Operasional, ISO (International Organization for Standardization) 31000:2018, Logistik.

PENDAHULUAN

Setiap organisasi dalam perjalanannya menuju tujuan, pasti dihadapkan pada berbagai ketidakpastian. Ketidakpastian ini membuka peluang munculnya risiko, yang berpotensi membawa dampak. Risiko dapat diinterpretasikan sebagai rentang yang bergerak antara ancaman dengan dampak negatif dan kesempatan dengan dampak positif. Kegagalan mencapai tujuan perusahaan merupakan dampak negatif, sedangkan terwujudnya tujuan merupakan dampak positifnya (Tampubolon, 2005). Risiko merupakan hal yang wajar di dunia ini, apapun itu pasti terdapat risikonya, tidak hanya perusahaan di bidang jasa keuangan saja melainkan semua perusahaan tidak terkecuali pada perusahaan jasa logistik. Industri jasa logistik menghadapi dinamika yang semakin kompleks dan tuntutan pelanggan yang tinggi terhadap keandalan dan kualitas layanan. Perusahaan logistik dihadapkan pada berbagai risiko yang dapat menghambat operasional dan berpotensi merugikan pelanggan bahkan merugikan perusahaan. Beberapa risiko operasional tersebut meliputi keterlambatan pengiriman, kerusakan barang, masalah keamanan, bencana alam, kelalaian karyawan serta berbagai risiko lain yang dapat memberikan dampak negatif terhadap citra perusahaan.

Ekonomi Indonesia pada triwulan ketiga tahun 2023 mengalami pertumbuhan sebesar 4,94% dibandingkan tahun 2022 (BPS, 2023). Pertumbuhan ini didorong oleh berbagai sektor, salah satunya adalah lapangan usaha transportasi dan pergudangan. Lapangan usaha ini mencatat laju pertumbuhan PDB sebesar 15,3% pada triwulan ketiga tahun 2023, menjadikannya salah satu penyumbang utama bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia pada periode tersebut. Pedoman dalam menerapkan manajemen risiko ada bermacam-macam, terdapat beberapa standar yang di kenal seperti *Commitee of Sponsoring Organizations of the Treadway Comission*, *GRC Capabillity Model*, *COSO ERM integrated famework 2004*,

CAN/CSA-Q850-97(R2009), AIRMIC/ALARM/IRM:2002, serta ISO 31000:2018. Indonesia resmi menerapkan standar internasional ISO 31000 sebagai Standar Nasional Indonesia yang dikenal dengan SNI ISO 31000. Pemahaman menyeluruh tentang prinsip-prinsip dalam standar ini menjadi paradigma baru dan prasyarat penting untuk penerapan praktik manajemen risiko yang benar dan efektif. Badan Standardisasi Nasional (BSN) menyambut baik penerbitan standar internasional ISO 31000:2018 tentang prinsip-prinsip dan panduan untuk manajemen risiko. Standar ini merupakan revisi dari ISO 31000:2009 dan memberikan panduan yang lebih komprehensif dan praktis untuk mengelola risiko secara efektif dalam organisasi. BSN memandang ISO 31000:2018 sebagai standar penting yang dapat membantu organisasi di Indonesia untuk meningkatkan ketahanan, efisiensi, dan profitabilitasnya (BSN). Ratusan perusahaan logistik di Indonesia terdaftar dalam organisasi ASPERINDO, termasuk Jalur Nugraha Eka Kurir atau JNE.

JNE memiliki banyak pesaing dalam bisnis yang sejenis, namun sampai saat ini JNE masih memegang kualitas yang baik. Dalam konteks ini, manajemen risiko operasional menjadi krusial untuk memastikan kelancaran operasional dan peningkatan kualitas layanan. Melakukan studi kasus pada JNE *Station Center* Gedebage akan memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang analisis manajemen risiko operasional berpedoman dengan ISO 31000:2018 yang mana dapat diterapkan secara spesifik didalam konteks perusahaan logistik. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan Krisdana dkk (2019) dengan judul Manajemen Risiko Teknologi Informasi Menggunakan ISO 31000:2018 (Studi Kasus: CV. XY) Analisis mendalam melalui pengamatan, wawancara, dan penilaian risiko menunjukkan bahwa CV. XY belum mencapai tingkat kepatuhan yang diharapkan terhadap ISO 31000:2018. Hal ini terlihat dari adanya sejumlah risiko yang belum berhasil diidentifikasi atau ditangani secara efektif oleh perusahaan. Dikarenakan CV. XY menggunakan standar ISO 9001 : 2008 sebagai pedoman standarisasi mutu perusahaan. Namun, standarisasi tersebut masih mencakup secara keseluruhan dan belum ada standarisasi khusus untuk bagian operasional.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka penulis berkeinginan untuk mengetahui risiko-risiko apa saja yang dihadapi oleh perusahaan JNE, selanjutnya menganalisis penerapan manajemen risiko operasional yang telah dilakukan perusahaan serta menilai kemampuan perusahaan dalam menerapkan pedoman manajemen risiko berdasarkan ISO 31000:2018. Oleh karena itu, peneliti melakukan penelitian dengan mengangkat judul Analisis Manajemen Risiko Operasional Berbasis ISO 31000:2018 Terhadap Perusahaan Logistik (Studi Kasus: JNE *Station Center* Gedebage Kota Bandung yang bertujuan agar perusahaan-perusahaan logistik di

Indonesia khususnya JNE bisa mengambil manfaat, dapat memitigasi risiko operasional perusahaan, dan memberikan layanan yang berkualitas, serta dapat mencapai tujuan perusahaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus pada perusahaan jasa logistik yaitu Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Gedebage Kota Bandung. Metode penelitian kualitatif menurut Saryono, 2010 (Hidayati Mustafidah & Suwarsito, 2021) Metode penelitian kualitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh sosial yang tidak dapat dijelaskan, diukur, atau digambarkan melalui pendekatan kuantitatif. Penelitian ini mengambil 2 (dua) sumber data utama yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Dalam penelitian ini data primer diambil dari hasil wawancara terhadap Inbound Operation 1 *Section Head* JNE *Station Center* Gedebage beserta *Human Capital* di JNE *Station Center* Gedebage kota Bandung. Sedangkan sumber data sekunder berasal dari data penelitian sebelumnya, literatur, buku referensi, dokumen perusahaan, serta sumber-sumber lain yang berhubungan dengan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

JNE merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa logistik, berdiri pada tanggal 26 November tahun 1990 sebagai PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir. JNE telah menempuh perjalanan panjang dan bersejarah sejak didirikan pada tahun 1990. Dengan komitmen dan inovasi yang berkelanjutan, JNE terus berkembang menjadi perusahaan ekspedisi terdepan di Indonesia. Secara garis besar pengendalian internal yang telah dilakukan oleh perusahaan sudah berjalan dengan baik. Kondisi internal JNE *Station Center* Gedebage telah memenuhi prinsip-prinsip berbasis ISO 31000:2018. Perusahaan telah menetapkan struktur organisasi, pembagian wewenang serta tanggung jawab secara terstruktur dan komprehensif. Selain itu perusahaan juga telah melakukan manajemen risiko dengan baik. Manajemen risiko dianggap penting bagi JNE *Station Center* Gedebage dalam mencapai tujuan perusahaan untuk meningkatkan kualitas.

Walaupun secara implementasi JNE *Station Center* Gedebage belum mengadopsi ISO 31000:2018 namun JNE *Station Center* Gedebage telah menerapkan manajemen mutu berbasis ISO 9001–2008. JNE *Station Center* Gedebage melakukan pengelolaan risiko secara sederhana yang dilakukan oleh tim dan diolah sistem perusahaan. Semua laporan akan tersimpan didalam

sistem perusahaan. Setiap lini pegawai perusahaan dapat membuat berita acara mengenai risiko operasional yang terjadi dan dilaporkan kepada sistem perusahaan. Risiko-risiko tersebut akan dicatat oleh sistem kemudian diperbaiki oleh kepala bagian operasional agar risiko-risiko tersebut dapat diperbaiki dan diminimalisir.

Komunikasi dan konsultasi di dalam perusahaan sudah sejalan dengan prinsip manajemen risiko pada ISO 31000:2018 yang menuntut komunikasi secara transparan. Kondisi ini didapatkan penulis dari hasil wawancara. Wawancara langsung bersama *Inbound Operation 1 Section Head JNE Station Center Gedebage* menyatakan bahwa dari mulai kalau *daily* kita *briefing*, mingguan kita *weekly*, bulanan *monthly*, tahunan PKD/PKC atau rapol setiap tahunnya di bulan Desember, setiap permasalahan kita sampaikan seminggu sekali, sebulan sekali, melaporkan mitigasi risikonya, perubahannya, subplem, perbaikan-perbaikan. Berdasarkan hasil tersebut, *JNE Station Center Gedebage* selalu melakukan komunikasi dengan semua pihak di dalam perusahaan. Perusahaan membuat sarana komunikasi berupa rapat rutin harian, mingguan, bulanan, serta tahunan. Dalam rapat-rapat tersebut terdapat sesi konsultasi dalam pengendalian risiko. *Briefing* yang diadakan setiap hari merupakan cara yang dilakukan perusahaan untuk komunikasi dan konsultasi. Oleh karena itu karyawan dapat berkonsultasi dengan baik terhadap pimpinan perusahaan. Terdapat perbedaan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Feliana Novita Sari dan Senny Harindahyani terhadap PT SMTK Surabaya (2019). PT SMTK Surabaya melakukan komunikasi yang transparan dan inklusif. PT SMTK juga mengadakan sarana komunikasi berupa rapat bulanan. Sedangkan *JNE Station Center Gedebage* mengadakan rapat rutin harian, mingguan, bulanan, bahkan tahunan.

JNE Station Center Gedebage telah menetapkan konteks internal, konteks eksternal, dan konteks manajemen risiko. Konteks internal meliputi *Main Branch Head* atau Kepala Cabang Utama serta karyawan. Kepala Cabang Utama atau pimpinan memiliki kewenangan dalam penentuan kebijakan. Sedangkan karyawan bertugas untuk menjalankan operasional perusahaan dalam mencapai tujuan. Hal ini dapat dilihat pada struktur organisasi perusahaan yang menggunakan jenis *flats* struktur atau struktur organisasi datar. Struktur ini memiliki kelebihan yaitu mudahnya berkomunikasi dan berinteraksi di antara karyawan serta lebih cepat menerapkan praktik atau ide baru, dengan risiko kesalahan yang lebih kecil. Konteks eksternal berupa pelanggan. Pelanggan dapat menimbulkan risiko. Seperti pelanggan yang menolak menggunakan asuransi. Berdasarkan hasil wawancara langsung bersama *IO 1 Section Head JNE Station Center Gedebage* menyatakan bahwa untuk seperti proses kerusakan jika kirimannya yang memang barang pecah belah tapi customer kita saat edukasi diawal transaksi

ditawari dengan asuransi dia menolak, itu risiko juga, yang dikhawatirkan saat masuk dikami di Bandung terjadi kerusakan.

Konteks manajemen risiko yaitu *JNE Station Center* Gedebage telah membentuk tim operasional dan personil dari tiap-tiap bagian untuk bekerjasama sama dalam pengendalian risiko khususnya risiko operasional. Sementara penelitian sebelumnya menjelaskan secara detail mengenai penetapan konteks yang meliputi: konteks internal, konteks eksternal, konteks manajemen risiko, serta konteks kriteria risiko. Konteks kriteria risiko berupa dua kriteria risiko yaitu skala tingkat kemungkinan dan skala tingkat keparahan. PT SMTK dapat menerima risiko jika risiko tersebut berada pada level satu hingga empat atau bisa dikategorikan sebagai low risk dan medium risk (Feliana dan Senny, 2019).

JNE Station Center Gedebage telah melakukan identifikasi risiko operasional dengan baik. Hal ini didapatkan penulis dari hasil wawancara langsung bersama IO 1 *Section Head JNE Station Center* Gedebage menyatakan bahwa kalau berbicara risiko operasional, kita hanya ada 3, satu keterlambatan, kerusakan, dan kehilangan. Sementara mengenai faktor penyebab risiko. Seperti yang disampaikan dari hasil wawancara IO 1 menyatakan bahwa masalah risiko seperti keterlambatan, adanya kecelakaan diruas toll, adanya cuaca yang lagi buruk, seperti proses penerbangan, sehingga pesawat tidak bisa terbang, itu adalah keterlambatan. Ketika ada kemacetan via darat itu customer tidak mau tahu dst. Selanjutnya untuk faktor penyebab kerusakan barang ada beberapa faktor seperti yang telah disebutkan oleh IO 1 *Section Head JNE Station Center* Gedebage menyatakan bahwa nah untuk seperti proses kerusakan jika kirimannya yang memang barang pecah belah tapi *customer* kita saat di edukasi diawal transaksi ditawari dengan asuransi dia menolak, itu risiko juga, yang dikhawatirkan saat masuk dikami di Bandung terjadi kerusakan.

Sedangkan untuk penyebab kehilangan barang dapat berasal dari ketidakjujuran karyawan. Seperti yang telah disebutkan oleh IO 1 *Section Head JNE Station Center* Gedebage menyatakan bahwa internal kita mungkin lebih ke kejujuran mereka, Ketika misalnya mereka tidak jujur. Merasa bahwa kirimannya tidak serah terima dari kita, secara fisiknya dia terima, tapi secara data dia tidak terima, biasanya itu terjadi karena lolos scan dan itu akan tercapture pada sistem. Dibandingkan penelitian sebelumnya menjelaskan secara rinci risiko operasional *JNE Teluk*. Dalam hasil tersebut terdapat 10 (sepuluh) risiko yang berasal dari kesalahan proses karyawan ketika menjalankan kegiatan operasional usaha/bisnis perusahaan baik itu di internal maupun di eksternal *JNE Teluk* dalam. Risiko-risiko itu adalah Kesalahan mengentri data, kerusakan barang pelanggan, kebakaran Gedung, pencurian barang, kesalahan pengiriman

barang, keterlambatan pengiriman barang, kecelakaan kerja, penumpukkan barang, biaya pengiriman mahal, pelayanan dan kepusan pelanggan (Sepintas Daya dkk, 2019).

Setelah mengetahui risiko apa saja yang terjadi dan penyebabnya, JNE Station Center Gedebage melakukan analisis risiko yang dilakukan berdasarkan pertimbangan manajemen beserta pimpinan dengan menggunakan dua perspektif yaitu skala tingkat kemungkinan dan skala tingkat dampaknya bagi perusahaan. Hal ini didapatkan penulis dari hasil wawancara langsung bersama Inbound Operation 1 *Section Head JNE Station Center Gedebage* menyatakan bahwa setiap terjadi risiko itu pasti kita analisa, setelah Analisa kita lakukan perbaikan dan dimana ketika terjadi permasalahan itu ya diharapkan setelah analisa kedepannya kita sudah lakukan pencegahan agar tidak terulang kembali. Selanjutnya perusahaan menentukan level atau skala tingkat dampak dari risiko bagi perusahaan. Hal ini didapatkan penulis dari hasil wawancara langsung bersama Inbound Operation 1 *Section Head JNE Station Center Gedebage* menyatakan bahwa risiko paling tinggi adalah kehilangan, kalau kita urut, urgensinya adalah kehilangan, kerusakan, kemudian keterlambatan. Dibandingkan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan pada PT SMTK telah menetapkan kriteria risiko yang disajikan dalam dua kriteria yaitu skala tingkat kemungkinan dan skala tingkat keparahan. PT SMTK dapat menerima risiko jika risiko tersebut berada pada level satu hingga empat atau bisa dikategorikan sebagai low risk dan medium risk (Feliana dan Senny, 2019).

Penelitian sebelumnya yang dilakukan pada PT SMTK belum memiliki kriteria yang jelas. Perusahaan belum menetapkan dengan tegas bagaimana penilaian risiko yang telah digunakan. Setiap risiko bisa saja memiliki standar pengukuran yang berbeda (Feliana dan Senny, 2019). Berbeda dengan *JNE Station Center Gedebage*, setelah semua risiko diketahui level dampak risikonya, maka JNE akan melakukan evaluasi risiko untuk menentukan risiko mana yang memiliki dampak besar bagi perusahaan. Evaluasi ini dilakukan ketika ada risiko kehilangan dan kerusakan barang maka akan di evaluasi penyebabnya sesuai SOP perusahaan. Hal ini bersumber dari hasil wawancara langsung bersama IO 1 *Section Head* menyatakan bahwa risiko itu pasti ada dari dulu sampai sekarang, risiko tersebut ada 3, mungkin penyebabnya berbeda-beda kadang dari eksternal kadang internal, itu pasti terjadi, mungkin secara keterlambatannya kita terus meminimalisir, agar tidak terus terjadi.

Sementara untuk mengevaluasi risiko operasional perusahaan, perusahaan memiliki cara tersendiri yaitu evaluasi secara otomatis melalui dashboar perusahaan. Hal ini didapatkan dari hasil wawancara langsung bersama IO 1 *Section Head JNE Station Center Gedebage* menyatakan bahwa kalau kita ada perubahan proses percepatan, perubahan perolingan

internal, kita harus evaluasi sejak dini apakah ada perubahan positif atau tidak ada perubahan sama sekali, bagaimana kontrolingnya, kita lihat performa dashboard. Dalam evaluasi risiko ini, JNE belum memiliki kriteria secara detail. Namun hal tersebut sudah ditentukan oleh kantor pusat didalam web dashboard yang dapat dipantau setiap saat oleh karyawan.

Setelah melakukan evaluasi, maka perusahaan akan melakukan perlakuan risiko. Perlakuan atau penanganan risiko bisa disebut juga penanggulangan risiko. Berdasarkan dari hasil wawancara langsung bersama IO 1 *Section Head JNE Station Center Gedebage* menyatakan bahwa nah untuk seperti proses kerusakan jika kirimannya yang memang barang pecah belah tapi customer kita saat di edukasi di awal transaksi ditawarkan dengan asuransi dia menolak, itu risiko juga, yang dikhawatirkan saat masuk dikami di Bandung terjadi kerusakan. Apapun risiko yang terjadi perusahaan akan menanganinya dengan sigap. Seperti risiko kehilangan dan kerusakan barang yang memiliki dampak yang tinggi bagi perusahaan, perusahaan telah bekerjasama dengan pihak asuransi, perusahaan akan mewajibkan asuransi bagi pengirim, ketika harga barang lebih besar 10x lipat dari ongkos kirim. Hal ini didapatkan penulis dari hasil wawancara langsung untuk kehilangan dan kerusakan sebetulnya kita sudah bekerjasama dengan pihak asuransi, jadi kita ada prosedur jika harga barangnya melebihi 10x dari ongkos kirim, kiriman wajib diasuransikan, jika kirimannya barang pecah belah, ataupun elektronik,.. dst.

Sedangkan untuk risiko keterlambatan pengiriman perusahaan memiliki cara untuk mitigasi yaitu dengan menambah jumlah tenaga kerja pengiriman itu lebih intens secara daily monitoring, pergerakan kiriman,.. kita monitoring dari dashboard dari mulai pemberangkatan dari kota awal, sampai kota destinasi, itu ada berapa jumlah shipmentnya, dan ada berapa kiriman dalam perjalanannya tentunya saat kita masuk kita udah preparing SDM yang perlu disiapkan. Selanjutnya untuk risiko yang berasal dari internal perusahaan seperti SDM, hal yang dilakukan perusahaan yaitu standarisasinya kita harus sama dia mau freelance, mau daily worker, dia mau karyawan tetap kita, kita akan lakukan training, biar penyampaian terhadap customer seragam, terhadap karyawan. Berdasarkan hasil wawancara di atas bersama IO 1 *Section Head JNE Station Center Gedebage*, setiap karyawan baik karyawan *freelance*, *daily worker*, maupun karyawan tetap wajib diberikan training terlebih dahulu untuk mengurangi risiko yang berasal dari internal perusahaan terutama bagian Sumber Daya Manusia.

Pada tahap ini menjabarkan bahwa perusahaan menerima risiko, membagi risiko dengan pihak ketiga dan memitigasi setiap risiko yang dapat terjadi. Sebelumnya, peneliti sudah

melakukan wawancara kepada IO 1 *Section Head JNE* untuk mengetahui mitigasi yang dilakukan jika terjadi risiko-risiko tersebut, hasil yang didapat berbeda dengan penelitian sebelumnya (Feliana dan Senny, 2019) apabila risiko memiliki tingkat dampak yang rendah terhadap perusahaan maka perusahaan akan melakukan penanganan berupa tindakan pencegahan agar risiko tidak terulang kembali. Risiko yang memiliki dampak tingkat sedang, perusahaan melakukan pembagian risiko terhadap pihak ketiga, misalnya asuransi. Sedangkan untuk risiko yang berdampak tinggi terhadap perusahaan maka perusahaan akan melakukan pengawasan secara ketat. Didalam penanganan risiko PT SMTK, masih ada kontrol yang kurang tepat terkait dengan risiko high dan medium, sehingga perusahaan perlu memperbaiki beberapa kontrol tersebut. Perlakuan atau penanganan yang dilakukan *JNE Station Center Gedebage* sama halnya dengan penelitian yang berjudul Analisis Manajemen Risiko Berbasis ISO 31000 Pada Aspek Operasional Teknologi Informasi PT Schlumberger Geophysics Nusantara, hasil dari penelitian ini adalah perusahaan menerima risiko, menghindari risiko, berbagi risiko, dan mitigasi risiko (Gina Patriani dkk, 2021).

Setelah risiko tersebut ditangani, kemudian risiko tersebut di laporkan dan dicatat didalam sistem. Ketika terjadi risiko terhadap pengiriman barang, maka petugas operasional akan langsung melaporkan ke web dashboard perusahaan. Hal tersebut otomatis akan tercatat dan semua tim operasional dapat mengetahuinya. Berdasarkan dari hasil wawancara langsung bersama IO 1 *Section Head JNE Station Center* menyatakan bahwa kalau itu kita sudah tercatat disistem, jadi ketika ada kerusakan, keterlambatan, atau kehilangan, itu sudah terdaftar disistem, jadi kita tinggal tarik, ketika kita butuh periode apa kita tinggal cari dengan kode-kode yang tadi. Setiap mitigasi risiko tercatat dalam sistem, setiap karyawan ataupun customer dapat mengecek hasil mitigasi risiko melalui web dashboard perusahaan. Seperti yang sudah dijelaskan bahwa yang mencatat itu adalah petugasnya langsung, teknisi dilapangan, ketika dia tahu bahwa kirimannya rusak, dia update. Semuanya operasional, dan itu akan tercapture di sistem. Dengan pengecekan secara berkala maka risiko tersebut akan segera ditangani, diproses, dan dianalisis atau di evaluasi oleh tim operasional. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Gerardus dan Andeka (2022) dengan judul penelitian Sistem Manajemen Risiko Berbasis ISO 31000:2018 Di PT. Bawen Mediatama. Hasil dari penelitian tersebut tidak menjelaskan bagaimana pelaporan dan perekaman yang terdapat dalam perusahaan.

Selanjutnya setelah risiko di laporkan dan dicatat maka akan di pantau secara berkala oleh kepala operasional. Pemantauan dan reuiu yang dilakukan *JNE Station Center Gedebage* memiliki perbedaan dengan penelitian sebelumnya yang berjudul Evaluasi Penerapan

Manajemen Risiko Berbasis ISO 31000 untuk Mengelola Risiko Operasional dalam Kegiatan Pelayanan Jasa pada PT SMTK di Surabaya. Hasil penelitiannya yaitu perusahaan selalu menerima setiap keluhan dari pelanggan yang merasa tidak puas melalui survei kepuasan pelanggan. PT SMTK selalu menjunjung tinggi komitmen dan perbaikan secara berkelanjutan, sehingga proses pengawasan selalu dilakukan oleh perusahaan. Pengawasan dilakukan setiap satu bulan sekali melalui rapat bulanan. Sedangkan yang dilakukan JNE Station Center Gedebage yaitu pihak manajemen selalu belajar dari peristiwa yang telah terjadi, perusahaan melakukan perbaikan pemantauan dan reviu setiap hari, setiap minggunya, setiap bulan, bahkan setiap tahun dengan mengadakan rapat secara kontinu. Hal ini diharapkan dapat memantau risiko operasional yang ada, dan dapat memitigasi risiko dengan baik. Hal ini sesuai hasil wawancara langsung bersama IO 1 *Section Head JNE Station Center Gedebage* menyatakan bahwa kalau *daily* kita *briefing*, setiap ada permasalahan kita sampaikan langsung, *weeklynya* juga kita sampaikan seminggu sekali, sebulan sekali, melaporkan mitigasi risikonya, perubahannya, suplemnya, perbaikannya.

Berdasarkan hasil di atas, pemantauan dan reviu yang dilakukan perusahaan dapat dibidang cukup baik, karena perusahaan melakukan pemantau secara berkala dan kontinu secara terjadwal melalui dashboard perusahaan yang dapat dipantau oleh semua tim operasional. Berdasarkan hasil wawancara langsung bersama IO 1 *Section Head* menyatakan bahwa kalau kita ada perubahan proses percepatan, perubahan perolangan internal, kita harus evaluasi sejak dini apakah ada perubahan positif atau tidak ada perubahan sama sekali, bagaimana kontrolingnya, kita lihat performa dashboar. Yang dilakukan *JNE Station Center Gedebage* sudah sesuai dengan prinsip serta proses manajemen risiko berbasis ISO 31000:2018. *JNE Station Center Gedebage* menerapkan manajemen risiko dengan baik. Karena *JNE Station Center Gedebage* merupakan kantor cabang maka terbatas dalam hal manajemen risiko, terdapat tim manajemen di kantor pusat yaitu di Jakarta. Keterbatasan ini dapat dilihat dari hasil wawancara langsung bersama *Inbound Operation 1 Section Head JNE Station Center Gedebage* menyatakan bahwa saat ini saya belum bisa menjawab kebetulan ada timnya, yang jelas kita sudah ISO cuman ISO berapa kita belum tahu, kalau saya ada disisi operasional.

Namun peneliti melakukan pendekatan terhadap *Human Capital Section Head JNE Station Center Gedebage* untuk membahas tentang manajemen risiko perusahaan: “menambahi untuk ISO juga, kalau secara globalisasi dilihat dari web itu ISO 9000 ya, tapi itu kan lebih luas”. Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dan berasal dari web perusahaan pusat, web tersebut mencantumkan logo ISO 9001:2015, maka dapat disimpulkan bahwa perusahaan telah

menerapkan ISO 90001:2015, namun karena keterbatasan perusahaan cabang maka hal tersebut tidak dapat dipastikan. Maka dapat disimpulkan bahwa penerapan manajemen risiko yang dilakukan *JNE Station Center* Gedebage berpedoman terhadap SOP yang telah disusun dan dirancang oleh kantor pusat JNE. Manajemen kantor pusat kurang terbuka mengenai pedoman tersebut, sehingga kantor cabang kurang mengetahui prosedur penyusunan SOP.

SIMPULAN

Dari hasil penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa *JNE Station Center* Gedebage memiliki 3 risiko utama yaitu kehilangan barang, kerusakan barang dan keterlambatan pengiriman barang. Risiko tersebut berasal dari risiko sumber daya manusia, risiko teknologi, risiko proses, dan risiko eksternalitas. PT *JNE Station Center* Gedebage telah menerapkan manajemen risiko operasional dengan berpedoman SOP, penyusunan SOP perusahaan dibebankan kepada kantor pusat. Kantor cabang tidak mengetahui secara detail mengenai pedoman yang digunakan oleh kantor pusat dalam menyusun SOP. Namun dari web perusahaan pusat terdapat logo ISO 90001:2015 *quality manajemen*. Dari hasil analisis, *JNE Station Center* Gedebage telah melaksanakan manajemen risiko secara optimal. Perusahaan dinilai telah siap untuk mengimplementasikan manajemen risiko berbasis ISO 31000:2018. Kesiapan ini dibuktikan dengan adanya : 1) Perusahaan telah menjalankan komunikasi dan konsultasi secara transparan, 2) Perusahaan memiliki konteks internal, eksternal, dan konteks manajemen risiko, 3) Perusahaan melakukan penilaian risiko yang terdiri dari identifikasi risiko, analisis, serta evaluasi risiko yang memadai, 4) Perusahaan melakukan pencatatan manajemen risiko secara berkala, 5) perusahaan melakukan pemantauan dan reuiu secara berkelanjutan. Hal tersebut sesuai dengan prinsip serta proses manajemen risiko berbasis ISO 31000:2018. Diharapkan perusahaan dapat melakukan sertifikasi SNI mengenai manajemen risiko dengan berpedoman ISO 31000: sesuai anjuran dari BSN Indonesia. Hal ini dapat meningkatkan kualitas layanan.

DAFTAR RUJUKAN

Aprilia, G. C., Ukasyah, M., Ramadhan, N. D., Iswanto, T. N., Maesaroh, S. S., & Putri, T. (2022). Analisis Manajemen Risiko Berbasis ISO 31000 Pada Aspek Operasional Teknologi Informasi PT. Schlumberger Geophysics Nusantara. *Proceeding National Conference on Accounting and Fraud Auditing*, vol 3, 1. <https://doi.org/10.31326/.v3i1.1171>

- Badan Pusat Statistik. (2023). Statistik Transportasi.
- Badan Pusat Statistik. (2023). Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan III-2023.
- Badan Standardisasi Nasional. (2018). Grand Desain Penerapan Manajemen Risiko.
- Darmawan, A. (2012). *Analisis Risiko Operasional Pada Perusahaan Pembiayaan Dengan Metode Risk Breakdown Structure dan Analytic Network Process*. Universitas Indonesia. <https://lib.ui.ac.id/m/detail.jsp?id=20172102>
- Daya, S., Fau, S., & Damanik, T. P. (2019). Analisis Risiko Operasional Dengan Pendekatan Metode ERM. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 4. <https://jurnal.uniraya.ac.id/index.php/pareto/article/view/144>
- Geofanny, G. K. & Tanaamah, A. R. (2019). Sistem Manajemen Risiko Berbasis ISO 31000:2018 Di PT. Bawen Mediatama. *Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi*, 9, 4. <https://jurnal.mdp.ac.id/index.php/jatiasi/article/view/2484>
- ISO.org. *Quality Management Principles*. Diakses pada 17 mei 2024. <https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/store/en/PUB100080.pdf>.
- Mahardika, K. B., Wijaya, A. F. and Cahyono, A. D. (2019) “MANAJEMEN RISIKO TEKNOLOGI INFORMASI MENGGUNAKAN ISO 31000 : 2018 (STUDI KASUS: CV. XY)”, *Sebatik*, 23(1), pp. 277–284. Available at: <https://jurnal.wicida.ac.id/index.php/sebatik/article/view/572>.
- Mustafidah, Hindayati., Suwarsito. (2021). *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian*. UM Purwokerto Press.
- Novianti, T. (2017). *Manajemen Risiko*. Media Nusa Creative.
- Prabantarikso, M., Fahmy, E., Abidin, Z., & Abdulrahman, Y. (2022). *Konsep Dan Penerapan Manajemen Risiko Operasional: RCSA-KRI-LED*. Deepublish.
- Sari, F. N., & Harindahyani, S. (2019). Evaluasi Penerapan Manajemen Risiko Berbasis ISO 31000 untuk Mengelola Risiko Operasional dalam Kegiatan Pelayanan Jasa pada PT SMTK di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 7, 2. <https://journal.ubaya.ac.id/index.php/jimus/article/view/3233>
- Siahaan, H. (2009). *Manajemen Risiko Pada Perusahaan dan Birokrasi* (2nd ed.). PT Elex Media Komputindo.
- Tampubolon, R. (2005). *Risk and Systems-Based Internal Auditing*. PT Elex Media Komputindo.



Reseller Loyalty as an Asset for MSMEs: An Analysis of Product Quality and Consumer Demand

Aji Priambodo

ajipriambodo@gmail.com

Program Studi Bisnis Digital

Institut Teknologi dan Bisnis Muhammadiyah Purbalingga

Received: 28 08 2024. Revised: 01 10 2024. Accepted: 03 10 2024.

Abstract : Loyalty of resellers is very important because it plays a key role in the sustainability and growth of the business. Zaya Food is a micro, small, and medium enterprise (MSMe) located in Purbalingga, Central Java, which specializes in producing dried potatoes. In an effort to understand its business dynamics, a study was conducted involving 53 respondents who are resellers of Zaya Food products. This research aims to analyze the influence of various variables on reseller loyalty. The results show that all independent variables studied have a positive and significant impact on the dependent variable, namely reseller loyalty. This means that product quality, consumer demand, and other factors studied contribute significantly to building loyalty among resellers towards Zaya Food. Thus, improving product quality and gaining a better understanding of market demand can be effective strategies to enhance reseller loyalty. These findings are important for Zaya Food to continue innovating and maintaining product quality to sustain and improve good relationships with resellers, which in turn will support the growth of this MSMe in a competitive market.

Keywords : Quality Product, Consumer Demand, Reseller Loyalty.

INTRODUCTION

Reseller loyalty is an important asset for business actors, as loyal resellers not only assist in product distribution, but also contribute to expanding market reach and enhancing brand reputation. Understanding the factors influencing reseller loyalty, such as product quality and consumer demand, is crucial for ensuring the sustainability of mutually beneficial business relationships. Reseller loyalty is directly influenced by product quality, service quality, and satisfaction and indirectly through satisfaction, acting as a mediator in enhancing loyalty (Arianto, 2023). Reseller loyalty is primarily influenced by product quality and pricing, which significantly contribute to the enhancement of loyalty (Helawati, 2020). Reseller loyalty is significantly influenced by the quality of the implemented distribution channels, with distribution channels having a substantial impact on reseller loyalty (Zakiyah et al., 2016). The efficient use of social media significantly enhances reseller loyalty, with the influence of social media strengthening the relationship between retailers and brands within distribution channels

(Rungsisawat & Chankoson, 2020). Reseller loyalty is influenced by brand preferences shaped by individual characteristics that represent the brand, such as entrepreneurial traits and the ability to provide effective guidance, which strengthens the relationship between resellers and the brand (Gupta et al., 2016). Reseller loyalty is influenced by the type of platform and pricing schemes used, with preferences for platforms depending on how the schemes affect logistics service costs and profits obtained (Ding & Liu, 2022). Reseller loyalty can be influenced by the distribution channel strategies chosen by manufacturers, including the decision to use reseller channels or marketplaces to increase the market share (Alaei et al., 2022). The continuous advancement of information technology can influence the way businesses operate, thereby increasing opportunities to strengthen mutually beneficial business relationships (Muhammad Akbar et al., 2023; Priambodo, 2023; Priambodo et al., 2024).

The Influence of Product Quality on Reseller Loyalty. Kwiatek et al. (2020) state that higher product quality positively affects reseller loyalty by enhancing the overall quality of the relationship between suppliers and resellers, which is reinforced by effective loyalty programs. High product quality significantly increases reseller loyalty through its positive influence on purchasing decisions, creating ongoing satisfaction and trust in distributed products (Shah et al., 2020). The perception of product quality directly enhances reseller loyalty by strengthening brand loyalty, which in turn increases the likelihood of repurchase intentions (Chinomona et al., 2017). High product quality can reinforce reseller loyalty through increased repurchase intentions, where resellers who are satisfied with product quality are more likely to remain loyal and recommend products to other consumers (Girsang et al., 2020). Suppliers' product quality significantly enhances reseller loyalty by ensuring consistent customer satisfaction, thereby strengthening sustainable business relationships between suppliers and resellers (Omar et al., 2016). $H_1 =$ Product Quality influence Reseller Loyalty.

The Influence of Consumer Demand on Reseller Loyalty. According to Herziger & Shmueli (2024), consumer demand can increase if the identity of the reseller aligns with the values and preferences of consumers, which, in turn, can strengthen reseller loyalty to the brand. Strong consumer demand can enhance reseller loyalty when resellers identify themselves with the brands desired by consumers (Reitsamer et al., 2024). High consumer demand can improve reseller loyalty through effective customer experience management, where consistent positive experiences encourage resellers to remain loyal to meeting customer needs (Makudza, 2020). Managing relationships with highly loyal customers can strengthen consumer demand, which in turn enhances reseller loyalty through trust and dependence formed from consistent

interactions (Larson et al., 2021). Consumer satisfaction positively contributes to reseller loyalty, as increased consumer satisfaction with loyalty programs fosters trust and dependence among resellers, and can enhance their commitment to remain loyal in selling products from vendors (Dorotic et al., 2021). High consumer satisfaction with programs influences reseller loyalty because satisfied consumers are more likely to purchase from resellers offering such programs, thereby increasing reseller retention and profitability (Gopalakrishnan et al., 2021). $H_2 = \text{Consumer Demand influence Reseller Loyalty}$.

This research focuses on efforts to address reseller loyalty issues faced by SMEs, such as Zaya Food. Utilizing theories on product quality and consumer demand, this study emphasizes the urgency of maintaining reseller loyalty as a key factor in business sustainability. A literature review was conducted by referring to articles from reputable journals as primary sources, which aided in formulating problem-solving plans. The novelty of this study lies in the state-of-the-art approach applied to understand the interaction between product quality and consumer demand in relation to reseller loyalty. The objective of this research is to analyze the impact of product quality and consumer demand on reseller loyalty by developing hypotheses based on references from national and international journals. The clarity of the state-of-the-art is demonstrated through the innovative methods used, which are expected to have a positive impact on the development of knowledge in the fields of marketing and business strategy.

RESEARCH METHODS

This study adopts a quantitative approach with a focus on identifying the relationships and influences between the independent and dependent variables. Thus, this study is categorized as explanatory research, which aims to describe and analyze the interconnections and effects between these variables through hypothesis testing. This research was conducted on Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Zaya Food, which operates in the food sector, specifically dried potato products, in Purbalingga, Central Java. The population in this study consisted of all Zaya Food resellers distributed across Purbalingga Regency and its surroundings, totaling 53 individuals. This study employed a survey method with statement instruments using a 5-point Likert scale. The independent variables in this study were product quality and consumer demand, while the dependent variable was reseller loyalty to Zaya Food. This study aims to analyze the influence of product quality and consumer demand on the loyalty of Zaya Food resellers. Therefore, the results of the study are expected to provide deeper

insights into the factors influencing reseller loyalty, which can be utilized by Zaya Food to enhance its marketing strategies. Thus, the regression equation is as follows:

$$RL = \beta_1PQ + \beta_2CD + \varepsilon$$

Where:

- LR* = Reseller Loyalty
- PQ* = Product Quality
- CD* = Consumer Demand
- ε = Standar error

RESULT AND DISCUSSION

Before performing the regression analysis, tests were conducted on classical assumptions, which included normality tests, multicollinearity tests, and heteroscedasticity tests. These tests aim to ensure that the data meet the fundamental requirements for regression analysis, allowing the results to be interpreted accurately.

Normality test. The results of the normality test in Table 1, using the Kolmogorov-Smirnov and Shapiro-Wilk methods, indicate that variable y is normally distributed, with significance values of 0.666 and 0.915, both of which are greater than 0.05. This suggests that there is not enough evidence to reject the null hypothesis, allowing the data to be considered normally distributed.

Tabel 1. Normality test

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
RL	.096	53	.666	.989	53	.915

Multicollinearity test. The results of the multicollinearity test in Table 2 indicate that KP has a VIF of 1.167 and PK has a VIF of 1.261, with tolerance values of 0.857 and 0.793, respectively. Because both VIF values are below 10 and the tolerance values are above 0.1, it can be concluded that there are no significant multicollinearity issues between the variables KP and PK concerning the LR.

Table 2. Multicollinearity test

		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	PQ	.857	1.167
	CD	.793	1.261

a. Dependent Variable: LR

Heteroskedasticity test. Table 3 shows that KP has a significance value of 0.855, and PK has a significance value of 0.290. Because both values are greater than 0.05 in this heteroscedasticity test, there is no significant evidence to conclude that there are heteroscedasticity issues in this regression model. Thus, the assumption of homoscedasticity is satisfied, where the residual variance is constant.

Table 3. Heteroskedasticity test

		t	Sig.
1	(Constant)	3.701	.000
	PQ	0.183	.855
	CD	1.069	.290

a. Dependent Variable: abs_res

This research aims to identify the influence of product quality and consumer demand on the reseller loyalty to Zaya Food. To achieve this objective, multiple linear regression analysis was conducted with the dependent variable being RL and the independent variables being PQ and CD. This model was used to test the hypothesis that product quality and consumer demand have a significant impact on reseller loyalty.

Table 4. The result of multiple regression analysis

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.330	2.344		2.274	.027
	PQ	.501	.116	.505	4.318	.000
	CD	.227	.105	.253	2.163	.035

a. Dependent Variable: RL

Table 4 summarizes that both independent variables, namely PQ and CD, have a positive and significant influence on the dependent variable RL. The beta coefficient for the variable PQ is 0.505, indicating a greater impact than CD, which has a beta coefficient of 0.253. This suggests that improvements in product quality contribute significantly to enhancing reseller loyalty. These results underscore the importance of Zaya Food in continuously maintaining and improving product quality while understanding consumer demand to strengthen its reseller loyalty.

Tabel 5. F test

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	28.251	2	14.126	17.735	.000 ^b
	Residual	39.824	50	.796		
	Total	68.075	52			

a. Dependent Variable: RL

b. Predictors: (Constant), CD,PQ

Table 5 presents the F-test results from the ANOVA used to assess the significance of the regression model as a whole. In this table, the F value of 17.735 for Sig. A value of 0.000 indicated that the regression model used was significant at the 95% confidence level ($p < 0.05$). The Sum of Squares value in the regression section is 28.251, which indicates the amount of variation in reseller loyalty (RL), which can be explained by the independent variables in the model, namely, product quality (PQ) and consumer demand (CD). Meanwhile, the Sum of Squares value in the residual section is 39.824, indicating a variation in reseller loyalty that cannot be explained by the model. The Mean Square value was obtained by dividing the Sum of Squares by the degrees of freedom (df). The Regression Mean Square value of 14.126 indicates the average variability explained by the model, whereas the Residual Mean Square value of 0.796 indicates the average variability not explained by the model. With a significant F value, it can be concluded that the regression model as a whole has a good ability to explain the variation in reseller loyalty based on product quality and consumer demand. This means that these two independent variables make a significant contribution to reseller loyalty.

Tabel 6. R Square test

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.644 ^a	.415	.392	.892

a. Predictors: (Constant), CD, PQ

Based on Table 6, the R-square calculation results show that the regression model used has an R value of 0.644, indicating a fairly strong relationship between the independent variables (product quality and consumer demand) and the dependent variable (reseller loyalty). The R-squared value of 0.415 indicates that approximately 41.5% of the variability in reseller loyalty can be explained by product quality and consumer demand variables in this model. Meanwhile, the adjusted R-squared value of 0.392 indicates that after adjusting for the number of predictors in the model, approximately 39.2% of the variability in reseller loyalty can be explained. The standard error of the estimated value of 0.892 indicates a greater level of prediction error compared to the previously higher R-Square value, suggesting that there is room for improvement in this model or the possibility of other factors influencing reseller loyalty that have not been included in the model. Thus, although this model can explain approximately 41.5% of the variation in reseller loyalty, about 58.5% of the variability remains unexplained by the independent variables studied. This indicates that factors other than product

quality and consumer demand may play an important role in influencing reseller loyalty, which requires further investigation in subsequent research.

The Influence of Product Quality on Reseller Loyalty. The results indicate that product quality has a positive and significant effect on reseller loyalty. This was consistent with the results reported by Kwiatek et al. (2020), Shah et al. (2020), Chinomona et al. (2017), Girsang et al. (2020) and Omar et al. (2016). Based on the results of this analysis and previous studies, it can be concluded that product quality plays an important role in influencing reseller loyalty. Resellers tend to be more loyal to brands that offer high-quality products because these products not only meet consumer expectations but also enhance their trust in the brand. Consistent and superior product quality enables resellers to retain customers, which strengthens the relationship between resellers and producers. Thus, high product quality is not only important for consumer satisfaction but also a key factor in maintaining reseller loyalty. MSME actors must ensure that product quality is consistently upheld to retain and enhance reseller loyalty, which will ultimately have a positive impact on long-term sales and profits. Additionally, by maintaining product quality, MSMEs can build a strong reputation in the market, which will attract new resellers.

The Influence of Consumer Demand on Reseller Loyalty. The results indicate that consumer demand has a positive and significant impact on reseller loyalty. This is consistent with the research of Herziger and Shmueli (2024) and Reitsamer et al. (2024), Makudza (2020), Larson et al. (2021), Dorotic et al. (2021) and Gopalakrishnan et al. (2021). These findings suggest that consumer demand influences not only purchasing decisions, but also reseller behavior in relation to brand loyalty. High consumer demand encourages resellers to continue selling certain products because of high market interest, which ultimately boosts consumer loyalty to those brands. This study supports the view that reseller loyalty can be strengthened through a deeper understanding of consumer preferences and needs. Resellers who feel they can meet consumer demand with products from a particular brand tend to have a closer and more committed relationship with that brand. This study confirms that consumer demand has a significant influence on reseller loyalty. Therefore, MSME managers must pay attention to factors that influence consumer demand to build and maintain reseller loyalty. In this way, MSMEs can ensure that resellers remain committed to marketing products, which can ultimately enhance the overall performance and profitability of MSMEs.

CONCLUSION

Based on the research findings, it can be concluded that product quality and consumer demand have a positive and significant impact on reseller loyalty within SMEs; in this case, Zaya Food. High and consistent product quality not only meets consumer expectations, but also builds reseller trust in the brand, which ultimately strengthens loyalty. On the other hand, strong consumer demand is also an important factor that drives resellers to remain committed to marketing specific products, as resellers see potential profit from high market interest. Thus, improving product quality and gaining a better understanding of consumer demand are effective strategies for maintaining and enhancing reseller loyalty, which will ultimately contribute positively to the growth and sustainability of SMEs, such as Zaya Food in a competitive market. Based on the findings of this study, it is recommended that Zaya Food continue to focus on improving the quality of its products to ensure consumer satisfaction and to maintain reseller loyalty. It is also important for Zaya Food to actively monitor and understand changes in consumer demand, ensuring that the products offered remain relevant to market needs. Furthermore, MSME managers are advised to build strong communication with resellers to understand the challenges and opportunities faced in the field as well as to provide the necessary support to enhance sales effectiveness. By maintaining product quality and proactively responding to consumer demand, Zaya Food can strengthen its relationship with resellers and ensure more sustainable business continuity.

REFERENCES

- Alaei, A. M., Taleizadeh, A. A., & Rabbani, M. (2022). Marketplace, reseller, or web-store channel: The impact of return policy and cross-channel spillover from marketplace to web-store. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 65, 102271. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102271>
- Arianto, N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Serta Implikasinya Pada Loyalitas Reseller Pt Ddi. *Jurnal Arastirma*, 3(2). <https://doi.org/10.32493/arastirma.v3i2.29783>
- Chinomona, R., Maziriri, E. T., & Marketing Division School of Economic and Business Sciences Faculty of Commerce, Law & Management University of the Witwatersrand. (2017). The influence of brand awareness, brand association and product quality on brand loyalty and repurchase intention: A case of male consumers for cosmetic brands

- in South Africa. *Journal of Business & Retail Management Research*, 12(01).
<https://doi.org/10.24052/JBRMR/V12IS01/TIOBABAAPQOBLARIACOMCFCBISA>
- Ding, X., & Liu, N. (2022). Effects of pricing schemes and platform types on platform-based logistics services. *Electronic Commerce Research and Applications*, 56, 101217.
<https://doi.org/10.1016/j.elerap.2022.101217>
- Dorotic, M., Fok, D., Verhoef, P., & Bijmolt, T. (2021). Synergistic and cannibalization effects in a partnership loyalty program. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 49.
<https://doi.org/10.1007/s11747-020-00759-7>
- Girsang, N. M., Rini, E. S., & Gultom, P. (2020). The Effect Of Brand Image And Product Quality On Re-Purchase Intention With Customer Satisfaction As Intervening Variables In Consumers Of Skincare Oriflame Users – A Study On Students Of North Sumatra University, Faculty Of Economics And Business. *European Journal of Management and Marketing Studies*, 0, Article 0. <https://doi.org/10.46827/ejmms.v0i0.726>
- Gopalakrishnan, A., Jiang, Z., Nevskaya, Y., & Thomadsen, R. (2021). Can Non-tiered Customer Loyalty Programs Be Profitable? *Marketing Science*, 40(3), 508–526.
<https://doi.org/10.1287/mksc.2020.1268>
- Gupta, S., Malhotra, N. K., Czinkota, M., & Foroudi, P. (2016). The local brand representative in reseller networks. *Journal of Business Research*, 69(12), 5712–5723.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.01.046>
- Helawati, E. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Reseller x Di Kota Sukabumi*. <http://repository.ekuitas.ac.id/handle/123456789/1020>
- Herziger, A., & Shmueli, S. (2024). Reimagining Secondhand Consumption: Can Reseller Identity (de) Motivate Sustainable Consumption? *Journal of Cleaner Production*, 143425. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2024.143425>
- Kwiatek, P., Morgan, Z., & Thanasi-Boçe, M. (2020). The role of relationship quality and loyalty programs in building customer loyalty. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 35(11), 1645–1657. <https://doi.org/10.1108/JBIM-02-2019-0093>
- Larson, J., Jaworski, B. J., & Larson, J. (2021). Managing your most loyal customer relationships. *Business Horizons*, 64(1), <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2020.09.002>
- Makudza, F. (2020). Augmenting customer loyalty through customer experience management in the banking industry. *Journal of Asian Business and Economic Studies*, 28(3), 191–203. <https://doi.org/10.1108/JABES-01-2020-0007>

- Muhammad Akbar, Marwan Effendi, Winanto Nawarcono, Aji Priambodo, & Sufyati H.S. (2023). The Sustainability of MSME Business Competitiveness in Bogor City in Review from Entrepreneurial Orientation, Financial Capital and Innovation. *Jurnal Bisnisan : Riset Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 80–93. <https://doi.org/10.52005/bisnisan.v5i1.136>
- Omar, M., Ariffin, H., & Ahmad, R. (2016). Service Quality, Customers' Satisfaction and the Moderating Effects of Gender: A Study of Arabic Restaurants. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 224, 384–392. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.393>
- Priambodo, A. (2023). Determinants of TikTok Live Commerce Purchase Intention: Service Quality, Price, Trust, Customer Review, And Free Shipping. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 17(2), 363–378. <https://doi.org/10.55208/jebe.v17i2.441>
- Priambodo, A., Sulaeman, M., Permana, I., & Sugiarto, I. (2024). Enhancing the Performance and Competitiveness of Women in MSMES Through Marketing, Capital, and Digital Literacy. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 8(1), Article 1. <https://doi.org/10.31294/widyacipta.v8i1.16298>
- Reitsamer, B. F., Stokburger-Sauer, N. E., & Kuhnle, J. S. (2024). How and when effective customer journeys drive brand loyalty: The role of consumer-brand identification. *Journal of Service Management*, 35(6), <https://doi.org/10.1108/JOSM-08-2023-0374>
- Rungsisawat, S., & Chankoson, T. (2020). Understanding Social Media Effects Across Different Parties' Interactions. | Journal of Security & Sustainability Issues | EBSCO. [https://doi.org/10.9770/jssi.2020.9.4\(21\)](https://doi.org/10.9770/jssi.2020.9.4(21))
- Shah, S. H. H., Lei, S., Hussain, S. T., & Mariam, S. (2020). How consumer perceived ethicality influence repurchase intentions and word-of-mouth? A mediated moderation model. *Asian Journal of Business Ethics*, 9(1), <https://doi.org/10.1007/s13520-019-00096-1>
- Zakiyah, F. N., Maharani, N., & Oktini, D. R. (2016). Pengaruh Saluran Distribusi terhadap Loyalitas Reseller PT. Spring Panel Land Serang, Banten. *Prosiding Manajemen*, 0, Article 0. <https://doi.org/10.29313/.v0i0.5165>



Customer Service Management at Bank BTN KCP Condong Catur : Review of SOPs and Service Procedures

Imbang Yuniannita¹, Yunita Fitri Wahyuningtyas²

nitayuniannita@gmail.com^{1*}

^{1,2}Program Studi Manajemen

^{1,2}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha

Received: 14 09 2024. Revised: 27 09 2024. Accepted: 14 10 2024.

Abstract : Facing the complexity of the banking industry, especially in the era of globalization and digitalization, Bank Tabungan Negara (BTN) needs to anticipate the changes that occur. This study uses several methods in data collection, in this study are interviews, observations and documentation, but emphasizes more on the interview method to dig up information and obtain good and complete information. The qualitative data processing and analysis stage is carried out based on interview data, observations and documentation. Data analysis at this stage consists of data reduction and presentation followed by drawing conclusions. Service management based on SOP (Standard Operating Procedure) at BTN KCP Condong Catur bank, with a service management system in accordance with standard operating procedures and management functions has been realized and is running well. The service procedure at BTN KCP Condong Catur Bank has been carried out well, one example of the service procedure process is by controlling the services at BTN KCP Condong Catur by holding annual controls from BTN KCP Condong Catur.

Keywords : Service management, SOP, Service Procedures.

INTRODUCTION

Financial institutions such as banking are institutions that contribute to facilitating the development of a nation According to Banking Law No. 10 of 1998, banks are business entities that collect funds from the public in the form of deposits and distribute them back to the community in the form of credit or other forms in order to improve the standard of living of many people (Aravik, H., & Hamzani, 2021). The banking world has succeeded in changing the perspective of people who originally only kept their money at home to people who owned personal bank accounts. The development of banking in Indonesia faces fierce competition in terms of both products and services, so that people are one step ahead of just being savers and investors. Increasingly fierce competition and the number of competitors require banks to offer a variety of products in order to compete with other banks in providing quality services to their customers (Wahyudi et al., 2022).

Facing the complexity of the banking industry, especially in the era of globalization and digitalization, the State Savings Bank (BTN) needs to anticipate the changes that occur. Technology development, human resource skill improvement, and product innovation are some of the aspects that need to be considered to ensure quality service. As part of efforts to achieve customer satisfaction, the management of Bank Tabungan Negara (BTN) can design an integrated strategy, including improving service quality, increasing the value received by customers, and strengthening the company's image. These efforts can involve employee training, the implementation of advanced technology, and effective marketing strategies (Irawan et al., 2024).

One of the best ways to compete in the world is to produce the highest quality goods and services. The highest quality is achieved through continuous improvement efforts related to several elements of the organization: people, processes, and the environment. Improving management systems in integrated quality management is now referred to as business excellence or best practice. These two terms are an extension of corporate governance and strengthen the company's position in the business world. To achieve the above ideals, all banks must have written standards/guidelines designed to encourage and move the group to achieve organizational goals. Bank BTN KCP is no exception. Standard Operating Procedures (SOPs) are steps or stages that must be carried out and passed to complete a certain work process. On the other hand, there is an administrative process in customer service that every bank has.

RESEARCH METHODS

The type of research used in this study is using qualitative methods. The selection of subjects in qualitative research does not depend on quantity but rather on the quality of the person to be researched, commonly referred to as an informant. The number of people who will be used to become informants in the research depends on the scope of the research problems that will be carried out by the informants in this study are people who are seen as able to provide adequate information about customer service management at Bank BTN KCP Condong Catur.

The informants in question are: 1) Head Office: Nur Arif. Head office is an entity above a company that has full duties in managing all business activities. Head Office's job is the center of control and strategic decision making in providing services to customers. 2) Supervisor : Yulianti. A supervisor is someone who is responsible for supervising and

coordinating the tasks carried out by employees or their work team. This supervisor directly supervises teller service and customer service. This instrument is in the form of interview guidelines and observation checklists. The research tools include the researcher himself, voice recording tools using mobile phones, mobile phone cameras to get documentation, stationery tools to record interview points and other data collection tools.

This study uses several methods in data collection, in this study are interviews, observations and documentation, but more emphasis is placed on interview methods to dig up information and get good and complete information. The qualitative data processing and analysis stage is carried out based on interview, observation and documentation data. Data analysis at this stage consists of data reduction and presentation followed by drawing conclusions. Qualitative data analysis is a technique that is carried out by organizing data, sorting data, synchronizing data, finding what is considered important and what is learned, and making decisions so that it can be told to others. (J.Moleong, 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

SOP-Based Customer Service Management (Standard Operating Procedure) at Bank BTN KCP Condong Catur. The service management of Bank BTN KCP Condong Catur must be in accordance with the SOP (Standard Operating Procedure) of Bank BTN KCP Condong Catur. Bank BTN KCP Condong Catur has standard guidelines for branch office employees in carrying out their duties to customers so that with good service will create a business and can provide good service for existing businesses because the business owns the service. One of the service standards at Bank BTN is the customer service time standard. This is in accordance with the results of the interview as follows : "Yes. In customer service, account opening is carried out within 30 minutes, for other services such as replacing lost/damaged/swallowed ATM cards, blocking cards, blocking savings, customer complaints, information about these savings does not have a standard time but must still be effective. For teller service, there is a standard time of 2 minutes for cash deposits, cash withdrawals. For remittance transactions, there is no standard, but it must still be effective". (Results of Interview with Head Office of Bank BTN KCP Condong Catur).

In addition to service time standards, there are several Bank BTN programs related to banking services provided to customers in accordance with the bank's rules and policies. This result was conveyed by the Supervisor of Bank BTN. "There is a Spekta point program. Spekta Point is a program to increase the loyalty of Bank BTN customers in the form of

Points. Customers get Spekta Points based on the average balance of savings and/or transactions determined by Bank BTN. If the points have been collected, they can be exchanged for merchant vouchers that have been listed on the BTN mobile application on the spekta points menu. The latest program is to open an e-deposit account through mobile banking, customers will get up to 60,000 spec points". (Results of Interview with Bank BTN KCP Supervisor Condong Catur).

However, in providing services to customers there are obstacles and obstacles. The internal obstacles faced by Customer Service are system problems that take time to resolve. This is supported by the following interview results : "The internal obstacles faced by Bank BTN Customer Service KCP Condong Catur when overcoming customer complaints come from the existing system in the bank, so that not all problems experienced by customers can be solved right away, but there are problems whose resolution period is up to 20 working days but can be faster than that time because it is related to the existing system in the banking and Bank BTN head office, such as problems withdrawing money through ATM machines, withdrawals failed but the balance decreased, delays in transactions through BTN mobile banking which caused the balance to decrease but the transaction was not successful" (Interview Results with the Head Office).

The solution to the existing system problems at Bank BTN KCP Condong Catur has been solved to overcome them. This was conveyed by the Supervisor of the BTN KCP Condong Catur as follows : "Trying to develop good services on mobile banking applications, so that customers can transact at home without having to go to the bank, for things such as payments, purchases, account openings and others" (Results of Interview with Bank BTN Supervisor KCP Condong Catur). The settlement effort is also supported by the Head Office's statement, namely efforts to develop mobile banking so that customers do not have to come directly to the bank because the system at the Bank also sometimes has system problems. "In an effort to provide ease of transactions for its customers, PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. KCP Condongcatur by innovating to improve services and services to its customers by providing several features that can make it easier for customers to make transactions using the BTN mobile banking application without having to come to the bank directly" (Interview Results with the Head Office of Bank BTN KCP Condong Catur).

At Bank BTN KCP Condong Catur, SOP-based service management (Standard Operating Procedures) with a service management system that is in accordance with standard operational procedures and management functions has been implemented and running well.

The management and employees of BTN KCP Condong Catur always strive to provide ease of transactions for their customers, besides that if there are obstacles, BTN KCP Condong Catur provides the best solution.

Service Procedures at Bank BTN KCP Condong Catur. An organization without good service procedures is an impossible thing to achieve the desired goals effectively and efficiently. Service procedures are broadly defined as the process of planning, organizing, implementing and evaluating something that is planned so that the desired goals are achieved effectively and efficiently. So from every company, one of which is Bank BTN KCP Condong Catur always does work in accordance with service procedures and evaluates and monitors the performance of Bank BTN KCP Condong Catur employees. This is supported by the results of the interview as follows: "Effective work evaluation contains positive input and points that need to be improved by employees. Therefore, meetings are an important thing for Bank BTN and need to be carried out regularly to evaluate employee performance. Meetings at Bank BTN are held every Monday and are attended by all BTN employees and units through the Zoom application." (Results of Interview with Head Office Bank BTN KCP Condong Catur). "Routine evaluations are always carried out every Monday and morning briefings are carried out for reports and evaluations as well as work plans in the next week, attended by all employees of each BTN unit in all main branch offices and sub-branch offices including bank BTN KCP Condong Catur". (Results of Interview with Bank BTN KCP Supervisor Condong Catur).

All company operational activities in each field require a system or standard to find out whether the products produced by a company are in accordance with existing standards or not and to see the performance of employees in the company. Bank BTN KCP Condong Catur has made efforts to empower employees by increasing employee involvement in decision-making and improving employee performance. Supported by the results of the interview as follows : "BTN employee development efforts are carried out by procuring training and development. Training and development activities provide benefits to employees and the company, in the form of expertise and skills that will subsequently become valuable assets for the company. Through employee training, the ability of employees will increase". (Results of Interview with Bank BTN KCP Supervisor Condong Catur).

Bank BTN has several employee empowerment efforts that aim to increase employee involvement in decision-making. Some examples of these efforts are: 1) Anti-Corruption Training: This activity aims to increase the awareness and ability of employees to prevent and

overcome corruption in the organization. 2) Customer Complaint Service: Bank BTN has a customer complaint service that allows customers to submit suggestions, criticisms, and complaints related to Bank BTN's products/services. This service aims to increase customer satisfaction and improve service quality. 3) Improving the Quality of Life: Bank BTN has a program that aims to increase productivity, compliance, and corporate governance to be more transparent and efficient. This program includes the development of digital applications and inclusive banking services.

The implementation of effective and efficient service procedures requires the implementation of the four main functions of procedures and management, namely planning, organizing, mobilizing, and supervising, in an integrated and integrated manner in the management of human resource management activities. Therefore, if the process is not good, then the overall service process will not be smooth and the process of achieving the goals will be disrupted and will experience failure in achieving these goals.

SOP-Based Customer Service Management (Standard Operating Procedures) at Bank BTN KCP Condong Catur. The Bank's service mechanism in terms of service rules already has SOPs set by the center, so it is also national. SOPs are very important for employees to provide the best service, maximum in accordance with the standards that have been set. So that it can satisfy customers. SOPs include systems, rules, decisions, procedures and procedures for services and complaints to facilitate service implementation standards and are useful in the provision of banking products and/or services. Without a clear procedure, it is very likely that the services provided will be far from public expectations. In such a situation, there will be a high expectation gap. (Mahmudi, 2012).

SOP-based service management (Standard Operating Procedures) at bank BTN KCP Condong Catur, with a service management system that is in accordance with standard operational procedures and management functions has been realized and running well. Supported by the explanation of research conducted by Cristine (2021) which explains that the implementation of good, effective and efficient management requires the implementation of the four main functions of management, namely planning, organizing, mobilizing, and supervising, in an integrated and integrated manner in the management of human resource management activities. Therefore, if the process is not good, then the overall management process will not be smooth and the process of achieving the goals will be disrupted and will experience failure in achieving these goals.

Standard Operating Procedures (SOPs) are instructions or guidelines in carrying out duties and obligations in a work environment. With SOPs, all company activities can be well organized and can be managed according to the company's needs. SOPs can be interpreted as documents that describe operational activities that are carried out daily and follow these activities in order to be fair, accurate and consistent in order to produce results according to the standards that have been set previously (Tathagati, 2014). The existence of SOPs will help companies to achieve their goals. To achieve the company's goals, the company provides a draft in the form of an SOP that will be a guideline for employees in carrying out their duties and to minimize errors when performing the duties of each employee (Gabriele, 2018).

Service Procedures at Bank BTN KCP Condong Catur. BTN KCP Condong Catur always monitors twice a year to see how the management of existing services is going. Each monitoring is evaluated, the evaluation is carried out from a physical and non-physical perspective. Not only BTN KCP Condong Catur, other banks are also competing with each other to provide services that satisfy their customers. This monitoring is carried out so that BTN KCP Condong Catur is used to serving customers well and improving service quality. This is important because there are many situations that can cause service problems, including if the staff is not friendly during service, then the room will not be clean because the service does not meet customer expectations. This service management is a very important process because it allows avoiding service issues in customer support.

An example of the service procedure process is the management of services at BTN KCP Condong Catur by conducting annual inspections by BTN KCP Condong Catur. Learn more about BTN KCP Condong Catur services. BTN KCP Condong Catur will continue to strive to further improve services. Quality service procedures are a form of service promise that is reflected in the company's commitment to producing quality products needed by the community. BTN KCP Condong Catur argues that the relationship between the company and its customers is built on promise and trust. When these promises and trusts are fulfilled properly, consumer trust in the company increases. Therefore, to ensure excellent service, BTN KCP Condong Catur requires employees who are dedicated to customer service (Nasution, 2020).

CONCLUSION

Bank BTN KCP Condong Catur has implemented services in accordance with the service management system and operational standards, procedures and management functions

have been realized and running well. This is realized to provide excellent service to Bank BTN KCP Condong Catur customers. The service procedure at Bank BTN KCP Condong Catur has been carried out well, one example of the service procedure process is by controlling the services at BTN KCP Condong Catur by holding control every year from BTN KCP Condong Catur. To find out more about the services available at BTN KCP Condong Catur. So that in the future the service can be improved again.

REFERENCE

- Aravik, H., & Hamzani, A. I. (2021). *Etika Perbankan Syariah: Teori dan Implementasi*.
- Cristine, M. Y. (2019). Penerapan Fungsi Manajemen pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kabupaten Tapin Provinsi Kalimantan Selatan. *Kindai*, Vol 19, Nomor 1, Halaman 122 - 134. <https://doi.org/10.35972/kindai.v19i1.998>
- Gabriele. G. (2018). Analisis Penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP) di Departemen Marketing dan HRD PT Cahaya Indo Persada. *AGORA* Vol 6. No. 1. <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/6499>
- Irawan, S. B., Sahetapy, W., & Nurlela. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai yang Diterima, dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan di PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Sorong. *Jurnal EMT KITA*, 8(1), 254–262. <https://doi.org/10.35870/emt.v8i1.2093>
- J. Moleong, L. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif, Edisi Revisi*. PT Remaja Rosdakarya.
- Mahmudi. (2012). *Manajemen Kinerja Sektor Publik*. UPP AMP YKPN.
- Nasution, S. (2020). Proses Pelayanan Nasabah dalam Perbankan Syariah." *Jurnal Literasiologi*, vol. 3, no. 1, 2020, <https://dx.doi.org/10.47783/literasiologi.v3i1.64>
- Tathagati, A. (2014). *Step by step membuat SOP*. Jakarta: Efata Publishing.
- Wahyudi, B., Umiyarzi, E., & Mapaza, G. (2022). Kepuasan Nasabah terhadap kualitas pelayanan Nasabah PT Bank Rakyat Indonesia Unit Tanjung Batu Cabang Kayu Agung. Pada masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 2(1), 103–112. <https://doi.org/10.36908/jimpa.v2i1.55>.



Pengaruh Disiplin Kerja, Kompensasi, dan Lingkungan Kerja Fisik terhadap Produktivitas Kerja pada PT. Anugrah Jaya Drajat

Muhammad David Istiawan^{1*}, Roziana Ainul Hidayati²

davidistiawan97@gmail.com^{1*}, roziana@umg.ac.id²

^{1,2}Program Studi Manajemen

^{1,2}Universitas Muhammadiyah Gresik

Received: 20 08 2024. Revised: 27 11 2024. Accepted: 06 12 2024.

Abstract : This study aims to analyze and examine the influence of work discipline, compensation, and physical work environment on employee productivity at PT Anugrah Jaya Drajat. The research method used is a quantitative approach, involving 73 employees as respondents. Data analysis uses descriptive statistical techniques and regression analysis. The data analysis technique in this study uses the Partial Least Square (PLS) analysis method with the help of the SmartPLS version 4.0 application. The research results show that work discipline and compensation have a positive and significant effect on employee productivity. However, the physical work environment does not affect productivity at PT Anugrah Jaya Drajat. This indicates that to increase employee productivity, the company needs to pay attention to aspects of work discipline and compensation provided. Meanwhile, the physical work environment is not a dominant factor influencing employee productivity in this company.

Keywords : Work Discipline, Compensation, Physical Work Environment, Work Productivity, Travel Service Company.

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji pengaruh disiplin kerja, kompensasi, dan lingkungan kerja fisik terhadap produktivitas kerja karyawan di PT Anugrah Jaya Drajat. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan melibatkan 73 karyawan sebagai responden. Analisis data menggunakan teknik statistik deskriptif dan analisis regresi. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode Analisis PLS (*Partial Least Square*) dengan bantuan aplikasi SmartPLS versi 4.0. PLS (*Partial Least Square*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa disiplin kerja dan kompensasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap produktivitas kerja karyawan. Namun, lingkungan kerja fisik tidak berpengaruh terhadap produktivitas kerja di PT Anugrah Jaya Drajat. Temuan ini mengindikasikan bahwa untuk meningkatkan produktivitas kerja karyawan, perusahaan perlu memperhatikan aspek disiplin kerja dan kompensasi yang diberikan. Sedangkan lingkungan kerja fisik tidak menjadi faktor dominan yang mempengaruhi produktivitas kerja karyawan di perusahaan ini.

Kata Kunci : Disiplin Kerja, Kompensasi, Lingkungan Kerja Fisik, Produktivitas Kerja, Perusahaan Jasa Travel.

PENDAHULUAN

Globalisasi telah membawa dampak signifikan pada industri pariwisata. Terlihat industri pariwisata dan jasa travel mengalami perkembangan pesat di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Perusahaan jasa travel di Jawa Timur memiliki peran penting dalam mendukung dan memfasilitasi kebutuhan wisatawan yang ingin mengeksplorasi keindahan alam, budaya, dan sejarah daerah ini. Tahun 2015 dilakukan pendirian PT Anugrah Jaya Drajat selaku hasil dari usaha kolaborasi melalui sekelompok individu yang mempunyai minat serta pengalaman dalam sektor pariwisata. Saat tahun awal beroperasi, PT Anugrah Jaya Drajat fokus pada penyediaan paket perjalanan menghubungkan pelanggan dengan destinasi wisata populer di dalam negeri. Melalui layanan berkualitas dan pendekatan personal, perusahaan ini berhasil membangun reputasi yang baik di kalangan pelanggan.

Perkembangan ini tentunya membutuhkan sumber daya yang mempunyai tingkatan potensi maupun kreativitas dengan cukuplah tinggi utamanya untuk perseroan ataupun perusahaan. Sumber daya manusia menjadi satu diantara faktor signifikan pada suatu perusahaan guna menggapai sasaran ataupun tujuannya, dikarenakan sumber daya manusia ialah satu diantara yang menentukan berhasil maupun tidak dari sebuah perusahaan guna menggapai tujuan, Suci & Mauli (2018). Kinerja ialah hasil melalui kemampuan individu ketika menuntaskan tanggung jawab maupun kewajibannya. Dengan demikian, berbagai usaha guna peningkatan kinerja pegawai ialah tantangan manajemen yang palinglah besar dikarenakan keberhasilan guna menggapai tujuan maupun kelangsungan hidup perusahaan bergantung terhadap kualitas kinerja sumber daya manusia yang terdapat di dalamnya. Begitupun juga sebaliknya penurunan produktivitas juga dapat mempengaruhi output dan kinerja operasional.

Organisasi adalah suatu kelompok individu yang memiliki tujuan bersama, menggunakan semua sumber daya yang tersedia untuk menghasilkan jasa maupun barang beserta nilai jual tinggi guna menggapai tujuannya organisasi. Namun, meningkatkan produktivitas tidaklah mudah dan seringkali terdapat berbagai kendala, yang memerlukan pendekatan khusus terutama dari pihak karyawan sendiri. Dengan kata lain, produktivitas kerja sangat terkait erat dengan manajemen SDM. Produktivitas kerja mencerminkan seberapa efektif seorang karyawan dalam menuntaskan tugasnya dengan kualitas dan kuantitas yang berdasarkan standar perusahaan bisa diukur melalui hasil kerja karyawan. Produktivitas karyawan dapat dilihat melalui kemampuannya guna menggapai target maupun tujuan yang sudah ditentukan atas perusahaan maupun target yang sudah ditentukan atas perusahaan.

Menurut Afandi (2016) bahwa tingkat produktivitas kerja karyawan merupakan indikator krusial bagi kesuksesan sebuah perusahaan dalam menjalankan operasinya, karena meningkatnya produktivitas akan memperlihatkan efisiensi yang semakin baik. Oleh karena itu, maka penting bagi pihak manajemen PT. Anugrah Jaya Drajat guna selalu melakukan evaluasi maupun penilaian pada produktivitas kerja sejumlah karyawannya dari berbagai faktor yang berpengaruh. Target di perusahaan PT. Anugrah Jaya Drajat, di bulan Juli-Oktober 2023 terdapat target trip Bali yaitu 15 trip, namun pada bulan Juli 2023 pencapaiannya yaitu 13 trip, lalu di bulan Agustus 2023 realisasinya menurun menjadi 11 trip, lalu di bulan September 2023 naik lagi 14 trip, dan di bulan Oktober 2023 terdapat penurunan 12 trip. Di bulan Juli – Oktober 2023 terdapat target trip Jogja 15 trip, namun pada bulan Juli 2023 pencapaiannya yaitu 11 trip, lalu di bulan Agustus 2023 naik menjadi 13 trip, lalu di bulan September 2023 menurun lagi 12 trip dan di bulan Oktober 2023 naik lagi dengan pencapaian hasil 14 trip. Di bulan Juli – Oktober 2023 terdapat target trip Malang 15 trip, namun pada bulan Juli 2023 pencapaiannya yaitu 12 trip, lalu di bulan Agustus 2023 naik menjadi 14 trip, lalu di bulan September 2023 menurun lagi 11 trip dan di bulan Oktober 2023 naik lagi dengan pencapaian hasil 13 trip. Produktivitas kerja PT Anugrah Jaya Drajat selama kurung waktu 4 bulan tidak pernah mencapai target trip di Bali, Jogja, dan Malang pada tahun 2023 yang di tentukan oleh Perusahaan.

Kontribusi terbesar untuk meningkatkan produktivitas perusahaan adalah dengan kemampuan sumber daya manusia atau tenaga kerjanya yang profesional serta kedisiplinan yang tinggi sehingga diharapkan tujuan perusahaan dapat tercapai Lincyanata & Apriono (2003). Tomy (2017) menyatakan bahwa produktivitas diukur dengan menilai sikap, perilaku, kemampuan, disiplin, motivasi, dan komitmen terhadap pekerjaan. Menurut Afandi (2018) disiplin kerja ialah instrumen yang dipergunakan atas manajer guna membuat perubahan sikap individu, serta selaku tahapan guna melakukan peningkatan kesadaran juga komitmen seseorang dalam mematuhi aturan dan norma yang berlaku di perusahaan. Dengan disiplin kerja yang kuat, karyawan dapat mencapai tingkat produktivitas yang optimal. Sebaliknya, kurangnya disiplin dapat mengakibatkan pekerjaan terbengkalai atau tidak sesuai dengan harapan Baskoro (2014). PT. Anugrah Jaya Drajat, selaku Perusahaan jasa dengan berfokus pada sektor travel serta memiliki pegawai yang dapat dibilang tulang punggung berlangsungnya operasional perusahaan. Namun, pada pengelolaan sumber daya manusia, ada tantangan yang berhubungan beserta kedisiplinan pegawai absensi pegawai juga datang tak tepat waktu. Di PT Anugrah Jaya Drajat ini cenderung sejumlah karyawan yang menyepelekan perosalan disiplin

kerja yaitu waktu masuk kerja. Terdapat beberapa faktor keterlambatan karyawan, 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 perusahaan.

Kehadiran karyawan PT Anugrah Jaya Drajat tidak pernah utuh dalam setiap bulannya, Seperti pada bulan Juli 2023 terdapat 14 karyawan datang terlambat, yang tidak hadir tanpa keterangan 12 karyawan dan 10 orang karyawan tidak patuh pada peraturan atribut kerja, lalu pada bulan Agustus 2023 terdapat 9 karyawan yang datang terlambat, yang tidak hadir tanpa surat keterangan 15 karyawan, dan 6 karyawan tidak patuh pada peraturan atribut kerja. Sedangkan pada bulan September 2023 terdapat 12 karyawan yang datang terlambat, yang tidak hadir tanpa keterangan 10 karyawan dan 13 karyawan tidak patuh pada peraturan atribut kerja. Lalu pada bulan Oktober 2023 terdapat 8 karyawan datang terlambat, yang tidak hadir tanpa surat keterangan 9 karyawan, dan 11 karyawan tidak patuh pada peraturan atribut kerja. Pada bulan Juli 2023- Oktober 2023 terdapat karyawan yang menyepelekan peraturan yang ditetapkan oleh perusahaan terkait disiplin kerja sehingga tidak tercapainya target produktivitas kerja. Selain disiplin kerja, pemberian kompensasi sangatlah berpengaruh untuk karyawan yang diharapkan bisa memberi kesejahteraan hidup untuk karyawannya kemudian bisa memberi motivasi karyawan guna melakukan peningkatan produktivitas kerja.

Bukti bahwa kompensasi yang diberikan oleh PT. Anugrah Jaya Drajat memenuhi kebutuhan karyawannya yang berupa gaji pokok diberikan setiap bulan dan uang lembur bagi karyawan yang melakukan pekerjaan diluar jam kerja. Salah satu kompensasi tidak langsung yang diberikan seperti Tunjangan Hari Raya (THR), pemberian uang makan disetiap hari kerja dan jaminan keselamatan dengan memberikan Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) ketenagakerjaan, dan juga adanya pemberian kompensasi berupa bonus hadir perbulan, terlihat karyawan enggan tidak masuk kerja. Dengan adanya kompensasi yang baik, karyawan akan bekerja lebih keras dalam melaksanakan pekerjaannya dengan semangat tinggi. Tidak adanya bonus tambahan (*Reward*) di PT. Anugrah Jaya Drajat jika target terpenuhi, bisa ber-akibat karyawan tidak memiliki semangat kerja tinggi dan perusahaan akan sulit memperoleh produktivitas yang perusahaan tentukan. Pemberian kompensasi yang baik akan mendorong karyawan untuk bekerja dengan baik dan produktif M. Hasibuan (2012). Salah satu metode untuk meningkatkan produktivitas di perusahaan adalah dengan menciptakan lingkungan kerja fisik secara nyaman juga memadai supaya pegawai bisa menuntaskan tugas secara baik.

Lingkungan kerja fisik yang diberi atas PT. Anugrah Jaya Drajat dibidang memadai juga cukup baik. Lingkungan kerja fisik tersebut ada sejumlah fasilitas yang belumlah memenuhi yang dibutuhkan karyawan mereka selayaknya Mesin *Photocopy, printer, scanner*, yang ada pada PT. Anugrah Jaya Drajat sehingga memberikan dampak pada produktivitas kerja karyawan dengan fungsi alat alat yang tidak maksimal, dengan itu karyawan akhirnya tidak bisa memaksimalkan dokumen kepada klien dengan waktu yang tepat. Kondisi lingkungan kerja terdapat masalah seperti jaringan *WiFi* yang kurang stabil (lemot), ruangan yang kurang terkondisikan seperti *AC* yang tidak berfungsi maksimal, begitu juga kurangnya fasilitas yang penting seperti kurangnya bagusnya ketersediaan dikantin, sehingga karyawan memilih untuk mencari makan di luar perusahaan. Kebisingan dan kebersihan udara yang terganggu karena asap dari bus, dalam hal ini dapat secara signifikan menghambat produktivitas dan kenyamanan dalam lingkungan kerja.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode kuantitatif sebagai pendekatan penelitiannya, penelitian kuantitatif adalah suatu metode penelitian yang didasarkan pada filosofi *positivisme* yang mengkaji sebuah sampel maupun populasi secara khusus, pengumpulan data spesifik dipergunakan selaku subjek penelitian, melalui analisis data yang mempunyai sifat kuantitatif maupun statistik dengan tujuan guna melakukan pengujian hipotesis yang sudah dibuat. Melalui pendekatan ini, hasil penelitian dapat mengkonfirmasi atau membantah dugaan yang diajukan sebelumnya. Sugiyono (2018) juga mengungkapkan bahwa penelitian kuantitatif digunakan untuk mempelajari populasi dengan menggunakan sampel yang ditentukan dengan teknik sampling konvensional, mengumpulkan dan mengolah data dengan menggunakan instrumen survei, dan menguji hipotesis melalui analisis data kuantitatif/statistik.

Menurut Chooper & Schindler (2003) populasi merujuk pada keseluruhan komponen yang akan menjadi dasar untuk membuat generalisasi. Elemen populasi juga mencakup semua subjek yang akan diukur, yang merupakan unit penelitian. Sugiyono (2018) mendefinisikan populasi sebagai area Generalisasi adalah proses yang melibatkan subjek dan objek dengan jumlah dan atribut yang telah ditentukan oleh peneliti untuk diselidiki sebelum membuat kesimpulan. Dalam konteks penelitian ini, populasi terdiri dari 73 karyawan tetap di PT. Anugrah Jaya Drajat. Dapat dikatakan bahwa sampel yang digunakan dalam penelitian ini sama dengan jumlah populasi sebagai responden yakni sebanyak 73 karyawan tetap. Teknik

pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menyebarkan kuesioner kepada responden secara langsung berupa *hard file*. Peneliti membagikan lembar kuesioner yang berisikan pernyataan dalam penelitian ini dengan inti pembahasan disiplin kerja (X1), kompensasi (X2), dan lingkungan kerja fisik (X3) serta produktivitas kerja karyawan (Y) kepada responden yaitu karyawan PT. Anugrah Jaya Drajat

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*. 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 statistics* dan *p value*. Menurut Ghozali & Latan (2015), nilai *t statistics* > 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 kuisoner kepada 73 karyawan pada PT. Anugrah Jaya Drajat. Dari keseluruhan yang tersebar terdapat kuisioner tidak ada yang kembali dan semua dapat diolah, yang selanjutnya dapat diuji dan dianalisis. Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin pada penelitian ini seperti yang disajikan dalam tabel di atas, diketahui bahwa responden laki-laki dalam penelitian ini sebanyak 94,5% atau 69 orang. Sedangkan responden perempuan sebanyak 5,5% atau 4 orang. Salah satu penyebab rendahnya jumlah responden perempuan dikarenakan pekerjaan di sektor transportasi lebih sesuai untuk laki-laki, seperti dibagian operasional dimana tenaga yang dibutuhkan banyak dari karyawan laki-laki. Persentase responden pada penelitian ini yang berusia 20-25 tahun sebanyak 13,70% atau berjumlah 10 orang, responden berusia 26-30 tahun sebanyak 39,73% atau berjumlah 29 orang. Responden dengan rentang usia 31-35 tahun sebanyak 20,55% atau berjumlah 15 orang, responden dengan usia 36-40 sebanyak 15,07% atau berjumlah 11 orang. Dan responden berusia 41-45 tahun sebanyak 10,96% dengan jumlah sebanyak 8 orang. Persentase responden dengan pendidikan terakhir SMP berjumlah 7 orang atau sebesar 9,59%, responden dengan pendidikan terakhir SMA/SMK berjumlah 49 orang atau sebesar 67,12%, responden dengan dan responden dengan pendidikan terakhir S1 berjumlah 17 orang atau sebesar 23,29%.

Tanggapan responden terhadap disiplin kerja adalah sebagai berikut: 1) Berdasarkan

pernyataan pertama pada kuesioner diperoleh total 229 yang berarti sebagian besar responden kurang setuju bahwasanya mereka masuk kerja tepat waktu. 2) Berdasarkan pernyataan kedua pada kuesioner diperoleh total 255 yang berarti sebagian besar responden setuju bahwasanya responden menggunakan waktu kerja secara efektif. 3) Berdasarkan pernyataan ketiga pada kuesioner diperoleh total 262 yang berarti sebagian besar responden setuju bahwasanya responden tidak pernah mangkir dari pekerjaan atau tidak bekerja. 4) Berdasarkan pernyataan keempat pada kuesioner diperoleh total 285 yang berarti sebagian besar responden setuju bahwasanya responden selalu mematuhi semua peraturan yang berlaku diperusahaan. Tanggapan responden terhadap kompensasi adalah sebagai berikut : 1) Berdasarkan pernyataan pertama pada kuesioner diperoleh total 286 yang berarti sebagian besar responden setuju bahwasanya pendapatan gaji yang responden terima sudah memenuhi kebutuhan. 2) Berdasarkan pernyataan kedua pada kuesioner diperoleh total 279 yang berarti sebagian besar responden setuju bahwasanya responden menerima tunjangan yang sesuai. 3) Berdasarkan pernyataan ketiga pada kuesioner diperoleh total 264 yang berarti sebagian besar responden setuju bahwasanya insentif yang diberikan perusahaan sudah sesuai.

Tanggapan responden terhadap lingkungan kerja fisik adalah sebagai berikut : 1) Berdasarkan pernyataan pertama pada kuesioner diperoleh total 295 yang berarti sebagian besar responden setuju bahwasanya bangunan tempat kerja yang disediakan telah memenuhi standar keselamatan dan kenyamanan. 2) Berdasarkan pernyataan kedua pada kuesioner diperoleh total 289 yang berarti sebagian besar responden setuju bahwasanya peralatan kerja yang disediakan telah memenuhi standar kualitas dan berfungsi dengan baik. 3) Berdasarkan pernyataan ketiga pada kuesioner diperoleh total 282 yang berarti sebagian besar responden setuju bahwasanya fasilitas di lingkungan kerja dapat mendukung kenyamanan saat bekerja. Tanggapan responden terhadap produktivitas kerja pada kuesioner diperoleh total 254 yang berarti sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa responden mampu memenuhi atau melampaui standar kualitas pekerjaan yang ditetapkan oleh perusahaan. Berdasarkan pernyataan kedua pada kuesioner diperoleh total 238 yang berarti sebagian besar responden setuju bahwasannya mereka selalu mencapai atau melebihi kuantitas pekerjaan yang diberikan perusahaan. Berdasarkan pernyataan ketiga pada kuesioner diperoleh total 256 yang berarti sebagian besar responden setuju bahwasanya responden selalu menyelesaikan tugas tepat waktu dan sesuai dengan tenggat waktu yang telah ditetapkan perusahaan.

Tabel 1. Hasil Uji *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability (rho_c)*

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability (rho c)</i>
X1	0.881	0.918
X2	0.925	0.953
X3	0.829	0.894
Y	0.818	0.892

Berdasarkan tabel di atas, bisa diambil simpulan bahwasanya seluruh indikator mempunyai nilai reliabilitas *Cronbach's alpha* juga *composite reliability (rho_c)* melebihi 0,7. Dengan demikian, bisa diambil simpulan bahwasanya seluruh indikator disiplin kerja (X1) kompensasi (X2) lingkungan kerja fisik (X3) dan produktivitas kerja (Y) tersebut valid.

Tabel 2. Hasil Uji R Square

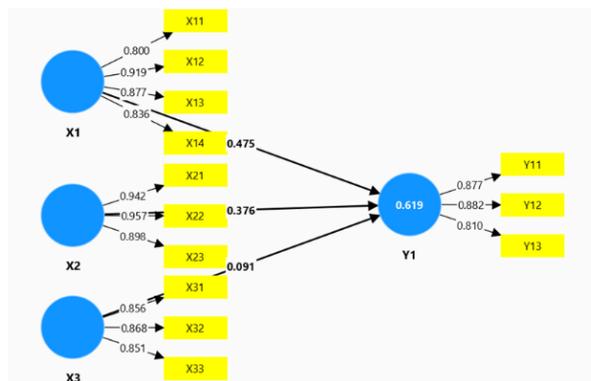
	<i>R Square</i>
Y	0.619

Berdasarkan tabel di atas, Hasil uji pada variabel Y menunjukkan nilai *R square* sebesar 0,619. Dari perspektif kriteria yang diberikan, nilai *R square* yang melebihi 0,75 menunjukkan bahwa model ini memiliki pengaruh yang kuat dalam menjelaskan variasi variabel endogen Y. Hal ini menunjukkan bahwa memiliki pengaruh yang kuat dalam menjelaskan variasi variabel endogen Y. Keputusan ini memberikan indikasi bahwa model yang digunakan dalam penelitian ini berhasil menggambarkan hubungan antar konstruk, khususnya dalam hal variasi variabel Y.

Tabel 3. Hasil Uji F Square

	<i>F square</i>
X1 <- Y	0.409
X2 <-Y	0.225
X3 <- Y	0.019

Berdasarkan tabel di atas, variabel disiplin kerja (X1) memiliki nilai *F square* sebesar 0,409, variabel kompensasi (X2) memiliki nilai *F square* sebesar 0,225, dan variabel lingkungan kerja fisik (X3) memiliki nilai *F square* sebesar 0,019. Dengan mengacu pada kriteria yang disebutkan, nilai *F square* untuk variabel disiplin kerja (X1) dan variabel kompensasi (X2) dapat dikategorikan memiliki pengaruh menengah hingga besar terhadap variabel produktivitas kerja (Y). Sementara itu, nilai *F square* untuk variabel lingkungan kerja fisik (X3) menunjukkan pengaruh yang relatif lebih kecil atau bahkan dapat dianggap tidak signifikan.



Gambar 1. Hasil Uji *Bootstrapping*

Hasil uji *Bootstrapping* menunjukkan variabel disiplin kerja (X1) memiliki nilai *t-statistics* sebesar 3.327 dengan nilai *p-values* sebesar 0.001. Variabel kompensasi (X2) memiliki nilai *t-statistics* sebesar 2.922 dengan nilai *p-values* sebesar 0.003. Variabel lingkungan kerja fisik (X3) memiliki nilai *t-statistics* sebesar 1.218 dengan nilai *P-Values* sebesar 0.223. Berdasarkan kriteria yang disebutkan, variabel disiplin kerja dan kompensasi menunjukkan nilai *t-statistics* yang lebih besar dari 1.96 dan nilai *p-values* yang kurang dari 0.05. Oleh karena itu, H_a diterima dan H_0 ditolak untuk variabel disiplin kerja dan kompensasi, yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel disiplin kerja dan kompensasi dengan variabel produktivitas kerja. Namun, untuk variabel lingkungan kerja fisik, nilai *t-statistics* tidak melebihi 1.96 dan nilai *p-values* lebih besar dari 0.05, sehingga H_a ditolak dan tidak terdapat adanya pengaruh yang signifikan antara lingkungan kerja fisik dengan variabel produktivitas kerja. Keputusan ini menunjukkan bahwa hanya variabel disiplin kerja dan kompensasi yang memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel produktivitas kerja dalam model yang diteliti, sementara variabel lingkungan kerja fisik tidak memberikan dampak signifikan secara statistik.

Variabel X1 (Disiplin Kerja) menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y (Produktivitas Kerja). Hasil *loading factor* pada *outer* model menunjukkan bahwa indikator-indikator yang mewakili disiplin kerja memiliki hubungan yang kuat dengan variabel tersebut. Nilai *t-statistics* yang signifikan 3.327 dengan nilai *p-values* 0,001 pada *inner* model menegaskan bahwa pengaruh ini tidak hanya signifikan secara statistik, tetapi juga substansial secara praktis. Dengan demikian, bisa diambil simpulan bahwasanya ada korelasi secara kuat juga positif diantara disiplin kerja dan produktivitas kerja. Dalam latar belakang penelitian, tertulis bahwa PT Anugrah Jaya Drajat memiliki target produktivitas kerja akan tetapi, target tersebut tidak ada sama sekali tercapai. Ketidakmampuan mencapai target ini dapat mengakibatkan tidak tercapainya produktivitas kerja, yang pada gilirannya dapat merugikan

reputasi dan citra perusahaan. Landasan teori menyoroti bahwa disiplin kerja, yang diukur dengan indikator-indikator seperti masuk kerja tepat waktu, penggunaan waktu yang efektif, ketidakhadiran, dan kepatuhan pada peraturan perusahaan, dan pencapaian target pekerjaan yang ditentukan oleh perusahaan. Tomy (2017) menyatakan bahwa produktivitas diukur dengan menilai sikap, perilaku, kemampuan, disiplin, motivasi, dan komitmen terhadap pekerjaan. Dalam konteks ini, kehadiran karyawan yang kurang optimal, pelanggaran karyawan tersebut dapat mempengaruhi target yang telah ditentukan perusahaan.

Dengan nilai *t-statistic* yang signifikan 3,327 *p-values* 0,001 pada pengujian hipotesis, bisa disimpulkan bahwasanya variabel X1, yang memperlihatkan disiplin kerja, berdampak positif secara signifikan pada variabel Y produktivitas kerja. Dengan demikian, peningkatan disiplin kerja, kehadiran tepat waktu, efisiensi waktu, dan ketekunan dalam mencapai target, dapat berkontribusi secara positif terhadap pencapaian produktivitas kerja, membantu menghindari keterlambatan, dan menjaga reputasi perusahaan. Penelitian dari Efendi dkk (2020) tentang motivasi kerja dan disiplin kerja positif mempengaruhi produktivitas kerja karyawan pada PT Hok Tong Plaju Palembang dapat memberikan perspektif yang relevan untuk menafsirkan hasil pengujian variabel X1 (Disiplin Kerja) terhadap variabel Y (Produktivitas Kerja) di PT Anugrah Jaya Drajat. Hasil penelitian Efendi dkk (2020) tentang motivasi kerja dan disiplin kerja positif mempengaruhi produktivitas kerja karyawan pada PT Hok Tong Plaju Palembang. Sejalan dengan hasil penelitian Efendi dkk (2020), sejalan dengan penelitian ini yang menunjukkan bahwa Disiplin Kerja (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Produktivitas Kerja (Y) di PT Anugrah Jaya Drajat.

Variabel X2 (Kompensasi) menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y (Produktivitas Kerja). Hasil *loading factor* pada *outer* model menunjukkan bahwa indikator-indikator yang mewakili kompensasi memiliki hubungan yang kuat dengan variabel tersebut. Nilai *t-statistics* yang signifikan 2.922 dengan nilai *p-values* 0,003 pada *inner* model menegaskan bahwa pengaruh ini tidak hanya signifikan secara statistik, tetapi juga substansial secara praktis. Dengan demikian, kita dapat menyimpulkan bahwa terdapat hubungan yang kuat dan positif antara kompensasi dan produktivitas kerja. Pengaruh positif dan signifikan antara Variabel X2 (kompensasi) dan Variabel Y (produktivitas kerja) dapat dijelaskan melalui beberapa faktor. Menurut Sinambela (2016) kompensasi akan memberikan motivasi yang mendorong produktivitas karyawan suatu perusahaan. Dalam latar belakang penelitian, perusahaan telah memberikan kompensasi yang baik yaitu berupa gaji pokok, uang lembur bagi karyawan yang melakukan pekerjaan diluar jam kerja, serta perusahaan memberikan

kompensasi tidak langsung seperti Tunjangan Hari Raya (THR), pemberian uang makan disetiap hari kerja, jaminan keselamatan dengan memberikan Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) ketenagakerjaan, dan juga adanya pemberian kompensasi berupa bonus hadir perbulan.

Namun, terdapat kendala yang patut diperhatikan oleh perusahaan terkait hubungan antara kompensasi dan produktivitas kerja. Meskipun perusahaan sudah memberikan kompensasi yang sesuai, tetapi masih terdapat pekerjaan yang tidak terselesaikan sesuai dengan target yang ditentukan. Terlihat terdapat kompensasi yang tidak diberikan perusahaan kepada karyawan terkait tambahan (*reward*) jika produktivitas kerja tercapai. Penelitian yang dilaksanakan Dinantara & Oktaviani (2019) mengenai Pengaruh Kompensasi Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada PT. Alfabet Berkat Citrabuana, variabel kompensasi (X1) terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap produktivitas kerja (Y). Sejalan Sesuai beserta penelitian ini yang memperlihatkan bahwasanya kompensasi (X2) berpengaruh secara signifikan pada produktivitas kerja (Y) di PT Anugrah Jaya Drajat.

Variabel X3 (Lingkungan Kerja Fisik) tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y (Produktivitas Kerja). Hasil *Loading factor* pada *outer* model menunjukkan bahwa indikator-indikator lingkungan kerja fisik mungkin tidak sekuat variabel lain dalam menjelaskan variabilitas produktivitas kerja. Nilai *t-statistics* yang rendah 1.218 dan nilai *p-values* yang tinggi 0.223 pada *inner* model menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara lingkungan kerja fisik dan Y. Oleh karena itu, kita tidak dapat mengonfirmasi adanya hubungan antara lingkungan kerja fisik dan produktivitas kerja. Latar belakang penelitian memberikan gambaran tentang kondisi lingkungan kerja fisik di PT Anugrah Jaya Drajat.

Salah satu alasan potensial mengapa Lingkungan Kerja Fisik (X3) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Produktivitas Kerja (Y) adalah meskipun kondisi fisik seperti standar keselamatan dan kualitas peralatan dianggap cukup baik, masih terdapat hambatan-hambatan operasional yang mungkin tidak tercermin dalam penilaian tersebut. Indikasi seperti kurang baiknya polusi udara dan peralatan yang tidak selalu berfungsi optimal dapat memberikan dampak negatif terhadap produktivitas karyawan. Sedarmayanti (2017) menyoroti pentingnya lingkungan kerja fisik yang mendukung dan aman bagi karyawan. Meskipun kondisi fisik mungkin memenuhi standar keselamatan dan kenyamanan, perhatian pada aspek-aspek operasional yang kurang optimal, seperti kurangnya kendaraan operasional dan peralatan yang tidak selalu berfungsi baik, menunjukkan bahwa penilaian ini mungkin tidak mencakup semua

aspek yang relevan untuk produktivitas karyawan di PT. Anugrah Jaya Drajat.

Sesuai dengan pernyataan teori Nasution (2020) Lingkungan kerja yakni situasi disekeliling sejumlah pegawai ketika pekerja melaksanakan tugasnya yang mana situasi itu memberi pengaruh bagi pegawai ketika mengerjakan pekerjaannya, selayaknya kondisi lingkungan kerja fisik tersebut kemungkinan bukan selaku faktor utama yang berpengaruh produktivitas di PT. Anugrah Jaya Drajat. Hasil ini sejalan dengan temuan penelitian Mufidah dan Izzatullaili (2023), yang menemukan bahwa Lingkungan Kerja Fisik tidak memiliki dampak signifikan terhadap Produktivitas Kerja di konteks SDN 05 Marunda. Walaupun demikian, penting guna membuat catatan bahwasanya berbagai faktor lainnya, selayaknya Lingkungan Kerja Non Fisik maupun variabel lainnya yang belum dilakukan penelitian, kemungkinan mempunyai peranan dengan lebih besar ketika menentukan tingkat produktivitas pegawai di PT. Anugrah Jaya Drajat. Dengan demikian, penelitian lebih lanjut kemungkinan dibutuhkan guna identifikasi berbagai elemen spesifik melalui lingkungan kerja fisik yang dapat berkontribusi positif pada produktivitas perusahaan ini. Analisis secara mendalam pada berbagai aspek operasional yang memberi pengaruh produktivitas kerja karyawan pun dapat menjadi fokus penelitian mendatang.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang Disiplin Kerja, kompensasi, dan Lingkungan Kerja Fisik terhadap Produktivitas Kerja PT Anugrah Jaya Drajat. Dapat disimpulkan bahwa 1) Disiplin kerja memberi pengaruh positif serta signifikan pada produktivitas kerja PT. Anugrah Jaya Drajat. 2) Kompensasi memberi pengaruh positif juga signifikan pada produktivitas kerja PT. Anugrah Jaya Drajat. 3) Lingkungan kerja fisik tidak memberikan pengaruh pada produktivitas kerja PT. Anugrah Jaya Drajat.

DAFTAR RUJUKAN

- Afandi, P. (2016). *Concept & indicator human resources management for management research*. Deepublish.
- Afandi, P. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep dan Indikator)*. Zanafa Publishing. https://pustaka.uniraya.ac.id/index.php?p=show_detail&id=49
- Baskoro, C. A. (2014). *Pengaruh Kepemimpinan Transformasional, Motivasi, dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan*. (2, Ed.; 3 ed.). Management Analysis Journal.
- Chooper, D., & Schindler, P. (2003). *Bussiness Research Methode* (8 ed.). McGraw-Hill/Irwin.

- Dinantara, M. D., & Oktaviani, D. (2019). Pengaruh Kompensasi Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada PT. Alfabet Berkat Citrabuana. *JENIUS (Jurnal Ilmiah Manajemen Sumber Daya Manusia)*, 3(1), 99. <https://doi.org/10.32493/jjsdm.v3i1.3371>
- Efendi, N., Hendri, E., & Kurniawan, M. (2020). Pengaruh Motivasi Kerja dan Disiplin Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada PT Hok Tong Plaju Palembang. *Manivestasi*, 2(1), 76–93. <https://jurnal.univpgri-palembang.ac.id/index.php/manivestasi/article/view/4739>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Square: Konsep teknik dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.0 (2nd edition)*. Universitas Diponegoro.
- Hasibuan, M. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. PT. Bumi Aksara.
- Ida Umarul Mufidah, & Izhatullaili Izhatullaili. (2023). Pengaruh Lingkungan Kerja Fisik dan Lingkungan Kerja Non Fisik terhadap Produktivitas Kerja di SDN 05 Marunda. *Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi (Jrime)*, 1(1), 76–88. <https://doi.org/10.54066/jrime-itb.v1i1.89>
- Lincyanata, F., & Apriono, M. (2003). *Pengaruh Disiplin Kerja Dan Masa Kerja Terhadap Tingkat Upah Dan Produktivitas Tenaga Kerja Industri Kerajinan Perak Di Desa Pulo Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang. Ekonomi Manajemen*. <https://repository.unej.ac.id/handle/123456789/56849>
- Nasution, S. L. (2020). Pengaruh Kualitas Kerja Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Asam Jawa. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(2), 88–94. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i2.1788>
- Sedarmayanti. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Refika Aditama.
- Sinambela. (2016). *Manajemen sumber daya manusia (membangun tim kerja yang solid untuk meningkatkan kinerja)*. Bumi aksara.
- Suci, A., & Mauli, S. (2018). *Pengaruh Disiplin Kerja, Pengalaman Kerja Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt Kumala Indonesia Shipyard*. 1–26. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.240>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabeta.
- Tomy, M. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Revisi*. CV. RA De. Rozarie (Anggota Ikatan Penerbit Indonesia). www.derozarie.co.id